



RECEPTEN OM TE WERKEN ROND ARMOEDE

INHOUD

OPBOUW VAN DIT 'RECEPTENBOEK'

- | | |
|------------------------------------|---|
| 1. Het boek bestaat uit drie delen | 3 |
| 2. Aan de slag | 3 |
| 3. De 5 B's van toegankelijkheid | 4 |

VOORGERECHTEN: THEORETISCH KADER OM EEN DRAAGVLAK TE CREËREN 5

- | | |
|--|----|
| 1. Wat je zeker moet weten over armoede | 6 |
| 2. Openheid creëren om rond armoede te werken | 7 |
| 3. Referentiekader in vraag stellen, maar eigenheid behouden | 11 |
| 4. Draagkracht van je werking bepalen | 13 |
| 5. De doelgroep bepalen | 15 |
| 6. Laat het thema leven in een positief klimaat | 16 |

HOOFDGERECHTEN: KINDEREN EN JONGEREN IN ARMOEDE, PRAKTISCHE TIPS EN VOORBEELDEN. 17

- | | |
|---|----|
| 1. Signalen die op armoede kunnen wijzen | 18 |
| 2. Het activiteiten aanbod van je werking | 19 |
| 3. Kinderen, jongeren en ouders een goed gevoel geven | 20 |
| 4. communicatie binnen de werking | 22 |
| 5. Kan de prijs naar omlaag? | 23 |
| 6. Betalen binnen de werking | 25 |
| 7. Respectvol wijzen op kortingsmogelijkheden | 27 |
| 8. Hulpverlener of jeugdwerker? | 28 |
| 9. Open houding binnen het jeugdwerk | 30 |

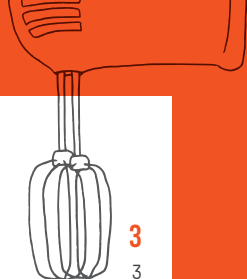
BIJGERECHTEN OM KINDEREN EN JONGEREN IN ARMOEDE TE BEREIKEN 31

- | | |
|---|----|
| 1. Je aanbod bekend maken | 32 |
| 2. Waar en wie promo laten maken voor je werking? | 33 |
| 3. Welke informatie meegeven? | 34 |
| 4. Een lokaal netwerk uitbouwen | 35 |
| 5. Communiceren met een voorziening | 37 |
| 6. Bereikbaarheid verbeteren | 38 |

DESSERTS : GOED OM WETEN 39

- | | |
|----------------------------------|----|
| 1. Financiële steun en kortingen | 40 |
| 2. Zijn er nog vragen? | 42 |

GERAADPLEEGDE EN GECITEERDE BRONNEN 43



OPBOUW VAN DIT 'RECEPTENBOEK'

1. HET BOEK BESTAAT UIT DRIE DELEN

de basis

1.

Draagvlak creëren binnen de ploeg om rond armoede te werken.
(= Voorgerechten, eerder theoretisch.)

2.

Kinderen en jongeren in armoede binnen de werking.
(= Hoofdgerechten die je creëert met onze praktische tips.)

3.

Bereiken van kinderen en jongeren in armoede.
(= Do's en don'ts om geslaagde bijgerechten te bereiden.)

Deze drie delen werden bewust in deze volgorde opgenomen. Het eerste deel (draagvlak creëren binnen de ploeg om rond armoede te werken) gaat dieper in op een **aantal eerder theoretische benaderingen**. Van daaruit kunnen jullie je draagkracht als groep bepalen en referentiekaders in vraag stellen.

Als tweede stap is het noodzakelijk om **stil te staan bij de kinderen en jongeren in armoede binnen je werking** (cfr. Het aanbod, de manier van werken en begeleidershouding). Dit zorgt ervoor dat kinderen en jongeren, die je in stap 3 gaat toeleiden, zich onmiddellijk thuis kunnen voelen in de werking en niet afhaken.

We zijn er ons echter van bewust dat in de praktijk deze delen niet afgebakend zijn en soms verweven zijn met elkaar of door elkaar lopen.

2. AAN DE SLAG

Als je alle 'recepten' op een rijtje ziet, kan dit overweldigend overkomen. Werken aan toegankelijkheid omvat verschillende subthema's. Je kan hierin zeker keuzes maken. Wees je er wel van bewust dat je met een aantal kleine stappen en een open houding al een wezenlijk verschil maakt! Bekijk de verschillende mogelijkheden dan ook met je ploeg en kies er een aantal topics uit om effectief mee aan de slag te gaan. Hou hierbij rekening met jullie draagkracht. Waar het eerste deel van het boek vooral een theoretisch kader en achtergrond schetst, vertrekken deel twee en drie vanuit concrete voorbeelden en bieden zij handvaten om

doelbewust te werken binnen een onderdeel. Zo vermijd je dat je een aantal losse acties installeert die soms het gewenste effect missen.

Weet tenslotte dat je hierin niet alleen staat. Je kan voor verdere begeleiding, advies of vorming terecht bij externe organisaties. Je vindt de contactgegevens achterin dit boek onder 'Zijn er nog vragen?' (p 42).

3. DE 5 B'S VAN TOEGANKELIJKHEID

De 5 B's van toegankelijkheid hebben we verweven doorheen het boek. Het zijn drempels (elke drempel begint met een B) die mensen kunnen ervaren om deel te nemen aan een activiteit of zich in te schrijven in een werking. Het is belangrijk dat je er als organisatie rekening mee houdt, zodat ook mensen die leven in kwetsbare situaties, zoals armoede, de mogelijkheid krijgen om deel te nemen.

BEREIKBAARHEID

Bereikbaarheid gaat over de manier waarop mensen tot bij je aanbod geraken. Niet iedereen heeft dezelfde mobiliteit of dezelfde dagindeling. Natuurlijk kan je weinig veranderen aan de plaats waar je organisatie gevestigd is. Maar soms is het wel mogelijk om je aanbod te verplaatsen en naar je publiek toe te gaan.

BETAALBAARHEID

Betaalbaarheid bekijkt of jullie tarieven haalbaar zijn voor iedereen. Vraag je ook af of gebruikers naar alternatieven zoeken en welke gevolgen dit heeft voor het aanbod en de gebruiker. Het gaat erom te weten welke psychologische, fysieke en financiële kosten de gebruiker betaalt.

BRUIKBAARHEID

Hebben mensen iets aan jullie aanbod? Is het aangepast aan de behoeften van een breed publiek? Evalueer eens of jullie organisatie voldoende kennis en knowhow in huis heeft. En vraag je af of het aanbod relevant is voor verschillende groepen.

BEGRIJPBAARHEID

Begrijpbaarheid is vaak een kwestie van taal. Maar taal is ruimer dan woorden. Het gaat ook om uitdrukkingen, beeldspraak, non-verbale communicatie ... Begrijpbaarheid gaat ook over de competenties die iemand nodig heeft om van een bepaald aanbod gebruik te maken, bijvoorbeeld om bepaalde procedures en regels te volgen.

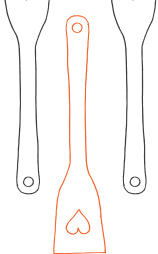
BESCHIKBAARHEID

Beschikbaarheid gaat over de mogelijkheid om onvoorwaardelijk gebruik te maken van een aanbod. Maar het gaat ook over de beschikbaarheid van de begeleiders: kunnen deelnemers met hen een band opbouwen?

VOORGERECHTEN

- Theoretisch kader om een draagvlak te creëren

1. WAT JE ZEKER MOET WETEN OVER ARMOEDE



INHOUD

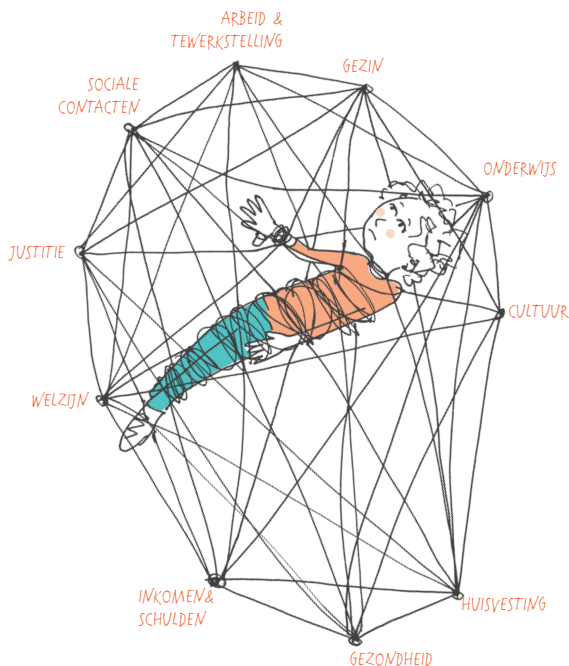
- ➔ Wat is 'armoede'?
- ➔ Onzichtbare armoede.

WAT IS 'ARMOEDE'?

Armoede is meer dan een gebrek aan inkomen. Het heeft effect op verschillende levensdomeinen die elkaar beïnvloeden.

Mensen vinden geen betaalbare, kwaliteitsvolle woning, stellen doktersbezoek uit, vinden moeilijk werk, kinderen lopen een groter risico op schoolachterstand,... De veelheid aan factoren maakt dat armoede bekeken wordt als een 'spinnenweb'.

Naast deze materiële kant is er ook de 'binnenkant van armoede': de menselijke gevolgen zoals een gebrek aan zelfvertrouwen, schaamte, negatief zelfbeeld en zelfs reële psychische schade.

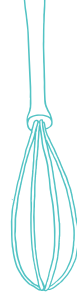


ONZICHTBARE ARMOEDE

- ➔ Naar schatting **12%** van de Vlamingen van 0 tot 17 jaar woont in een huishouden met een inkomen onder de armoederisicodrempel. Dat zijn ongeveer **150.000 kinderen**.
(Cijfers: Vlaamse armoedemonitor 2015)
- ➔ Armoede komt **overal** voor, in elke provincie en elke gemeente. Dus niet enkel in de grote steden.
- ➔ Mensen in armoede lopen niet rond met een label. Vaak is armoede **onzichtbaar**. In jouw werking zijn er misschien meer kinderen aanwezig die opgroeien in armoede dan je zou vermoeden.

Armoede is overal en niet steeds zichtbaar. Wees je er dan ook van bewust dat er ook in jouw werking kinderen en jongeren zitten die in armoede leven. Het loont de moeite om hiermee rekening te houden en op in te zetten.

2. OPENHEID CREËREN OM ROND ARMOEDE TE WERKEN



INHOUD

- ➔ Fasen van verandering.
- ➔ Actie nemen volgens fase.

FASEN VAN VERANDERING

Aan de hand van onderstaand schema kom je te weten in welke fase je ploeg zich bevindt en welke bijhorende acties je kan ondernemen.



ACTIE NEMEN VOLGENS FASE

In het voorgaande schema zag je welke fasen je moet doorlopen om verandering door te voeren. Aan iedere fase is ook een bepaalde actie verbonden. In wat volgt kom je te weten hoe je de fase waarin je ploeg zich bevindt, herkent en welke actie je best onderneemt. Per actie vind je een aantal concrete voorbeelden terug.

Onwetendheid: 'Armoede, waarover gaat dat dan?'

- ◆ Actie die je hier best kan ondernemen = **informer**.
- ◆ Hoe informeer je? Verhelder het hoe en waarom van de verandering die je in je werking wil doorvoeren. Vertel naar welke toestand je wil evolueren. Je kan cijfers aanhalen, inspelen op de actualiteit ...
- ◆ Door leuke en nieuwe info wordt tastbaar waarom verandering nodig is.



Bewustzijn: 'Er zijn hier toch geen arme kindjes?'

- ◆ Hier kan je best **enthousiasmeren**.
- ◆ Enthousiasmeren doe je door mensen emotioneel te betrekken. Breng inleving teweeg, zo raken mensen persoonlijk betrokken en aangesproken. Dit doe je door bijvoorbeeld een fictief verhaal te vertellen over de toekomstige situatie, zaken vanuit het perspectief van kinderen te belichten, ervaringsdeskundigen aan het woord te laten ...
- ◆ Geef het idee mee dat kinderen in armoede iets missen of dat ze bepaalde zaken ook wel eens zouden willen meemaken.
- ◆ Daarnaast is een diverse doelgroep een verrijking voor de eigen werking en op die manier zeker ook een meerwaarde om op in te zetten.'



Bezorgdheid: 'We willen rond armoede werken, maar hoe begin je daar in godsnaam aan?'

- ◆ De beste actie die je in deze fase kan nemen = **voorbeelden geven**.
- ◆ Toon *good practices* uit andere speelpleinenwerkingen, jeugdbewegingen of andere jongerenwerkingen: zo zou het ook in de eigen werking kunnen zijn. Je kan ook andere werkingen bezoeken (of zelfs andere methodieken, zoals verenigingen waar armen het woord nemen, doelgroepspecifieke werkingen), filmpjes bekijken die inzicht geven in 'kinderen en jongeren in armoede' (bv. 'Arm Vlaanderen' van Panorama) ...
- ◆ Laat zien dat het kan bij anderen en dat het dus ook mogelijk is binnen jullie werking.



Inzicht: 'We zouden wel rond armoede kunnen werken, maar er valt weinig te veranderen aan onze huidige werking.'

- ◆ Hier kan je best **'faciliteren'**.
- ◆ Maak de verandering mogelijk en toegankelijk. De ploeg wordt in staat gesteld om effectief dingen anders te doen omdat er ondersteuningsmateriaal is. Denk aan inspiratieboeken, werkboeken, deze brochure ... of vaardigheden bijschaven door vorming en begeleiding (ga ook op zoek naar interessante partners in je buurt - zie p 35) ...
- ◆ Baken af waar je medeleiding over moet nadenken en stel hen gerust dat er rekening zal worden gehouden met bezorgdheden.



Intentie: 'We willen rond armoede werken, maar we komen er niet aan toe om er bij stil te staan.'

- ◆ Hier is **individueel engagement** nodig.
- ◆ Dit bereik je door elk individu iets te geven waar hij of zij een verschil kan maken, iets om zelf aan te werken. Bijvoorbeeld: concrete taken en deelverantwoordelijkheden, bespreekbaar maken op evaluaties, concrete en haalbare kortetermijndoelstellingen benoemen (goed omgaan met huidige deelnemerspubliek, betere verspreiding van promo van de werking ...)
- ◆ Een kleine, afgebakende taak op maat van iemands talenten zorgt ervoor dat die persoon persoonlijk betrokken raakt bij het thema en een succeservaring kan opdoen terwijl die een steentje bijdraagt.



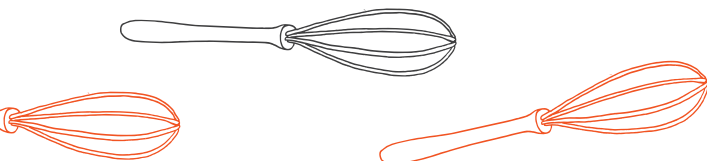
Aftastend gedrag: 'Wij doen een aantal losse acties in functie van concrete situaties.'

- ◆ De actie die je hier ontplooit heet **'zien en beleven'**.
- ◆ Het is erg nuttig dat de verandering beleefd wordt, dat er een succeservaring ontstaat. Dus: probeer de verandering uit, maak er een afgebakend en beheersbaar project van door bijvoorbeeld een overzicht van terugbetalingsopties te maken, het aanbod bekend te maken bij organisaties in de buurt ...
- ◆ Kleinschalige beleving zorgt voor een positieve beleving die zin geeft om verder aan de slag te gaan en uit te breiden naar de gehele werking.



Geïntegreerd gedrag: 'Wij zijn bewust rond dit thema bezig en sturen bij via evaluaties.'

- ◆ In deze fase is het nodig te **verankeren**.
- ◆ Zorg dat het thema op de agenda blijft staan, zodat het thema blijft leven als de initiatiefnemers de organisatie verlaten. Je kan luisteren bij de doelgroep of ze verandering merken, overleg met mogelijke partners, jaarlijks investeren in vorming, een vast punt op de grote jaarlijkse evaluatie ...
- ◆ De verandering is doorgevoerd en gaat deel uitmaken van de 'dagelijkse werking'.



3. REFERENTIEKADER IN VRAAG STELLEN, MAAR EIGENHEID BEHOUDEN

INHOUD

- ➔ Maak je medeleiding bewust van hun eigen referentiekader.
- ➔ Sta stil bij de kern (waar staan we voor?) en gewoonten van je werking.
- ➔ Bepaal waar verandering mogelijk is door een onderscheid te maken tussen doel en middel.

MAAK JE MEDELEIDING BEWUST VAN HUN EIGEN REFERENTIEKADER

Iedereen kijkt door z'n eigen bril naar de wereld. Die kijk (of referentiekader) wordt beïnvloed door opvoeding, ervaringen, cultuur ... Hij bepaalt je waarden en normen.

Je referentiekader zal meer gelijk lopen met mensen met wie je in dezelfde wijk woont, naar dezelfde school gaat, dezelfde hobby's deelt ... Referentiekaders komen tot uiting op allerlei manieren en zorgen ervoor dat iedereen op zijn/haar eigen manier reageert op spanningen, taalgebruik, afspraken, lichamelijkeheid.

In veel werkingen hebben de animatoren of leiding min of meer hetzelfde referentiekader. Terwijl maatschappelijk kwetsbare kinderen en jongeren vaak een ander referentiekader hebben. Dit kan leiden tot conflicten, maar kan zeker ook erg verrijkend zijn.

Er bestaan een aantal spelen om met je ploeg aan bewustwording te doen:

- ➔ 'Ik zie, ik zie wat jij niet ziet' – te verkrijgen via www.jeugdwerkvoorallen.be
- ➔ 'Rafa Rafa' – te verkrijgen via www.aanstokerij.be

--- Waar staan we voor?

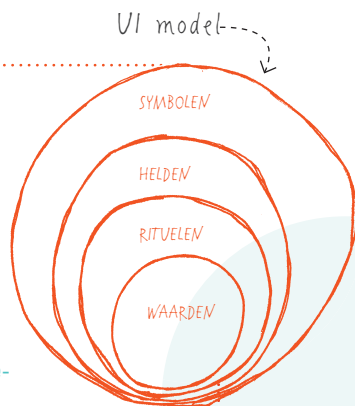
STA STIL BIJ DE KERN EN DE GEWOONTEN VAN JE EIGEN WERKING

Ga op zoek naar jullie kernwaarden. Omschrijf een duidelijke visie en missie. Waarom bestaan jullie? Wat is jullie doel?

Weet je niet hoe hier aan te beginnen? Doe inspiratie op met de toolbox 'visie lokaal' van de Vlaamse Dienst Speelpleinwerk > zoek naar 'visietool' op www.speelplein.net

PEL DE VI

Het Ui-model van Geert Hofstede kan helpen bij deze denkoefening. Het is een model om organisatiecultuur te beschrijven. Een cultuur bestaat uit verschillende lagen, zoals de rokken van een ui. Hoe dieper de laag, hoe moeilijker te veranderen. Door de lagen in kaart te brengen en te benoemen, maak je het binnen je organisatie makkelijker om aan verandering te werken.



Symbolen zijn de meest oppervlakkige kenmerken en bijgevolg het makkelijkst te beïnvloeden. Denk aan een bepaalde kledingstijl, vlaggen, slogans ...

Helden zijn personen naar wie binnen de organisatie wordt opgekeken. Zij dienen als rolmodel voor de leidingsploeg. Het kunnen levende personen zijn, zoals heel ervaren animatoren, maar ook mensen uit het verleden, zoals Baden Powell als oprichter van de scouts.

Rituelen zijn activiteiten die je samen doet die niet nodig zijn om jullie doel te bereiken, maar er wel helemaal bij horen om als 'normaal' aan te voelen. Bijvoorbeeld verzamelen bij het verzamelliedje, de vlag groeten ...

Helemaal binnenin zitten de **waarden**. Deze bepalen wat als aanvaardbaar wordt gezien. Ze zijn niet direct zichtbaar, maar wel altijd aanwezig.

Doel t.o.v middel

BEPAAAL WAAR VERANDERINGSMOGELIJKHEDEN LIGGEN

Is jullie doel duidelijk? Bekijk dan hoe jullie acties en middelen bijdragen aan het bereiken van dat doel. Zo kan je gewoonten in vraag stellen die voor extra drempels zorgen. Zijn er andere manieren om jullie doel te bereiken?

Een voorbeeld zijn de strenge uniformvereisten bij sommige jeugdbewegingen. Het uniform (middel) dient om 'verbondenheid' uit te drukken (doel). Dit schrikt echter sommige kinderen en jongeren af: het uniform kost geld, de korte broek is 'belachelijk', het komt soms militaristisch over ... De vraag is dan: zijn er andere middelen om dit doel te bereiken? Ongetwijfeld wel. Bijvoorbeeld: Chiro Atrejoë, die zich bewust richt op kinderen in kwetsbare situaties, verving de strenge uniformvereisten door een veel soepeler 'iedereen draagt een rode T-shirt'.

4. DRAAGKRACHT VAN JE WERKING BEPALEN

INHOUD

- ➔ Draagkracht = tijd + competenties + motivatie + budget.
- ➔ Stel realistische doelen.
- ➔ Zoek de juiste mensen die je kunnen helpen en zo je draagkracht verhogen.

of in het kort:
willen & kunnen

DRAAGKRACHT = TIJD + COMPETENTIES + MOTIVATIE + BUDGET

'Kunnen wij dat wel aan?' is een veelgestelde vraag. Veel jeugdwerkingen onderschatten zichzelf op dat vlak. Kinderen en jongeren die opgroeien in armoede willen een fijne tijd beleven en dat is net de specialiteit van het jeugdwerk.

Het is zeker nuttig ook eens bij volgende zaken stil te staan:

- ➔ Hoeveel tijd kunnen en willen we hierin investeren? Er moet nog aan veel andere dingen gewerkt worden. Daarom moet je prioriteiten stellen. Wordt toegankelijkheid een prioriteit, dan maak je er tijd voor. Dit gaat soms ten koste van andere werkpunten die je dan even in de koelkast stopt. Wees hierbij eerlijk met jezelf.
- ➔ Geef je prioriteit aan het thema armoede, dan heb je meerdere mensen nodig om mee aan de kar te trekken. Hoe je dat kan aanpakken, lees je bij het voorgerecht 'Openheid creëren om rond armoede te werken' (p 7).
- ➔ Wie heeft er verstand van? Wie kan jullie iets bijleren? Ga op zoek naar de sterktes binnen de ploeg én naar versterking van buitenaf, zo vergroten de competenties en de draagkracht.
- ➔ Denk aan de financiële inspanning die bij sommige acties hoort. Kan jullie kas het aan als je deelnemers een kortingstarief toekent? Ook hier kan je de draagkracht vergroten door op zoek te gaan naar financieringsbronnen van buitenaf. Je leest er meer over in 'Desserts: Financiële steun en kortingen' (p 40).

STEL REALISTISCHE DOELEN

Goed geformuleerde doelstellingen zijn **SMART**: **S**pecifiek, **M**eetbaar, **A**anvaardbaar, **R**ealistisch en **T**ijdsgebonden.

Met betrekking tot werken rond armoede ziet dit er zo uit:

- ➔ **Specifiek:** op wie richten we ons precies?
- ➔ **Meetbaar:** kunnen we aan ons doel een indicator koppelen waaraan we later het halen van dit doel kunnen aftoetsen? (Bv. 'Onze werking in minstens 2 organisaties voorstellen.', 'Minstens de helft van de leidingsploeg volgt een vorming over armoede.')
- ➔ **Aanvaardbaar:** is er draagvlak binnen de ploeg?
- ➔ **Realistisch:** kunnen we dit echt halen? Hierbij vraag je best advies van een externe partner.
- ➔ **Tijdsgebonden:** hebben we een timing? Plaatsen we niet alle acties in een vage toekomst?

ZOEK DE JUISTE MENSEN DIE JE KUNNEN HELPEN

Waar begin je te zoeken?

In de eerste plaats heel **lokaal**. Welke organisaties in jouw gemeente zijn met armoede bezig of richten zich op kinderen en jongeren in armoede? Hoe je dat aanpakt, lees je in 'Een lokaal netwerk uitbouwen' (p 35).

In de tweede plaats kan je te rade gaan bij je **koepelorganisatie**. Daar zijn mensen met het thema bezig of kennen ze andere experts. Je vindt contactgegevens achterin dit boek (p 42).





5. DE DOELGROEP BEPALEN

INHOUD

- ➔ Huidige publiek of verbreden?
- ➔ Waar is nood aan in de buurt?

HUIDIG PUBLIEK OF VERBREDEN?

Zoals je in 'Wat je zeker moet weten over armoede' al kon lezen, komt armoede meer voor dan je zou vermoeden. Ook binnen jouw werking. Check dus hoe jullie er nu voor staan voor je beslist extra kinderen te willen bereiken. Als je de interne stap overslaat en te snel uitbreidt, zullen de nieuwe kinderen die je bereikt toch weer snel afhaken. Hierbij is in de eerste plaats een goede houding van alle animatoren cruciaal.

Deze signalen geven aan dat je best eerst met je eigen publiek werkt:

- ➔ Er zijn vaak conflicten in de werking tussen kinderen onderling of tussen kinderen en leiding. De leiding weet vaak niet goed hoe hier mee om te gaan.
- ➔ Je hebt moeite om contact te leggen met bepaalde ouders.
- ➔ Je wordt vaak geconfronteerd met onbetaalde facturen of kinderen die thuisblijven als er een (extra betalende) uitstap is.
- ➔ ...

WAAR IS NOOD AAN IN DE BUURT?

Trap niet in de val van enkel je bestaande aanbod te willen 'verkopen'. Durf je aanbod in vraag te stellen als het niet aansluit bij de noden van kinderen en jongeren in de buurt. Informeer bij welzijnswerkers uit de buurt. Zij kunnen je meer vertellen. Misschien zijn de kinderen meer gebaat bij een aantal spelnamiddagen op het openbare speelterreintje. Misschien zijn heel veel tieners op zoek naar een toffe plek om samen te komen.

- ➔ Bewust bepalen van de doelgroep en hun noden in kaart brengen, is noodzakelijk om de juiste acties hieraan te koppelen.

6. LAAT HET THEMA LEVEN IN EEN POSITIEF KLIMAAT



INHOUD

- ➔ Maak 1 persoon verantwoordelijk.
- ➔ Geef het thema een plaats tijdens formele momenten.
- ➔ Geef het thema aandacht tijdens informele momenten.

MAAK 1 PERSOON VERANTWOORDELIJK

Duid iemand aan die de ambassadeur wil zijn van dit thema. Zijn of haar taak is om te zorgen dat het thema niet vergeten raakt. De verantwoordelijke plaatst het op de agenda van vergaderingen en babbelt erover op allerlei momenten.

Door iemand expliciet verantwoordelijk te maken, vermijd je dat iedereen naar elkaar blijft kijken. Let wel: deze persoon is niet plots verantwoordelijk voor alle acties rond armoede. Het is louter degene die anderen aanzet om ook verantwoordelijkheid op te nemen en mee te doen.

GEEF HET THEMA EEN PLAATS TIJDENS FORMELE MOMENTEN

Laat het thema armoede terugkomen in evaluatievergaderingen, jaarlijkse vormingsmomenten, op leidingweekend ... Breng het ook aan bod tijdens overlegmomenten met andere organisaties, zoals de jeugdraad.

GEEF HET THEMA AANDACHT TIJDENS INFORMELE MOMENTEN

Tracht ook tussendoor het thema levendig te houden. Een babbeltje hier, een ideetje daar, het delen van een succesverhaal met de groep ... Dit alles maakt het thema voor iedereen bespreekbaar. Zo wordt het de normaalste zaak van de wereld om hier aandacht voor te hebben.

HOOFDGERECHTEN

- Kinderen en jongeren in armoede, praktische tips en voorbeelden.

1. SIGNALEN DIE OP ARMOEDE KUNNEN WIJZEN

INHOUD

- ➔ Oog hebben voor zichtbare signalen.
- ➔ Onzichtbare signalen.
- ➔ Beslissen of actie nodig is.



OOG HEBBEN VOOR ZICHTBARE SIGNALEN

Hoe kom je te weten of iemand in armoede leeft? Zijn dit kinderen met een onverzorgd voorkomen of die nooit hun boterhammen bij hebben? Zeker en vast niet, het is vaak niet goed zichtbaar als iemand in armoede leeft. Er zijn wel signalen die kunnen wijzen op armoede (maar niet elk kind dat geen boterhammen meeheeft, leeft in armoede). Zo doet het misschien een belletje rinkelen als iemand nooit meegaat op uitstap of extra materiële zaken (zoals een zwembroek) nooit meebrengt.

ONZICHTBARE SIGNALEN

Veel aspecten van armoede zijn minder zichtbaar: zich persoonlijk en maatschappelijk onveilig en onzeker voelen, weinig veilige gehechtheid ervaren, gebrek aan zelfvertrouwen, schaamte, gevoel van uitgesloten te zijn...

BESLISSEN OF ACTIE NODIG IS

Bij het opmerken van armoedesignalen moet je enerzijds oog hebben voor de prijs van je werking en anderzijds voor de niet-financiële kant van armoede. Zo kan een goede houding wonderen doen. Hoe je beide aspecten aanpakt, lees je verder in dit deel.

2. HET ACTIVITEITENAANBOD VAN JE WERKING

INHOUD

- ➔ Rekening houden met ... én veranderen.
- ➔ Inspelen op interesses en noden.
- ➔ Geef vrijheid.

REKENING HOUDEN MET ... ÉN VERANDEREN

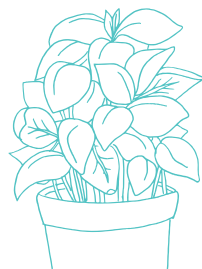
Je kan op vele vlakken aandacht besteden aan kinderen en jongeren in armoede. Niet alleen door rekening te houden met hen, maar ook door zaken te veranderen of er met een andere bril naar te kijken.

INSPELEN OP INTERESSES EN NODEN

Probeer te weten waar de interesses liggen van de kinderen en jongeren en speel daar op in. Hoor je hen geregeld praten over 'Ninja', doe daar dan eens een activiteit rond. Geeft een aantal kinderen aan moe te zijn door te weinig slaap, bouw dan rustige momenten in tijdens de activiteiten. Belangrijk is dus dat je als animator je kinderen en jongeren leert kennen en inspeelt op hun leefwereld. Ga daarbij niet uit van de leerwereld en achtergrond die jij kent. Luister naar de ideeën van alle kinderen en jongeren uit je groep.

GEEF VRIJHEID

Laat voldoende vrijheid binnen je activiteit. Moet iedereen altijd deelnemen of hebben kinderen de vrijheid om iets anders te kiezen? Een kind dat een activiteit minder ziet zitten, kan ook een andere rol opnemen binnen het spel. Bijvoorbeeld scheidsrechter zijn samen met een animator tijdens het voetballen.



3. KINDEREN, JONGEREN EN OUDERS EEN GOED GEVOEL GEVEN

INHOUD

- ➔ Ouders betrekken.
- ➔ Huisbezoeken.
- ➔ Tijd maken om elkaar te leren kennen.
- ➔ Kansen geven.

OUDERS BETREKKEN

Naast kinderen en jongeren zijn ouders een cruciale partner. Zij moeten zich dan ook goed voelen bij de werking.

Voor ouders en kinderen die vertrouwd zijn met jeugdwerk is het evident wat jullie doen. Maar anderen hebben er veel vragen over. Zorg daarom voor een goed 'onthaal' en maak tijd vrij voor de kennismaking.

Organiseer bijvoorbeeld een beginnend en/of afsluitend 'instuifmoment' waar ook ouders welkom zijn. Dit is een moment zonder vastgelegde activiteit waarbij je met kinderen, jongeren en hun ouders in interactie kan gaan.

HUISBEZOEKEN

Huisbezoeken zijn een andere manier om elkaar te leren kennen.

TIPS

- ◆ Ga **niet enkel om problemen te bespreken** op huisbezoek.
- ◆ Met een huisbezoek zet je de eerste stap naar ouders toe en toon je interesse. Maar **forceer ouders niet** als ze het niet zien zitten.
- ◆ **Wees jezelf** als je op huisbezoek gaat en probeer, vanuit de zaken die je ziet, een aantal positieve dingen aan te halen. Iets in huis dat je aandacht trekt, speelgoed waar het kind mee aan spelen is dat je herkent ...
- ◆ Denk op voorhand na **welke informatie** je wil meegeven en wat je graag te weten wil komen.
- ◆ Wil je een probleem bespreken, **vraag dan raad aan ouders**. Wat doen zij in die bepaalde situatie? Zij kennen hun kind vaak het best.

TIJD MAKEN OM ELKAAR TE LEREN KENNEN

Elkaar beter leren kennen, neemt tijd in beslag, het is écht nodig dat je ouders betreft, dus:

- ➔ Deel niet enkel mee welke activiteit er zal plaatsvinden of welke veranderingen er zijn in de werking. **Vraag de ouders hun mening.** Welke veranderingen zouden zij doorvoeren?
- ➔ Doe dit niet enkel via een georganiseerd 'oudercomité', maar bevraag **ook de mensen die je niet zo vaak ziet.**
- ➔ Laat één iemand van de ploeg de rol van **contactpersoon en aanspreekpunt** vervullen. Dit is best iemand met kennis over het thema armoede en een empathische persoonlijkheid. Zorg daarbij voor standvastigheid en continuïteit. In het jeugdwerk is het onvermijdelijk dat de leidingsploeg af en toe wisselt, maar zorg dan voor een goede overgang. Laat de 'oude' contactpersoon zijn of haar opvolger voorstellen aan de ouders.

KANSEN GEVEN

Mensen in armoede leven noodgedwongen van dag tot dag. Lang op voorhand plannen is vaak geen optie. Door vroeger reservaties vallen zij uit de boot. Daarom kan je volgende dingen doen:

- ➔ Geef ouders de mogelijkheid om hun kinderen in te schrijven tot kort voor de activiteit.
- ➔ Is het wel nodig om op voorhand in te schrijven? Zo ja, kan je nog steeds een aantal plaatsen reserveren voor mensen aan kansentarif.

Komt er een moeilijke situatie voor, is er een incident? Wees dan ook kritisch voor de eigen werking. Heeft jullie aanpak, manier van handelen ook invloed gehad op de situatie? Leg de bal niet alleen in het kamp van het kind dat iets mispeuterde of een ouder die anders reageert dan verwacht.



4. COMMUNICATIE BINNEN DE WERKING

INHOUD

- ➔ Mondelinge en schriftelijke communicatie.
- ➔ Kinderen die lange tijd niet meer naar de werking zijn gekomen.

MONDELINGEN EN SCHRIFTELIJKE COMMUNICATIE

Communiceer niet enkel schriftelijk maar geef ook mondelinge uitleg. Zowel aan de ouders als aan de kinderen en jongeren. Kies er voor om geregeld een brief mee te geven in plaats van 1 brief met alle info voor een volledig jaar.

Hou schriftelijke communicatie beknopt en duidelijk. Visualiseer waar mogelijk met picto's, foto's en plannetjes.

Probeer ook steeds de brief persoonlijk af te geven, zo kan je uitleggen wat er precies in staat.

KINDEREN DIE LANGE TIJD NIET MEER NAAR DE WERKING ZIJN GEKOMEN

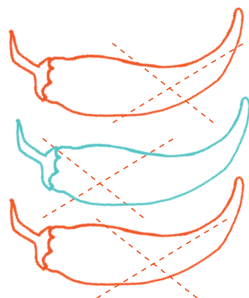
Merk je dat bepaalde kinderen niet meer komen, probeer hen dan eens te contacteren en laat weten dat ze steeds opnieuw welkom zijn. Blijf communiceren. Ga er niet van uit dat iets na een tijdje vanzelfsprekend is geworden.

5. KAN DE PRIJS NAAR OMLAAG?



INHOUD

- ➔ Uitstappen.
- ➔ Onzichtbare kosten.
- ➔ Vervoer regelen.
- ➔ Zakgeld.
- ➔ Laat gratis proeven.
- ➔ Kritische kijk.



UITSTAPPEN

Maak uitstappen zo goedkoop mogelijk. Iemand in armoede de keuze geven tussen een gratis activiteit en een betalende activiteit, is eigenlijk geen keuze geven. Zo sluit je onbedoeld kinderen en jongeren uit.

ONZICHTBARE KOSTEN

Ook de minder zichtbare kosten zijn voor mensen in armoede vaak een extra drempel om al dan niet mee te doen aan een activiteit. Denk aan aangepaste schoenen, een bepaald uniform, kosten voor openbaar vervoer, zwemkledij in een rugzak, versnapering na het zwemmen ...

Je kan verborgen kosten vermijden of opvangen met een uitleendienst, door tweedehands materiaal aan te bieden, kleding niet verplicht te maken. Als er toch extra kosten zijn, is het belangrijk deze op voorhand te vermelden.

VERVOER REGELEN

's Avonds en in het weekend is er minder openbaar vervoer. Organiseer daarom carpooling met de leden van de werking.

Vermeld het carpoolen ook in het infoboekje of de uitnodiging van de activiteit. De persoon die rijdt kan eventueel een bijdrage vragen, maar spreek deze zaken goed af op voorhand.

ZAKGELD

Over extra zakgeld bij uitstappen maak je best duidelijke afspraken en leg je eventueel beperkingen op.

LAAT GRATIS PROEVEN

Geef de kans eens te proberen of te proeven van het aanbod, zonder meteen inschrijvingsgeld te vragen.

KRITISCHE KIJK

Kijk kritisch naar het kostenplaatje van je organisatie. Is het echt nodig om drie dure uitstapen na elkaar te plannen of te eisen dat iedereen het volledige uniform draagt? Om aandacht te hebben voor al deze zaken kan je een 'werkgroep kostenbeheersing' opzetten. Deze werkgroep bewaakt het thema, bekijkt op jaarbasis de kosten voor ouders en voor de organisatie en gaat eventueel op zoek naar alternatieven voor duurdere activiteiten.



6. BETALEN BINNEN DE WERKING

INHOUD

- ➔ Verschillende betaalmogelijkheden.
- ➔ Kortingen.
- ➔ Kostenoverzicht.
- ➔ Solidariteit.
- ➔ Niet verplichten.



VERSCHILLENDE BETAALMOGELIJKHEDEN

Zorg voor verschillende manieren van betaling. Geef de mogelijkheid om het inschrijvingsgeld zowel cash als op factuur te betalen.

Houd er rekening mee dat ouders in het begin en op het einde van het schooljaar al veel facturen voorgeschoteld krijgen. Als het bedrag kan worden opgesplitst in kleinere bedragen, is het vaak haalbaarder om te betalen.

KORTINGEN

Zorg dat je de verschillende kortingsmogelijkheden kent en ouders daarvan op de hoogte kan brengen. Meer info over allerlei kortingen kan je terugvinden onder 'Financiële steun en kortingen' (p 40).

Zorg voor discretie bij het inschrijven. Werken jullie met een kortingsysteem, dan moet de persoon die de inschrijvingen doet goed weten waarover het gaat. Niemand behalve de betrokkene moet weten dat iemand korting krijgt.

KOSTENOVERZICHT

Maak een lijst op van te verwachten kosten en communiceer die tijdig naar ouders. Maak een onderscheid tussen verplichte en niet-verplichte kosten. Zorg ervoor dat de lijst duidelijk en helder is.

SOLIDARITEIT

Het team kan een solidariteitskas oprichten. Dit geld kan dan worden gebruikt voor gezinnen die er niet in slagen of slechts gedeeltelijk in slagen het inschrijvingsgeld of andere kosten te betalen.

NIET VERPLICHTEN

Bloemen-, snoep-, kaarten-, pannenkoekenverkoop ... maak zulke financiële acties niet verplicht. Leg de last van fondsenwerving ook niet enkel bij de leden. Je kan bijvoorbeeld een activiteit organiseren waar de ouders en kinderen samen auto's wassen om de kas te spijzen.



BIJVOORBEELD BAZART

Bazart is een kunstjeugdbeweging. Lid worden kost veertig euro per jaar, uitstappen inbegrepen. Enkel het weekend en het kamp zijn nog apart te betalen. Geïnteresseerde deelnemers kunnen eerst een keertje komen proberen voor zij moeten betalen.

Voor wie veertig euro nog veel geld is, is er een inclusiefonds. Sommige ouders betalen meer dan veertig euro. De overschot van het geld gaat in een fonds waarmee het inschrijvingsgeld wordt bijgepast van mensen die het niet kunnen betalen. Dit gebeurt in samenspraak. Op flyers staat steeds vermeld dat er korting mogelijk is en dat je in schijven kan betalen.



7. RESPECTVOL WIJZEN OP KORTINGSMOGELIJKHEDEN

INHOUD

- ➔ Informeer iedereen.
- ➔ Bezorg een overzicht en houd contact.



INFORMEER IEDEREEN

Het bekendmaken van de mogelijke kortingsmogelijkheden hoef je niet enkel te doen naar ouders toe waarvan jullie vermoeden dat ze in armoede leven. Let er op dat de informatie bij iedereen terecht komt.

Vermeld op elke communicatie dat er een kortingtarief is, voor wie dit geldt en hoeveel het te betalen bedrag bedraagt.

BEZORG EEN OVERZICHT EN HOUD CONTACT

Maak een overzicht van de mogelijke kortingsmogelijkheden (zie 'Financiële steun en kortingen' p 40) en geef dit op regelmatige tijdstippen mee met de kinderen.

Communiceer dit niet alleen schriftelijk, maar ook mondeling. Bijvoorbeeld tijdens het onthaalmoment, bij de inschrijving of bij een huisbezoek.

Vraag na jouw uitleg of alles duidelijk is, of er nog vragen zijn en of jullie organisatie nog iets extra kan doen. Geef aan dat mensen steeds welkom zijn met bijkomende vragen. Een vaste contactpersoon kan een belangrijke rol spelen in ondersteuning.

8. HULPVERLENER OF JEUGDWERKER?

INHOUD

- ➔ Zware verhalen.
- ➔ Discretieplicht en informatie delen.
- ➔ Hulp invoepen.

ZWARE VERHALEN

Soms komen kinderen naar je werking met 'zware verhalen'. Soms zijn die gelinkt aan armoede, maar niet altijd. Als jeugdwerker is het niet evident om daar direct en alleen op te reageren. Wat wordt wel en niet van je verwacht? Bij wie kun je terecht?

Als jeugdwerker ben je geen hulpverlener en dat wordt ook niet van je verwacht. Wel kan je oog en oor hebben voor de verhalen en leefsituaties van kinderen van jongeren.

Belangrijk is om in het achterhoofd te houden dat je niet alle problemen kan oplossen waarover je kinderen, jongeren en ouders hoort praten. Maar wat je wél kan, is kinderen en jongeren een fijne vrije tijd bezorgen ...

DISCRETIEPLICHT EN INFORMATIE DELEN

Als jeugdwerker heb je geen beroepsgeheim maar wel een discretieplicht. Dat wil zeggen dat je enkel vertrouwelijke informatie mag delen over kinderen en jongeren als je daarvoor hun expliciete toestemming krijgt.

Er zijn wel uitzonderingssituaties. Jeugdwerkers mogen vertrouwelijke informatie delen met derden:

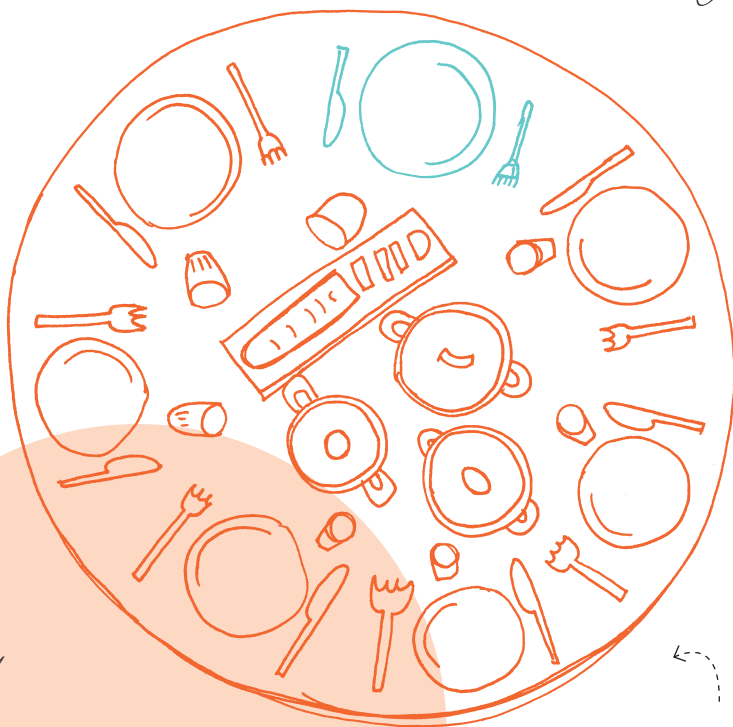
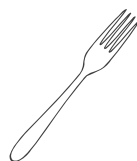
- ➔ als de (lichamelijke, psychosociale en/of seksuele) integriteit van kinderen en jongeren op het spel staat,
- ➔ als er schade wordt toegebracht aan de jeugdwerker en/of de werking,
- ➔ als er een bevel is van de onderzoeksrechter,
- ➔ bij gewetensnood.

Lees meer: vlaamsejeugdraad.be/nieuws/standpunt-deontologie-het-jeugdwerk-onder-druk

HULP INROEPEN

Weet dat je er niet alleen voor staat als het je petje te boven gaat. Je kan steeds terecht bij de verantwoordelijke van de werking of eventueel je koepelorganisatie. Daarnaast zijn er gespecialiseerde instanties waar je kan aankloppen:

- ➔ Jongeren advies centrum (JAC) helpt jongeren met al hun vragen en problemen (www.jac.be).
- ➔ Vertrouwenscentrum kindermishandeling is een aanspreekpunt voor alle mogelijke situaties van geweld op kinderen. www.kindermishandeling.be
- ➔ De zelfmoordlijn op het nummer 1813 of www.zelfmoord1813.be
- ➔ Tele onthaal op het nummer 106.



Even rond tafel zitten

9. OPEN HOUDING BINNEN HET JEUGDWERK



Belangrijke voorwaarden om een open en beschikbare houding te hebben als groep zijn warmte, waarden en waarheid.

INHOUD

- ➔ Warmte.
- ➔ Waarden.
- ➔ Waarheid.

WARMTE

Je straalt als werking warmte uit als kinderen en jongeren voelen dat ze welkom zijn. Je trekt vanuit het positieve van de kinderen en geeft ze de verantwoordelijkheid die ze kunnen dragen. Schouderklopjes en een troostende knuffel zijn hier zeker op hun plaats. Je toont een oprechte interesse in elk kind.

WAARDEN

Enerzijds zijn er de basiswaarden van de werking, zoals respect voor iedereen. Anderzijds heeft iedereen zijn persoonlijke waarden en normen. Die worden onder meer gevormd door de context waarin je bent opgegroeid. Besef dat jouw waarden waarschijnlijk afwijken van die van andere vrijwilligers, kinderen of jongeren in de werking. Communiceer en discussieer hierover met de animatorploeg zonder je superieur op te stellen.

WAARHEID

Zorg voor een duidelijk en eenvoudig reglement waarnaar je kan verwijzen.

Leg steeds uit waarom iets wel of niet mag.

Open en eerlijk communiceren met kinderen en jongeren is belangrijk in een vertrouwensrelatie. Maak bijvoorbeeld geen beloftes dat je niet kan nakomen.



BIJGERECHTEN

- om kinderen en jongeren
in armoede te bereiken

1. JE AANBOD BEKEND MAKEN

INHOUD

- ➔ Straal openheid uit.
- ➔ Geef mogelijkheid om van het aanbod te proeven.
- ➔ Zoek brugfiguren.

STRAAL OPENHEID UIT

Onbekend is onbemind. Dus maak werk van jullie bekendheid. Je hoeft er geen duur marketingbureau voor in te huren. Laat wat jeugdwerkcreativiteit bruisen en zoek naar manieren om je werking in de kijker te plaatsen. Verlaat bijvoorbeeld het vaste terrein en trek eens de wijk in om je activiteit te doen. Zo krijg je wat zichtbaarheid. Mensen zien dan hoe het er bij jullie aan toe gaat.

GEEF MOGELIJKHEID OM VAN HET AANBOD TE PROEVEN

Geef de mogelijkheid om eens te proberen, zonder vast engagement. Organiseer een opendeurdag, gratis meespeeldag of breng-een-vriendje-mee-dag. Toon op zo'n momenten de werking zoals ze altijd is en maak er geen speciaal evenement met veel extraatjes van.

Als je met lidmaatschap werkt, kan je er ook een regel van maken dat je pas vanaf de derde deelname lid moet worden.

ZOEK BRUGFIGUREN

Mensen in armoede zullen meer openstaan om kennis te maken als jullie werking hen wordt voorgesteld door een vertrouwd persoon. Leg daarom contacten met mogelijke brugfiguren. Die vind je bij een vereniging waar armen het woord nemen of andere welzijnsorganisaties.



2. WAAR EN WIE **PROMO** LATEN MAKEN VOOR JE WERKING?

INHOUD

- ➔ Ga op zoek naar de plaatsen waar kinderen en jongeren zijn.
- ➔ Stem je promo af op je locatie.
- ➔ Vraag aan ouders om mond-aan-mondreclame te maken.

GA OP ZOEK NAAR DE PLAATSEN WAAR KINDEREN EN JONGEREN ZIJN.

Veel werkingen maken promo voor de werking op scholen en bij kinderen/jongeren thuis. Dit is logisch omdat het de voornaamste plaatsen zijn waar je kinderen en jongeren vindt. Richt hierbij je promo zowel op de kinderen/jongeren als op hun ouders. Daarnaast is het interessant om ook in te zetten op andere plaatsen waar je potentiële leden kan treffen. Je kan bijvoorbeeld aanwezig en zichtbaar zijn op plaatselijke evenementen (verzorg er eens de kinderanimatorie) of eens op bezoek gaan in het plaatselijke jeugdhuis.

STEM DE PROMO AF OP DE LOCATIE

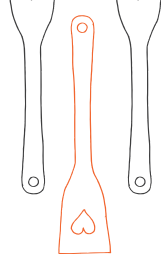
Je werking deur aan deur uitleggen, is tijdrovend, maar ook productief en teambuildend. Je kan dit laten voorafgaan of combineren met een schoolbezoek waar je tijdens de speeltijd speelt. Sommige scholen organiseren ook een vrijetijdsbeurs, waar je je werking kan voorstellen. Ook het oudercomité van een school is een optie. Denk per locatie of initiatief ook zeker na over welke info je wil meegeven en op welke manier. Zo zal je ouders bijvoorbeeld anders benaderen dan de kinderen of jongeren zelf.

VRAAG AAN OUDERS OM MOND-AAN-MONDRECLAME TE MAKEN

Je kan aan ouders van de kinderen of jongeren in de werking vragen om mee reclame te maken. Niet per se door flyers uit te delen of affiches op te hangen, maar gewoon door de werking te vermelden bij bevriende ouders.



3. WELKE INFORMATIE MEEGEVEN?



INHOUD

- ➔ Gebruik eenvoudige taal.
- ➔ Geef duidelijke en volledige informatie.
- ➔ Let op met veronderstelde voorkennis.

GEBRUIK EENVOUDIGE TAAL

Maak je promotie via een brochure, affiche, website of een ander geschreven kanaal, zorg dan dat je boodschap begrijpbaar is voor iedereen. Op www.klaretaalrendeert.be vind je tips en voorbeelden van duidelijke taal.

Ondersteun je boodschap ook visueel met foto's of pictogrammen. Op www.pictoselector.eu vind je een app die je helpt om de juiste beelden bij je boodschap te vinden.

GEEF DUIDELIJKE EN VOLLEDIGE INFORMATIE

Maak de informatie die je meegeeft zo volledig mogelijk. Geef info over kortingsmogelijkheden en maak een overzicht van te verwachten kosten.

LET OP MET VERONDERSTELDE VOORKENNIS

Ga er niet van uit dat iedereen dezelfde voorkennis heeft. Vermijd daarom vakjargon en afkortingen. Laat je promo nog eens nalezen door iemand die niet vertrouwd is met jullie werking.



4. EEN LOKAAL NETWERK UITBOUWEN

INHOUD

- ➔ Zoek mogelijke partners.
- ➔ Zoek de geschikte contactpersoon.
- ➔ Welke concrete stappen zetten jullie samen?

ZOEK MOGELIJKE PARTNERS

Welzijnsorganisaties kunnen interessante partners zijn. Denk aan verenigingen waar armen het woord nemen, ontmoetingshuizen, welzijnsschakels, jeugdwelzijnswerk, bijzondere jeugdzorg ... Zij kunnen jullie aanbod bekend maken bij ouders en de doelgroep, tips geven en begeleiding bieden.

Zij vervullen dikwijls een brugfunctie door het vertrouwen dat hun cliënten in hen stellen uit te breiden naar jullie werking. En je kan zelfs samen activiteiten organiseren.

Op www.desocialekaart.be kom je te weten welke organisaties in jullie buurt actief zijn. Geef een adres in bij 'uitgebreid zoeken' en selecteer bepaalde categorieën in de inhoudstafel, bijvoorbeeld 'Erkende Verenigingen waar armen het woord nemen'.

CONTACT OPNEMEN

Zet in een brief of in een mail duidelijk op een rij:

- ➔ wie jullie zijn,
- ➔ wat jullie doen,
- ➔ waarom je wil samenwerken,
- ➔ wat je precies verwacht van de organisatie,
- ➔ welke tijdsinvestering dit ongeveer met zich meebrengt,
- ➔ wat de meerwaarde is van de samenwerking voor de organisatie.

Vermijd vakjargon en vooronderstellingen. Ga er niet automatisch van uit dat andere mensen jullie werking kennen. Creëer ook het nodige vertrouwen door te vertellen wat je al gedaan hebt.

Reageert de mogelijke partner positief op jullie mailtje, dan is het tijd voor de volgende stap: elkaar ontmoeten en zien wat jullie voor elkaar kunnen betekenen.

ZOEK DE GESCHIKTE CONTACTPERSOON

Het is van cruciaal belang dat je de juiste persoon te pakken krijgt. Té algemene informatie die je té breed en onpersoonlijk verspreidt, gaat verloren. Mik met concrete informatie op de juiste persoon om die te winnen voor het idee van samenwerking. Dit is best een persoon die binnen de organisatie werk kan maken van die samenwerking. Met een beetje geluk krijg je respons op je informatieverbreiding. Maak een afspraak voor een eerste kennismaking.

Hoe vind je de juiste mensen?

- ➔ Je leert mensen persoonlijk kennen via bestaande netwerken zoals een jeugdraad, een jeugdwelzijnsoverleg ...
- ➔ Je kan aan de telefoon kort toelichten wat je project is en expliciet vragen naar de juiste persoon.
- ➔ Als je al iemand hebt leren kennen, vraag dan naar andere mensen uit het netwerk van die persoon.

Het water is zelden te diep

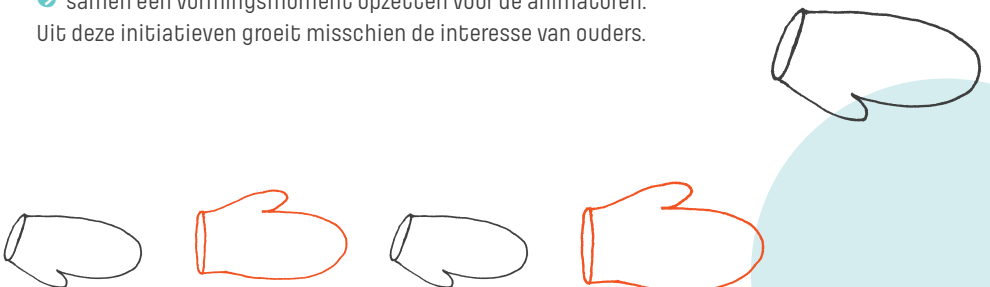
Hoe diep het water in het begin soms ook lijkt, je merkt reeds een positief effect na de eerste kennismaking. De persoon achter de mail of het telefoontje krijgt een gezicht, de betrokkenen leren elkaar beter kennen, het klikt tussen een aantal mensen... De eerste stap maakt de volgende contacten een heel stuk gemakkelijker. Het is opmerkelijk hoe uit kleine ontmoetingen duurzame samenwerkingsverbanden kunnen groeien.

WELKE CONCRETE STAPPEN ZETTEN JULLIE SAMEN?

Samenwerking kan vele vormen aannemen, denk aan:

- ➔ een bezoek aan de voorziening organiseren,
- ➔ extra voorstelling van je werking op een infoavond of opendeurdag. Je kan bijvoorbeeld spelen met kinderen op een activiteit van een oudervereniging, meehelpen op het lente-feest van het MPI ...
- ➔ een gemengde/gezamenlijke activiteit,
- ➔ samen een vormingsmoment opzetten voor de animatoren.

Uit deze initiatieven groeit misschien de interesse van ouders.



5. COMMUNICEREN MET EEN VOORZIENING

INHOUD

- ➔ Informeer de voorziening over jullie werking.
- ➔ Maak goede praktische afspraken en wissel contactgegevens uit.

INFORMEER DE VOORZIENING OVER JULLIE WERKING

In residentiële voorzieningen verblijven kinderen en jongeren die er geplaatst zijn omdat ze opgroeien in verontrustende of problematische leefsituaties. In minder dan 10 procent van de begeleidingen gaat het over jongeren die een feit hebben gepleegd dat als misdrijf wordt omschreven. Daarnaast vind je er ook niet-begeleide minderjarige vluchtelingen. Voor al deze kinderen en jongeren kan een vrijetijdsinitiatief buiten de voorziening heel waardevol zijn. Een eerste logische stap is alweer om je werking voor te stellen.

MAAK GOEDE PRAKTISCHE AFSPRAKEN EN WISSEL CONTACTGEGEVENS UIT

Willen kinderen of jongeren deelnemen aan jullie werking, maak dan goede afspraken met de voorziening. Bijvoorbeeld over kledij, zakgeld, vervoer ... Zorg dat je de rechtstreekse contactgegevens hebt van de leefgroep en/of de individueel begeleider. Deze begeleider zal ook informatie kunnen geven over eventuele aandachtspunten in de begeleiding van de jongere. Zorg ervoor dat de voorziening ook weet bij wie ze terecht kunnen.

6. BEREIKBAARHEID VERBETEREN

INHOUD

- ➔ Informeer over openbaar vervoer.
- ➔ Organiseer gezamenlijk transport.
- ➔ Zorg dat je gemakkelijk gevonden wordt.

Meestal ligt je werking vast op een bepaalde locatie. Is deze niet zo vlot bereikbaar en is verhuizen geen optie? Dan kan je met deze tips je bereikbaarheid verhogen.

INFORMEER OVER OPENBAAR VERVOER

Vermeld in al je informatiedragers de meest nabij gelegen bushalte of treinstation. Zet een kaartje op je website met een wegbeschrijving en de busroutes. Komt enkel de belbus langs in jouw buurt? Informeer mensen dan over hoe ze er gebruik van kunnen maken (verschilt van provincie tot provincie – zie www.delijn.be/nl/belbus).

ORGANISEER GEZAMENLIJK TRANSPORT

Je kan met je werking ook gezamenlijk transport organiseren. Verre verplaatsing? Mobiliseer ouders om te carpoolen. Of organiseer voor dichterbij een fietspoolsysteem. Fietzers spreken af op verschillende punten op bepaalde tijdstippen. Begeleiders passeren er met de fiets en pikken iedereen mee op, tot aan de werking.

ZORG DAT JULLIE GEMAKKELIJK GEVONDEN WORDEN

Zorg ervoor dat je ingang herkenbaar is. Hang een bord of vlag aan jullie voordeur, poort, terreiningang ... Hang in de buurt pijltjes op die naar jullie werking leiden.

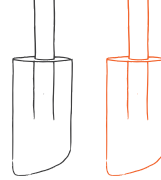


DESSERTS



- goed om weten

1. FINANCIËLE STEUN EN KORTINGEN



Zowel voor organisaties als voor ouders zijn er verscheidene manieren om financiële steun of korting te krijgen. Hieronder worden ze opgelijst. Deze lijst kan nog worden aangevuld met lokale mogelijkheden en tijdelijke subsidies.

Steunpunt vakantieparticipatie - www.vakantieparticipatie.be

Steunpunt Vakantieparticipatie richt zich op personen en gezinnen in armoede die door allerlei drempels niet van een vakantie kunnen genieten.

Projectsubsidies van gemeente of stad

Vraag bij je gemeente of stad naar mogelijke kortingen en subsidies. Sommige steden hanteren een puntensysteem. Je krijgt meer punten (en dus meer subsidies) naargelang je kwetsbare kinderen en jongeren bereikt.

Jint - www.jint.be

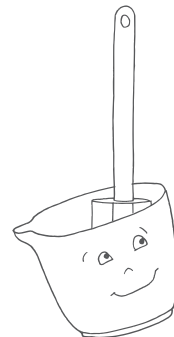
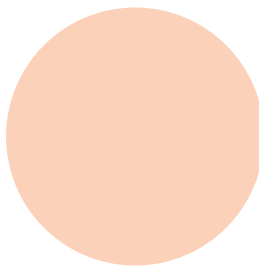
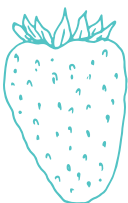
Bij Jint krijg je de mogelijkheid om uitwisselingen en vormingscursussen te volgen in binnen- en buitenland. Dit kan gaan over werken met maatschappelijk kwetsbare kinderen en jongeren.

Koning Boudewijnstichting - www.kbs-frb.be

De opdracht van de Koning Boudewijnstichting is 'werken aan een beter samenleving'. De stichting doet dit door organisaties te versterken, te subsidiëren en door kennis te delen. Op de site kan je volgen welke projectoproepen er momenteel zijn.

Koepel

Sommige koepelorganisaties hebben een solidariteitskas waar jullie misschien gebruik van kunnen maken.



Rap op stap-kantoor - www.rapopstap.be

Een Rap op stap-kantoor is een laagdrempelig reiskantoor voor mensen met een beperkt budget. Je kan er vakanties, daguitstappen en sport- en cultuuractiviteiten boeken. Bovendien helpen de medewerkers met praktische zaken zoals samenstellen van een budget en zoeken naar geschikt vervoer. Ouders kunnen naar zo'n kantoor stappen maar ook groepen die goedkope plaatsen zoeken voor bepaalde leden.

Uitpas of vrijetijdspas

Dit is een kortingsstelsel van de lokale overheid, het kan dan ook verschillen van gemeente tot gemeente. Informeer eens bij de jeugd- of vrijetijdsdienst.

Alle gebruikers worden gestimuleerd om punten te verzamelen, maar voor mensen in armoede heeft de pas extra voordelen.

Mutualiteit

Mutualiteiten betalen veelal een deel van het inschrijvingsgeld terug van een kamp, sport- of vrijetijdsactiviteiten. Meestal moet je daarvoor een formulier invullen en heb je een stempel nodig van de jeugd-, sport- of vrijetijdsorganisatie.

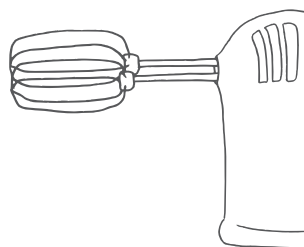
OCMW

Gezinnen aangesloten bij het OCMW kunnen vaak gebruik maken van kortingstarieven. Dit is afhankelijk van de woonplaats.

Merk je dat ouders niet zijn aangesloten bij het OCMW, bezorg hen dan de contactgegevens van het OCMW of sociaal huis in jullie buurt.

Fiscale aftrekbaarheid

Voor kinderen onder de 12 jaar is een deel van de kosten fiscaal aftrekbaar. Onder meer kampen, weekends, speelpleinwerkingen worden fiscaal in rekening gebracht. Lidgeld voor een jeugdbeweging of sportvereniging kan dan weer niet worden ingebracht. Iedereen heeft de mogelijkheid om dit te doen, niet enkel gezinnen die in armoede leven. In het sociaal huis worden ouders geholpen met hun belastingaangifte.



2. ZIJN ER NOG VRAGEN?

We stellen een aantal organisaties voor bij wie je terecht kan voor meer info over omgaan met mensen in armoede. Het lijstje hieronder is zeker niet volledig. Heb je nog vragen, klop dan aan bij je koepelorganisatie. Weet die het antwoord zelf niet, dan zal ze je doorverwijzen.

Het JAC - www.jac.be

Een jongeren advies centrum.

Het netwerk tegen armoede - www.netwerktegenarmoede.be

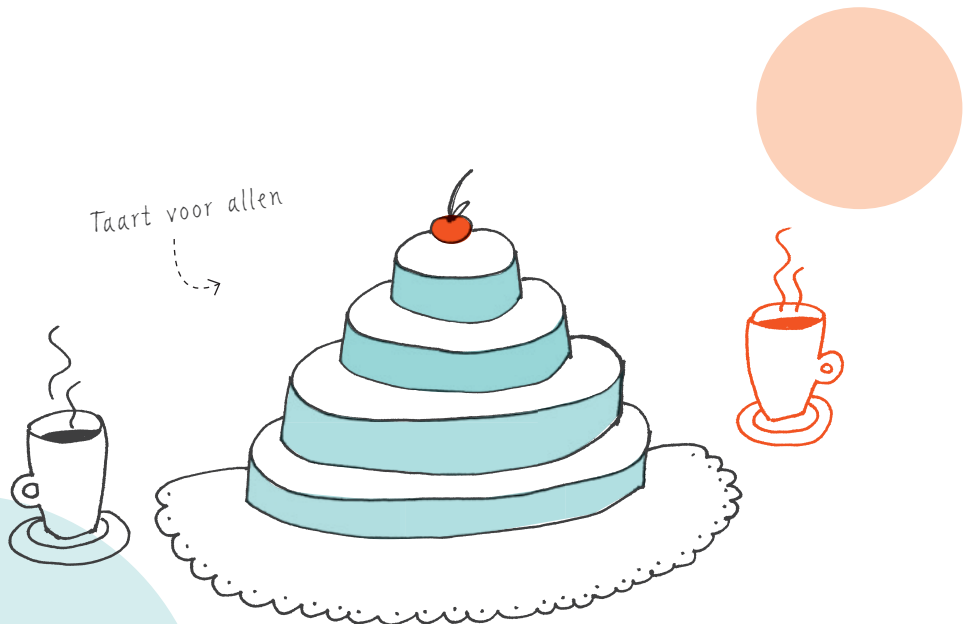
Het netwerk wordt gevormd door tal van lokale organisaties waar armen het woord nemen. Op de site vind je tools rond inzichten in armoede en kan je alle contactgegevens van de lokale verenigingen terugvinden. Neem een kijkje welke vereniging in jouw buurt actief is.

De link, TAO: www.delinkarmoede.be

Opleiding en tewerkstelling voor ervaringsdeskundigen in armoede en sociale uitsluiting.

Uit de marge (www.uitdemarge.be)

Een vlaams steunpunt voor werkingen maatschappelijk kwetsbare jeugd. Zij kunnen je zeker en vast verder helpen bij vragen.



GERAADPLEEGDE EN GECITEERDE BRONNEN

- ➔ Inclusief Speelpleinwerk, Handicap infomap, Vlaamse Dienst Speelpleinwerk, 2011
- ➔ Wij spelen mee! Speelplein met maatschappelijk kwetsbare kinderen, Uit de Marge vzw, 2011
- ➔ Anders wordt ons moeder zot, eindrapport project Blind Date, Vlaamse Dienst Speelpleinwerk, 2007.
- ➔ Vlaamse armoedemonitor, studiedienst Vlaamse regering, 2015
- ➔ Speelaanbod organiseren, handleiding voor speelpleinwerkers, Vlaamse Dienst Speelpleinwerk, 2012
- ➔ 23 drempels tot participatie, Cultuurnet, 2016
- ➔ Vrije tijd van jongeren in residentiële voorzieningen: persoonlijke ruimte of hulpverleningsruimte?; B. Schraepen, 2016
- ➔ Wij tellen mee! leren uit de werkingen met kinderen en jongeren in armoede, uit de marge, 2010
- ➔ Uit de marge van het jeugdbeleid, werken met maatschappelijk kwetsbare kinderen en jongeren, Filip Coussée en Carmen Mathijssen, 2011
- ➔ Verbindingen in de vrije tijd, netwerken tussen jeugdwerk en gezinnen in armoede, Lisa Schouppe, Kris De Visscher en Inge Van de Walle, 2014
- ➔ maak je sterk tegen armoede op school, Netwerk tegen armoede, 2012
- ➔ De boer op met vrije tijd, houvast voor vrijwilligers in armoedeorganisaties, Fonds vrijetijdsparticipatie, 2011
- ➔ Zijn huisbezoeken zinvol, klasse, 2016
- ➔ Herken jij signalen van armoede, klasse, 2015

Graag willen we vzw Bizon, Het Wijkcentrum de kring, de KLJ, de KSA en Uit de marge nog eens extra bedanken voor de interessante babbels en input.





WWW.JEUGDWERKVOORALLEN.BE

