

(k)rap op sportkamp

Sportkampen voor alle kinderen en jongeren

Sport wordt vaak beschouwd als een laagdrempelige vrijetijdsbesteding. Toch bemoeilijken verschillende participatiedrempels de deelname voor kinderen en jongeren in armoede. Samenwerken met sociale partners is noodzakelijk om gezinnen in armoede te bereiken. Stap voor stap kan je werk maken van laagdrempelige sportkampen: van promotie tot toeleiding, tot een toegankelijke inschrijving en kostprijs, een kwaliteitsvolle begeleiding, evaluatie, nazorg en doorstroom naar het lokale aanbod.

Tatjana Van Driessche
stafmedewerker lokale netwerken en sport Démos vzw
tatjana.vandriessche@demos.be

Joepie, vakantie?!

Leuk, vakantie! Of toch niet? Voor kinderen en jongeren in armoede is vakantie soms een lange en moeilijke periode om te overbruggen. Zij hebben vaak niet voldoende mogelijkheden om hun vrije tijd ten volle te beleven. Het bestaande aanbod is niet gekend of moeilijk bereikbaar. Kinderen in armoede hebben minder aansluiting met het lokale sportaanbod en dreigen daardoor niet deel te nemen aan sportkampen in de vakantie. Als sportdienst kan je hierop inspelen zodat alle kinderen hun weg vinden naar de kwaliteitsvolle sportkampen in hun gemeente!

Gezocht en gevonden? De missing link tussen kind en kamp

Verschillende factoren zorgen ervoor dat kinderen in armoede minder of bijna niet deelnemen aan lokale sportkampen. Om de deelname te verhogen is het belangrijk om in te zien waar het schoentje knelt. Aan de hand van 5 B's geven we weer welke criteria een rol kunnen spelen in de stap tot participatie.

De Beschikbaarheid van het aanbod
Zijn de sportkampen snel volzet? Zijn er bepaalde voorwaarden aan de deelname verbonden? Zijn organisatoren aanspreekbaar?

Bijvoorbeeld: zijn de inschrijvingen enkel online of ook op de sportdienst? Worden eventueel plaatsen vrijgehouden voor kinderen in armoede zodat zij ook de kans hebben om deel te nemen?

De Begrijpbaarheid van het aanbod
Is het aanbod transparant? Is de informatie letterlijk begrijpbaar qua taal of jargon? Is het begrijpbaar voor mensen zonder voorkennis? Bijvoorbeeld: wordt er in de communicatie duidelijk omschreven wat een kamp inhoudt en wat ouders en kinderen mogen verwachten? Wordt er actieve promotie gevoerd? Worden kinderen in armoede via sociale partners toegeleid naar het aanbod?

Sport biedt immers kansen voor jongeren: het draagt bij tot een positieve ontwikkeling en maatschappelijke ontplooiing. Een pleidooi om in te zetten op participatie van kinderen en jongeren in armoede. Op die manier speelt de sportdienst in op de uitdagingen die zich in onze samenleving stellen: superdiversiteit, de kloof tussen arm en rijk, vergrijzing van het platteland en vergroening van de steden.

Een aanbod voor iedereen vergt een inspanning van de aanbieder



© Visit Greenwich via Flickr

De Bruikbaarheid van het aanbod
Sluit het aan bij de concrete vragen? Hou je rekening met culturele sensitiviteit? Vertrekt het aanbod vanuit één leefwereld of verschillende leefwerelden?
Bijvoorbeeld: Wordt het aanbod afgestemd op de vragen en behoeften van kinderen en jongeren, ook van kinderen en jongeren in armoede? Stelt het aanbod zichzelf in vraag, inhoudelijk en organisatorisch?

De Bereikbaarheid van het sportkamp
Is de locatie gemakkelijk bereikbaar (fysieke afstand)? Is de locatie gekend (mentale afstand)? Is de bereikbaarheid goed gecommuniceerd?
Bijvoorbeeld: is de plek van inschrijven, start kamp en activiteiten verschillend? Zijn er activiteiten en kampen in verschillende buurten? Worden er alternatieven gezocht voor gezinnen die de kamplocatie niet gemakkelijk kunnen bereiken?

De Betaalbaarheid van het vakantieaanbod
Is de deelnameprijs niet te hoog? Zijn er bijkomende kosten bijvoorbeeld vervoer, kledij, zakgeld?

Kunnen ouders in schijven betalen? Wat is in de prijs inbegrepen? Bijvoorbeeld: zijn er kortingssystemen? Zijn extra uitgaven naast het inschrijvingsgeld niet verplicht?

De 5 B's tonen aan dat heel wat onzichtbare drempels een rol spelen in de stap naar participatie. Het gaat niet louter om een financiële drempel. Sportkampen zijn echter het moment bij uitstek om kinderen en jongeren te laten proeven van sport en te enthousiasmeren om duurzaam te sporten. Ook kinderen in armoede hebben recht op een leuke en sportieve vakantie. De sportdienst kan ook een inspanning doen om kinderen die kans te geven. Maak ruimte voor keuzes van en voor kinderen die in een maatschappelijk kwetsbare situatie vertoeven. De eerste stap is luisteren naar de jongeren en vertrouwen opwekken bij de ouders. Een aanbod voor iedereen vergt een inspanning van de aanbieder.

(k)rap op sportkamp: een online toolkit vol tips voor sportdiensten

Op www.krapopsportkamp.be krijgen sportdiensten tips mee om de

participatie van kinderen en jongeren in armoede aan sportkampen te verhogen. De online toolkit is samengesteld door sport- en armoedepartners en illustreert concrete acties om mee aan de slag te gaan: handige tips hoe je begrijpbare promotie voert en hoe je extra kan inzetten op toeleiding van mensen in armoede. Richtlijnen om ouders op een toegankelijke manier hun kind te laten inschrijven en hoe jij als sportdienst een duit in het zakje kan doen. Advies rond begeleiding op en rond het kamp, met tips rond vorming voor begeleiders rond actuele thema's in de samenleving (bv. identiteit, armoede, vindplaatsgericht werken ...). Maar ook tips voor na het kamp: hoe evalueer je? Hoe stimuleer je kinderen om aan sport te blijven doen? Er wordt aandacht besteed aan de partners waar sportdiensten mee kunnen samenwerken. Je staat er nooit alleen voor en een nieuwe doelgroep bereik je

het best met partners. Op de website staan mogelijke partners uitgebreid omschreven en waar je ze kan vinden in jouw gemeente.

Kortom, de toolkit wilt sportdiensten op weg helpen om sportkampen zo laagdrempelig mogelijk te maken voor kinderen en jongeren in armoede. De toolkit geeft aan hoe je als sportdienst kan inspelen op die minder zichtbare drempels en dat iedereen belang heeft bij een toegankelijk aanbod. Wil je kleine stapjes zetten, dan vind je acties terug om dit waar te maken. Wil je het vakantie-aanbod vernieuwen en openstellen voor iedereen, dan helpt de toolkit je ook op weg. Het echte werk gebeurt natuurlijk lokaal, in de stad of gemeente, maar niet alleen. Zowel sociale partners als partners uit de jeugd- en cultuursector kunnen elkaar versterken om tijdens de vakantie iedereen een leuke en zinvolle vrije tijd te geven.

Een gouden tip: durf te veranderen en te vernieuwen. Speel in op de leefwereld van kinderen en jongeren. //



Wil je graag jouw praktijk of lokaal initiatief als good practice op www.krapopsportkamp.be plaatsen? Stuur een mailtje naar piet.vandersypt@isbvzw.be.



Meer lezen over dit onderwerp?

Zoek in de ISB-Kennisbank met de trefwoorden *SPORTKAMPEN, PERSONEN IN ARMOEDE, SPORTPROMOTIE*