

### 0. INTRO. OH NEE, VAKANTIE

*De zomervakantie, dat is voor kinderen en jongeren toch een zalige en zorgeloze tijd? Of dat hoort toch zo. Maar is dat ook de realiteit voor alle kinderen en jongeren? Dat wil Demos graag onderzoeken. Om ons onderzoek op te starten en richting te geven, lanceerden we in november 2013 een **oproep** naar organisaties die betrokken zijn op de vakantieparticipatie van kinderen en jongeren wiens vakantie er misschien anders (minder rooskleurig?) uitziet dan het doorsnee plaatje. Omdat ze een handicap hebben of omdat ze opgroeien in armoede en sociale uitsluiting of met een migratieachtergrond,... Meer dan 100 organisaties reageerden op deze oproep. Daarnaast ging Demos **op bezoek** bij een zestal praktijken die vorm geven aan een laagdrempelig vakantie-aanbod zowel binnen een stedelijk initiatief als vanuit vrijwilligersorganisaties. Vanuit die praktijkbezoeken en vanuit een beknopte **literatuurstudie** hebben we een **rondetafelgesprek** opgezet over dit thema in december 2013. In dit dossier vindt u een overzicht van de zes praktijkbezoeken, een samenvatting van de literatuurstudie en een samenvatting van de rondetafelgesprekken.*

### 1. OP BEZOEK BIJ ZES PRAKTIJKEN

#### 1) Opvoedingswinkel Kinfo – Oostende

*Een gesprek met Keisha*

De opvoedingswinkel Kinfo is een onderdeel van het Centrum voor Kind- en Gezinsondersteuning (CKG) 't Kapoentje. Ouders kunnen al meerdere jaren terecht op deze plek met vragen en bezorgdheden rond de opvoeding van hun kind(eren). Alle ouders kunnen bij Kinfo terecht voor advies of informatie. Kinfo beschikt over een kleine bibliotheek met interessante boeken om uit te lenen.

De opvoedingswinkel neemt ook een rol op als doorverwijzer naar vrije tijd, voornamelijk vakantie-aanbod. In 2013 bouwde Kinfo een Rap op Stap kantoor uit, omdat de vragen naar vakantie-aanbod groot zijn net voor de start de zomer. “Gezinnen in kwetsbare situaties hebben vooral nood aan een daguitstap voor het gezin”, geeft Keisha van Kinfo aan. Het Rap op Stap kantoor komt hier aan tegemoet. Rap op Stap fungeert als bemiddelingsbureau, mensen met een beperkt inkomen kunnen een daguitstap, vakantie, sport- of culturaanbod boeken aan verminderd tarief. Het kantoor ondersteunt bij het zoeken naar een geschikt aanbod, zoeken naar vervoer en de organisatie.

Ouders kiezen zelf en dat is ook het uitgangspunt van Kinfo. Ze leggen ouders niks op en gaan niet zelf sturen. “We bevragen de ouder en spelen in op hun wensen”, licht Keisha toe, “we merken op dat de meeste kwetsbare gezinnen vooral op zoek zijn naar een opvangplek voor hun kinderen”. De zomervakantie duurt lang en bij Kinfo stellen ze vast dat voor gezinnen die kampen met complexe problemen, de dagdagelijkse opvang voor hun kinderen niet evident is. Om hun draaglast te verkleinen gaan ze op zoek naar alternatieven. De speelpleinwerking Duin en Zee is het populairste aanbod, het is goedkoop en elke weekdag open. De opvanguren zijn hetzelfde als op school en ouders hebben vertrouwen in de begeleiders. Er is een spelaanbod, maar daarnaast zijn er ook allerlei activiteiten. De begeleiders worden ondersteund en hebben ervaring met kinderen en jongeren die in maatschappelijk kwetsbare situaties vertoeven. De mond-

tot-mondreclame tussen ouders heeft hoofdzakelijk gezorgd voor deze positieve beeldvorming rond Duin en Zee.

Vakantiekampen voor kinderen zijn bij kwetsbare gezinnen minder populair. De drempel is te hoog. Er komt meer organisatie bij, de kinderen slapen niet thuis, het is duurder en ze kennen de organisatie niet. "Ook alleenstaande ouders in kluwengezinnen hebben het moeilijk om hun kinderen uit handen te geven", merkt Keisha op.

Kinfo heeft geen eigen vrijetijdsaanbod en gaat ook niet in overleg met aanbieders. De opvoedingswinkel organiseert wel ontmoetingsmomenten tussen ouders. Het zijn vooral moeders die deelnemen. Deze praatgroepen zijn zelfsturend. Ouders praten, luisteren en ondersteunen elkaar. Kinfo neemt een faciliterende rol op. De ouders organiseren zelf activiteiten om samen te doen, soms met en soms zonder kinderen.

Het zijn vooral moeders die bij Kinfo over de vloer komen. Vaders zijn ondervertegenwoordigd. Kinfo bereikt niet alleen ouders uit kwetsbare gezinnen, maar ook andere gezinnen. Dat is hoofdzakelijk te danken aan hun vestigingsplaats in het centrum van Oostende. Een buurtgerichte aanpak hanteert Kinfo (tot nog toe) niet, maar ouders vinden hun weg. Kinfo is gekend, dankzij de goede contacten met brugfiguren in het onderwijs en het feit dat de opvoedingswinkel zich naast het CKG bevindt. Het valt Keisha op dat vragen voor vakantie-aanbod voor kinderen boven de 14 jaar hen vaak niet bereiken. Keisha vermoedt dat het aanbod hier erg beperkt is.

## **2) Speelkoffers in Heist-op-den-Berg**

*Een gesprek met Sarah van de jeugddienst en Anne van Arktos vzw*

De speelkoffers in Heist-op-den-Berg hebben een voorganger: de speelbus. Beide initiatieven zijn opgezet door Arktos vzw, in goede samenwerking met de jeugddienst. Het verschil tussen de bus en de koffers is op diverse vlakken groot. De speelbus was een grote aanhangwagen met imposant spelmateriaal: go-carts, glijbaan met bruine zeep, springkussens, etc. De speelkoffers zijn een verzameling van klein spelmateriaal en beperkt in aantal. Het gaat eerder om dagelijks speelgoed dat je sneller terugvindt in de huiskamer zoals een bal, een hoepel, sjaaaltjes. De speelbus landde tijdens de vakantie voor een halve namiddag in de wijk en reisde op die manier alle wijken af. De speelkoffers vertoeven een week lang in de wijk, tijdens de schoolvakanties en in de herfst. In de zomervakantie komt de speelkoffer elke woensdagnamiddag een maand lang in de wijken. "De speelkoffers zijn langer en meer aanwezig en de contacten zijn intenser", pleit Anne. De monitoren spelen samen met alle kinderen van verschillende leeftijden. Vandaar de keuze om nu enkel nog in te zetten op de speelkoffers. De overweging om de speelbus af te schaffen is gedeeltelijk ook een financiële beslissing.

De speelkoffers komen niet in alle wijken. "De jeugddienst maakt een selectie van wijken waar de noden het grootst zijn en waar ze de meest maatschappelijk kwetsbare kinderen kunnen bereiken", legt Sarah uit. "Het idee van de speelkoffers is dat kinderen in de buurt samen spelen, elkaar leren kennen en een zinvolle dagbesteding hebben. Het moet vooral leuk zijn en afwisselend. Met de speelkoffer proberen we kinderen te verzelfstandigen, om zonder monitoren te spelen en het liefst met elkaar natuurlijk. We proberen met de speelkoffers kinderen uit hun huis te lokken, om in de buurt samen dingen te doen."

"De speelpleinwerking bevindt zich in het centrum en is vanuit de deelgemeenten niet gemakkelijk te bereiken, met de speelkoffers willen we kinderen tegemoet komen en een leuke vakantie bieden", legt Sarah uit. De bereikbaarheid is voor de kinderen groter, maar ook de beschikbaarheid en betaalbaarheid scoort goed: het is gratis, in de buurt, ze

mogen aansluiten en afhaken wanneer ze willen. Het is ongedwongen, de kinderen worden tot niks verplicht. Er gebeurt ook geen bewuste doorverwijzing naar ander jeugdaanbod of jeugdwerk.

Wat het initiatief van de speelkoffers echt bijzonder maakt, is dat het animatorenteam bestaat uit jongeren in een maatschappelijk kwetsbare situatie. Een begeleidingstraject vanuit Arktos biedt de jongeren de kans om vaardigheden aan te leren en op hun beurt spelkansen te bieden aan kinderen. Elke animator heeft een boekje met zijn eigen doelstellingen. Elke dag wordt dit besproken in groep. De instap is laag, de jongeren moeten niet beschikken over een animatorattest. “De speelkoffers bieden hen de kans om animator te zijn, hun vakanties een leuke en waardevolle invulling te geven, talenten te ontplooiën en een vrijwilligersvergoeding te ontvangen voor hun inspanningen”, vertelt Anne enthousiast. Jongeren vanuit het lokaal opvanginitiatief (LOI) vinden aansluiting bij het initiatief omdat het voor hen zeer bruikbaar is. Ze hebben een dagbesteding, krijgen de Nederlandse taal goed onder de knie en verdienen er een centje mee. Ook jongeren uit Heist in een maatschappelijk kwetsbare situatie vinden hun weg. Anne staat in voor de begeleiding van het animatorenteam en vindt de diversiteit van de kwetsbare jongeren die ze bereiken zeer waardevol. Het aantal jongens en meisjes is in evenwicht. In de toekomst wil Arktos en de jeugddienst werken naar een nog diversere groep. Een actieve werving van animatoren zet Arktos momenteel niet op, de jongeren vinden hun weg hoofdzakelijk via de speelkoffers in de wijk.

Jongeren krijgen vanaf 16 jaar de kans om speelkoffer-animator te zijn. De 13/14-jarigen in de wijken tonen nu al interesse om animator te worden. “Deze leeftijdsgroep valt een beetje uit de boot. Ze komen naar de speelkoffers, maar hangen eerder rond. Het spelen beperkt zich tot iets doen met een bal”, geeft Anne aan.

### **3) Brede School Brugse Poort – Gent**

*Een gesprek met Mary-Ann De Meijer*

De Brede School is een initiatief gestuurd vanuit de Pedagogische Begeleidingsdienst van de Stad Gent. De Brugse Poort was negen jaar geleden één van de eerste Brede Scholen in Gent. Geen ondoordachte keuze, want vanuit een stadsvernieuwingsproject kwam er in de cultureel diverse buurt een nieuwe dynamiek. Vanuit een buurtanalyse werd beslist om in te zetten op vrije tijd. Mary-Ann is sinds jaar en dag coördinator van de werking of liever ‘van het samenwerkingsverband’. Brede School is het samenwerkingsverband tussen scholen en organisaties in de buurt met de bedoeling de ontwikkelingskansen van kinderen te vergroten. De focus is zinvolle vrijetijdsbesteding en talentontwikkeling, een specifieke vraag vanuit de scholen. Mary-Anns opdracht was in een eerste fase het vrijetijdsaanbod verkennen, beter op elkaar afstemmen en de toeleiding van kinderen vergroten. Vanuit de Brede School zijn, samen met lokale partners, initiatieven opgezet zoals bijvoorbeeld ‘Boek op bezoek’ en het ‘Vertelfestival’ met de bibliotheek.

De toeleiding naar het aanbod gebeurt stapsgewijs. Bijvoorbeeld een karateclub komt les geven tijdens de schooluren, nadien wordt vijf weken lang een uurtje karate aangeboden na de schooluren, maar in de vertrouwde omgeving van de school. Nadien kunnen kinderen eventueel aansluiten bij de club. De doorstroom wordt niet geforceerd en het liefst ook wel omkaderd door brugfiguren of andere vertrouwenspersonen. De winst is sowieso groot bij dit initiatief. Kinderen krijgen kansen, leren een nieuwe sport kennen en breiden hun netwerk uit. De clubs leren een doelgroep kennen waar ze minder vertrouwd mee zijn en de kloof tussen kind en club is misschien kleiner geworden.

“Brede school Brugse Poort wil kinderen en jongeren meer kansen geven door hen te laten proeven van nieuwe dingen”, vertelt Mary Ann. “In de vakantie zie je veel kinderen op straat hangen, zich vervelen. De vakanties kunnen lang duren.”, merkt Mary-Ann op, “en daar wil de Brede School op inspelen”. Daarom kiest de Brede School er specifiek voor om ook een vakantie-aanbod uit te werken met de wijk.

Het vakantie-aanbod vertrekt vanuit de wijk: de aanwezige partners en wat zij doen, de aanwezige kinderen en wat zij willen, wat zij doen, hun leefwereld en vanuit mensen uit de buurt, wat willen en kunnen zij betekenen (bijvoorbeeld een kunstenaar). “We vertrekken niet alleen vanuit het aanbod, maar ook vanuit engagementen die mensen willen opnemen”, vertelt Mary-Ann enthousiast.

Brugfiguren zijn een belangrijke spilfiguur in de werking van de Brede School. Dit zijn personen tewerkgesteld in de scholen met een hoge concentratie GOK-leerlingen die enerzijds instaan voor de begeleiding van kwetsbare gezinnen en anderzijds voor de positieve wisselwerking tussen school en buurt. Hun ondersteuning focust minder op de schoolloopbaan van de kinderen, maar meer op hun sociale en individuele ontplooiing. Zij hebben goede contacten met ouders, zij maken zowel kinderen als ouders warm om deel uit te maken van de Brede School en zij zijn het aanspreekpunt voor Mary-Ann. Dankzij de brugfiguren bereikt de Brede School een groot deel van de kinderen uit de wijk.

De Brede School heeft in de Brugse Poort ook effect op de aanbieders in de wijk. “Een partner van het eerste uur, de Circusplaneet, heeft ondertussen binnen zijn werking de participatie van specifieke doelgroepen opgenomen en daar ben ik fier op”, zegt Mary-Ann trots. De Circusplaneet zet met Vlaamse projectmiddelen een werking op maat van de meest kwetsbare jongeren in de wijk op. Zij slagen er in om Roma-kinderen te bereiken.

Voor de Brede School is elke actie trial and error. Het is zoeken naar nieuwe dingen en de juiste aanpak. Bijvoorbeeld naar een aanpak om bijvoorbeeld ook 12-jarigen aan te spreken. Of hoe op maat activiteiten in kleine groepen organiseren om betere begeleiding te voorzien en kinderen ‘vast’ te houden. Het is werken aan ouderbetrokkenheid. Elk initiatief vanuit de Brede School vergt een evaluatie met alle partners na de vakantie. Daarnaast neemt de stuurgroep drie keer per jaar de werking onder de loep, verzamelt signalen en speelt in op nieuwe noden in de wijk.

#### **4) Bizon vzw – landelijke jeugdvereniging**

*Een gesprek met beroepskracht Hannes en een vrijwilligster*

Bizon vzw is een vrijwilligerswerking die kampen organiseert voor maatschappelijk kwetsbare kinderen en jongeren in de paas-, zomer- en herfstvakantie. Sinds 2006 is Bizon erkend als landelijke jeugdvereniging en hebben ze een erkenning bij Toerisme voor Allen in Vlaanderen.

De doelgroep zijn kinderen en jongeren uit de Bijzondere Jeugdbijstand (zowel residentiële als ambulante hulpverlening), via het Vlaams Agentschap voor Personen met een Handicap, niet begeleide minderjarige vluchtelingen, jongeren toegeleid via het algemeen welzijnswerk, OCMW en verenigingen waar armen het woord nemen. Het contact en de inschrijving gebeurt nooit rechtstreeks met de gezinnen. Bizon organiseert geen gezinsvakanties. Het succes van de themagerichte Bizonkampen is groot. De vraag is groter dan het aanbod.

De contacten met ouders verschilt van doelgroep tot doelgroep. Bij jongeren uit de Bijzondere Jeugdbijstand is dit nihil. Bij kinderen uit gezinnen in armoede is er contact met de ouders op het kampterrein. “Wij doen geen huisbezoeken”, licht een vrijwilligster toe, “en hebben na het kamp ook geen contact met gezinnen”. De focus van Bizon ligt op het vakantiecamp en de deelname van jongeren. De focus ligt op ontspanning binnen een niet professionele omgeving. “De meeste van onze jongeren hebben al eens deelgenomen aan het reguliere jeugdwerk. Dit was niet altijd een leuke ervaring. We zien Bizon als een alternatief voor de jongeren die niet terecht kunnen in het reguliere circuit.”, deelt Hannes ons mee.

De doelgroep van Bizon zijn maatschappelijk kwetsbare kinderen en jongeren. Focussen op kansengroepen zit in hun DNA. “We richten onze kampen zo in dat jongeren uit de doelgroep zo goed mogelijk kunnen functioneren”, licht een vrijwilligster ons toe, “zo hebben we veel aandacht voor structuur, persoonlijke ruimte, gebruik van medicatie...”. De doelgroep niet begeleide minderjarige vluchtelingen vergt een specifieke aanpak. In vergelijking met kinderen uit instellingen zijn deze jongeren structuur en regelmaat minder gewend. De mix van doelgroepen is niet evident. “Daarom streven we uitzonderlijk naar een nieuwe kampformule voor vluchtelingen, op hun maat”, vertelt een vrijwilligster.

Bizon bereikt kinderen en jongeren in (generatie)armoede, maar in beperkte mate. De ervaring van Bizon is dat de stap voor deze doelgroep groot is. Bizon wil graag meer inzetten op deze groep kinderen en jongeren die thuis wonen. Vrijwilligers deden reeds inspanningen om kampen toe te lichten in een Welzijnsschakel. Dat had wel effect, maar het blijft moeilijk om de jongeren te blijven aanspreken. Het vergt veel werk van Bizon. Daarnaast ervaren de jongeren drempels bijvoorbeeld rond het vervoer. De jongeren moeten zelfstandig op de kampplaats geraken en dat is niet evident. Bizon kan niet instaan voor dit vervoer. “Wij stellen ons meer en meer de vraag hoe we thuiswonende jongeren in armoede kunnen benaderen en drempels met beperkte middelen kunnen wegwerken”, concludeert Hannes. In de toekomst zal Bizon specifiek plaatsen voorbehouden voor thuiswonende jongeren.

## **5) Pirliewiet vzw**

*Een gesprek met Lies, vrijwilligster*

Pirliewiet, een vrijwilligerswerking in Vlaanderen biedt kinder-, tiener- en gezinsvakanties aan voor mensen in armoede. “We richten ons tot de allerarmsten, mensen die nog nooit op vakantie zijn geweest en soms zelfs geen betekenis hebben”, licht Lies toe. Pirliewiet werkt altijd met doorverwijzers, sociale organisaties die mensen inschrijven. Pirliewiet vertrouwt op de organisaties dat ze mensen aanreiken die er het meeste nood aan hebben. Het vakantie-aanbod van Pirliewiet is doelgroepspecifiek en wordt op maat georganiseerd. De gezinnen krijgen ondersteuning en er wordt een vaste structuur gehanteerd. De vakanties worden begeleid door vrijwilligers. “Op gezinsvakanties gaan vrijwilligers met hun eigen gezin mee. Ik ga al 25 jaar mee op gezinsvakanties, vroeger als kind met mijn ouders en nu alleen”, vertelt Lies, “de mix tussen de gezinnen is fijn”. De werving van vrijwilligers gebeurt hoofdzakelijk via mond-tot-mondreclame.

De vakanties zijn een succes en de vraag is groter dan het aanbod. De focus ligt op een toffe week zonder zorgen. De gezinnen worden ondersteund door de vrijwilligers in praktische zaken bijvoorbeeld vervoer, het pakken van de bagage, etc. “Begeleiders op vakantie prikkelen ouders om nieuwe dingen te doen, dit kan ook thuis een positief effect hebben. Sommigen zetten misschien de stap naar een vrijetijdsaanbod”, vertelt Lies.

Bij de kinder- en tienervakanties ligt het bereik van jongeren uit instellingen erg groot. “Ik vermoed dat de nood aan opvang voor deze doelgroep het grootst is”, concludeert Lies. Vanuit de vaststellingen dat gezinnen soms last minute afhaken, organiseert Pirliewiet nu huisbezoeken voor het vertrek. De begeleiders die aanwezig zullen zijn op vakantie, brengen mensen persoonlijk een bezoekje.

## **6) Open Kampen – Scouts en Gidsen Vlaanderen**

### *Een gesprek met Hans*

Open Kampen is een initiatief van Scouts en Gidsen Vlaanderen, bovenlokaal aangestuurd maar krijgt lokaal vorm. Vijftien jaar geleden is de eerste steen voor Open Kampen gelegd, een lokaal klein initiatief om een nieuwe onbekende doelgroep te bereiken, kinderen en jongeren in armoede.

De focus van Open Kampen ligt op het organiseren van kampen, de sterkte van de Scouts. Maar ze organiseren de Open Kampen voor specifieke doelgroepen, maatschappelijk kwetsbare jongeren die niet aangesloten zijn bij een jeugdvereniging. “In eerste instantie willen we hen een gezellige tijd bezorgen. In tweede instantie willen we hen laten kennismaken met het concept jeugdbeweging. In derde instantie willen we hen laten doorstromen naar het reguliere jeugdwerk. Eigenlijk is dat de moeilijkste opdracht.”, licht Hans toe.

Wat is nu het verschil tussen een ‘gewoon’ scoutskamp en een Open Kamp. Een gewoon kamp wordt door een lokale scoutsgroep georganiseerd, een Open Kamp op regio-niveau. De vrijwilligers zijn personen die in leiding staan of hebben gestaan binnen een plaatselijke scoutsgroep en een extra engagement willen opnemen. “De begeleiders moeten geen verplichte extra vorming volgen. Wij vinden het belangrijk dat ze onbevange naar de kinderen toe stappen”, verklaart Hans, “ze hebben ervaring met kinderen en kampen organiseren, dat is het belangrijkste”. De aanpassingen in de organisatie van de kampen zijn klein. De kampen worden iets meer voorgekauwd en er wordt minder beroep gedaan op de zelfredzaamheid van kinderen dan bij traditionele scoutskampen.

De doelgroep bestaat uit twee groepen: kinderen uit kansarme gezinnen en kinderen uit instellingen. Instellingen gaan in de grote vakantie wegens onderbezetting op zoek naar zinvolle vakantiecampen. De contacten met de instellingen zijn positief. “We gaan zowel op bezoek bij de gezinnen thuis, als bij de instelling” vertelt Hans. De bezoeken zijn van belang om praktische zaken te regelen, kennis te maken met de ouders en vertrouwen op te bouwen en om uit te leggen wat ze gaan doen. “Het belang van Open Kampen is niet enkel de vrijetijdsbesteding voor de doelgroep maar ook het leerproces voor de leiding zelf. Het zijn net die vrijwilligers die meer fingerspitzengefühl krijgen met gezinnen in armoede en een trekkersrol opnemen in hun eigen scoutsgroep”, biecht Hans op. Kinderen uit gezinnen in armoede worden bereikt via sociale organisatie zoals OCMW en armoede-organisaties. Open Kampen werkt ook samen met het Steunpunt Vakantieparticipatie.

Een ander initiatief gericht op maatschappelijk kwetsbare jongeren is Uitwijkers, mobiele scouting. Een busje vol spelmateriaal dat aanmeert in wijken waar kinderen niet vertrouwd zijn met scouts. Het doel is spelen, doorstromen naar een scoutsgroep is vrijblijvend.

In de toekomst willen de koepelorganisaties blijvend inzetten op een goede en intensieve begeleiding van Open Kampen, good practices verzamelen en uitwisselen alsook werk maken van eventuele doorstromen.

## 2. THEORETISCHE ACHTERGROND

In dit deel schetsen we een aantal theoretische inzichten. We starten met de positieve effecten van 'vakantie' voor kwetsbare gezinnen. Maar vakantie is voor deze gezinnen niet alleen rozengeur en maneschijn. Dat vormt ons volgende punt. Vervolgens staan we stil bij de voornaamste drempels die de participatie aan het bestaande aanbod in de weg staan. Tenslotte willen we de discussie verder open trekken met een aantal kritische bedenkingen.

### Ah, vakantie...

*Vakantie...* het klinkt ons doorgaans als muziek in de oren: *rust en ontspanning nemen, doen waar je zin in hebt, reizen en nieuwe dingen ontdekken, zorgeloos genieten, samen zijn met je partner of je gezin,...* Eén mogelijke manier om die vakantie-ervaring te kaderen, vinden we in het tijdsonderzoek van Johan Meire (2008). Hij verwijst naar het filosofische onderscheid tussen 'freedom from' en 'freedom to'. 'Freedom from' wijst op vrij zijn van beperkingen die je verhinderen om te doen wat je wil (verplichtingen, beslissingen van anderen, regels van instituties,...). 'Freedom to' slaat op de mogelijkheden die je hebt om effectief te doen wat je wil (of wil bereiken). Het gaat hier over de mate waarin je greep hebt op je eigen wereld en beschikt over de nodige hulpbronnen om te realiseren wat je wil.

Bij kinderen en jongeren die opgroeien in een kwetsbare situatie lijken beide vormen van vrijheid minder evident. Voor kinderen die in een voorziening verblijven, bijvoorbeeld, is het niet altijd eenvoudig om te ontsnappen aan de beslissingen van anderen of de regels van die voorzieningen. Ook beschikken kwetsbare gezinnen niet altijd over de nodige financiële of organisatorische mogelijkheden om hun wensen effectief te realiseren. Daar waar het wel lukt, zien we heel positieve gevolgen.

### Joepie, vakantie!

Deze gevolgen staan mooi beschreven in het onderzoek van het Steunpunt Vakantieparticipatie<sup>1</sup> naar de effecten en het belang van vakantie voor mensen in armoede (2009). Ten eerste stelt een vakantie kwetsbare gezinnen in staat om opnieuw te **genieten** en positieve ervaringen op te doen, iets waar we ze anders moeilijk toe komen. Deze ervaringen blijven ook nazinderen en kunnen ook aanleiding geven tot een **positievere levenshouding**. Mensen zijn niet enkel begaan met het hier en nu, maar durven ook plannen maken voor de toekomst. Een vakantie is dan ook vaak een ijkpunt om daarna met een schone lei te beginnen, **een nieuwe start** te nemen en gedrag aan te passen. Een fijne vakantie-ervaring kan bijdragen tot een verhoogd **zelfvertrouwen**, wat op zijn beurt kan leiden tot **meer zelfstandigheid**. Andere effecten die terugkomen zijn een mogelijke uitbreiding van het **sociaal netwerk** en/of het versterken van de **gezinsbanden**.

Deze effecten beïnvloeden de vakantieganger niet alleen op korte termijn, maar ook op langere termijn. Vakantie kan de functie vervullen van een '**opstap**' naar en een sterke motor voor andere levenservaringen of positieve gedragsveranderingen die in het dagelijks leven moeilijk te realiseren zijn.

---

<sup>1</sup> Het Steunpunt Vakantieparticipatie is een dienst van Toerisme Vlaanderen. Deze dienst bouwt bruggen tussen het toeristisch aanbod en personen en gezinnen in armoede, die vanwege allerlei drempels niet van een vakantie kunnen genieten.

En wat met kinderen en jongeren? Wat betekent het voor hen om *tijd* te hebben? Johan Meire, onderzoeker bij Kind & Samenleving, bevroeg kinderen en jongeren over hun tijdsbeleving thuis, in de sportclub en in de Brede School, maar ook tijdens de vakantie op het speelplein en in de kinderopvang. Hoe tijd wordt ingevuld, is niet alleen iets wat kinderen en jongeren louter ondergaan. Ze geven er ook zelf invulling en kleur aan. De manier waarop kinderen en jongeren met de tijd en organisatie ervan omgaan, noemt Meire **'temporeel actorschap'**. Kinderen zijn op drie manieren actief. Ze vervullen taken die met tijd te maken hebben: zich haasten om op tijd ergens te zijn, ze wachten in de rij, ze 'vullen' de tijd in afwachting van een activiteit,... Ze maken ook keuzes en ze ontwikkelen tactieken om hun tijd zelf in te vullen. En ze bepalen mee de sfeer die aan een bepaalde tijd kleeft. In zijn boek *'Over vrijbuiters en ankertijd'* (2013) geeft Meire een heel genuanceerd beeld over hoe kinderen hun tijd het liefst invullen: met een afwisseling tussen 'zelf de tijd vorm geven' en 'houvast vinden', bijvoorbeeld in een activiteit die je tientallen keren herhaalt.

*"Kinderen zoeken dus naar greep op de tijd en naar autonomie, de mogelijkheid om hun eigen tijd zelf (mee) te beheren. Maar ze zijn niet alleen vrijbuiters. Ze steunen ook sterk op structuur, op geborgenheid." (Meire, 2013)*

Voor kwetsbare kinderen en jongeren kan *vrije* tijd een belangrijke rol vervullen, maar dat is niet per definitie zo. Filip Coussée en Griets Roets (2011) komen tot deze conclusie na hun belevingsonderzoek bij kinderen in armoede tijdens de vakantie.

*"Het perspectief van kinderen en hun ouders toont dat vrijetijdsparticipatie een belangrijke ondersteuning kan betekenen, maar dat is niet per definitie het geval. Een belangrijk aandachtspunt is de aansluiting bij de concrete situatie en de vragen van ouders en kinderen: de vraag van ouders om de zorg voor een 'goede' opvang te delen en de vraag van kinderen om zich in deze opvang 'thuis' te kunnen voelen, vrienden te maken, nieuwe en andere dingen te ontdekken en te leren (zien), essentiële en existentiële vragen te kunnen stellen om nieuw perspectief in hun actuele situatie en in hun toekomst te brengen..." (Coussée & Roets, 2011).*

Een 'goed' vakantie-aanbod, waar de ouders en kinderen voldoende aansluiting mee vinden, geeft kwetsbare kinderen de kans om nieuwe en andere dingen te leren en te ontdekken. Het zet hen ook aan het dromen over een andere, meer sociaal rechtvaardige toekomst. Ze komen los van hun dagelijkse context, ze beseffen dat dingen ook anders kunnen en dat kan een nieuw perspectief brengen op hun huidige situatie.

Vakantie draagt dus het potentieel in zich van een nieuwe start, zowel voor kinderen als hun ouders. Je maakt tijd vrij. Niet alleen om zelf in te vullen maar ook om geborgenheid te vinden. Niet alleen om plezier te maken, maar ook om jezelf en anderen ernstige vragen te stellen. Niet alleen om te genieten van het hier en nu, maar ook om te dromen van een betere toekomst. Kwetsbare kinderen en jongeren slagen er niet in om dit potentieel volledig te benutten. Dat zorgt ervoor dat de vakantie voor hen niet altijd zo'n rooskleurige periode is.

### **Oh, nee! Vakantie...**

Zeker in de grote vakantie valt voor een aantal kinderen het vriendennetwerk van de school weg. Kinderen met een beperking bijvoorbeeld gaan vaak naar het buitengewoon onderwijs. Dat onderwijs wordt regionaal georganiseerd. Kinderen zitten soms meerdere uren op de bus om de school te bereiken. In hun eigen buurt hebben deze



kinderen **weinig of geen vrienden**. In het onderzoek van Giseline Bracke (2006) naar de vrijetijdsbeleving van kinderen en jongeren met een beperking lezen we:

*“Het feit dat de meeste vrienden uit een schoolcontext afkomstig zijn, heeft zijn invloed op het ontmoeten van de vrienden in de vrije tijd. De kinderen lopen allemaal school in het buitengewoon onderwijs wat maakt dat zij vaak geen school lopen in hun eigen gemeente, wat de afstand tussen hen en hun vrienden in de vrije tijd vaak groot maakt. ... Kinderen geven aan dat hun vrienden niet op bezoek mogen komen omdat het niet mag van hun ouders. Zelf mogen ze niet gaan spelen omdat ze te ver wonen. Kinderen geven dan ook aan graag meer vrienden in hun eigen buurt te hebben.” (Bracke, 2006)*

Niet alleen het vriendennetwerk, ook de **structuur** van de school **valt weg**. Kinderen en jongeren vallen volledig terug op het gezin. Maar ouders moeten in (een deel van) de vakantieperiode werken of ze hebben heel veel andere zorgen. Veel kansarme kinderen en jongeren hebben thuis of in hun onmiddellijke omgeving weinig mogelijkheden om de vrije tijd voluit te beleven. Ze zijn krap behuisd, hebben geen tuin en wonen in een buurt die weinig speelmogelijkheden biedt. Deze gezinnen ervaren de vakantie dan ook soms als een lange en moeilijke periode om te overbruggen.

Kwetsbare gezinnen zijn dus **meer afhankelijk van een opvangaanbod**, maar we stellen vast dat de reële opvangmogelijkheden in de vakantie vaak omgekeerd evenredig zijn aan de noden en behoeften. **Hoe hoger de nood aan opvang, hoe minder opvang binnen het bereik ligt**. Plaatsen zijn schaars en snel bezet, late beslissers maken weinig kans. Veel aanbod is te ver, te duur of het ligt buiten de leefwereld van het gezin. Kinderen en jongeren vinden in de vakantie slechts met mondjesmaat een aanbod op hun maat en ze vinden onvoldoende aansluiting bij het aanbod dat zich in principe richt op de hele bevolking. Doorgaans wordt de ontoegankelijkheid van dit aanbod omschreven aan de hand van vijf drempels: betaalbaarheid, bereikbaarheid, beschikbaarheid, begrijpbaarheid en bruikbaarheid.

### **Drempels tussen de vraag en het aanbod in de vakantie**

Deze vijf drempels zijn eigenlijk in het leven geroepen als kwaliteitscriteria voor dienstverlening. Ze worden wel vaker gehanteerd, maar de concrete invulling ervan durft nog al eens te verschillen. We zetten nog eens kort op een rij wat wij in dit dossier onder deze drempels verstaan.

#### *Betalbaarheid*

Onder betaalbaarheid verstaan we de kostprijs voor deelname maar ook voor vervoer, materiaal, kledij,... Ook onduidelijke of onverwachte kosten of onaangekondigde geldinzamelacties kunnen een drempel vormen. Onder deze noemer valt ook het gemis aan competenties om te ontdekken op welke terugbetaling je een beroep kan doen, om het vele papierwerk dat daarbij komt kijken tot een goed einde te brengen. Tenslotte gaat het hier ook om moeilijkheden om bedragen eerst voor te schieten.

#### *Bereikbaarheid*

Hieronder verstaan we de fysieke en mentale afstand tot het vrijetijdsaanbod en de moeilijkheden om die afstand te overbruggen door problemen op vlak van mobiliteit of door gebrek aan informatie. Ouders zijn soms wel in staat om een bepaald aanbod te bereiken, maar gaan na of hun inspanningen in verhouding staan tot het aanbod.

#### *Beschikbaarheid*

Beschikbaarheid betekent in eerste instantie: bestaat het gewenste aanbod binnen een redelijke afstand van het gezin. Daarnaast wijst beschikbaarheid ook op: zijn er

voorwaarden vooraf? Is het aanbod snel volzet? Wie krijgt prioriteit als er een wachtlijst is? Is er ook een aanbod voor late beslissers? Tenslotte doelt de term ook op de aanwezigheid van begeleiding die 'beschikbaar' is, die kan aangesproken worden.

#### *Begrijpbaarheid*

Deze drempel staat dan enerzijds letterlijk voor een taalkwestie - inclusief vakjargon - maar doelt ook op de mate waarin voorkennis en cultureel kapitaal nodig is om de ongeschreven regels te begrijpen. Het gaat ook over de transparantie van het aanbod, en de mate van controle/impact van de gebruiker.

#### *Bruikbaarheid*

Bruikbaarheid betekent voor ons dat het aanbod aansluit bij de concrete leefsituatie en de concrete vragen van gezinnen in armoede. Ook is het belangrijk dat het aanbod en de begeleiding voldoende rekening houdt met andere referentiekaders.

Het slechten van deze drempels kan voor veel kwetsbare kinderen en jongeren betekenen dat ze hun mogelijkheden in de vakantie verruimen en dat de kloof met het bestaande aanbod kleiner wordt. Maar we moeten wel steeds kritisch blijven kijken naar dit bestaande aanbod. We kunnen er niet van uitgaan dat dit bestaande aanbod per definitie 'goed' is voor kwetsbare kinderen en jongeren. Ingendeel, recente ontwikkelingen in de vrije tijd lijken de kloof steeds verder uit te diepen.

#### **Never a dull moment?**

We kunnen ons niet van de indruk ontdoen dat het aanbod in de vakantie toeneemt en steeds verder diversifieert. Ook de spektakel-/belevingswaarde van dat aanbod neemt toe. Een blik op de vele flitsende brochures die gezinnen krijgen toegestuurd, zegt genoeg. Kinderen kunnen op steeds jongere leeftijd op kamp, kunnen steeds extremere 'kicks' opzoeken, unieke avonturen beleven, overnachten in kastelen en een rits bekende Vlamingen ontmoeten. Het vergt van de ouders een flinke financiële investering om deze rijke vakantie bij elkaar te puzzelen en veel organisatorische talenten om op tijd de felbegeerde plaatsjes voor zoon of dochter te bemachtigen. De vraag is of dit de norm wordt voor een geslaagde vakantie?

Aan de kant van maatschappelijk kwetsbare kinderen en jongeren zien we een ander beeld ontstaan. Daar neemt de druk toe om de vrije tijd 'nuttig' te besteden. Om de schoolse vaardigheden niet te verliezen, Nederlands te blijven oefenen en competenties te verwerven die nuttig zullen zijn op de arbeidsmarkt (Mathijssen, Loopmans & Crivit, 2014). Laagdrempelige en betaalbare vormen van vakantie-aanbod zoals speelpleinwerkingen lijken voorwerp van besparing, zoals blijkt uit de recente actie van de Vlaamse Dienst Speelpleinwerk '*speelpleinwerk moet speelpleinwerk blijven*'. Op die manier dreigt de kloof tussen zij die 'kunnen' en 'mogen' genieten van een onvergetelijke vakantie en zij die dit niet 'kunnen' of 'mogen' steeds sterker uitgediept te worden. Inspanningen om drempels te verlagen hebben zin, maar een kritische kijk op het globale vakantie-aanbod blijft belangrijk.

#### **Back to basics?**

Wie wil werken aan een bruikbaar vakantieaanbod voor kwetsbare kinderen en jongeren, moet zich misschien niet enkel richten op het verlagen van de drempels naar een zogenaamd 'regulier' aanbod, dat steeds verder lijkt vooruit te hollen op kwetsbare kinderen en jongeren. Minstens even zinvol lijkt het ons om na te gaan welk aanbod heel

dicht aanleunt bij de vraag en de werkelijkheid van deze kinderen en jongeren. De hiërarchie en polarisatie tussen 'niet-regulier' en 'regulier' die soms aan de oppervlakte komt, werkt volgens ons contraproductief. Een oplossingsgerichte strategie werkt beter dan een principiële. We stellen voor om te kijken naar de concrete contexten van kwetsbare kinderen en jongeren en hun concrete vragen en noden in de vakantie. Misschien moeten sommige organisaties voor een antwoord op die vragen eerder terug naar de 'kern' van hun missie/visie en mogen ze zich niet langer vastpinnen op hoe (de organisatie van) dat aanbod de laatste jaren is uitgekristalliseerd. Misschien kunnen organisaties door samen te werken nieuwe dynamiek en creativiteit creëren? In dit dossier beschrijven we alvast een aantal interessante praktijken en brengen we verslag van een rondetafelgesprek dat hiertoe kan inspireren.

#### Bronnen

Bracke, G. (2006). *'Kinderen en jongeren met een handicap en hun vrijetijdsbesteding' Onderzoek Jeugdwerk met kinderen en jongeren met een handicap: aanbod versus doelpubliek.* (Niet-gepubliceerd onderzoek) Gent: Universiteit Gent

Coussée, F. & Roets, G. (2011). *Vrijetijdsbeleving van kinderen in armoede. Onderzoek in opdracht van de Vlaamse Gemeenschap, CJSM, Afdeling Jeugd. Eindrapport.* Gent: Vakgroep Sociale Agogiek.

Mathijssen, C.; Loopmans, M. & Crivit, R. (Red.) (2014). *Kwetsbare vrije tijd? Uitdagingen voor een emanciperend jeugdbeleid.* Leuven: Acco.

Meire, J. (2008). *Speelpleintijd. Een onderzoek naar de beleving van de tijdsordening op het gemeentelijk speelplein van Overijse.* Meise: Kind en Samenleving.

Meire, J. (2013). *Vrijbuiters en ankertijd. De tijdsbeleving van kinderen onderzocht.* Brussel: Kind en Samenleving.

(s.n.). (2009). *Iedereen verdient vakantie. Een onderzoek naar de effecten en het belang van vakantie voor mensen in armoede.* Brussel: Toerisme Vlaanderen.

### 3. THEMATISCH VERSLAG RONDETAfel VAKANTIEPARTICIPATIE

#### Verwachtingen ouders

Veel gezinnen in armoede hebben, net al andere ouders, een **opvangvraag**. Zelfs al hebben mensen geen werk, het huishouden en de opvoeding van de kinderen weegt soms zwaar en daarom zoeken mensen evengoed opvang. Op die manier kunnen ze de **vakantiemaanden beter overbruggen**. Er is nood aan afwisseling tijdens de zomermaanden. Als er geen beschikbaar of bruikbaar vakantieaanbod is, betekent dit dat kinderen vaak de tijd thuis doorbrengen. Kinderen vervelen zich, zitten tussen vier muren, de huizen van ouders in een kwetsbare situatie zijn hier vaak niet op voorzien bijvoorbeeld omdat ze op een klein appartement wonen. Tijdens de vakanties van één week zijn de verwachtingen vaak anders: dan willen kinderen en ouders kunnen uitslapen, even weg van de doordeweekse agenda: opstaan, lunchpakket maken en dan de bus nemen....

Ook gezinnen die een kind met een beperking hebben, zijn op die manier **een week vrij van zorgen**. Ze kunnen eens zonder kinderen op vakantie gaan of enkel met de kinderen zonder beperking.

Ouders gaan ook op zoek naar **organisaties die ze kennen** en die ze kunnen vertrouwen. **Via een huisbezoek kan je de drempel verlagen**, ouders leren de begeleiding kennen, durven sneller iets vragen, kunnen er verbinding mee maken,...

Het Steunpunt Vakantieparticipatie krijgt naar het **einde van de vakantie nog een piek in de aanvragen**, bijvoorbeeld voor een daguitstap. Ouders willen ervoor zorgen dat de kinderen iets te vertellen hebben als ze terug naar school gaan. Er hangen nu eenmaal veel **sociale verwachtingen rond 'vakantie'**. Denk maar aan het klassieke opstel bij het begin van het schooljaar. Ouders willen niet dat hun kinderen uit de boot vallen. **Een rijk gevulde vakantie brengt ook een stuk status met zich mee**.

Het idee leeft dat je als ouder de hele tijd van alles moet organiseren. Op die manier gaat er ook veel ervaring verloren. Thuis met je kind samen gewone dingen doen, is precies niet goed genoeg meer. Het moet dit en dat zijn, **groter en wauwer**. Zo ga je voorbij aan mensen die thuis gewoon leuke dingen doen. Sommige ouders uit kwetsbare groepen weten niet hoe ze zelf een vrij moment kunnen invullen, samen met hun kinderen. Ze **zien weinig mogelijkheden in de vrije tijd** of krijgen het heel moeilijk georganiseerd. Misschien is er dan ook te weinig aandacht voor het gezin in zijn geheel: samen op vakantie gaan, samen dingen kunnen doen. Een **spelotheek en voorleeskoffers** gericht op gezinnen zijn voorbeelden van hoe hier wel aan gewerkt kan worden.

Ouders beschikken vaak ook over **weinig kennis over de vakantie-activiteiten**. Ze hebben dan ook soms te weinig verwachtingen. *"Kansarme ouders beschouwen de Pianofabriek als een soort school, terwijl wij echt wel vrije tijd proberen te creëren, los van het schoolse. Sommige ouders hebben dus heel weinig verwachtingen, terwijl andere kansrijke ouders net heel veel verwachten van dans- en theaterworkshops."*

Die verwachtingen worden soms ook doorvertaald naar kinderen en jongeren. *"We werken samen met gemengde groepen (kansrijke en kansarme kinderen uit Brussel), dan merk je soms dat kinderen met ervaring in sociaal-artistiek werken snel zeggen: oh, nog*

*eens instrumenten maken.*” Terwijl de kinderen uit kwetsbare groepen net wel de herhaling willen, ze willen gewoon in de tuin spelen, een kamp bouwen, ze willen wel **iets nieuws leren** maar toch ook hun **vaste stramien hebben op het vlak van artistieke begeleiding**.

Soms zijn er ook **foute verwachtingen van ouders**, bijvoorbeeld over een kookkamp, er is een verschil tussen eens samen koken als gezellige activiteit en leren koken als een Jeroen Meus of kleine hobbykok. Ouders lezen vaak heel andere zaken in je brochure dan wat je zelf denkt te communiceren. Het is dikwijls woorden wikkelen om te zorgen dat je verkoopt wat je wil verkopen.

*“We hebben in Gent gemerkt met ons traject rond toegankelijk jeugdwerk dat ouders uit etnisch-culturele minderheden graag willen dat kinderen iets bijleren, ouders in armoede willen graag dat hun kinderen even uit de sleur en de miserie worden gehaald.”* De **verwachtingen van ouders** uit kwetsbare groepen zijn dus **heel uiteenlopend**.

In **Brussel**, maar in ook in andere gemeenten, zijn ouders op zoek naar initiatieven voor hun kinderen om **in de vakantie al spelend Nederlands te leren**. De vraag is groot, er zijn initiatieven die met wachtlijsten moet werken. Ook de OKAN-leerlingen zijn blij om naar de zomerschool te gaan, om contact te hebben met hun leeftijdsgenoten en een vrijetijdsbesteding.

**Taalstimulering is niet altijd populair bij vrijetijdsaanbieders**. Terwijl het wel aan een **reële nood van ouders en kinderen** beantwoordt. Het jeugdwerkwijzenwerking in Maasmechelen kiest expliciet voor taalstimulering en organiseert vanaf nu **taalstimulering in de zomermaanden**. Dit past in een duidelijke keuze van de gemeente om vrije tijd in te zetten als middel. In iedere werking is er aandacht voor taal.

### **Wie is vragende partij? Ouders of kinderen?**

Veel hangt af van de leeftijd. **Hoe kleiner de kinderen, hoe meer de ouders sturen**. Hoe ouder de kinderen, hoe meer ze zelf weten wat ze willen.

Het is belangrijk om aan kinderen zelf te vragen wat ze willen. Uit interviews met kinderen uit kwetsbare doelgroepen blijkt dat ze soms andere noden dan hun ouders signaleren of hun leeftijdsgenoten: bv. contact met elkaar en begeleiding, **een lekkere hap, een plek, weg uit miserie**. Veel kinderen willen ook graag eens **weg van thuis om zich te amuseren**, om niet aan de situatie thuis te moeten denken.

*“Wij krijgen veel vragen van **jongeren die eenzaam zijn**, die op zoek zijn naar iemand in de buurt waarmee ze kunnen spelen.”*

In hoeverre kiezen kinderen zelf? Voor veel mensen die het krap hebben, is er een chronisch opvangprobleem. Tot tien jaar kiezen kinderen samen met ouders, vaak op basis van **praktische overwegingen**, niet omwille van thema. Dan krijg je een situatie waarbij twee kinderen terechtkomen in een groep van kinderen die bewust voor het thema kozen. Een aantal sportfederaties merken dat sommigen kinderen zelf niet kunnen kiezen. Ze belanden dan bv. in een danskamp, waarbij vier tot acht uur per dag gedanst wordt. Maar dat is niet evident als je als kind **niet gemotiveerd** bent om te dansen. Zo'n eerste kampervaring is dan eerder negatief. Veel begeleiders zijn daar ook niet op voorbereid. Het **gedrag van die kinderen wordt dan al snel geproblematiseerd** maar eigenlijk situeert zich het probleem eerder, bij het feit dat de kinderen niet kunnen kiezen. Vraag is hoe je zowel de keuzemogelijkheden van ouders en kinderen kan vergroten? Minder kansrijke ouders moeten evengoed kwaliteitsvolle

keuzes kunnen maken en dus niet verplicht worden te beslissen op basis van bereikbaarheid en betaalbaarheid van een aanbod.

Verplicht meegaan op kamp kan ook positief uitdraaien. Wat is de reden waarom kinderen niet mee doen? Dat is vaak schrik of interesse. De realiteit is inderdaad dat ouders beslissen, daarom is het ook belangrijk om samen te werken met de ouders. **Wat zijn je kinderen hun talenten, wat doen ze graag?** Veel ouders met opvoedingsproblemen hebben daar extra ondersteuning voor nodig, ze zijn het niet gewoon om stil te staan over een aanbod dat het talent van hun kind prikkelt. Vrijheid en overaanbod zijn moeilijke combinaties. Dus is het belangrijk om met mensen het gesprek aan te gaan. Voorbeelden geven en dingen aanreiken, toestappen naar mensen, vertrouwen verkrijgen door mensen goed te informeren.

Het woord '**opvang**' is voor veel aanbieders een beladen woord. Op dat vlak is er ook nog werk aan de winkel. Want aanbieders gaan van daaruit ook negatief kijken naar ouders die naar opvang zoeken. Dat hangt samen met het feit dat je gemotiveerde kinderen wil en geen kinderen die gestuurd worden. **Discussie over al dan niet opvang is niet zo essentieel**, belangrijk is wel dat een kind kan participeren aan iets waar het gemotiveerd voor is, iets dat ze willen ontdekken of talent voor hebben. Kinderen uit kwetsbare gezinnen doen het op school vaak ook al niet goed, als ze ook in hun vrije tijd een slechte ervaring oplopen, is dat nefast. Rode draad is dat ouders (kansarm en kansrijk) een kwaliteitsvolle opvang willen voor hun kinderen.

### **Externe begeleiders als vragende partij**

Soms zijn **ook externe begeleiders vragende partij voor een vakantieaanbod**: een comité voor Bijzondere Jeugdzorg of een thuisbegeleider raadt aan om zinvolle vrijetijdsbesteding te zoeken. Sommige vormen van opvang sluiten tijdens de vakantie of hebben minder personeel. Ook zij gaan dan op zoek naar een vakantie-aanbod.

Kinderen en hun ouders in een opvanghuis hebben soms ook **geen keuze**. Ze moeten dagactiviteiten doen of op kamp gaan. Voor de jongeren die in een opvanghuis verblijven, is het de gewoonte dat er een tweetal weken in de zomervakantie een kamp of iets dergelijks staat ingepland. Dat heeft ook te maken met de uurroosters van het personeel. Soms wordt er dan ook eerder **omwille van praktische redenen voor een bepaald kamp gekozen** – omdat dit zo goed uitkomt – dan omwille van de interesse van het kind of de geschikte (doel)groep.

Tieners worden soms eens **vanuit therapeutische motieven meegestuurd** op een groepsvakantie. Voor de organisator is het niet altijd even leuk, dat er op een relatief kleine groep verschillende jongeren die extra aandacht nodig hebben meereizen.

*“Wij zijn vanuit het Steunpunt Vakantieparticipatie wel eens het gesprek aangegaan met voorzieningen. We wilden nagaan of het mogelijk was om vroeger en meer gericht op zoek te gaan naar een aanbod, maar vaak is het ook een kwestie van overmacht. Mensen worden ziek tijdens de vakantie, iemand is zwanger en wordt preventief verwijderd,... Dat is dikwijls geen bewuste keuze, **voorzieningen staan ook voor een voldongen feit.**”*

Soms weet de organisator ook op voorhand niet dat er bepaalde aandachtspunten zijn. *“Wij vragen altijd op voorhand om ons te **informeren over medische problemen of een moeilijke gezinssituatie.** We kunnen daar dan met onze begeleiding rekening mee houden. Maar vaak komt ons pas tijdens het kamp of achteraf ter ore wat er precies gaande is, en dan kunnen we daar nog moeilijk op inspelen. Soms leidt dat negatieve ervaringen voor de persoon in kwestie en/of voor de andere deelnemers.”*

## Concrete vragen, concrete drempels

*“Wij krijgen concrete vragen naar **opvang voor heel het gezin**: kunnen mijn beide kinderen die week op dezelfde plaats aan een sportkamp deelnemen? Wij spelen daar ook op in, door op verschillende locaties sportkampen te organiseren zowel voor kleuters als voor kinderen van zes tot twaalf. Dat werkt ook, we zien een stijgend aantal kinderen. Ook is er een grote vraag naar **aanbod dicht in de buurt** dat makkelijk bereikbaar is.”*

**Kinderen met een beperking** vinden niet altijd een geschikt aanbod in hun buurt. Hun **ouders moeten soms ver rijden** om iets te vinden voor hun kind. Middenklasse ouders van kinderen met een beperking zijn het vaak gewoon om lange afstanden af te leggen om een aanbod te vinden. Vaak organiseren zij zich er ook op. **Kansarme ouders van kinderen met een beperking hebben het veel moeilijker**. Zij vinden nauwelijks een aanbod en hebben vaak geen alternatief dan thuis te blijven voor de kinderen.

Uit een bevraging bij **gezinnen in armoede** bleek dat **slechts 30% beschikt over eigen vervoer**. Ze krijgen hun kinderen soms wel ingeschreven, maar ze geraken niet ter plaatse. Dat is soms wel een ontgoocheling voor de kinderen. Ook voor voorzieningen is het niet gemakkelijk om het vervoer georganiseerd te krijgen. Daar komen heel wat praktische en organisatorische beslommeringen bij kijken.

In de **stad** heb je dit probleem misschien wat minder, dankzij **tram, bus en metro**. Maar ook hier maken ouders ook een kosten-baten analyse. Als de praktische organisatie niet in verhouding staat tot de activiteit, dan komen mensen niet, hoe tof de activiteit ook is. Als we een grotere uitstap organiseren en mensen moeten maar de bus op en af, dan dagen ze massaal op.

*“Ook wij hebben een aantal jongeren die verblijven in onze **voorziening**. Tijdens de **schoolvakanties** zitten ze **vaak alleen**. Omwille van de praktische organisatie worden sommige leefgroepen ook samengevoegd.”* **De jongeren zitten dan samen met andere jongeren die ze niet goed kennen** en waarmee het ook niet altijd goed klikt. Zij zoeken gewoon een leuke activiteit en leuke vrienden in de buurt. Maar dat is er niet.

Voor sommige gezinnen vormt het hebben van **een huisdier een grote drempel om op vakantie te gaan**. Dat komt elk jaar terug. Sommige mensen hebben maar een klein netwerk en voelen op dat moment aan dat er niet veel mensen zijn waar ze een beroep op kunnen doen.

Ook een **gebrek aan het juiste materiaal** (slaapzakken of sportmateriaal) is een vaak voorkomende **drempel**. Of men weet niet welk materiaal de organisator voorziet. Sommige mensen hebben ook geen beeld van wat er allemaal komt kijken bij zo'n sportkamp bijvoorbeeld. *“Daarom kregen we het advies om **gedetailleerd te beschrijven** wat er op het programma staat, hoe een dag verloopt, wat ze moeten meebrengen en wat er voorzien is in de prijs. Voor sommige ouders lijkt dat allemaal evident, maar voor heel wat ouders is deze informatie zeer welkom. We krijgen vaak van die praktische vragen.”*

Er zijn genoeg voorbeelden van speelpleinwerkingen waar iedereen welkom is en het vertrouwen van kwetsbare ouders wordt gewonnen. Zo bijvoorbeeld Duin en Zee in De Panne die veel kwetsbare gezinnen bereiken. In andere speelpleinen wordt **de drempel verhoogd door vooraf in te schrijven en terug centraal vanop één plein te werken**. Dit omdat de **begeleiding geen zelfvertrouwen heeft om met kwetsbare**

**doelgroepen** om te gaan. De kloof wordt op die manier uitgediept en soms is dit een bewuste strategie.

### **De mismatch tussen vraag en aanbod: samengevat**

#### ***Betaalbaarheid***

- Er bestaan wel **veel systemen van terugbetaling**, maar de gezinnen moeten wel **eerst voorschieten**. De systemen om geld terug te krijgen zijn vaak **ingewikkeld en ondoorzichtig**. Er komt ook **veel administratie** bij kijken. Mensen in armoede moeten soms ook zelf alles uitzoeken.
- Voor sommige **mensen met een beperking** met een **hoge zorgnood**, kost het extra veel geld om een vakantie te organiseren. Dat maakt deze kampen duur, maar deze mensen hebben al veel andere extra kosten, zodat ze het vaak niet breed hebben. Ze kunnen zich dat specifieke aanbod dus niet veroorloven.

#### ***Bruikbaarheid***

- Er ontbreekt vaak een **aanbod op maat**. Er wordt onvoldoende rekening gehouden met **cultuurverschillen**. Ook praktisch loopt er af en toe wel iets mis. We werken ook nog **te veel aanbodgestuurd** en te weinig vraaggestuurd.
- Ook botsen we op **verschillende verwachtingen vanuit de overheid en de praktijk**, vanuit de maatschappij en de kwetsbare gezinnen. Principiële discussies zitten soms in de weg. Ook de communicatie loopt niet altijd goed en het ontbreekt soms ook aan tijd om een goede samenwerking op poten te zetten.
- Ook hier heb je **mentale drempels**: mensen gaan ervan uit dat het aanbod niets voor hen is. Je moet het aanbod natuurlijk eerst kennen, je moet weten wat er mogelijk is. Mensen maken zich soms ook een **verkeerde voorstelling van het aanbod**. Mensen in armoede gaan er soms ten onrechte van uit dat een deel van het aanbod niet voor hen is, omwille van hun **beperkt budget**. Soms komen ze zo **(noodgedwongen) bij een aanbod** dat hun kind niet zo geweldig vindt.

#### ***Begrijpbaarheid***

- Er is ook een enorme **taaldrempel** voor mensen, niet enkel de taal op zich maar ook de manier waarop taal gehanteerd worden en alles daar rond. Belangrijk om stil te staan bij de manier hoe je je aanbod verkoopt.
- Zijn de **expliciete/uitgesproken verwachtingen begrijpbaar**: waar, wanneer, kostprijs, materiaal,...? Veel mensen geraken niet eens toe aan deze informatie.
- Zijn de impliciete/onuitgesproken verwachtingen begrijpbaar? Ook die kunnen mensen zeer onzeker maken en vormen een drempel.

#### ***Bereikbaarheid***

- Soms ontbreekt er een **aanspreekpunt**, een bekend gezicht.



- **Vervoersproblemen:** niet beschikken over eigen vervoer, moeilijkheden met openbaar vervoer.

### **Beschikbaarheid**

- Bekendheid van het beschikbare aanbod ligt soms laag bij kinderen, ouders en begeleiders uit een voorziening. De **informatie is niet zo vlot te verkrijgen**, bv. leesbaarheid van een website.
- Heel wat **praktische en organisatorische drempels:** wachtlijsten, start van de inschrijvingen, snel volzet, geen aanbod wanneer het echt nodig is, passen binnen personeelsuren,... Mensen met minder capaciteiten om te plannen, krijgen vaak het geschikte aanbod niet te pakken.
- Mentale/psychologische/sociale drempels: mensen moeten ook **zichzelf en hun kinderen gunnen om op vakantie te gaan** en ook begeleiders moeten vakantie belangrijk vinden voor hun cliënten.
- Misvatting: dikwijls denken ouders dat vakanties volzet zijn, omdat het zo in de media komt, en dan durven ze zich niet meer inschrijven...

### **Inclusief/exclusief**

Wij stellen vaak vast, **hoe moeilijker je situatie** (ernst van de beperking of ernst van de armoede), **hoe minder aanbod** er voor jou voor handen is. Hoe hoger de nood, hoe kleiner het aanbod. *“Bijvoorbeeld voor jongeren met een ernstige of een meervoudige beperking hebben we één kamp, voor andere jongeren met een beperking een stuk of vier. Het is ook moeilijker om voor die eerste groep een kamp te realiseren: er zijn minder plaatsen waar je terecht kunt, je hebt meer begeleiding nodig, het vergt meer voorbereiding (ook van een beroepskracht) en is dus ook duurder.”*

Dat is ook een gevolg van de manier waarop we ons georganiseerd hebben. We richten ons heel sterk op de **'mainstream'**, dat is de norm.

Het **beleid** richt zich soms ook **sterk op inclusie**. *“Alle kinderen en jongeren moeten hun weg vinden binnen het mainstream vrijetijdsaanbod, maar daar zijn ook **grenzen** aan. Niet iedereen kan daarin functioneren en ik heb de indruk dat het beleid dat niet altijd wil zien.”*

Omgekeerd worden beleidsmakers ook aangesproken door de belangenbehartigers van de kansengroepen om inclusief werken te stimuleren. *“Als ik kijk naar de G-sport, dan krijgen wij sterk **de vraag om dat steeds inclusiever te organiseren**. Wanneer het beleid dan een apart aanbod wil behouden, dan stoot dit ook op onbegrip bij de belangenbehartigers.”*

*“In Antwerpen gaan we meer **naar sectoroverschrijdende samenwerking tussen sport, cultuur, jeugd, onderwijs,...** We proberen al die verhalen te mixen, in de hoop van zo ook meer mensen te bereiken en de kansen voor doelgroepen te verhogen. We willen **budgetten en expertise samenbrengen**.”*

### **Vakantieplek op maat van kinderen**

Elk kind vertrekt vanuit bepaalde vragen en verwachtingen. Voor sommige kinderen is een nacht van huis weg zijn al heel spannend, voor anderen is daar niks aan. Het is kwestie van die **verwachtingen bloot te leggen** als begeleider en dan te kijken hoe je daar voor elk kind kan aan tegemoetkomen. Zo kan je **differentiëren binnen het bestaande aanbod**, meer ingaan op het moment. Activiteiten in bijvoorbeeld jeugdwerk zijn door de jaren heen veel geplanderd en georganiseerder geworden. Ook in de sportsector keert men vaak terug naar vaste waarden en formules. Vertrek je vanuit een aanbod en probeer je iedereen te motiveren om er aan mee te doen of vertrek je vanuit de vraag en probeer je daarop je aanbod uit te werken? Er moet inderdaad een evenwicht zijn tussen prikkelen, durven experimenteren en op basis daarvan je aanbod bijsturen.

We moeten op een andere manier nadenken over vakantieparticipatie. We moeten kinderen en jongeren versterken en niet betuttelen. **Buiten spelen op pleintjes is ook vakantieparticipatie**. We moeten **niet iedereen in een aanbod willen steken**. Het is wel nodig om kinderen en ouders effectief te bevragen over wensen. We moeten **deelname mogelijk maken**, maar we moeten **georganiseerde activiteiten niet opleggen**. Wat al gebeurt op plekken is waardevol. Er steekt een heel stuk normering in het kijken naar vakantieparticipatie, we kunnen beter ook kijken naar **wat kinderen reëel doen in hun omgeving**.

In het initiatief van Heist-op-den-Berg (dat Demos bevroeg) wordt gewerkt met spelkoffers, **jongeren worden opgeleid als peercoaches** en rolmodellen. Dit is een mooi voorbeeld van hoe kinderen zelf hun vrije tijd leren invullen. De focus ligt op spelen, er is **geen opsplitsing naar leeftijden**, er zijn **geen georganiseerde activiteiten**. Dit kan een interessante invalshoek zijn om mee te nemen in onderzoek. Ook Bizon heeft bijvoorbeeld zijn leeftijdsgrens verbreed en werkt nu eerder themagericht, kinderen en jongeren kiezen op basis van interesse, niet puur op basis van leeftijd.

VDS ziet deze tendensen ook terugkomen in de speelpleinwerking. Gaan we voor **de mix of opsplitsen naar leeftijden**? Naar vrije spelen, variatie en uitdaging of een duidelijk gestructureerd aanbod? Feit is dat **begeleiders op de keuze moeten voorbereid** zijn. De visie van VDS gaat in ieder geval uit van de vrijheid voor kinderen, variatie en uitdagingen los van leeftijdsgrenzen. Ze pleiten voor een open aanbod, met op verschillende locaties de mogelijkheid om dingen te doen. Zo creëer je het **vakantiegevoel op het speelplein**. Is er daardoor nood aan meer begeleiding? Nee, eigenlijk niet. Met een open aanbod met hoekwerking krijg je per hoek begeleiding en daarnaast impulsmonitoren. Monitoren kunnen, met het spelen in de hoeken vanuit een expliciete invalshoek, meer inspelen op **capaciteiten van de kinderen**. Dat geeft hen enkel meer inbreng dan daarvoor.

Ook op het speelplein in Kortrijk wordt geëxperimenteerd met een gedeeld aanbod in de voormiddag volgens leeftijd en in de namiddag een open aanbod. Je bent hiervoor wel **afhankelijk van je vrijwilligers en animatoren**. Het gaat vaak om een **jonge onervaren groep en dat is een pijnpunt**. Niet iedereen heeft een opleiding gevolgd, tegelijkertijd worden veel eisen gesteld aan jonge mensen. Mensen uit de jeugdbeweging kunnen zich vaak geen acht weken in de speelpleinwerking engageren. Als er niet ingezet wordt op kwalitatieve begeleiding, verval je soms in toezicht houden en hier en daar wat spelen met de kinderen.

## **Doordenkers voor begeleiding vakantie-aanbod**

Vertel je aan begeleiding of kinderen afkomstig zijn uit kansarme gezinnen of niet? Bij OCMW Antwerpen gebeurt dit niet, bij de jeugdwerking wel. Vrijwilligers hebben hier **meer ondersteuning rond nodig**, in het omgaan met deze kinderen uit kwetsbare groepen.

Soms is er expliciet nood aan informatie, door de ouders of in samenwerking met sociale organisaties. *“We hebben nood aan **informatie over beperkingen** als autisme bijvoorbeeld. We stellen vast dat we deze informatie moeilijker vastkrijgen van kansarme gezinnen. Dit gebrek aan communicatie zorgt er voor dat er soms moeilijkheden ontstaan tijdens het kamp. Zelfs al werken we met sociale organisaties als brugfiguur, dan nog komt de informatie niet altijd tot bij ons.”*

In een (super)diverse context moeten vrijwilligers gesensibiliseerd worden rond **omgaan met anderstalige kinderen**, bv. kinderen niet bestraffen als ze praten in hun thuistaal.

De coaching van medewerkers en begeleiders (al dan niet vrijwilligers) wordt belangrijk. **De cursus basisanimator is niet veranderd**, terwijl de **omgeving wel degelijk** verschillend is geworden op diverse vlakken. Afhankelijk van welke organisatie die animatorcursussen organiseren zijn er wel verschillen in aanpak: Bizon vzw legt het accent sterk op structuur, straffen en belonen, omgaan met gedrag... (diverse sessies en rollenspel). Koning Kevin werkt rond creativiteit (uitwisseling). Hannibal rond muzisch werken. Op een cursus kan je natuurlijke andere organisaties uitnodigen voor bepaalde zaken.

Je kan animatoren niet verplichten om een animatorcursus te volgen. In Kortrijk is er een grote werking met grote nood aan vrijwilligers, dan kan je die drempel niet inbouwen. De basiscursus kan overal gevolgd worden, maar die cursus dekt sowieso ook niet altijd alles. *“Wij proberen zoveel mogelijk vormingen te organiseren. Het is onze taak om noden bij de begeleiding te detecteren en de juiste organisatie op het juiste moment uit te nodigen.”*

Je moet als organisatie de **doelstellingen van je initiatief duidelijk communiceren**. Is het competenties bijbrengen of kinderen gewoon laten spelen...? Je moet zicht krijgen op de verwachtingen van ouders, maar jouw verwachtingen ook duidelijk maken. Taal onder de knie krijgen is voor een aantal ouders een motiverende factor, maar de aanbieder moet zich dan ook **bewust zijn van zijn eigen doelstellingen en de positieve neveneffecten** van het vakantieaanbod.

### **Geslaagde match tussen vraag en aanbod**

Als je écht **vanuit de vraag van het kind kan vertrekken**, als je kan inspelen op interesses of talenten, met een aanbod dat bereikbaar en beschikbaar is, dan heb je veel kans om een match te maken.

Soms steekt het niet zo nauw en willen de mensen gewoon een aanbod in een bepaalde week. Dan is het niet zo moeilijk om iets te vinden. **Je vindt altijd wel een aanbod**. Maar of dat de juiste match is...?

In Antwerpen nemen **de sport- en cultuurtoeleiders tijdens een huisbezoek** het aanbod mee. Geleidelijk aan geven ze informatie mee op basis van interesses. Tijdens de huisbezoeken krijgen ze meer **zicht op de verwachtingen van kinderen en jongeren zelf** over vrije tijd. Die verwachtingen zijn **heel divers** en komen niet altijd overeen met het aanbod. Hoe lokaler, hoe interessanter. Herkenbaarheid, afstand en tijdstip zijn ook

belangrijke factoren. Kinderen zorgen vaak voor broertjes en zusjes, fungeren als babysit in huis. Probleem is dat leeftijdsdivers aanbod niet frequent aanwezig is.

*“Wat bij ons wel werkt is **tijd nemen om goed te communiceren, ook met partners buiten de sportsector** – in ons geval dan. We praten ook met organisaties buiten onze sector om te luisteren naar hun noden en wensen. Wij proberen dan **vanuit onze ervaring een product op maat uit te werken**. We zijn bijvoorbeeld een samenwerking aangegaan met een inloopcentrum, de Meander uit Leuven. Die mensen geven heel **veel feedback, ze zijn heel eerlijk en open over hun wensen en verwachtingen**, en uiteindelijk kunnen we vrij eenvoudig tot een dienstverlening komen die werkt voor beide partijen.”*

Zo kunnen ook veel drempels weggehaald worden. In Antwerpen, bijvoorbeeld, loopt de **samenwerking tussen het OCMW en de speelpleinen van Koraal** heel vlot. Zij kennen een automatische korting toe aan iedereen die via het OCMW bij hen terecht komt. In sommige gevallen is het zelfs gratis. Door die goede samenwerking, valt alvast die drempel al weg.

We kunnen nog veel **meer samenwerken met doelgroeporganisaties**. De Vlaamse Sportfederatie heeft een blind date georganiseerd tussen vijf van de federaties en vijf verenigingen waar armen het woord nemen. Daar zijn leuke, soms kleinschalige zaken uit voortgekomen. Als je gewoon communiceert dat je plaatsen vrijhoudt, dan lukt dat niet meteen. *“Een van onze sportfederaties heeft bijvoorbeeld één namiddag ingevuld op het kamp van de vereniging zelf. Dat was echt wel een match. De kinderen zitten in hun vertrouwde omgeving. De sportieve namiddag wordt ingevuld door de sportverenigingen. We moeten niet altijd gaan voor de internaatformule.”*

ABC in Brussel heeft voor zijn vakantiewerking geen instroom van kwetsbare groepen, voor de gezinswerking wel. De **samenwerking met sociale organisaties, brug- en sleutelfiguren** die mensen binnen brengen is voor ABC heel belangrijk. Individuele participatie van kwetsbare ouders met hun kinderen is niet evident. Het aanbod moet ook werken voor iedereen.

Er ligt een belangrijke **opdracht voor de doorverwijzers en vrijetijdsbemiddelaars**. Er wordt vaak gewerkt met digitale inschrijvingen, dat maakt de kloof groter tussen ouders met kansen en minder kansen. Bemiddelaars moeten goed uitleggen hoe het vrijetijdsaanbod in mekaar steekt.

Een jeugdorganisatie houdt plaatsen vrij voor kinderen in armoede, maar merkt dat de **contacten met ouders essentieel** zijn. *“We merken wel dat dit toch een verschil is met ouders die zelf dat kamp kiezen voor hun kinderen en zelf hun kinderen brengen. Dat leidt tot meer tevreden ouders en kinderen, omdat we daar dan meer kunnen in investeren.”* Als je zelf met ouders kan praten, heb je een beter contact. Voor ouders is het belangrijk dat ze een **vast aanspreekpunt hebben, vertrouwenspersonen**. De drempel om informatie te vragen verloopt veel beter als je bv. werkt met vaste begeleiding bij ochtend en avond. Het is nodig om sterk in te zetten op de **veiligheid voor gezinnen** en winnen van hun vertrouwen.

*“Wij werken voor een **inclusiesportkamp samen met een sportfederatie voor personen met een beperking**. We hebben allebei onze eigen kanalen om het initiatief te promoten en voorlopig schrijven we elk apart deelnemers in. Ouders en kinderen waarderen wel dat ze op een spontane manier de kans krijgen om andere kinderen te leren kennen.”*

Een aantal geslaagde matches spelen in op de nood van het **gezin om samen te kunnen participeren**. Vaak is bemiddeling en het slechten van financiële drempels noodzakelijk. In **Sint-Niklaas** wordt er gewerkt met een **Kansenpassenkrant**: mensen hebben de mogelijkheid om zonder stigma deel te nemen. Het aanbod is gecentraliseerd: het mogelijke aanbod of locaties om iets te doen wordt in de krant opgenomen. Via het Steunpunt Vakantieparticipatie kunnen gezinnen een abonnement aanvragen voor recreatieparken.

Bij het **OCMW Antwerpen** is er **samenwerking met Steunpunt Vakantieparticipatie** voor de daguitstappen en de gezinsvakanties. De Dienst Vrije Tijd begeleidt de vakanties voor gezinnen, zo zijn er toch zestig gezinnen op vakantie gegaan. Er is ook financiële tegemoetkoming van 250 euro per gezinslid voor vrijetijdsparticipatie (1.000 euro max. per gezin). Daarmee kunnen ook kosten voor vakantie worden betaald. Dat verlaagt de drempel enorm. Belangrijk is dat het **OCMW doorverwijst en reserveert voor de doelgroep**. Ook het Fonds heeft een aanbod voor gezinnen. Gezinnen schrijven in via verenigingen die beroep kunnen doen op het Fonds.

*'A Place to live' organiseert gezinsvakanties voor ouders en kinderen. Net omdat er weinig vaste structuur is in het begin, is er veel plaats voor initiatieven van de deelnemers. Veel gezinnen vinden op zo'n manier een evenwicht en komen zo tot rust. Iemand kookt graag, bijvoorbeeld, en komt zo bij de kookploeg terecht. "De kinderen voelen ook aan dat hun ouders zich goed voelen en dat is ook fijn voor hen. Het aanbod wordt zo door de gezinnen in armoede zelf ontwikkeld. Dat vond ik het sterke aan 'A place to live'. Zij vertrekken echt van de sterktes van mensen. Deelnemer en vrijwilliger zijn, loopt er heel sterk door elkaar. Ik denk dat dit wel heel waardevol is, omdat je mensen ook ziet groeien in hun rol. Dat is niet altijd evident, maar het is wel een enorme sterkte om het kamp te maken met de mensen die er zijn. Een aanbod dat niet té specifiek is, kan je nog sturen naar de effectieve deelnemers."*

In de **provincie Oost-Vlaanderen** wordt er **sterk ingezet op inclusieve speelpleinen**. De afgelopen jaren zijn er zo'n 42 inclusieve speelpleinen geworden na een begeleidingstraject van drie jaar. Dit gaat over kinderen met een beperking en maatschappelijk kwetsbare kinderen en jongeren. *"Dat aanbod is dus vrij groot en men probeert ook de kwaliteit te bewaken. Ik vind dat wel straf, ook dat er zoveel vrijwilligers zijn die zich daarvoor openstellen. Dat zorgt voor een laagdrempelig vakantie-aanbod in de buurt."*

*"Wat voor ons goed werkt, is wanneer we vanuit een voorziening zelf aanbod creëren, in samenwerking met lokale partners zoals het cultuurcentrum of de muziekacademie. Wij zoeken dan zelf begeleiders uit onze vrijwilligersspoule en onze werking schept ook vertrouwen. Het speelplein bij ons in de buurt wil ook wel inclusief werken, maar zij staan onvoldoende in de wereld van mensen met een beperking, ze hebben er geen aanspreekpunt. Daardoor bereiken ze ook effectief veel minder kinderen en jongeren met een beperking."*

Voor **sommige kinderen in armoede** werkt het **beter als het aanbod niet lokaal is**. Op dat soort vakanties kunnen ze alles achter laten en **met een propere lei beginnen** in een nieuwe groep, waar niemand hen kent. Lokaal mag de begeleiding nog zo zijn best doen, de kinderen onderling kennen natuurlijk ieders achtergrond, en spreken elkaar daar ook op aan.

*"Wat we ook hebben ontdekt is dat er niet te veel kinderen in armoede aan hetzelfde kamp mogen deelnemen. Twee à drie werkt. Zijn het er meer, dan zoeken ze elkaar op, en vormen ze snel een subgroepje. Daar kan de begeleiding dan weer niet altijd mee om, ook*

*omdat ze soms niet op voorhand weten wat de achtergrond is van de kinderen. Nu, dat kan ook een voordeel zijn. Want op die manier kan je ook vermijden dat er bepaalde vooroordelen ontstaan."*

Als je samen rond de tafel gaat zitten, **vertrekken van een wit blad** en dus niet zomaar vertrekt van je eigen aanbod, is het veel gemakkelijker om de 5 B's goed te krijgen. Voorbeeld uit Antwerpen: project 'wordt museumdirecteur', buitenschoolse kinderopvang hebben samen met de musea (publieksmedewerkers) een kamp opgezet. Belangrijk thema om te onderzoeken: **vrijheid van kinderen en jongeren in hun vakantie en plekken waar ze die vrijheid kunnen realiseren**. Wat doen jongeren op een pleintje? Wat betekent de wijk in de vakantie? Wat gebeurt buiten het georganiseerde aanbod? Hoe organiseren kinderen en jongeren zichzelf in de buurt? De mogelijkheden en kansen om projectmatig met kinderen aan de slag te gaan mag je niet onderschatten. Het werken naar een eindpunt kan zeer motiverend werken voor kinderen. Zo was in Antwerpen het musicalkamp, tegen alle verwachtingen in, een groot succes. Het was enerzijds een duidelijk en gestructureerd kader, het was anderzijds ook resultaatgericht, tegelijkertijd bood het vrijheid aan kinderen.

Bij het creëren van vakantiemogelijkheden moet je verschillende factoren in kaart brengen om een laagdrempelig aanbod op te zetten. Waarom zet je in op een bepaald aanbod? Welke rol heeft de begeleiding? Wat zijn sterktes en zwaktes van je aanbod rond bijvoorbeeld bereikbaarheid en begrijpbaarheid? In de discussie neigen we naar een soort van polarisatie tussen georganiseerd en minder georganiseerd aanbod, maar eigenlijk is dat niet nodig. Alles kan. Welke keuzes maken kinderen zelf in de vakantie? En komt dit overeen met de keuze van ouders? We moeten niet streven naar het ideale aanbod, maar inspelen op wat kinderen en jongeren zelf aangeven. Er is een breed divers aanbod, hoe kunnen we kinderen en jongeren dit aanbod aanreiken?

**Koning Kevin werkt samen met het CAW van Leuven** voor de woensnamiddagwerking. Waarom werkt dit goed? De samenwerking is gekaderd in een buurtwerking, het beantwoordt aan de opvangvraag van ouders, kinderen kunnen gemakkelijk in- en uitstappen en er zijn veel keuzemogelijkheden.

**Habbekrats** gaat met een camionette **met materiaal naar een plein**. Op die manier bouwen ze snel een goede band op met de gasten, op moeilijke pleinen wordt **samengewerkt met straathoekwerk**. Kinderen kunnen vrijwillig komen van 13u tot 19u, ze **komen en gaan zoals ze willen**. Ze hebben toch iets nodig, ze worden het ongedwongen niks doen soms beu en dan slaat verveling toe. Habbekrats biedt toch ook iets extra aan. Leeftijd is niet afgebakend, maar ligt tussen 7 en 17 jaar. Soms brengen kinderen ook kleine broertjes mee, maar soms moet je **als begeleider ook grenzen** stellen. Leeftijdsverschil is niet gemakkelijk, daarom wordt op maandag toch alleen met 13+ gewerkt. Jongere kindjes vragen meer aandacht.

### **Opdrachten voor Demos**

- **Mee het vakantie-aanbod bekend maken** bij de brede bevolking, want hoe kunnen mensen deelnemen als ze niet eens weten wat er allemaal bestaat.
- Werken aan **gedragenheid voor vakantie-aanbod**. Niet alleen is het vakantie-aanbod niet bekend, het is vaak ook niet gedragen. Er zijn nog heel veel begeleiders die vinden dat een gezin niet op vakantie mag gaan, zolang bepaalde factoren nog niet betaald zijn bijvoorbeeld. Zelfs zij die het dichtst bij het gezin staan, raden het gezin eerder aan om een nieuwe boekentas te kopen, dan op vakantie te gaan. Er wordt ook het eerste op bespaard. Er is bovendien de druk

vanuit de besparingslogica die toegankelijkheid dicht snoert. Hoe gaan we hier mee om?

- **Waar zitten de grootste hiaten?** Wat is het aanbod op maat dat ontbreekt? Waar schiet het bestaande aanbod te kort? Wat moeten we wel gaan aanbieden? Moeten we voor elke vraag een specifiek aanbod creëren of moeten we een meer algemeen aanbod opzetten dat met verschillende vragen probeert rekening te houden?
- **Mee pleiten voor verruimen van begrip opvang:** niet alleen mensen die werken hebben nood aan opvang. We moeten daarin een nuance brengen tussen 'opvanggarantie' en 'opvangfunctie'. Vrijtijdsinitiatieven hoeven geen 'opvanggarantie' te bieden, maar kunnen wel een opvangfunctie vervullen en deze op een betekenisvolle manier invullen.
- De **samenwerking** tussen ouders, aanbieders en intermediairen faciliteren en hun doelstellingen en **verwachtingen op elkaar af te stemmen**. Er is ook nood aan netwerken binnen lokale context, samenwerken met diverse partners.
- Er moet een oplossing zijn voor **financiële drempels maar het mag niet de enige focus zijn** (cfr. vrijetijdspas). De andere drempels spelen een enorme rol. Hoe kunnen we een mentaliteitswijziging te weeg brengen, het werkveld overtuigen, maar ook het beleid, om op alle 5 B's integraal te werken?
- Thema's voor onderzoek: belevingsonderzoek waarbij onderscheid gemaakt wordt tussen kinderen en jongeren in en buiten een maatschappelijk kwetsbare situatie.