



IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE WAARDEGEDRAGEN ONDERNEMEN EN COCREËREN

STEUNPUNT VAKANTIEPARTICIPATIE FACILITEERT HET NETWERK IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE

#IEDEREENVERDIENTVAKANTIE

#MAAKDETOEKOMST



Vlaanderen
is toerisme



NETWERK EN STEUNPUNT IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE

WAARDEGEDRAGEN ONDERNEMEN EN COCREËREN

VOORAF Een obelisk was volgens landschapsarchitect Bas Smets het meest geschikte monument om mensenrechten in te kerven. Uit de hele wereld liet hij dertig steensoorten aanrukken. Voor elk artikel van de Universele Verklaring van de Mensenrechten een andere soort. 'De obelisk is het symbool van een versteende zonnestraal. Het leek me een prachtig beeld om een verlicht idee te laten verstenen,' zegt Bas Smets hierover. Gezien de Verklaring werd aangenomen op 10 december 1948 koos hij ervoor in december groene bomen rond de obelisk te planten. Het zijn 8 dennenbomen, het cijfer 8 staat symbool voor oneindigheid.

Niets aan dit kunstwerk is toevallig. Je kan het monument bezoeken op de heuvel van de Tour & Taxisite in Brussel. Een aanrader. Ook de verwijzing naar deze obelisk is niet toevallig. Het realiseren van een grondrecht is de gezamenlijke ambitie van het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie. Dit heel divers netwerk wordt vanuit Toerisme Vlaanderen ondersteund door het Steunpunt Vakantieparticipatie.

De acties die het steunpunt onderneemt om het Netwerk te verbinden zijn niet toevallig, ze zijn weloverwogen en intentioneel met een triple win in het vizier.

We geven een inkijk in de werking van het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie. **In experiment en cocreatie krijgen acties verschillende vormen.** De ambitie bepaalt de focus: het recht op vakantie waarmaken, voor iedereen, ook als het niet evident is.

Elke dag leren we bij over werken in een netwerk. We nodigen iedereen uit voor suggesties en reflecties. Samen maken we het verschil.

Marianne Schapmans,
Directeur Steunpunt Vakantieparticipatie, Toerisme Vlaanderen



7 NETWERK IEDEREEN VERDIENT
VAKANTIE

11 PARTICPATIE AAN TOERISME
BEVORDEREN

21 WAAROM VAKANTIE EN TOERISME
VOOR IEDEREEN

28 IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE
HOE DOEN WE DAT?

44 GROOTSCHALIG SAMENWERKEN
IN HET NETWERK IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE

68 2020 ...
EN VERDER

INDEX





De mensenrechten obelisk zie je staan bij Tour en Taxis in Brussel. In 4 talen lees je de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens (1948).



“Artikel 24 Iedereen Verdient Vakantie.

NETWERK IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE

Begin 2000 stelden de overheid en haar partners vast dat vakantie niet in het bereik lag van alle Vlamingen. Daarom richtte Toerisme Vlaanderen in mei 2001 het Steunpunt Vakantieparticipatie op. Het doel? Waarmaken van het recht op vakantie voor mensen die in armoede leven. De Europese armoedegrens geldt hier als norm. Sinds 2014 gaat het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie niet enkel met de financiële maar ook met andere drempels aan de slag.

Dit Netwerk groeide uit tot een **uniek concept in Europa** - en bij uitbreiding de hele wereld - om vakantie mogelijk te maken voor iedereen. Het Steunpunt Vakantieparticipatie is hierin geen klassieke overheidsdienst of loket, het is de **facilitator in dit partnernetwerk** dat expertise, goodwill en maatschappelijke verantwoordelijkheid samenbrengt om het recht op vakantie voor alle Vlamingen te realiseren. Op het kruispunt tussen vraag en aanbod wordt persoonlijke dienstverlening geboden aan zowel de vakantieganger als aan alle partners.

Het Steunpunt Vakantieparticipatie van Toerisme Vlaanderen verbindt het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie en werkt samen met meer dan 1.800 **sociale partnerorganisaties** in Vlaanderen: OCMW's, vrijwilligersorganisaties en verenigingen die dicht bij mensen in armoede staan. Deze organisaties communiceren over het aanbod met mogelijke vakantiegangers via vakantieguides en **www.iedereenverdientvakantie.be**. Ze staan ervoor garant dat maatwerk en het kortingstarief enkel terechtkomt bij wie dit nodig heeft. Toeristische partners mogen rekenen op een goed georganiseerde bemiddelingscentrale waar ze terecht kunnen met hun voorstellen, ideeën, vragen. De dienstverlening gebeurt op maat, maar is geen hulpverlening

Sociale partnerorganisaties kennen de mensen die op vakantie of daguitstap willen en kunnen hun situatie inschatten. Er is vertrouwen in de expertise van de sociale organisaties, ze zijn het best geplaatst voor begeleiding en screening van de vakantiegangers. De sociale organisaties bieden de vakantieganger ondersteuning bij het invullen van de formulieren, het voorbereiden van de vakantie ... Kortom, bij alles wat komt kijken bij een vakantie of daguitstap.

Om het recht op vakantie kracht bij te zetten en ook mensen te bereiken die geen lid zijn van een organisatie, zette het netwerk de laatste jaren sterk in op het opstarten en uitbouwen van **Rap Op Stapkantoren**. Mensen die een drempel ervaren, kunnen makkelijk binnenspringen in deze lokale reisbureaus. Een lidmaatschap is niet nodig. De inrichting van deze kleine kantoren gebeurt

grotendeels met de hulp van verschillende organisaties 'te velde'. Deze kantoren, vaak gerund door vrijwilligers, blijken reeds vanaf het begin van de uitbouw een groot succes. Ze zijn laagdrempelig en complementair aan de dienstverlening van ledenorganisaties.

“Een grootschalig engagement van zoveel sociale partners, maatwerk en een financiële tegemoetkoming door toeristische partners is heel bijzonder in Vlaanderen en ongezien daarbuiten.

Het is het unieke samenspel van 1.800 sociale partnerorganisaties en meer dan 600 toeristische partners dat vakantie mogelijk maakt, ook als het moeilijk is.

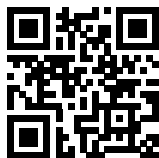
PETER DE WILDE (TOERISME VLAANDEREN)

De **toeristische partners** uit het netwerk engageren zich voor een specifiek aanbod. Hun engagement bepalen ze zelf. Ze maken hun accommodatie toegankelijk, voorzien een sociaal kortingstarief, bieden specifieke ondersteuning aan. Deze ondernemers vinden in het partnerschap een manier om hun hart te laten zien, meer bezoekers te bereiken, nieuwe opportuniteiten te ontdekken, innovaties te lanceren en aan een positief imago te werken. Toerisme Vlaanderen is met het Steunpunt Vakantieparticipatie een kruisbestuiver en een hefboom, en zorgt voor verbinding, communicatie en bemiddeling.

Hoe werkt het?

Het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie is een uniek samenwerkingsverband tussen Vlaamse toeristische partners, sociale organisaties en mensen met vakantieplannen.

Scan deze code en ontdek de netwerkvideo.

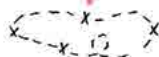


ZOVEEL VAKANTIEPLANNEN

HET AANBOD VOORZIET IN KORTE, LANGE, GROEPS- EN INDIVIDUELE VAKANTIES. VOOR ELK WAT WILS!



DAGUITSTAPPEN



GEORGANISEERDE VAKANTIES



INDIVIDUELE VAKANTIES

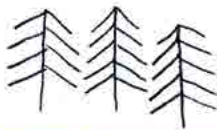


GROEPSVAKANTIES

ZOVEEL VAKANTIEMAKERS

TOERISME VLAANDEREN WERKT SAMEN MET MEER DAN 600 TOERISTISCHE PARTNERS, VERSPREID OVER ALLE VLAAMSE PROVINCIES.

WEST-VLAANDEREN
OOST-VLAANDEREN
ANTWERPEN
LIMBURG
VLAAMS-BRABANT



DE MEER DAN 1800 SOCIALE ORGANISATIES MATCHEN DE JUISTE VAKANTIE AAN DE GEZINNEN EN MENSEN DIE HET NODIG HEBBEN.

WEST-VLAANDEREN
OOST-VLAANDEREN
ANTWERPEN
LIMBURG
VLAAMS-BRABANT

ZO KUNNEN JAARLIJKS MEER DAN 150.000 MENSEN GENIETEN VAN EEN VAKANTIE OF EEN DAGUITSTAP.





**“Participatie bevorderen aan toerisme
voor en door mensen met vakantieplannen en
geëngageerde partners.**



PARTICIPATIE AAN TOERISME BEVORDEREN: CONTEXT EN FUNDAMENTEN

Steunpunt Vakantieparticipatie werd binnen Toerisme Vlaanderen opgericht (2001) om de participatie van mensen in armoede aan toerisme te verhogen. Om aan deze ambitieuze doelstelling een invulling te geven, werd een publiek-private samenwerking uitgebouwd. Het Steunpunt coördineert sindsdien de inspanningen van toerisme-aanbieders, sociale partnerorganisaties, mobiliteitspartners en andere actoren in het netwerk.

BELEIDSPERIODE 2014-2019: IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE - TOERISME BINNEN HET BEREIK VAN ELKE VLAMING BRENGEN

Na 18 jaar kan dit **krachtig samenwerkingsverband** jaarlijks meer dan 160.000 mensen in armoede een daguitstap of korte vakantie in Vlaanderen aanbieden. Meer dan 2000 partners verbinden hun krachten om het recht op vakantie waar te maken. Een succesvol partnerschap waarin iedereen bijdraagt volgens eigen 'kracht en kunde'.

Het samenwerkingsverband groeide uit tot een breed netwerk. Een netwerk dat als uniek wordt gezien en internationaal is beschreven en bekroond voor sociale innovatie door UNWTO, Eurohealth en WLO (World Leisure Organisation). Een voorbeeld en voorstellersrol op het kruispunt van welzijn en toerisme. De beleidsnota van Minister Weyts erkende het succes van dit netwerkmodel en trok de opdracht open naar alle vakantiedrempels. Naast de financiële drempel komen nu ook fysieke, praktische en mentale drempels in beeld.

De **beleidsnota** Toerisme 2014-2019 verwoordt de ambitie om toerisme binnen het bereik van elke Vlaming te brengen: 'Toerisme steunt op levende wortels. In Vlaanderen is vakantie een basisrecht voor iedereen - ook voor wie met weinig moet rondkomen of met een beperking door het leven gaat. Toegankelijkheid is onlosmakelijk verbonden met de kwaliteit van wat we te bieden hebben. Toerisme Vlaanderen streeft dan ook naar een aanbod voor elke leeftijd, voor elk budget, voor elke Vlaming, met of zonder beperking.'

Door deze uitbreiding van de ambitie drong zich een nieuwe roepnaam op. 'Vakantieparticipatie, voor een kleine portemonnee' is niet meer geldig. De vlag wordt groter. Naast een financiële drempel zijn er nog vele andere participatiedrempels te overwinnen.

Iedereen Verdient Vakantie is de nieuwe vlag en roepnaam van het uitgebreide netwerk. Steunpunt Vakantieparticipatie verbindt dit netwerk en is een onderdeel van Toerisme Vlaanderen. Wie mee de ambitie wil waarmaken en de visie onderschrijft, kan partner worden van het netwerk. Wie een vakantiedrempel zelf niet kan overwinnen, vindt hier steun en oplossingen. Einde 2018 zijn er 2200 partners en werden er bijna 170.000 mensen bereikt.

EEN DIVERS NETWERK ALS ANTWOORD OP DE COMPLEXITEIT VAN KWETSBAARHEID EN UITSLUITING

Maatschappelijke uitdagingen op het vlak van armoede, integratie, sociale uitsluiting, eenzaamheid, inclusie, vergrijzing en gezondheidszorg zijn zo complex dat één organisatie of beleidsdomein ze niet in haar of zijn eentje kan aanpakken. Het zijn de zogenaamde **wicked issues**, ingewikkelde vraagstukken die de kennis en kracht van een volledige maatschappij nodig hebben.

Mensen die de eindjes met moeite aan elkaar kunnen knopen, voelen zich genoodzaakt om te focussen op hun basisbehoeften. Om van het leven te genieten, blijft er meestal geen budget meer over. Deze mensen krijgen al snel het gevoel dat ze niet meekunnen. Kinderen in armoede of met een beperking vallen uit de boot. Op 1 september hebben ze weinig of geen vakantie verhalen te delen.

Door uitsluiting of isolement leggen deze mensen weinig contacten en bouwen ze veel minder een sociaal netwerk uit. Ze schamen zich, sluiten zich af en komen terecht in een negatieve spiraal. Als samenleving moeten we kansen bieden, ook om leuke dingen te beleven. Door een vakantie mogelijk te maken, geven we ademruimte, nieuwe moed en een gevoel van gelijkwaardigheid en vrijheid mee. Het is een investering in het potentieel van mensen in kwetsbare situaties. Een



deugdlopende vakantie of een fijne daguitstap met het gezin is geen mirakeloplossing om uit armoede of sociaal isolement te geraken, maar het is wel een stap in de goede richting en een deel van het antwoord.

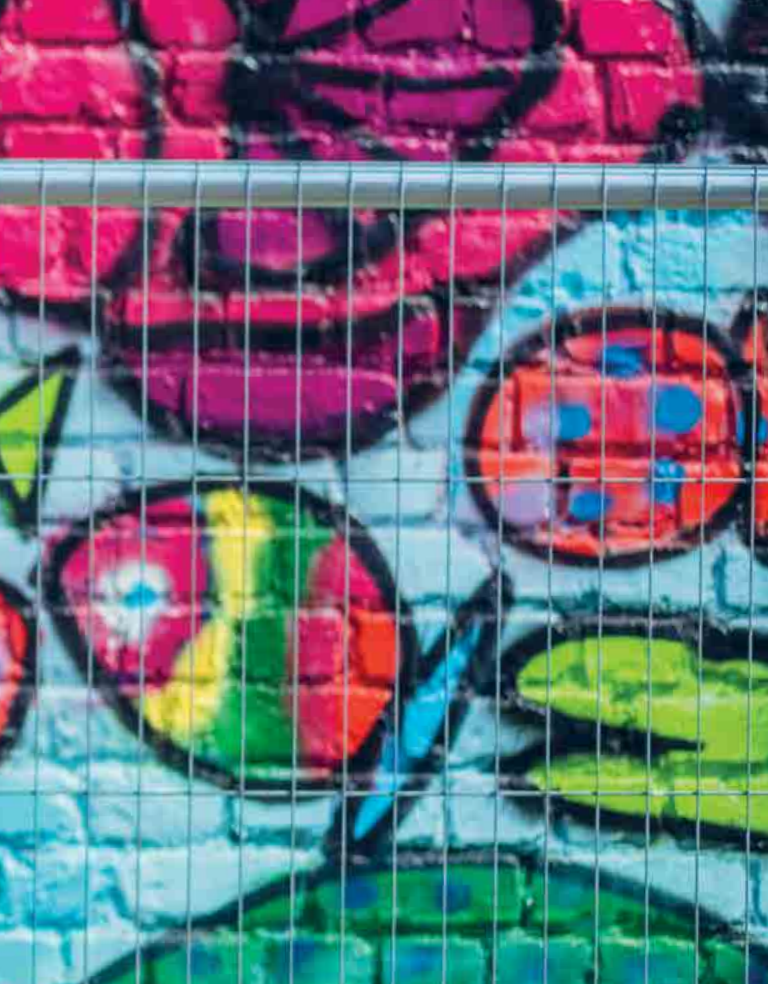
Dergelijke problematiek kan enkel door een **netwerk** aangepakt worden dat werkt over verschillende beleidsdomeinen heen en ruimte geeft aan creativiteit. Zoals reeds vermeld, verwerken onze hersenen een overvloed aan prikkels. Om de relevante van de niet-relevante prikkels te onderscheiden, creëren we routines. We herkennen bepaalde patronen en maken hiervoor een standaard respons aan. Het brein is van nature bijgevolg niet creatief. Als we met nieuwe informatie geconfronteerd worden, proberen we dit steeds in het bestaande kader te passen van onze bestaande patronen en responsen. Dit verklaart het structureren van de maatschappij in verschillende beleidsdomeinen. Ze worden gegroepeerd en behandeld volgens de processen, procedures en patronen die doorheen de tijd gecreëerd werden op basis van voorgaande ervaringen en opgedane expertise. De standaardoplossingen voor bovenstaande **wicked issues** blijken ontoereikend en incompleet. Innovatieve oplossingen dringen zich op. Dit kan enkel wanneer de standaard patronen doorbroken

worden. Partners van verschillende beleidsdomeinen kennen een plaats binnen het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie en slaan de handen in elkaar om de kloof te dichten. Bovendien stimuleert het steunpunt zijn partners om de zaken vanuit een ander perspectief te bekijken door creativiteit een plaats te geven tijdens de ontmoetingsmomenten.

KADER: STRAK ÉN REKBAAR

Het sociaal toerisme kent een lange en interessante geschiedenis, meer hier over lees je in het transitieplan.





“In Vlaanderen is vakantie een basisrecht voor iedereen. Voor elke leeftijd, elk budget; voor elke Vlaming, met of zonder beperking.

DOELPUBLIEK

Het kader waarin we doelstellingen operationaliseren, acties ontwikkelen, concepten verfijnen is tegelijk strak en rekbaar. Elke Vlaming die acties van het Netwerk Iedereen verdient Vakantie nodig heeft om te kunnen participeren is doelpubliek.

Historisch legt het netwerk zich toe op het toegankelijk maken van vakantie voor mensen die een financiële drempel ervaren. Om een beter inzicht te krijgen over welke groep van de bevolking we spreken geven we enkele armoedecijfers met bijkomende historiek weer ter referentie.

Alle initiatieven omtrent armoedebestrijding doen helaas het armoedecijfer in Europa niet fenomenaal dalen. De economische crisis die het continent al jaren teistert, heeft ervoor gezorgd dat armoede en sociale uitsluiting hoog op de politieke agenda staan. Europe 2020, de groeistrategie van de Europese Unie, beoogt onder andere om voor 2020 20 miljoen Europeanen te vrijwaren van het risico op armoede en sociale uitsluiting (<http://ec.europa.eu/europe2020>). In de laatste jaren zijn de cijfers voor risico op armoede en sociale uitsluiting slechts licht gedaald: van 24.2%

van de Europeanen in 2011, tot 22.4% in 2017. Ook al ligt het cijfer voor België onder het Europees gemiddelde, met 20.3%, betekent dit toch dat meer dan 1 op 5 Belgen in deze risicocategorie kan worden ondergebracht.

Europese statistieken geven aan dat het aantal mensen in deze risicocategorie langzaam daalde sinds 2012 – voor België begon deze daling in 2012 drastisch van 21.6% naar 20.8%, met een korte stijging in 2014 naar 21.2%, om zich daarna verder te zetten in dalende lijn (Eurostat 2019). De Belgische cijfers voor langdurige werkloosheid zijn desondanks hoog tegenover onze buurlanden: het Europees gemiddelde percentage van de actieve bevolking (18-59 jaar) dat in een gezin leeft waarbij de volwassenen minder dan 20% van de tijd werken, was 9.3% in 2018. Voor België is dit 11.8%. Buurlanden Nederland, Luxemburg en Duitsland hebben lagere percentages met respectievelijk 6.3%, 8.5% en 9.1%. Bij Frankrijk is het verschil is minder groot met 11.5% (Eurostat 2019).

Een rapport in 2017 (EU-SILC 2017) toonde aan dat 15,5% van de Belgische bevolking in armoede leefde in dat jaar. (De maatstaf die wordt gehanteerd voor monetaire armoede is de grens van 60% van het mediaan netto equivalent inkomen.). Dit betekent concreet

dat 15,5% van de bevolking in een huishouden leefde dat niet beschikt over een inkomen van 13.670 euro netto per jaar - of 1.139 euro netto per maand voor een alleenstaande en van 28.708 euro netto per jaar of 2.392 euro netto per maand voor een huishouden bestaande uit twee volwassenen en twee kinderen (http://www.armoedebestrijding.be/cijfers_aantal_armen.htm).

Het leven voor mensen in armoede in Vlaanderen en België verbeterde de laatste 25 jaar ondanks beleidsmatige initiatieven weinig. In België stijgt het armoederisico elk jaar met 1 procentpunt tot 15,9% in 2017. De Vlaamse evolutie is tegengesteld aan de Belgische: hier is een daling met 1,3 procentpunt tussen 2015 en 2017 tot 9,8% te bemerken. (armoedebareometer 2018). De sociale minima anno 2017 blijven desondanks vaak onvoldoende om volwaardig aan de samenleving te kunnen participeren en een minimaal aanvaardbare levensstandaard te realiseren. **Gezinnen die met een leefloon moeten rondkomen, hebben een inkomen dat ver onder het niveau van de referentiebudgetten voor maatschappelijke participatie ligt.** Dat geldt in het bijzonder voor koppels. Als er kinderen aanwezig zijn, volstaat ook een minimumloon niet. De levenskost steeg en de financiële druk op de gezinnen bleef toenemen (jaarboek armoede 2018).

Bovendien blijft de kinderarmoede-index in Vlaanderen stijgen: 13,8% van de kinderen werd in 2017 geboren in een kansarm gezin. Dat is een ongelooflijk scherpe stijging van ongeveer 5,6 procentpunten (jaarboek armoede 2018). In Vlaanderen werd in 2016 een armoedeniveau van 10,5% opgetekend, maar in Wallonië loopt dat cijfer op tot 19,4%. De armoede in Wallonië ligt traditioneel gevoeliger hoger dan in Vlaanderen, maar die kloof is de voorbije jaren steeds verder uitgegroeid. In 2013 kende Vlaanderen nog een armoedecijfer van 10,8% tegenover 16,7% in Wallonië. De groeiende kloof is te wijten aan het hoger aantal werklozen en de grotere uitstroom van laaggeschoolde jongeren in Wallonië. In Brussel blijken deze cijfers het hoogste, met een percentage van 30,9% (EU-SILC 2017).

Europese armoedecijfers verwijzen vaak naar de indicator 'ernstige materiële deprivatie'. Deze indicator beschrijft de situatie van personen die zich geen goederen of diensten kunnen veroorloven die essentieel worden geacht om fatsoenlijk te kunnen leven in Europa. **Armoede uit zich immers niet alleen op financieel vlak maar gaat veelal gepaard met uitsluiting en achterstelling op heel wat andere domeinen (bijvoorbeeld: tewerkstelling, huisvesting, gezondheid, onderwijs en maatschappelijke participatie).** De mogelijkheid om een week vakantie te nemen is één van de elementen in deze indicator. Dit benadrukt hoe centraal vakantie wordt geacht in de Europese levensstijl.

"Sociaal toerisme heeft de ambitie om in de vakantieketen alle drempels die je niet op eigen kracht kan overwinnen weg te werken.

Hiervoor is samenwerking noodzakelijk tussen partners met een maatschappelijk verantwoorde visie.

Mensen met een 'ernstige materiële deprivatie' missen minstens 4 van de 9 volgende elementen en zijn niet in staat om:

1. **huur of courante rekeningen te betalen;**
2. **hun woning degelijk te verwarmen;**
3. **onverwachte uitgaven te doen;**
4. **om de twee dagen vlees, vis of een proteïnerijk alternatief te eten;**
5. **een week vakantie per jaar te nemen buiten hun huis;**
6. **zich een eigen wagen, 7/ wasmachine, 8/ televisie of 9/ telefoon aan te schaffen.**

Volgens deze indicator leeft 5,1% van de Europese bevolking in ernstige materiële deprivatie. Het percentage Belgen dat zich geen week vakantie buitenshuis kan veroorloven bedraagt 23,2% in 2018 (Statbel 2019).

De Beleidsnota Toerisme 2014-2019 creëerde een verruiming van ons doelpubliek tot iedereen die een vakantiedrempel ervaart. Minister Ben Weyts verbreedde de opdracht van Steunpunt Vakantieparticipatie naar het detecteren en geïntegreerd aanpakken van alle mogelijke vakantiedrempels voor Vlamingen.

Vakantie moet bereikbaar zijn voor elke beurs, voor elke Vlaming. Als de drempel van de vakantieganger in kwestie niet financieel is, zal er geen korting aangeboden worden, maar wel aangepaste dienstverlening. **Maatwerk om zoveel mogelijk vakantiedrempels weg te werken.**



Vakantieketen - Vakantie is meer dan het moment weg van huis. Dromen & plannen begint soms lang vooraf en napraten & herinneringen ophalen voor de rest van je leven. Wij noemen het de vakantieketen.



In gesprek met **Nele Peeters**, Cebud

Vakantie is een recht. We horen het keer op keer van hulpverleners en geëngageerde toeristische professionals. Wie in armoede leeft zegt dat ook, al is dat vaak met enige aarzeling. Want – zo horen we achter die weifeling – is vakantie toch niet iets dat je echt moet ‘verdienen’ na een lange tijd van hard (en betaald) werk?

‘Iedereen moet van vakantie kunnen genieten,’ zegt Nele Peeters. Nele is onderzoeker bij CEBUD, het Centrum voor budgetadvies en -onderzoek van de Thomas More-hogeschool. CEBUD ontwikkelde minimale gezinsbudgetten die aangeven hoeveel inkomen je nodig hebt om een menswaardig leven te kunnen leiden. Vrije tijd en vakantie zijn in die referentiebudgetten opgenomen. Wetenschappers bevestigden daarmee wat we altijd opnieuw horen: vakantie hoort bij ‘t leven, zoals eten, drinken en een dak boven je hoofd.

Ieder mens heeft recht op een leven dat beantwoordt aan de menselijke waardigheid. Dat staat in de grondwet en in de OCMW-wetgeving. Op vraag van OCMW’s uit de Kempen gaf pionier Bérénice Storms invulling aan het begrip ‘menswaardigheid’. Daaruit ontstonden de referentiebudgetten: tien korven van producten en diensten die gezinnen nodig hebben om een menswaardig bestaan te kunnen leiden. OCMW’s gebruiken de tool bij beleidsvorming, budgetbegeleiding en hulp om mensen aan hun rechten te laten komen. Zoals aan een betaalbare vakantie bijvoorbeeld, want ook dat is een recht.

Wat is menswaardigheid?

‘OCMW-raadsleden moesten vroeger vooral op hun buikgevoel vertrouwen wanneer ze beslisten over steun aan mensen in armoede,’ vertelt Nele Peeters. Menselijke waardigheid was wel een wettelijk begrip, maar niet eenduidig en helder genoeg om er een beleid op te bouwen. CEBUD definieerde het concept ‘menselijke waardigheid’ als een leven kunnen leiden waarin je kan deelnemen aan de samenleving. Deelnemen betekent dan zowel kunnen bijdragen als de ervaring hebben van erbij te horen. Voorwaarden om te kunnen participeren zijn gezondheid en autonomie.

Een budget voor een menswaardig bestaan

Om een gezond leven te kunnen uitbouwen, moet een mens in staat zijn om zichzelf en zijn gezin te voorzien van voeding,

“De kloof tussen leefloon en leefbaar budget is vooral voor gezinnen dramatisch.

Vakantieparticipatie is een sociaalrecht en zou zoals alle rechten als vanzelfsprekend moeten toegekend worden.



huisvesting, energie, aangepaste kleding, hygiëne, nachtrust en ontspanning. Autonomie steunt onder meer op de ervaring van veiligheid, mobiliteit en ruimte om zelf keuzes te kunnen maken. Erbij horen betekent dat je – net als andere mensen – relaties met anderen kunt opbouwen en dat je kunt deelnemen aan sport, cultuur, vakantie.

Nele: ‘Wat vrije tijd betreft, gaan we ervan uit dat elk gezinlid een hobby moet kunnen hebben. Per kind rekenen we ongeveer 300 euro per jaar om bij een sportclub aan te sluiten, een outfit aan te kopen en af en toe na de training nog samen met kameraadjes van een drankje te genieten. Kinderen die liever iets anders doen kunnen dit budget gebruiken voor andere activiteiten zoals muziekschool, kunstacademie, jeugdbeweging, enzovoort. Keuzevrijheid is belangrijk. Voor elk gezin berekenen we ook de kost van een minimale vakantie: een midweek weg in eigen land, met een eenvoudig verblijf en budget voor een uitstap en etentje.’

Menswaardigheid in cijfers uitgedrukt

Afhankelijk van gezinssamenstelling, woonsituatie en vaste kosten kan een referentiebudget worden bepaald. Voor een alleenstaande die 500 euro huur betaalt, ligt het budget bijvoorbeeld op 1372 euro per maand (vergelijk met het leefloon: 1190 euro/maand). Voor een alleenstaande moeder met twee kinderen loopt dat al op tot 2177 euro/maand (leefloon en kinderbijslag: 1.609 euro). Voor alle duidelijkheid: in de referentiebudgetten zit geen tabak en geen auto.



Je ziet de bui al hangen. Wie moet leven van een uitkering of leefloon kijkt aan tegen een kloof tussen inkomen en een leefbaar budget. OCMW's die menswaardigheid tot hun ultieme streven verheffen, komen voor grote vraagstukken te staan.

Want, hoe dicht je die kloof? Nele: 'Vooral voor gezinnen is de situatie dramatisch. Met kinderbijslag en uitkering kunnen de ouders enkel de belangrijkste noden invullen. Alles wat participatie aan de samenleving betreft, schiet er onverbiddelijk bij in. En laat ons eerlijk zijn: vrije tijd en vakantie zijn vaak het eerste wat geschrapt wordt.'

Rechten uitputten, en daar hoort ook Vakantieparticipatie bij

De grote verdienste van de referentiebudgetten is dat ze de financiële behoeften van gezinnen zichtbaar maken. Per gezin wordt duidelijk welke financiële voorwaarden nodig zijn om van een menswaardig leven te kunnen spreken. Dat kan het startblok zijn vanwaaraf OCMW-beleid en maatschappelijk werkers springen om de kloof tussen het (veel te krappe) inkomen en het referentiebudget te dichten. Nele ziet drie hefboomen voor OCMW's. Eén: samen met mensen nadenken over hoe ze hun inkomen kunnen verhogen. Twee: zorgen dat mensen al hun rechten uitputten, van sociaal telefoontarief tot sociale huisvesting. Nele: 'En bij sociale rechten hoort ook de vrijetijdspas én een vakantie via het Steunpunt Vakantieparticipatie. Alle sociale rechten zouden eigenlijk als vanzelfsprekend moeten worden toegekend. Daar is nog veel ruimte

voor verbetering.' Een derde hefboom voor OCMW's is materiële steun die de financiële behoefte een stukje kan verminderen. Een deelinitiatief voor kleding en speelgoed, sociale kruidenier of fietsuitleen kunnen hier en daar druk van het gezinsbudget afhaken.

“Keuzevrijheid is van belang.

Een midweek in eigen land, met een eenvoudig verblijf en een budget voor een uitstap en een etentje hoort ook thuis in het referentiebudget.

Het kan, op de lange termijn

Slagen OCMW's er vandaag in om het gat dicht te rijden? 'Ja,' zegt Nele, 'Sommige wel. De tool om referentiebudgetten te berekenen geeft sociaal werkers en beleid een goed beeld. Dan kunnen keuzes gemaakt worden. Er zijn OCMW's die erin slagen het gat volledig dicht te rijden door sociale rechten uit te putten en bepaalde budgetten te heroriënteren. Belangrijk is dat iemand de eerste stap zet. Dat kan de OCMW-raad zijn, of een maatschappelijk werker die naar structurele oplossingen zoekt en ervoor wil gaan.' Op dit moment werkt een twintigtal OCMW's met de referentiebudgetten. Vlaanderen telt 308 OCMW's.

DOELGEBIED – ACTIETERREIN

Toerisme Vlaanderen wil het toerisme in Vlaanderen verhogen en focust hier op **binnenland** als doelgebied. Het aanbod bestaat uit daguitstappen, vakantieverblijven, georganiseerde vakanties en groepsverblijven. Netwerkpartners hebben vaak een breder actieterrein.

Daguitstappen hebben een lage drempel. Sparen voor een dagje uit lukt vaak gemakkelijker dan voor een meerdaagse vakantie. Voor sommige mensen is één dag een goed begin om de vakantiedrempel te overwinnen. Een vakantie hoeft niet lang te duren. Het vakantiegevoel krijg je al door gewoon een dagje ertussenuit te zijn. Je kan dieren begroeten in de zoo, duizelen in een pretpark, rondneuzen in een museum, plonzen in een zwembad en nog zoveel meer. Tal van toeristische attracties over heel Vlaanderen en Brussel maken deel uit van het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie. Voorbeelden zijn pretparken, musea, monumenten, evenementen en zwemcomplexen.

Alleen op vakantie, met vrienden of met het gezin ... in een hotel of een vakantiehuis, het aanbod **vakantieverblijven** is heel divers. Voor ieder wat wils. Het netwerk zorgt voor een ruim aanbod aan accommodatietypes, van hotels en B&B's tot campings en vakantiecentra. Men kan een weekend of een hele week eropuit trekken, in het groen, in de stad of aan de kust.

De **georganiseerde vakanties** worden georganiseerd en begeleid door een toeristische aanbieder of vereniging. Er zijn verschillende georganiseerde vakanties voor kinderen, volwassenen en gezinnen. Men kiest of men blijft overnachten of 's avonds thuis gaat slapen. De georganiseerde vakanties gaan door in het buitenland of in eigen land.

Wie nog nooit op vakantie ging, kan een eerste stap in groep zetten. Er niet alleen voor staan, een veilige groep om op terug te vallen, geeft vaak een geruster gevoel. Groepsverblijven doen een specifiek aanbod voor sociale organisaties die met de mensen die bij hun in begeleiding zijn, op vakantie willen gaan. Sommige groepsverblijven bieden plaats aan grote groepen, maar er bestaan ook kleinschalige verblijven voor kleine groepen of grote families. Sommige verblijven hebben slaapzalen, andere beschikken over gezinskamers. Het aanbod is heel divers. De verblijven in het aanbod bevinden zich in Vlaanderen en Brussel. Het programma en de begeleiding worden niet voorzien door de toeristische aanbieder.

Steunpunt Vakantieparticipatie is er in de eerste plaats om gericht om vakanties en daguitstappen aan te bieden via aanbieders in Vlaanderen. Dit betekent echter niet dat het steunpunt niet over de grenzen heen kijkt. Ons actieterrein is niet beperkt tot

Vlaanderen. Op vlak van **kennisdeling** zijn we een internationale speler. Er zijn ook verschillende partnerorganisaties die hun actieterrein veel groter zien en bijgevolg ook activiteiten buiten Vlaanderen en België organiseren.

Internationale erkenning

Het netwerk werd op 18 november 2011 bekroond met een **eervolle vermelding tijdens de uitreiking van de World Leisure International Innovation Prize** in Hangzhou, China. De World Leisure Organisation is een wereldwijde lidmaatschapsorganisatie die de vrijetijdsector ondersteunt met onderzoek, advies en informatie-uitwisseling. De unieke samenwerking tussen openbare en private sector werd speciaal geloofd.

Op 16 november 2012 werd deze grootschalige samenwerking in Istanbul, Turkije, beloond met de **zilveren award voor innovatie door de United Nations World Travel Organisation (UNWTO)**. Dit agentschap maakt deel uit van de Verenigde Naties en promoot verantwoordelijk, duurzaam en toegankelijk toerisme. Als actieve speler binnen ISTO, de Internationale Organisatie voor Sociaal Toerisme, werken Vlaamse partners aan intensieve uitwisseling van expertise en engageren ze zich in Europese projecten.

Tijdens het **Wereld Congres Appreciative Inquiry in Nice op 20 maart 2019** stond de kracht van verhalen in het netwerk geprogrammeerd. Het werd een boeiende workshop over hoe het vertellen van alternatieve verhalen een verschil kan maken in een ruimere samenleving.

WETTELIJK KADER

Het netwerk is een **grootschalig samenwerkingsverband** waarin elke partner een eigen context heeft. Het Steunpunt Vakantieparticipatie is deel van Toerisme Vlaanderen en werkt in het wettelijke kader van de Vlaamse overheid, het decreet Toerisme voor Allen (2003), het Vlaams regeerakkoord 2014-2019, de beleidsnota Toerisme 2014-2019, Vlaams Actieplan Armoedebestrijding (VAPA), Actieplan Gelijke Kansen, Vlaams Jeugdbeleidsplan (VJBP), Duurzame Ontwikkelingsagenda Verenigde Naties 2030 (SDG's).

In 2015 werd in het kader van het transitietraject sociaal toerisme een vernieuwde omschrijving overeengekomen. Deze vormde ook de aanleiding om het decreet van 2003 te vernieuwen.

WAAROM

DOEN WE WAT WE DOEN?

MENSENRECHT

Deelnemen aan toerisme en recreatie is een mensenrecht. Deelnemen aan vrije tijd is een weg naar **persoonlijk ontwikkeling** en heeft zo een **positief effect** op individu en samenleving.

HOE

DOEN WE WAT WE DOEN?

NETWERK

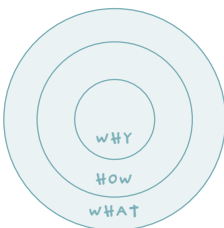
We werken samen. Met vakantiegangers sociale partnerorganisaties en toeristische partners. Doorgedreven en vanuit een sterk waardenkader.

WAT

DOEN WE?

GROOTSCHALIG SAMENWERKEN

We definiëren zes actievelen vanwaaruit we doelgericht en zorgzaam acties opzetten.



The Golden Circle, Simon Sinek - Organisaties zijn succesvol als ze werken vanuit hun drijfveer, het waarom. Hoe? is de meest beklemmende vraag als we verandering zoeken, een visie of een droom willen realiseren. (Peter Block, 'Het antwoord op hoe? is JA! Doen wat belangrijk is.') Het wat gaat over de concrete diensten en acties.



**“Vakantie mogelijk maken
genereert meerwaarde voor
mens en voor de samenleving.**

WAAROM VAKANTIE EN TOERISME VOOR IEDEREEN

Alle partners in het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie zijn overtuigd van de positieve effecten van vakantie en willen dat iedereen deze kan ervaren. Vrije tijd en toerisme zijn belangrijk voor lichaam en geest. Iemand die zich goed voelt in z'n vel functioneert beter. Iemand die zich gewaardeerd voelt, kijkt positief naar de samenleving.

GEDEELDE VISIE EN AMBITIE

Waarom engageren zo veel verschillende partners zich voor dezelfde doelstelling? Ze zijn overtuigd van de positieve effecten van vakantie.

Voor elke speler in het netwerk kent dit andere concrete invullingen, maar ze vertrekken allen vanuit een dieper **geloof dat vakantie belangrijk is** omwille van zoveel verschillende redenen die hieronder opgesomd worden. De partners wenden deze positieve effecten aan naargelang hun specifieke context om hun innerlijke motivatie te ontplooiën.

HET BELANG VAN VAKANTIE

In tijden van economische crisis en hoge werkloosheid kan praten over vakantie frivol lijken. Niet in staat zijn om een weekje buitenshuis op vakantie te gaan, is opgenomen in de Europese statistieken als een element van 'ernstige materiële deprivatie'. Toch lijkt vakantie voor velen misschien eerder een luxe, een extraatje, iets als een spelconsole of een nieuwe smartphone: leuk om te hebben, maar men kan het ook zonder stellen. **In veel Europese landen wordt vakantie gezien als iets waarvoor een meer fundamentele behoefte bestaat, iets dat een meerwaarde kan bieden aan de maatschappij.** In deze landen is 'sociaal toerisme' een manier om de vakantieparticipatie te vergroten. Dit betekent dus dat aan toerisme en vakantiebeleving een speciale positie wordt toegekend. Waarop is deze speciale positie gebaseerd? Wat maakt een vakantie zo anders dan een gadget of (materieel) luxeproduct? Toerisme wordt vaak beschouwd als een ervaring die bijdraagt tot algemeen welzijn. Deze bijdrage is vaak langduriger dan de vakantie zelf. Ze begint voor de vakantie van start gaat met het uitkijken, verlangen en aftellen naar de vertrekdag. Ze blijft nazinderen na de vakantie door de vele mooie herinneringen die vaak nog jaren later worden aangehaald. Van herinneringen en positieve ervaringen is bewezen dat ze samenhangen met een positief zelfbeeld. Ze creëren

“Vakanties dragen bij tot het versterken van psychologische en fysieke veerkracht.

Veerkracht maakt dat je kan terugveren uit moeilijke en belastende situaties.

gedragsmechanismen die mensen leren omgaan met negatieve ervaringen. Ze bevorderen dus de weerbaarheid (Williams et al 2008). Op het gebied van positieve psychologie werd aangetoond dat emoties die gelinkt zijn aan positieve herinneringen, een gunstige invloed hebben op psychologische aanpassing, interpersoonlijke relaties, flexibel gedrag, levensverwachting en fysieke gezondheid (Philippe et al 2008). Vakanties spelen een vitale rol in het tot stand brengen van deze positieve herinneringen. Vakanties dragen bij tot het versterken van de fysieke en psychologische veerkracht van mensen. Door de eigenschap 'veerkracht' leer je flexibel met stressvolle situaties omgaan. Iemand met een veerkrachtige persoonlijkheid heeft het vermogen om terug te veren uit moeilijke en belastende situaties.

RUST EN VERNIEUWING

Vakanties betekenen een onderbreking van de routine, een ontsnapping uit de dagelijkse omgeving en sleur. Op vakantie heeft men de kans om te ontspannen, om tot rust te komen. Vakanties bieden de mogelijkheid om het leven eens op een andere manier te bekijken en om na te denken over dingen die belangrijk zijn, maar vaak overschaduw worden door dagelijkse verantwoordelijkheden. **(Recreatie is een vorm van zelfontdekking – het woord is immers verbonden met recreëren, een**

“De vlinder staat symbool voor transformatie, voor de kracht die je in jezelf hebt om te groeien en te veranderen.

Het is omwille van deze positieve effecten dat vakanties worden beschouwd als een diep menselijke behoefte, en niet als een luxe. De positieve effecten van vakanties kunnen van specifiek belang zijn voor het welzijn en de ontwikkeling van kinderen.

metamorfose ondergaan). Op vakantie laadt men de batterijen weer op, om er dan fris en uitgerust weer tegenaan te kunnen gaan (Hazel 2004; Minnaert, Maitland & Miller 2009).

MENTALE EN LICHAMELIJKE GEZONDHEID

Rust en het opladen van de batterijen kan ook belangrijk zijn op het vlak van de **gezondheid**, zowel mentaal als fysiek. Wetenschappelijk onderzoek toont aan dat vakanties de kans op stressgerelateerde aandoeningen, zoals hart- en vaatziekten, kunnen verminderen (McCabe 2009; Minnaert, Quinn, Griffen & Stacey 2010). Dit is van bijzonder belang voor mensen in armoede, gezien er een link bestaat tussen armoede en een slechtere gezondheid. Gezondheidsenquête tonen aan dat wie in slechtere omstandigheden leeft of lager op de sociale ladder staat, een kortere levensverwachting heeft (Centraal Bureau voor de Statistiek, 2009). Zelfs in welvarende regio's zoals Vlaanderen verschilt de gezondheid van mensen systematisch naargelang hun sociale positie.

SOCIALE INTERACTIES EN DE VERSTERKING VAN RELATIES

Vakanties kunnen mogelijkheden bieden om nieuwe mensen te **ontmoeten**. Soms zijn dit medereizigers, soms zijn dit mensen die je ontmoet tijdens het verblijf. Vakanties zijn vaak een uitnodiging om tijd te maken voor familieleden, partners, vrienden, om

de banden aan te halen en dichter naar elkaar toe te groeien. Groepsvakanties zijn vaak de start van jarenlange vriendschappen (Hazel 2004, Inkson & Minnaert 2012).

NIEUWE ERVARINGEN EN VAARDIGHEDEN

Op vakantie leren mensen vaak nieuwe plekken kennen, en nemen ze deel aan activiteiten die ze thuis misschien niet uitproberen. Een voorbeeld is het nemen van de bus of tram op vakantie, het uitproberen van een nieuwe hobby of het ontwikkelen van een nieuwe interesse. Al deze **ervaringen** kunnen bijdragen tot een verhoogd zelfvertrouwen en een hoopvolle, positieve houding tegenover andere nieuwe ervaringen (Minnaert 2012).

ZELFSTANDIGHEID EN ZELFVERTROUWEN

Vakanties brengen vaak **uitdagingen** met zich mee: de weg vinden naar de accommodatie, het navigeren van openbaar vervoer met koffers en kinderen, het weg zijn van vrienden en familieleden die thuis klaar staan om te helpen wanneer dat nodig is. Vakanties bieden mogelijkheden om deze uitdagingen te overwinnen en naar huis terug te keren met een gevoel van trots en zelfvertrouwen. (Minnaert, Maitland & Miller 2009; McCabe 2009).





ZOMERVERLIES

De positieve effecten van vakanties kunnen van specifiek belang zijn voor het welzijn en de ontwikkeling van **kinderen**. Ignace Glorieux, socioloog aan de vakgroep Sociologie V.U.B. - onderzoeksgroep T.O.R. (Tempus Omnia Revelat, studie van tijd, cultuur en samenleving) toonde het belang van een uitgebreid vakantieaanbod voor kinderen aan. Kinderen uit kansarme gezinnen ondervinden meer nadeel van schoolvakanties (Glorieux 2010). Voor kinderen uit hogere sociale klassen is de vakantieperiode een verrijking voor of een aanvulling op wat ze op school geleerd hebben. Ze brengen de vakanties door in een omgeving die stimulerend is voor hun algemene ontwikkeling.

Kansarme gezinnen krijgen deze stimuli beduidend minder. Het is belangrijk dat kansarme kinderen ook de nodige stimulansen en ondersteuning krijgen buiten de schooltijd. Op deze manier wordt het verschil tussen de verschillende sociale klassen kleiner. Huiswerkbegeleiding of andere voorbeelden van kinderwerkingen met een naschoolse opvang en een uitgebreid vakantieaanbod zijn belangrijke zaken in het realiseren van deze doelstellingen. Tot die conclusie komen ook de sociologen van de McMaster University in Canada na een onderzoek bij meer dan duizend scholieren tussen zes en negen jaar (Cooper 2003). Uit het onderzoek bleek dat de voorsprong vergrootte tijdens de vakantie. In juni hadden de kinderen van hoogopgeleide ouders voor leesvaardigheid ongeveer vijf maanden voorsprong op de groep sociaal zwakkere kinderen; in september was het verschil in leesvaardigheid opgelopen tot acht

maanden. Voor mensen in armoede, een groep in de samenleving die gestaag toeneemt, wordt vakantiebeleving erg moeilijk.

Een lange schoolvakantie blijkt vooral nadelig voor kinderen met een zwakkere socio-economische achtergrond. Tijdens de negen weken grote vakantie worden zij onvoldoende gestimuleerd om de vaardigheden die ze op school leerden te onderhouden, of om nieuwe vaardigheden te ontwikkelen. Voor kinderen uit een middenklasse gezin geldt het omgekeerde. Op vakantie met hun ouders of op kamp leren ze volop bij. Ze lezen ook meer. Kinderen uit een zwakker socio-economisch milieu blijven vaker thuis en vervelen zich meer. Ze hangen rond, kijken tv of surfen op het internet. 'Daar is zeker niets mis mee,' aldus professor Glorieux, 'op voorwaarde dat dit aangevuld wordt met voldoende andere activiteiten.'

De **impact van een partnerschap** in het ruime netwerk, reikt verder dan de eigen concrete actie. Elke deelname zet iets groters in beweging.





In gesprek met **Daniel Benn**, researcher

Vakantie is meer dan een ontspannen tijd beleven, weg van je vertrouwde omgeving, in de nabijheid van de mensen die je lief zijn. Het is meer dan nieuwe ervaringen opdoen, dingen ontdekken die je nog niet kende, mensen ontmoeten die je inspireren. 'Vakantie is een springplank die je vormt voor het leven dat erna komt,' zegt Dan Benn van de Universiteit van Surrey (UK). Tenminste: wanneer je na je vakantie ruimte neemt - of krijgt - om te herinneren, te vertellen en je belevenissen te integreren in je bestaan. Sociaal werkers en vakantiebegeleiders kunnen daarin een betekenisvolle rol vervullen: door vragen te stellen, te luisteren en de ander echt te willen begrijpen.

“Vakantie vormt een fysieke en emotionele ruimte zonder druk van elke dag.

In die tijd worden dingen zichtbaar die voordien verborgen bleven. Dat kan deugd doen, maar ook bijzonder hard zijn.

We gaan ervan uit dat de ervaring van vakantie mensen sterker maakt, blijer en meer in verbinding met zichzelf, hun naasten en de omgeving. 'Helaas blijken de positieve effecten van vakantie doorgaans na één tot drie weken verdwenen,' zei Dan al in een eerder gesprek met ons. 'Tenzij mensen tijd krijgen om te reflecteren op hun vakantie-ervaringen.' Wanneer hulpverleners ruimte bieden om te praten over vakantie, krijgen mensen kansen om hun hoop, ervaringen en ontdekkingen te integreren in hun persoonlijke en familiale levenslijn.

Dan Benn deed narratief onderzoek bij gezinnen in armoede in Engeland. Hij interviewde alleenstaande moeders voor en na hun vakantie. Die gesprekken zetten de moeders aan tot diepgaande reflectie, bewustwording en beslissingen over hoe ze hun leven en dat van hun gezin wilden aanpassen. 'Doorheen die gesprekken krijgt vakantie een plaats in de levenslijn van mensen,' zegt Dan. Vakantie kan meer zijn dan een pauze midden in het moeilijke leven van elke dag. Het kan een springplank worden naar een beter en authentieker leven.

Interessante gedachte. De ervaring van Dan klinkt als een uitnodiging om onze praktijken te verrijken. Een uitnodiging voor onderzoekers, journalisten, verhalenvertellers, hulpverleners en begeleiders die vakantie mogelijk maken voor mensen die worstelen met armoede, beperkingen, ziekte of levensmoeilijkheden. We vroegen Dan hoe we daar werk van kunnen maken.

Voor zijn doctoraatsonderzoek deed Dan het zo:

Eerste gesprek, vooruitkijkend naar de vakantie: Wie ben jij? Wat is jouw levensverhaal? En als je van hieraf vooruit kijkt naar je vakantie, waar kijk je dan naar uit? 'Op dat moment krijgt de vakantie voor het eerst een rol, een plek in het leven van mensen,' zegt Dan.

Tweede gesprek, net na de vakantie: Vertel me over jouw vakantie. Toon me je foto's, vertel verhalen over wat je beleefde en ontdekte. Vertel me over je vreugde en je worstelingen. Vertel me over je gedachten, je hoop. Vertel me over hoe je thuiskwam en hoe het leven zich herneemt. Vertel me over wat je vasthoudt van je vakantie in je leven nu.

Derde gesprek, een half jaar na de vakantie: Haal samen herinneringen op aan de vakantie en aan de dingen die in het gesprek daarover aan bod kwamen. Hoe is je leven sinds de vakantie gegaan? Wat is er gebeurd? Kijk weer samen naar vakantiefoto's en onderzoek wat in die vakantie het leven nadien heeft gevormd, beïnvloed, verrijkt en verbeterd. En kijk: wat is de plaats van de vakantie in je levensverhaal geworden?

Vakantie schuift in de levenslijn van mensen

Dan concludeert: 'Eerst is de vakantie iets om naar uit te kijken. Een lijn in het zand, een welkom pauzemoment. In latere gesprekken wordt duidelijk welke veranderingen in de kiem ontstonden tijdens die vakantietijd. De moeders vertelden mij over tastbare veranderingen in hun leven, over verschuivingen in hun levensvisie, over emotionele groei en soms fundamentele beslissingen. Een moeder vertelde hoe ze tijdens de vakantie ontdekte dat ze - in tegenstelling tot wat ze eerder had ervaren - wel op haar eentje voor haar zoon kon zorgen. En het gaat goed nu. Een andere mama besliste na de vakantie om haar kind los te laten en bij papa te laten wonen. Tijdens de vakantie - die erg moeilijk was - werd duidelijk dat zij haar zoon niet kon bieden wat hij nodig had.'

In diepgaande conversaties voor en na de vakantie ontstaat de ruimte om te reflecteren op gebeurtenissen, relaties en emoties. Vakantie schuift zo 'in' de levenslijn van mensen en wordt die deugddoende ervaring zoveel rijker dan een korte ontsnapping uit een lastig leven.



“Vakantie kan meer zijn dan
een pauze midden in het
moeilijke leven van elke dag.
Het kan een springplank
worden naar een beter en
authentieker leven.



DE STRIJD TEGEN ARMOEDE EN HET BEVORDEREN VAN INCLUSIE

In augustus 2015 stellen de Verenigde naties 17 duurzame ontwikkelingsdoelstellingen (SDG's) voorop. Deze doelstellingen werden door 193 landen opgesteld en goedgekeurd als de nieuwe mondiale duurzame ontwikkelingsagenda voor 2030. De drie gekende P's van Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen, **People - Planet - Profit**, krijgen een update. Profit wordt verruimd naar **Prosperity**. Welvaart is ruimer dan winst. Dit komt enkel voor bij een harmonie tussen economische, sociale en technologische vooruitgang en de natuur. Wereldvrede (Peace) is vanzelfsprekend een van de meest prominente streefdoelen van de Verenigde Naties, gezien het een van de bestaansredenen van de organisatie is. Ruimer kunnen we dit bekijken als de poging om een inclusieve maatschappij te creëren waarbij iedereen zich betrokken en vrij van angst en geweld voelt. Zoals reeds vermeld kunnen dergelijke doelstellingen niet bereikt worden op eigen houtje. Partnerschappen blijken essentieel om vooruitgang te boeken in het bereiken van de vooropgestelde doelen.

Partners die zich engageren in het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie schrijven zich in op deze **handelingsprincipes**. Ze nemen hun sociaal engagement op en werken samen om een steentje bij te dragen aan de ambitieuze agenda 2030.

Kwaliteitsvolle vakanties in ieders bereik brengen, is dus ook investeren in de open blik van toekomstige generaties en een verzekering voor onze samenleving. **Deze aandacht voor gelijkwaardigheid behoort tot het DNA van onze bestemming Vlaanderen.** Het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie actief werkt actief aan het verwezenlijken van drie duurzame ontwikkelingsdoelstellingen: 'Beëindig armoede overal en in al haar vormen', 'Verzeker een goede gezondheid en promoot welvaart voor alle leeftijden' en 'Dring ongelijkheid in en tussen landen terug'.

THE GLOBAL GOALS For Sustainable Development





“Schaarste neemt bezit van je geest.

Je kan je niet bekommeren om de lange termijn.
Wat jammer genoeg tot verkeerde beslissingen kan leiden.



Vakantie is geen magische oplossing voor allerlei problemen. Het is een van de vele elementen, een eerste aanzet om **mentale ruimte** te creëren.

Wetenschappelijk onderzoek bracht een inzicht in de relatie tussen de kwaliteit van onze beslissingen en de mentale ruimte die er op dat moment is. De stress die armoede veroorzaakt, neemt zodanig bezit van je denken dat er geen ruimte meer is voor andere zaken. Die mentale capaciteit noemen Mullainathan en Shafir (2013) **‘bandbreedte’** en die wordt bepaald door twee mentale processen. Enerzijds spreekt men over de cognitieve capaciteit. Dit is het mechanisme dat ervoor zorgt dat mensen hun problemen kunnen oplossen, dat ze informatie kunnen onthouden en logisch kunnen redeneren. Anderzijds benoemt men de executieve controle, hiermee kan men orde scheppen in de cognitieve capaciteit. Dit bepaalt hoe sterk je bent in vooruitdenken, gedrag en impulsen beheersen en het besteden van de aandacht aan bepaalde zaken. Schaarste zorgt ervoor dat deze twee processen worden verstoord.

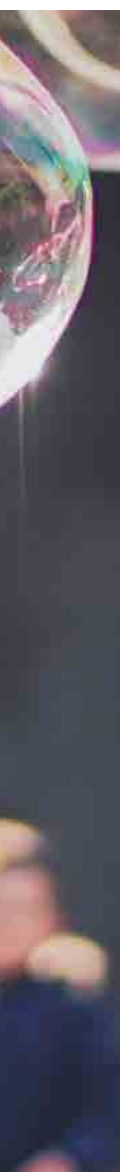
Als we iets te kort hebben, worden onze hersenen voorgeprogrammeerd om een groot deel van onze mentale capaciteit daarvoor te reserveren. Schaarste eist dus onvrijwillig

en onbewust je aandacht. Mensen die tijd te kort hebben bij een deadline, zijn permanent bezig met het maximaal gebruiken van hun tijd. Tegelijk kunnen ze zich moeilijk concentreren op dingen die niet bijdragen aan deze deadline. Dit geldt ook bij mensen in armoede. Als ze een nakende schuld moeten betalen, dan slagen ze er op korte termijn zeer goed in om deze schuld afgelost te krijgen, maar ze hebben geen mentale ruimte over om andere openstaande rekeningen op te volgen. Dit creëert een tunnelvisie. Men blijft zich met de korte termijn bezig houden en kan zich niet bekommeren om de langere termijn. Wat jammer genoeg tot extra kosten of verkeerde beslissingen kan leiden. Bij leven in armoede komen die twee mentale mechanismen permanent onder druk te staan, waardoor je voortdurend met een beperkte mentale bandbreedte leeft.

Vakantie kan ervoor zorgen dat er weer even wat mentale ruimte vrijkomt waardoor de persoon in kwestie deze tunnelvisie wat kan loslaten. Achteraf zijn de bezorgdheden en bekommernissen nog steeds daar, maar gedurende die periode van rust, kan men zich mentaal opladen. Met deze nieuwe energie kan men zijn dagelijkse strijd weer aangaan.



**“De kracht van het ontastbare,
die dynamiek in het netwerk
blaast.**



IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE: HOE DOEN WE DAT?

Handelingsprincipes, rollen en consequente uitgangspunten vormen de basisingrediënten en leidende handvaten voor een succesvol netwerk. Ze helpen om activiteiten en acties vorm te geven, om prioriteiten te laten gelden en ontmoeting te laten resoneren. Het geheime recept van een gedreven netwerk bevat, naast een helder doel, ook noodzakelijke basisingredienten en portie 'transgredienten'.

PARTICIPATIE ALS MIDDEL, DOEL EN UITGANGSPUNT

Participatie aan toerisme verhogen is een helder doel. Vakantie voor iedereen, ook als het moeilijk is. Kunnen deelnemen aan toerisme is ook een middel voor een mooiere samenleving. Een ruimere blik, meer diversiteit, leuke gezamenlijke herinneringen en meer veerkrachtige gezinnen. De vele positieve effecten worden voortdurend bevestigd en versterkt door getuigenissen van vakantiegangers en partners.

Participatie is een uitgangspunt. Samenwerken, kennis en ervaring bij elkaar brengen voor een beter beleid. Niet over maar met mensen.

Alle partners in het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie onderschrijven dat deelname aan vrije tijd en toerisme een mensenrecht is. Het is een gezamenlijk doel geworden om de participatie aan toerisme te verhogen. Maar de drempels naar vakantie zijn soms vaker aanwezig of hoger dan we zouden willen. De vakantieketen wordt daarom onderzocht volgens het principe van **de 7 B's van toegankelijkheid** (Parmentier 1998), zijnde betaalbaar, bekend, bereikbaar, beschikbaar, begrijpbaar, bruikbaar en betrouwbaar. We passen deze criteria toe op zoveel mogelijk schakels binnen de keten, van sociale partnerorganisaties, over Rap op stapkantoren tot de toeristische aanbieders. We informeren alle partners van het netwerk en sporen hen aan hier speciale aandacht aan te spenderen.

Het aanbod moet **betaalbaar** zijn. Het financiële aspect vormt voor veel mensen een duidelijke drempel om deel te nemen aan vakantie. Toeristische partnerorganisaties geven een minimum korting van 30%. Er wordt jaarlijks gevraagd of zij dit engagement willen vergroten. Sommigen onder hen bieden kortingen tot 80% van de oorspronkelijke kostprijs. Het spreekt voor zich dat niet elke toeristische partner het zich kan veroorloven om dergelijk engagement aan te gaan.

Het is fijn om een ruim aanbod beschikbaar te hebben, maar zolang niemand ervan af weet, kan je daar uiteraard niets mee. De **bekendheid** van het aanbod, de uitgebreide dienstverlening en het verregaande maatwerk zijn cruciaal om de toegankelijkheid te garanderen. Het Steunpunt Vakantieparticipatie voorziet promomateriaal voor sociale organisaties en Rap op stapkantoren, is aanwezig op sociale media en trekt de baan op om de bekendheid van Iedereen Verdient Vakantie te vergroten.

“We doen het samen, we brengen alle kennis en ervaring bij elkaar voor een beter beleid. Niet over maar met mensen.

Bereikbaarheid wordt zeer ruim geïnterpreteerd. Het betreft niet alleen de geografische ligging van het aanbod, maar het gaat ook om de fysieke toegankelijkheid en de tijdgebonden aspecten. Kan de vakantieganger op de bestemming geraken met het openbaar vervoer? Zijn er aanpassingen om ook met een fysieke beperking ter plekke te geraken? De openingsuren zijn ook van belang, de potentiële vakantieganger moet zich vrij kunnen maken om te komen boeken. De vakantiebemiddelaars zijn elke werkdag bereikbaar van 9 uur tot 17 uur en Rap op stapkantoren zijn minimum één dag in de week geopend. Om fysieke toegankelijkheid te bevorderen, begeleidt Toerisme Vlaanderen logies en attracties naar het A of A+ toegankelijkheidslabel.

Het aanbod en de dienstverlening van de sociale partnerorganisaties en het steunpunt moeten **beschikbaar** zijn.

Dit wil zeggen dat er zo weinig mogelijk wachtlijsten en andere administratieve drempels mogen zijn om gebruik te kunnen maken van het aanbod van Iedereen Verdient Vakantie. Beschikbaarheid is op sommige vlakken een probleem. Dat komt vooral door het economische principe van vraag en aanbod. Voor velen betekent vakantie voornamelijk zon, zee en strand. De accommodaties aan de Belgische kust bijvoorbeeld zijn bijgevolg erg gegeerd. De vraag is daar veel groter dan het aanbod, waardoor de beschikbaarheid al vroeg in het voorjaar verkleint.

De informatie die je aanbiedt en de taal die je spreekt moeten **begrijpbaar** zijn. Je dient in te schatten wat en hoe je moet communiceren met de vakantieganger. Dit doe je aan de hand van transparante, duidelijke en coherente communicatie. De communicatie die Iedereen Verdient Vakantie voert, bevat klare taal en zo weinig mogelijk vakjargon. Bemiddelaars zijn dagelijks telefonisch en per mail laagdrempelig te bereiken voor extra uitleg.

De **bruikbaarheid** van het aanbod heeft te maken met de mate waarin de doelgroep dit als relevant ervaart. Vinden ze het aanbod zinvol voor hun persoonlijke ontwikkeling? Voelen ze zich ondersteund op de lange termijn? Verhalen die we verzamelen bij de vakantiegangers doen vermoeden dat ze vakantie voor iedereen relevant en noodzakelijk vinden. Bovendien zijn er jaarlijks meer dan 150.000 vakantiegangers die gebruik maken van ons aanbod.



Dimi Haezebroeck (Oranje vzw)

legt uit dat organisaties makkelijk in de verleiding komen om zich terug te plooiën op hun kernopdracht. Diversiteit komt dan pas op het einde in het plaatje, als extraatje. 'Pas als alle randvoorwaarden zijn vervuld wordt er naar diversiteit gekeken, als kers op de taart. Wat wij voorstellen is om kersentaarten te bakken', zegt Dimi, glunderend. 'De kersen zijn de basisingrediënten. Zorg ervoor dat diversiteitsdenken en participatiedrempels worden meegenomen van in het begin.' 'Er moet actief worden ingezet op inclusie en participatie. Vandaag is het zo dat de mensen met de minste mogelijkheden de grootste drempels moeten overwinnen. Dat klopt niet.

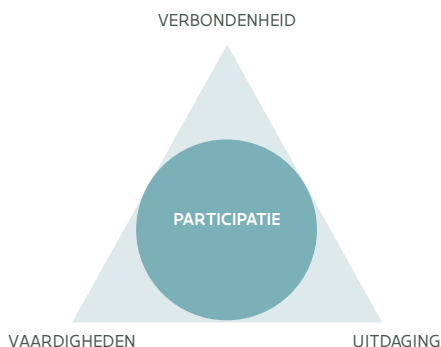


Als laatste B bespreken we de **betrouwbaarheid** van het aanbod. Dit hangt nauw samen met de betaalbaarheid. Het betreft het vertrouwen dat een aanbieder genereert bij de vakantieganger. Wordt de aanbieder als betrouwbaar gepercipieerd, dan heeft dit een rechtstreeks effect op de psychologische drempel die een vakantieganger al dan niet heeft om een vakantie te boeken. Netwerkverbinders informeren, sensibiliseren en enthousiasmeren partners in het netwerk. Er zijn infosessies waarop alle nodige informatie aangeboden wordt, en promotiecampagnes en publicaties die voldoende ondersteuning bieden om een genuanceerdere visie te krijgen. Ook zijn er inspiratiedagen rond relevante thema's, zoals authentiek gastheerschap of sociaal verantwoord ondernemen.

PARTICIPATIE AAN TOERISME BEVORDEREN

Kansen creëren en geven leidt niet automatisch tot kansen effectief aangrijpen. Participatie bevorderen is een moeilijke evenwichtsoefening. Kortingen alleen zijn niet voldoende, want de financiële drempel is niet de enige die overwonnen dient te worden. Er is ook nood aan extra vaardigheden, een zekere mate van verbondenheid en voldoende uitdaging.

Participatie aan toerisme vergroten kan door de uitdaging, vaardigheden en verbondenheid in balans te brengen. Als het evenwicht tussen én in deze drie factoren aanwezig is, zullen mensen participeren.



VERBONDEN

Herken ik mij in dit aanbod? Is dit iets voor mij, voor ons? Ik wil wel, maar ... Niet willen deelnemen is een keuze, niet kunnen deelnemen is uitsluiting. Onze acties gaan uit naar mensen met een vakantiewens, maar gehinderd door drempels.

VAARDIG

Heb ik voldoende vaardigheden om deze trip te organiseren? Weet ik hoe ik ter plekke kan geraken? Is de uitdaging groot genoeg of te groot? De eerste keer koffers maken, de bus opstappen, lijstjes maken, afspraken bevestigen. Voor de ene vanzelfsprekend, voor de andere een heuse opdracht. We ondersteunen de ontwikkeling van vakantievaardigheden.

UITGEDAAGD

Mensen participeren als de uitdaging in balans is. Wanneer ze te groot is, zien mensen zichzelf niet in staat aan de trip te beginnen. Onoverkomelijk, te moeilijk of te lastig. Is de uitdaging te klein,

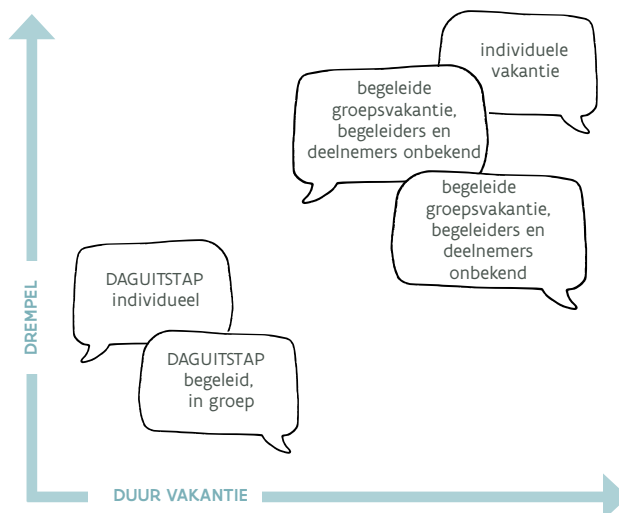
dan verliest ze elke aantrekkingskracht en is het de inspanning niet waard om ervoor buiten te komen.

Kan het aanbod mij verleiden, is het concreet of niet concreet genoeg? Acties zijn erop gericht om zo concreet, duidelijk en aantrekkelijk mogelijk te communiceren.

Sleutels voor het verhogen van de participatiegraad van Vlamingen aan toerisme liggen in acties die uitdaging, vaardigheden en verbondenheid in balans brengen. Dat is vaak complex. Als een overnachting betaalbaar wordt gemaakt, maar de uitdaging om het openbaar vervoer te nemen veel te groot is, dan zal participatie uitblijven. Ook wanneer alle vaardigheden aanwezig zijn, de verbondenheid met het thema er is en het verlangen naar vakantie brandt, zal er geen deelname zijn als de financiële uitdaging onoverkomelijk is. Het is altijd zoeken naar een evenwicht waarbij zowel bewuste als onbewuste factoren meespelen.

“Participatie in balans brengen is heel complex.

Het aanbod is erg divers en kent verschillende uitdagingen. Wie nog nooit op vakantie ging, zet vaak een eerste stap samen met een gekende groep op daguitstap. Begeleiders helpen vakantiegangers inschatten waar ze op dat moment aan toe zijn.



KIEZEN VOOR EEN ORGANISATIENETWERK

Het vraagstuk van sociale uitsluiting en participatie vraagt een gezamenlijke aanpak binnen een netwerk van autonome actoren. De drempels die bepaalde groepen ervaren bij het participeren aan vakantie zijn divers en multidimensionaal. Een gebrekkige vakantieparticipatie is dus in alle opzichten een systemisch en complex probleem.

Er zijn actoren nodig die vanuit heel **verschillende invalshoeken** kunnen bijdragen. Geen enkele partner heeft dé oplossing alleen in handen. Dat maakt de samenwerking noodzakelijk én aantrekkelijk.

TRIPLE WIN

Samenwerking gaat verder dan win-winlogica

Hoe krijg je al die partners op één lijn? En hoe zorg je ervoor dat een netwerk oplossingsgericht en ambitieus blijft? Samenwerken is enorm boeiend en verrijkend, maar eenvoudig is het niet. Als veel verschillende perspectieven van mensen en organisaties samenkomen, dreigt één logica het vaak over te nemen, gaan verschillen verloren of barst de samenwerking in onenigheid uit elkaar.

Het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie slaagt erin om samen met de partners een nieuw verhaal te schrijven en een gezamenlijke ambitie te formuleren. Er is ruimte voor ieders expertise, ideeën en logica. Het klassieke denken in win-winrelaties werd losgelaten. De krachten worden gebundeld, zonder dat er altijd een direct voordeel voor de partners aan verbonden is. De triple win verwijst naar de ambitie die tussen ons ligt en die we samen kunnen realiseren.

Steunpunt Vakantieparticipatie van Toerisme Vlaanderen neemt een centrale plek in dit netwerk in. Dit team coördineert de inspanningen van alle individuele partners, bewaart het overzicht en vuurt de energie aan. Het communiceert ook zo breed mogelijk over de inspanningen van alle partners en de daardoor gerealiseerde resultaten.

De **lijm** in dit netwerk is de aandacht voor waarderend handelen. Waarderen wat partners doen, hen laten zien wie ze zijn en niemand forceren tot samenwerken. Deelname aan dit netwerk is vrijwillig. Het gaat over goed luisteren en elkaar zo goed mogelijk helpen, verbindingen blijven zoeken en blijven kijken naar wat er nodig is. Als we willen dat er een collectieve intentie aanwezig is, moeten we immers voldoende ruimte laten voor een verschil in engagement. Niet iedereen hoeft even betrokken te zijn, maar er moet voldoende ondernomen worden zodat de gemeenschap zich levend voelt als entiteit.

**“De lijm in dit netwerk
is aandacht voor
waarderend handelen.**

**Als we willen dat er een collectieve
intentie aanwezig is, moeten we ruimte
laten voor een verschil in engagement.**

Het netwerk is heel los. En toch ook niet. Met weinig verplichtingen, maar wel een strenge focus op het einddoel: het recht op vakantie voor zoveel mogelijk mensen waarmaken. We kijken alleen naar de activiteiten die daartoe bijdragen.

Hoeve Jadoul: ‘Onbewust worstelde ik met een vooroordeel dat mensen die het sociaal-economisch moeilijk hebben, weinig respect zouden hebben voor onze materialen. Dat is niet zo. Ik heb zelfs de indruk





Emmy en Carine, Oostende 2019

dat die mensen nog veel meer respect hebben voor het verblijf en de spullen. Ze dragen ons op handen. Omdat wij ook uit handen durven geven, denk ik.' Lees het verhaal hier:



Deze samenwerking is een vorm van sociaal engagement die Floréal Blankenberge toelaat om het toeristische seizoen wat meer te spreiden. **Vanessa**

Versavel: 'Samen bekijken we hoe we gezinnen in armoede van ons aanbod kunnen laten genieten in periodes waarin we zelf wat minder gasten hebben. Tijdens de eerste en laatste twee weken van de zomervakantie is het doorgaans wat minder druk. In zulke periodes kunnen we dus waar mogelijk gerust extra ruimtes voorzien aan een verminderd tarief.'

Godelieve Dubois gaat al enkele jaren op vakantie naar **Park Merlo**. Tijdens haar laatste verblijf was ze er getuige van hoe een - door omstandigheden tijdelijk dakloos - gezin er met zorg en aan sociaal tarief werd opgevangen. 'Het heeft mijn beeld van de uitbaters alleen maar nog positiever gekleurd,' zegt Godelieve. 'Fijn om te horen,' reageert Frank Metsu van Park Merlo. 'Al wil ik eerlijk zijn: zo'n engagement biedt ons zelf ook voordelen. We zijn blij dat we mensen in nood kunnen helpen, en tegelijk worden onze minder drukke periodes opgevangen door gasten die doorgaans erg dankbaar zijn.' Of hoe sociaal engagement en zakelijk voordeel perfect hand in hand kunnen gaan.



'Ik ben Emmy en ik ben voor het eerst op vakantie. Op 72-jarige leeftijd. Vakantie, dat is geleden van in mijn kindertijd. En nu maak ik zoveel dingen voor de eerste keer mee.

Voor het eerst alleen met de trein ...

Mijn nicht heeft me vijftien jaar lang gevraagd om bij haar langs te komen in De Haan. Ik durfde niet alleen de trein te nemen. En nu vroeg Carine van 'Iedereen Verdient Vakantie' mij. Ik heb zoveel vertrouwen in haar. Ik had goede hoop. Ze zou me opwachten aan het station. Ook mijn dochter zei: 'Ma, ge moet dit doen!' Ik heb het gedaan! Alleen op de trein. In Oostende stond Carine op me te wachten.

Voor het eerst op het strand ...

Vroeger ben ik met de kinderen wel eens aan de zee geweest. Ik bleef op de dijk. Op een bankje. Ergens overnachten, dat ging niet. Mijn zoon zou alles op stelten gezet hebben. Ik wilde ook niet dat ze hem zouden uitlachen. Mijn zoon is anders. Hij is geboren met een handicap.

Voor de eerste keer met mijn voeten in de zee ...

Schoenen uit, broek omhoog gerold. Het zand kriebelt aan mijn voeten. Het zeewater spoelt het oude zand weg en brengt weer nieuw zand aan. Heerlijk! Ik raap zoveel mooie schelpjes, ook voor de eerste keer in mijn leven.

Ik kan het niet.

Ik kon het niet.

Deze drie dagen op vakantie heb ik geleerd dat ik het wel kan. Ik kende niemand in ons reisgezelschap.

Nu ken ik iedereen.

Ik beseft dat ik eigenlijk wel snel contact leg met mensen.

Ik voel me herboren.

De spanning is weg.

Ik ben een nieuw mens.'

DE ROL VAN HET STEUNPUNT VAKANTIEPARTICIPATIE IN HET NETWERK IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE

Het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie is een specifiek soort organisatienetwerk (Cambré, Kenis 2019): het opereert als 'netwerkadministratieve organisatie'.

Het **steunpunt** is hierin een afzonderlijke entiteit, opgezet om het netwerk te faciliteren en de activiteiten te coördineren. Het steunpunt ontleent zijn legitimiteit deels aan het vertrouwen dat het krijgt van de netwerkleden. Typisch aan een netwerkadministratieve organisatie is dat een groot aantal autonome actoren betrokken is, maar dat die zich wel allemaal scharen achter een gemeenschappelijke ambitie.

Alle partners vervullen een belangrijke rol vanuit een maatschappelijk engagement om de ambitie 'Iedereen Verdient Vakantie' waar te maken. Daarnaast hebben ze nog hun eigen autonome werking met mogelijk andere doelstellingen. De uitdagingen die zich stellen bij het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie zijn onder andere de nood aan uitgesproken netwerkcompetenties, het doelmatig verbinden van actoren en het creëren van een gemeenschappelijke ambitie.

De taak, het concreet mogelijk maken van vakantie, is zodanig complex dat een grote aanwezigheid van netwerkcompetenties nodig is. Een zelfregulerend netwerk zonder coördinerende instantie zou deze dagtaken niet georganiseerd krijgen bovenop de dagelijkse werking van de eigen organisatie. Zoals eerder vermeld is het belangrijk dat iedereen uit het netwerk hetzelfde doel voor ogen heeft, namelijk vakantie mogelijk maken. Hoe zij dit concreet mee willen realiseren, ligt voor een heel groot stuk bij hen.

Niet iedereen hoeft alles op de tafel te gooien, niet iedereen moet tot het uiterste geëngageerd zijn. Er is ruimte om af en toe een stap achteruit of vooruit te zetten.

Steunpunt Vakantieparticipatie heeft de 'centrale' rol als netwerkadministratieve organisatie in het netwerk over een lange tijd kunnen vormgeven, simultaan met de organische groei van het netwerk zelf. Het steunpunt draagt participatie en cocreatie hoog in het vaandel. Het 'claimt' de sturende rol als netwerkadministratieve organisatie niet, de netwerkpartners gunnen het steunpunt de coördinerende rol.

Het **netwerkleiderschap** is een gedeeld leiderschap. In het steunpunt zijn netwerkverbinders en vakantiebemiddelaars werkzaam. Het steunpunt neemt vanuit zijn rol een zeer natuurlijk leiderschap op. Het steunpunt gaat aan de slag vanuit zijn enorme kennis van de doelgroep en ruime praktijkervaring. Dit leiderschap

wordt gevoed vanuit het diepgewortelde vertrouwen in de netwerkpartners onderling.

Netwerkverbinders begrijpen de werking van het netwerk en hoe de doelstelling via het netwerk gerealiseerd kan worden. Het zijn mensen die er plezier in scheppen om het geheel (systeem) te overzien en 'dingen te laten gebeuren'. 'Make it happen' is een dagelijks motto. Met veel kennis van en vertrouwen in de bijdrage die netwerkleden kunnen leveren, is de netwerkverbinder maximaal op zoek naar 'flow' in de samenwerking tussen de netwerkleden. Nieuwsgierig en gastvrij en tegelijk duidelijk, transparant en persistent. De verbinder luistert vooral en heeft affiniteit met wat er praktisch op de werkvloeren gebeurt en wat mensen wel en niet doen. Hij of zij neemt altijd de praktijk als uitgangspunt. De netwerkverbinder ziet de noodzaak of kans, heeft een visie op wat nodig is en wat kan, en neemt de verantwoordelijkheid voor verbinden en bewegen, kiezen en creëren. De netwerkverbinder is daarmee ook een maatschappelijk ondernemer.



Vakantiebemiddelaars werken op het kruispunt tussen vraag en aanbod. Ze 'ontzorgen' vakantiegangers en partners. Ze proberen steeds op zoek te gaan naar de gepaste vakantie of uitstap en helpen vakantiegangers verder met praktische reisvragen. Vakantiegangers weten dat ze steeds via verschillende kanalen (e-mail en telefoon) terecht kunnen bij de medewerkers van het steunpunt. Ook toeristische en sociale netwerkpartners kunnen met alle vragen terecht bij de medewerkers. Vakantiebemiddelaars zijn van a tot z verantwoordelijk voor de dagelijkse afhandeling van reisdocumenten. Ze bedienen vakantiegangers, toeristische partners en sociale partnerorganisaties. Telkens met maatwerk als uitgangspunt. In deze functie leveren vakantiebemiddelaars een bijdrage aan vakantievoorziening voor mensen in armoede door het bemiddelen van een vakantie aan sociaal tarief, en via maatwerk voor mensen die eender welke drempel ervaren.

“Het gaat om loslaten en vasthouden tegelijkertijd.

De ruimte creëren waar energie kan vloeien en tegelijk de aandacht bij het ambitieuze einddoel houden. Het gaat niet om loslaten maar om 'anders vasthouden', dit vraagt om een ondersteunend team met de juiste mentaliteit, competentie, houding en gedrag.”

MARIANNE SCHAPMANS - TOERISME VLAANDEREN



In 2017 trok het Steunpunt Vakantieparticipatie met een eigen lied op tournee door Vlaanderen. Vakantiegangers en sympathisanten hielpen het lied mee bedenken. Ontdek hier het lied en lees hoe het tot stand kwam.



VANUIT DRIE ROLLEN EN ZES HANDELINGSPRINCIPES NAAR EEN TRIPLE WIN

Het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie is een krachtig samenwerkingsverband, geïnitieerd en gefaciliteerd door het Steunpunt Vakantieparticipatie van Toerisme Vlaanderen. Deze samenwerking vertrekt vanuit de kerncompetenties van elke partner. Ieder draagt bij vanuit eigen competentie en kracht.

Het Steunpunt Vakantieparticipatie neemt drie rollen op in dit netwerk:

1. ROL ALS KRUISBESTUIVER

Het steunpunt wil de unieke rol vervullen tussen meerdere sectoren die op het eerste zicht weinig met elkaar te maken hebben. De toeristische markt enerzijds en de sociale lokale partnerorganisaties anderzijds. In een uitgebreide opdracht komen hier alle partners bijeen die betekenisvol zijn in de gehele vakantieketen.

Wederzijds begrip en aangewakkerd engagement leiden tot een vruchtbare samenwerking waarin elke partner bijdraagt vanuit zijn eigen model. Als kruisbestuiver is Steunpunt Vakantieparticipatie alert in het ontdekken en verbinden van sterktes.

2. ROL ALS INITIATOR EN FACILITATOR

Een brug in verschillende richtingen. De richting is duidelijk, het pad niet helemaal.

Het steunpunt verzamelt en promoot de sociale tarieven die de toeristische sector voorziet en is de vakantiebemiddelaar tussen vraag en aanbod. Vragen en antwoorden kunnen elkaar vinden via de vakantieschakelaars. Alle initiatieven en activiteiten stimuleren en inspireren organisaties, deelnemers en ondernemers. Steunpunt Vakantieparticipatie faciliteert innovatie en ontmoeting zonder het subsidiariteitsprincipe in de weg te staan.

3. ROL ALS KWALITEITSBEWAARDER

Het steunpunt houdt het doel scherp en bouwt samen met de partners de weg ernaartoe.

Steunpunt Vakantieparticipatie kijkt zorgvuldig toe op het juist aanwenden van de sociale tarieven. Meer dan 1800 sociale partnerorganisaties ondertekenden een afsprakennota, die



**“Leren loslaten in plaats van
willen controleren. Durven
vertrouwen op je partners en
op een positief resultaat.”**

de wederzijdse verwachtingen omschrijft en de rol van de partnerorganisaties bepaalt.

Het steunpunt sluit met elke toeristische aanbieder een overeenkomst om tarieven en werkingsprincipes vast te leggen. Waar nodig wordt ondersteuning geboden.

De kwaliteit van het leerproces zit in de verbinding (the quality of the learning is in the connection). We besteden bewust aandacht aan ontmoeting en verbinding tussen partners of deelnemers aan workshops, vormingen en evenementen. Elke gelegenheid is een leermoment.



Het handelen van Steunpunt Vakantieparticipatie van Toerisme Vlaanderen wordt geleid door zes werkingsprincipes/ handelingsprincipes:

1. KRACHTGERICHT EN POSITIEF

Alle acties vertrekken vanuit de capaciteiten van de doelgroep en betrokken partners. Onze benadering is krachtgericht met focus op mogelijkheden en niet op tekorten.

Omdat focus het handelen bepaalt, kiezen we bewust voor de klemtoon op versterken van mogelijkheden. De ervaring leert ons dat op zoek gaan naar sterktes en krachten energie vrijmaakt.

2. PARTICIPATIE IS HET FUNDAMENT

Cruciaal in een positief zelfbeeld? Deelnemen en invloed hebben op je eigen leefomgeving en beslissingen. Keuzevrijheid en een eigen invulling aan vrije tijd dragen hiertoe bij. We

praten niet 'over' maar 'met' onze partners en doelgroepen. Ervaringsdeskundigheid wordt gevaloriseerd.

3. KWALITEIT BOVEN KWANTITEIT

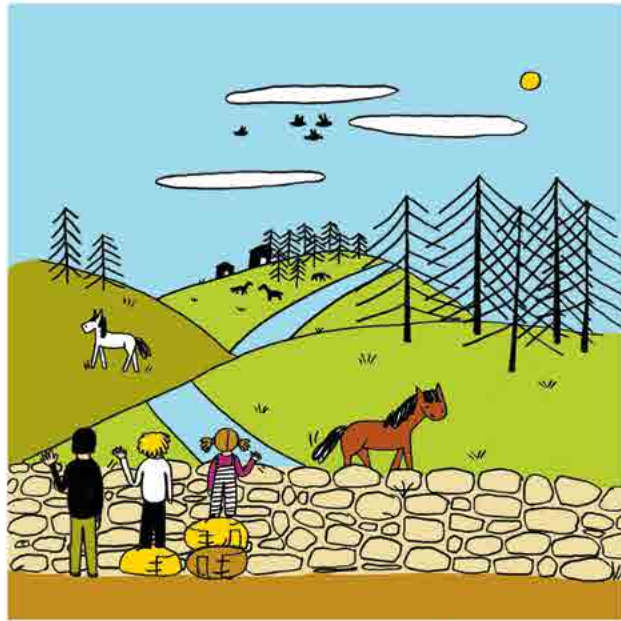
Een doelgroep die bepaalde drempels ervaart, verdient gelijkwaardige dienstverlening en producten. Deze diensten volgen minstens dezelfde kwaliteit als de diensten voor doelgroepen die geen vakantiedrempel ervaren. Een groot bereik aan deelnemers is belangrijk, maar nooit ten koste van de kwaliteit.

4. VOORTDUREND VERBETEREN

Permante evaluatie en toetsing aan het doel zorgen ervoor dat de richting en de prioriteiten de juiste zijn en het doel 'Iedereen Verdient Vakantie' helder blijft. Alle acties en activiteiten worden getoetst aan de doelstelling en de principes. Deze toetsing helpt om keuzes te maken en prioriteiten te bepalen.



GELÛK



OP MAAT 

5. GELIJKWAARDIGHEID: INCLUSIEF WAAR MOGELIJK, OP MAAT WAAR NODIG

Wij gaan uit van gelijkwaardigheid, we vinden dat alle mensen dezelfde mogelijkheden moeten krijgen.

Om deze mogelijkheden te kunnen grijpen, moeten mensen soms wel anders behandeld of benaderd worden. Om tot een inclusieve samenleving te komen, is er in bepaalde situaties een exclusieve benadering nodig. Hier ligt het verschil tussen gelijke behandeling voor iedereen en maatwerk voor gelijkwaardige participatie. Inclusief waar mogelijk, op maat waar nodig.

6. SAMENWERKEN: WAT WE SAMENDOEN, DOEN WE BETER

We kiezen er resoluut voor om partners samen te brengen vanuit verantwoordelijkheid en engagement. In complexe vraagstukken heeft niemand alle sleutels in handen. Samenwerken is noodzakelijk en loont. Samenwerken maakt het concept triple win tastbaar.

DE TRANSGREDIËNTEN: DE RUIMTE OPENHOUDEN EN ANDERS VASTHOUDEN

Al maakt iedereen hetzelfde recept, het resultaat kan verschillen. De smaak en textuur zijn anders. De liefde van de bereiding proef je wel of niet. Er zijn ingrediënten en transgrediënten.

Het zijn deze transgrediënten die het verschil maken. Je kan ze niet in de winkel kopen of online bestellen. Ze zijn aanwezig, maar je kan ze niet vastpakken. Als ze er niet zijn, behalen resultaten niet dezelfde hoogte.

Welke transgrediënten zijn bepalend opdat het netwerk zou werken?

1. Een oprechte **betrokkenheid** ten opzichte van elke partner of betrokkene.
2. Genoeg ruimte voor **complexiteit**.
3. Ervoor zorgen dat iedereen **gezien** wordt of zich gezien voelt in het netwerk.
4. **Gastvrijheid**.

Wanneer de drie 'transgrediënten' allemaal aanwezig zijn, is het netwerk op z'n best. Dit zijn momenten van ultieme **gastvrijheid**. Deze gastvrijheid impliceert een eerlijkheid van alle betrokken partijen, een **wederkerigheid**. Het is geen transactie van iemand





“Hoe zorgen we ervoor dat iedereen over het muurtje kan kijken?”

Zorgen we voor trapjes of maken we het muurtje doorzichtig?

JEROEN MARIJSSE - TOERISME VLAANDEREN

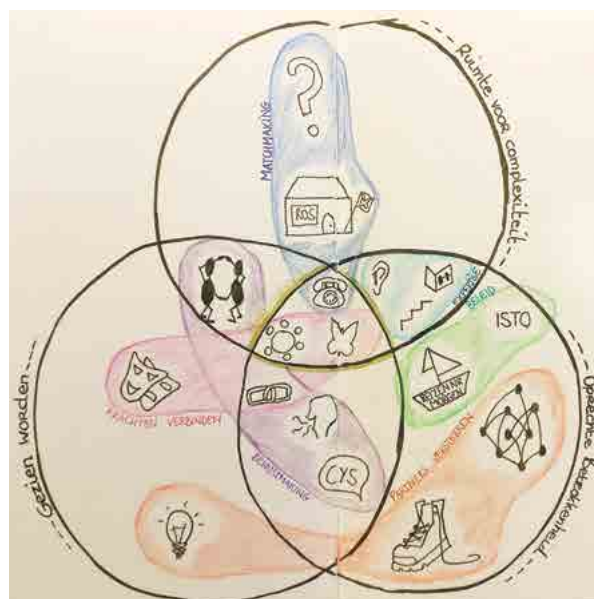
die geeft en iemand die neemt. Die eerlijkheid creëert op haar beurt een veilige omgeving waarbij wederzijds vertrouwen voor bloeiende praktijken zorgt. Het jaarlijkse forum is daar een prachtig voorbeeld van.

De verschillende acties en actievelden bewegen zich vrij binnen dit diagram. Niets staat in steen geschreven. Alles groeit haast organisch min of meer naar het centrum toe. Ook dat is een bewuste keuze en resulteert geenszins in een gebrek aan sturing of focus. Wetenschappelijke artikels over informele lerende netwerken spreken over engagement binnen zo'n netwerk.

Dit engagement is primordiaal voor het bestaan ervan, maar het opleggen van een bepaald niveau van betrokkenheid en de inspanning die daarmee gepaard gaat, werkt vaak contraproductief. Engagement moet open staan voor eigen invulling zodat de betrokken partijen de kans krijgen dit engagement te laten vertrekken vanuit hun eigen enthousiasme en passie, maar ook vanuit hun eigen professionele context. Het is een delicate evenwichtsoefening tussen het opstellen van minimumvoorwaarden en het aanmoedigen van bijkomende betrokkenheid. Het is balanceren tussen vasthouden en loslaten. Weten wanneer je moet sturen om de juiste richting te krijgen en iets in gang te zetten, maar op tijd loslaten om het de kans te geven te groeien en te bloeien.

Niet iedereen heeft de behoefte hier even ver in te gaan. Soms is er geen betrokkenheid nodig om iets gedaan te krijgen en niet bij elke actie moet er ruimte gelaten worden voor de nodige complexiteit. Alles is contextgebonden.

Diagram transgrediënten - Transgrediënten binnen het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie en zijn actievelden.



GEZIEN WORDEN

Gezien worden draait om erkenning, waarbij respect erg belangrijk is. Waardig luisteren naar alle betrokkenen, de ruimte creëren om een eigen verhaal te vertellen. Elkaar de kansen geven om de eigen ervaringen en competenties te bewijzen en daarbij samen op zoek te gaan naar oplossingen voor de uitdagingen die zich stellen. De oplossingen zijn daardoor meer dan een te volgen procedure. Elk is eigenaar van zijn oplossing, en is (ervarings)expert.

Vakantiegangers vertellen hun verhaal. Een écht verhaal. Dat hoeft geen verhaal van kommer en kwel te zijn. We zijn niet uit op de belevingsfactor van een verhaal. De manier van aanpak garandeert dat de vakantieganger eigenaar blijft van zijn verhaal. Er wordt geschreven met zijn of haar eigen gekozen woorden en steeds gevraagd om de goedkeuring voordat het verhaal gedeeld wordt met de rest van het netwerk. Daar kan het rimpeleffect beginnen. De verhalen informeren, inspireren, stimuleren, weerleggen en verhelderen.

Alle partners zijn uitgenodigd om mee na te denken over de uitdagingen die zich stellen, om samen deel uit te maken van de oplossing. Willen we de Vlaamse Meesters toegankelijk maken voor de doelgroep? Geen probleem, maar wij spreken niet over de doelgroep, wij spreken met de mensen over het thema. Ze worden zo in hun kracht gezet en gezien.

Niet alleen de vakantiegangers vertellen hun verhaal, er wordt ook naar sociale organisaties en toeristische aanbieders geluisterd. Ieder heeft zijn eigen realiteit en context. Er zit zoveel meer achter wat op het eerste zicht een 'eenvoudig engagement' lijkt. Ieders drijfveer is anders en achter elke vakantie die mogelijk gemaakt wordt, staan er zoveel mensen die die vakantie mogelijk maken. Sociale partnerorganisaties krijgen binnen het netwerk de mogelijkheid om betekenisvolle relaties op te bouwen op diverse netwerkmomenten. We gaan er prat op niet zomaar een kennismakingsrondje te doen aan het begin van de dag. We stellen de vragen waarvoor er niet meteen een antwoord klaar zit. Want dan zeg je wat je eigenlijk zou willen zeggen, niet wat je 'hoort' te zeggen. Betekenisvolle relaties zijn duurzame relaties, en die leiden tot een ruimere professionele leefwereld en vergroten de mogelijkheden om tot samenwerkingen te komen.

Een toeristische partner wordt uiteraard gezien in alle gevoerde communicatie, zoals bijvoorbeeld de brochures. Het online platform 'Stel je vraag – deel je idee' biedt de vrijheid om vragen te posten en/of te experimenteren met nieuwe ideeën. Partners worden erkend in de inspanningen die zij leveren en er is respect voor de context.



“Het ‘op maat’-gegeven zit in het DNA van de werking.

Het is een mix van eigenschappen die zorgen voor synergie.

ANNELEEN ADRIAENSSENS - TOERISME VLAANDEREN

RUIMTE VOOR COMPLEXITEIT

De realiteit is complex, door ruimte te geven aan die complexiteit komen extra opportuniteiten naar boven die anders nooit zouden plaatsvinden. Het creëert onverwachte meerwaarde die de betrokkene energie, enthousiasme en waardering geven. Gestandaardiseerd waar mogelijk, op maat waar nodig. Gelijkaardige uitdagingen zien we bij de kansen die er zijn voor mensen in armoede. Soms is de kloof tussen de kansen die er zijn en de mogelijkheid om ze te grijpen erg groot. Nochtans zijn er heel wat mogelijkheden, maar de weg ernaartoe bevat veel drempels. De realiteit is veel complexer dan dat. Leven in armoede veroorzaakt een versmalde mentale bandbreedte. Steeds in het hier en nu leven, neemt mentale ruimte weg om verder te denken dan vandaag. Bovendien leven we in een maatschappij waarin vakantie vooral iets is dat je verdient door hard te werken. Door verschillende omstandigheden zijn er veel mensen niet in staat om te werken of niet genoeg verdienen om op vakantie te gaan. De schaamte die hierbij komt kijken, werkt verlamdend. Het drempelonderzoek legt een hele waaier aan drempels bloot die mensen verhindert om vakantie te gaan.

Veel van deze complicerende factoren zijn niet weg te nemen, wat wel kan is een veilige omgeving creëren die toelaat om met deze uitdagingen aan de slag te gaan. Een omgeving die zich bewust is van de problematiek, maar tegelijk de handen uit de mouwen wil steken om stappen voorwaarts te zetten, ieder op z'n eigen tempo. Partnerorganisaties en de Rap op Stapkantoren ruimen al heel wat obstakels uit de weg. De laagdrempelige aanpak dicht bij de mensen werkt. Vrijwilligers die vol begrip, passie en betrokkenheid iedereen die binnenstapt verder helpen in hun zoektocht naar een deugddoende vakantie. Ook hier werkt het enkel als de balans tussen vasthouden en loslaten juist zit. De ondersteuning moet voldoende aanwezig zijn zodat alles goed draait, maar het enthousiasme en engagement van de vrijwilligers mag niet gefnuikt worden door een teveel aan regels en procedures. Die oprechte menselijke verbinding verbrijzelt immers tal van drempels, zo blijkt uit het grootschalig luisteronderzoek.

OPRECHTE BETROKKENHEID

Hoe gaat het? Een vraag die gesteld wordt zonder aandacht voor het antwoord of waarbij het antwoord steeds hetzelfde blijkt. Vragen waarop we het antwoord nog niet weten, prikkelen nieuwsgierigheid en houden aandacht vast. Op deze manier vallen we niet terug op antwoorden die klaar zitten in ons hoofd, maar op antwoorden die aansluiten bij wie we zijn en wat we willen. Onderzoek binnen het netwerk wordt gedreven door nieuwsgierigheid en betrokkenheid. Leren hoe het werkt.

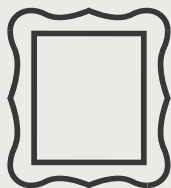
Onderzoeksvragen worden vooraf niet in een bepaalde richting vastgelegd. We stellen niet de vragen waarvan we weten welke antwoorden erop volgen. Het vergt een zekere moed om met een open blik iets te onderzoeken, maar het loont de moeite. De resultaten zijn rijker. Het grootschalig luisteronderzoek vertrekt vanuit een erg open vraag: 'Vertel eens over een moment waarop jij voor iemand vakantie mogelijk maakte of iemand anders voor jou vakantie mogelijk maakte'.

Bij het drempelonderzoek kwamen we tot het besluit dat er meer drempels zijn dan vakantiegevers. Een oplossing of een maatregel voor elke drempel afzonderlijk is onmogelijk. Vaak gaat het ook niet om een maar om meerdere drempels. Telkens in verschillende grootte en met een duidelijke nood aan een aanpak op maat. Dit inzicht ligt aan de basis van de ontwikkeling van 'stel je vraag - deel je idee'.

De lerende netwerken maken kennis met de aanpak, de filosofie van Appreciative Inquiry. Alle partners uit het netwerk krijgen de kans om hun eigen team, organisatie of werking onder de loep te nemen. Appreciative Inquiry maakt veranderingstrajecten mogelijk op een generatieve manier. Hierbij vertrekt men van de dingen die wel werken om op die manier iets in beweging zetten. Het netwerk wordt hier sterker van. De deelnemers kunnen in een veilige omgeving nadenken over wat ze graag meer willen in hun organisatie. Dit leidt tot gelukkiger medewerkers, gezondere organisaties en betere resultaten. Bovendien biedt dit netwerk de gelegenheid om betekenisvolle relaties uit te bouwen met collega's en andere partners. Ook het verhogen van de weerbaarheid van organisaties in tijden van verandering is belangrijk.

GASTVRIJHEID

Een ruimte, een ontmoeting, een plaats, een persoon, een moment waarop die oprechte betrokkenheid en de ruimte voor complexiteit aanwezig zijn en iedereen zich gezien voelt. Een moment waarop alle puzzelstukken samenvallen. Dit is de plaats waar de synergie het grootst is. Het toelaten van de complexiteit laat creativiteit toe en inspireert zodat er ideeën ontstaan. De veiligheid die gecreëerd wordt door de oprechte betrokkenheid zorgt voor de gelegenheid om deze ideeën te delen. Deze ideeën worden dan gezien door andere aanwezigen, want iedereen wordt gezien, iedereen heeft zijn expertise, iedereen heeft zijn eigen geloofwaardigheid. Er ontstaat een positieve energie die je over vakantie doet dromen en die je voor vakantie doet ondernemen ...



THEATERPROJECT VLAAMSE MEESTERS

Van 2018 tot 2020 organiseert Toerisme Vlaanderen een hele reeks activiteiten en evenementen om bezoekers van over de hele wereld naar Vlaanderen te verleiden, waar ze kennismaken met de Vlaamse Meesters en hun werk. Een inspirerende en verrijkende ervaring.

Tijdens een reis naar Vlaanderen kunnen bezoekers wandelen door het huis waar Rubens leefde en werkte. Ze kunnen landschappen zien die Pieter Bruegel de Oude inspireerden en een origineel van Eyck-schilderij op de precieze plek van de afgebeelde scène ontdekken. **Het project 'Vlaamse Meesters' focust op het leven en de nalatenschap van van Eyck, Bruegel en Rubens, actief in de 15e, 16e en 17e eeuw, maar ook andere opmerkelijke kunstenaars uit die tijd komen aan bod.**

In Vlaanderen is vakantie een basisrecht voor iedereen. **Deze aandacht voor gelijkwaardigheid behoort tot het DNA van Vlaanderen.** Het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie wil dit basisrecht waarmaken.

Kansen creëren en kansen geven, leidt niet automatisch tot kansen effectief aangrijpen en dus een verhoogde deelname. Participatie bevorderen is een moeilijke evenwichtsoefening. Kortingen alleen zijn niet voldoende, want de financiële drempel is niet de enige die overwonnen moet worden. Het niet-participeren is vaak de optelsom of het samenspel van verschillende drempels. Er is ook nood aan extra vaardigheden, een zekere mate van verbondenheid en voldoende uitdaging. Sleutels voor het verhogen van de participatiegraad liggen in acties die uitdaging, vaardigheden en verbondenheid in balans brengen. Als het bezoek aan een tentoonstelling betaalbaar wordt gemaakt, maar de uitdaging om het museum binnen te stappen veel te groot is of de verbondenheid aan het thema er niet is, dan blijft de participatie vaak uit. We willen dit thema laagdrempelig maken via het toeleidingsproject 'Vlaamse Meesters kennen geen drempels'.



DE VLAAMSE MEESTERS NODIGEN UIT OM JE TE TONEN ZOALS JE BENT

Vlaamse meesters kennen geen drempels

Op maat gemaakte korte theatervoorstellingen waarbij telkens wordt vertrokken van een blanco blad. Het is de specialiteit van het productiehuis voor CODE, productiehuis voor amateurtheater.

Vanuit een thema worden een schrijver, een regisseur en gelegenheidsacteurs bij elkaar gebracht om samen om in een avontuur te springen. Dit keer zijn de Vlaamse Meesters het vertrekpunt, in het bijzonder Pieter Paul Rubens. Dat vertelt Danny Verbraecken van CODE vzw in zaal PAX in Antwerpen. Zijn ogen fonkelen. 'We maken drie korte producties, telkens vertrekkend van een schilderij van Rubens. We willen het op die manier hebben over **schoonheid** en wat dat doet met een mens.'

Het traject kadert in de wens van Iedereen Verdient Vakantie om mensen in armoede en met een beperking warm te maken om mee



“Wij focussen op mogelijkheden, niet op beperkingen.

Het komt erop aan om te durven laten zien wie je bent. Dat is iets dat eigenlijk geldt voor ons allemaal.

DANNY VERBRAECKEN, REGISSEUR



te genieten van het grote Vlaamse Meesters-project van Toerisme Vlaanderen.

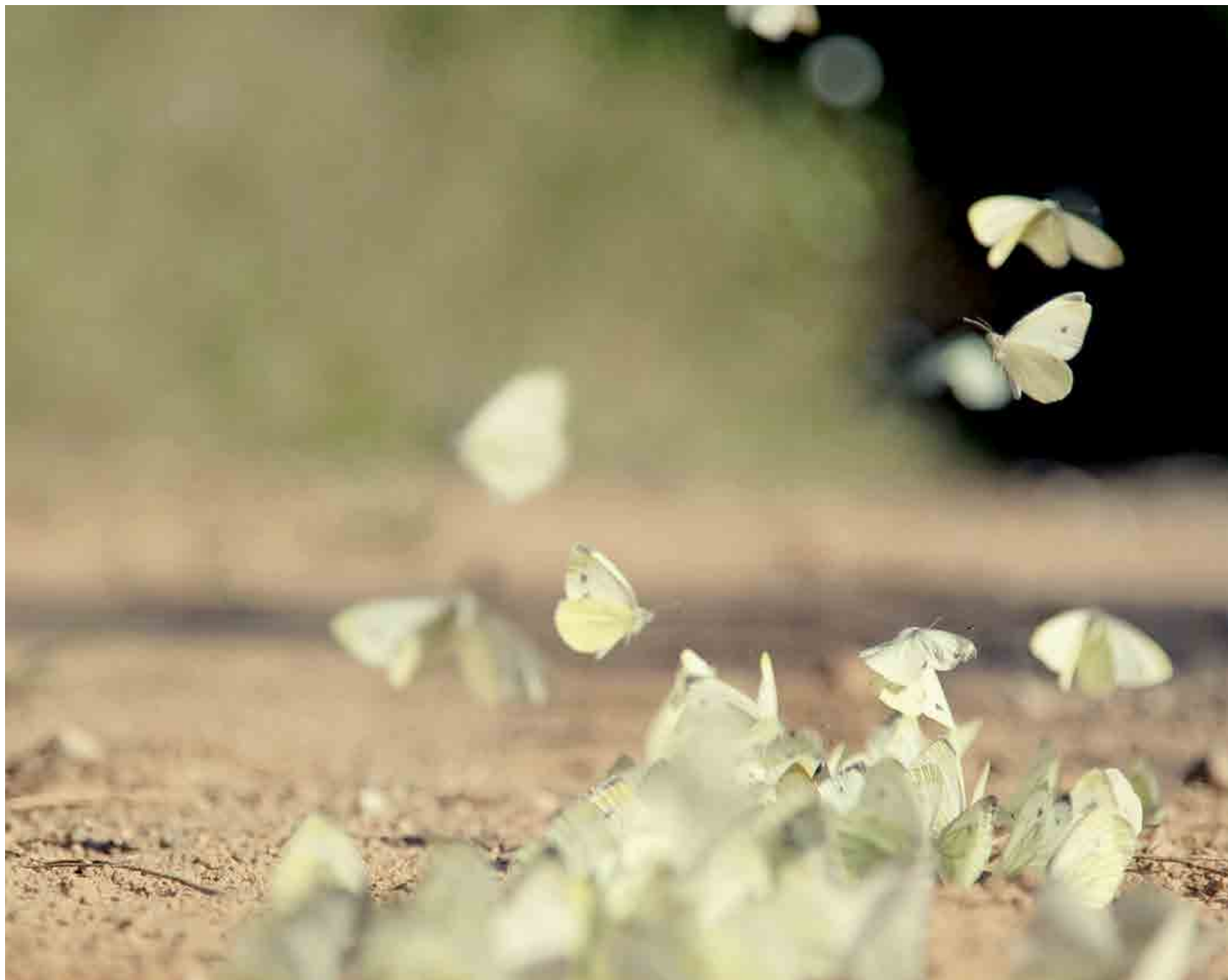
‘We gaan in zee met geëngageerde mensen waarvan we voelen dat ze graag spelen,’ zegt Danny. ‘We gaan ervan uit dat iedereen kan vertellen vanuit zijn eigenheid.’ Elke creatieperiode start met een intensieve tweedaagse workshop waarin acteurs, regisseurs en schrijvers samen aan de slag gaan en dingen uitproberen. Het is telkens wonderlijk om de chemie tussen mensen te zien, om dingen te zien ontstaan. Het zijn deze kleine parels die de bouwstenen worden voor een kort toneelstuk.

De kracht van waardigheid

De acteurs zijn intussen begonnen aan een doorloop van het stuk. Wafa rijdt Chris flanerend rond in de ruimte. Lut observeert van

dichtbij het schilderij en wordt daarbij in de gaten gehouden door Linda.

Danny: ‘We hadden net een terugkomdag in Oostende, waar we vorig jaar een project over vakantieparticipatie hebben begeleid. Een van de dames die daar had meegespeeld kwam fier als een gieter binnen. Nadat ze bij ons op de planken had gestaan, durfde ze zich ook daarbuiten opnieuw tonen, zei ze. Ze was gaan solliciteren. Nadat ze vijf jaar werkloos was geweest, had ze nu opnieuw een job. Dat is het meest wonderlijke aan deze projecten: zien hoe iemand zijn waardigheid terugvindt. De kracht die daarvan uitgaat is enorm indrukwekkend. Bij het begin van een creatieproces komen mensen dikwijls gekromd binnen, op het einde gaan ze vaak met een rechte rug en een open blik naar buiten.’



**“Zes facetten kleuren
grootschalig samenwerken, vaak
met andere accenten en tinten
altijd samen met partners.**

GROOTSCHALIG SAMENWERKEN IN HET NETWERK IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE

Rollen, handelingsprincipes en transgrediënten worden concreet in vele acties en activiteiten in zes actievelen. Zes actievelen maakt zes facetten van grootschalig samenwerken. (1) Bewustmaking: verhalen van het belang en de kracht van vakantie en toerisme (2) Krachten verbinden tot een netwerk (3) Partners versterken (4) Matchmaker vraag & aanbod (5) Expertise zien, opschalen en delen (6) Toerisme, welzijn, mobiliteit en armoedebeleid voeden en uitvoeren - horizontaal en verticaal. Een greep uit de vele acties om een concreter beeld te schetsen.

1. BEWUSTMAKING: VERHALEN DELEN OVER HET BELANG EN DE KRACHT VAN VAKANTIE

Sensibilisering is de eerste stap om vakantie voor iedereen mogelijk te maken. Het recht op vakantie mag dan opgenomen zijn in de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens, het is lang niet een evidentie voor iedereen. Maatschappelijk blijft er nog te vaak een idee hangen dat je vakantie eerst moet verdienen. Zelfs over de manier waarop we vakantie verdienen, zijn er tal van sociaal geconstrueerde vooroordelen. Het steunpunt probeert iedereen binnen en buiten het netwerk ervan bewust te maken dat iedereen vakantie verdient.

Authentieke verhalen hebben een bijzondere kracht. Ze verbinden, verhelderen, enthousiasmeren en brengen dingen in beweging. Ze maken tastbaar wat niet in cijfers uit te drukken valt. Ze geven complexe thematieken een gezicht en maken ze bevattelijk, menselijk en echt. Zonder de kleine verhalen zou er geen groter verhaal zijn.

VERHALEN VERZAMELEN EN DELEN

Het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie geeft aandacht aan initiatieven, evoluties en mensen met passie die het recht op vakantie helpen uitdragen. Door het verzamelen en delen van verhalen wordt het onmeetbare zichtbaar gemaakt. www.iedereenverdientvakantie.be is de groeiende en levendige online verzamelplek waar verhalen gepubliceerd worden. Deze verhalen zijn geen eindproduct, maar eerder een aanstekelijke vonk. Die vonk creëert nieuwe mogelijkheden bij de geïnterviewde, het netwerk en het bredere publiek dat de verhalen leest. De verhalen tonen wat in het netwerk leeft en bieden nieuwe inzichten. Ze brengen energie en verbinding tot stand. De doorleefde ervaringen van partners en vakantiegangers geven concrete handvaten in gesprekken met het beleid.

Alles wat aandacht krijgt, groeit. Daar gaat onze aandacht naar initiatieven, evoluties, mensen met passie in het partnernetwerk en in de samenleving die de doelstelling 'Iedereen Verdient Vakantie' ondersteunen.

www.iedereenverdientvakantie.be is het communicatiekanaal waarop verhalen uit het netwerk gepubliceerd worden.

SOCIALE MEDIA: VERSCHILLENDE DOELGROEPEN PER KANAAL

Facebook

De Facebookpagina bereikt voornamelijk vakantiegangers, snel en effectief. Vakantiefoto's, verhalen, last minute aanbod en nieuwtjes. Vakantiegangers gebruiken Facebook ook voor persoonlijke berichten aan het team of zelfs als eerste informatiebron. Hoewel niet iedereen toegang heeft tot het internet, bereikt dit kanaal een substantiële groep van (potentiële) vakantiegangers via de laagdrempelige manier van communiceren.

Twitter

Twitter gaat breder en bereikt intermediären, collega's binnen Toerisme Vlaanderen en andere geïnteresseerden. Hier verschijnt regelmatig een update over lopende projecten, evenementen en verhalen. De vele retweets sensibiliseren een groter publiek.

LinkedIn

Verschillende collega's hebben een eigen LinkedIn-account. De verhalen die het team via deze weg deelt, bereiken weer een ander doelpubliek. De geposte items komen binnen en ook buiten het netwerk terecht. Zo weet ons netwerk zich op een passieve manier uit te breiden.

Instagram

'Instagram is het nieuwe Facebook,' volgens mediaexperts. Beeldtaal is erg aantrekkelijk en laagdrempelig. Vandaag heeft



iedereen een telefoon met camera op zak. We delen voornamelijk foto's met veel vakantieglod.

ONTMOETINGSTAFEL ARMOEDE

Tijdens een ontmoetingsmoment brengt een ervaringsdeskundige in de armoede een aantal inzichten over armoede. Ook wordt ingegaan op de betekenis van vakantie voor mensen met een laag inkomen. De leefwereld van mensen in armoede begrijpen begint bij bewustwording van je eigen leefwereld. Dat is de kern van deze sessie. Toeristische partners denken, in de aanwezigheid van een ervaringsdeskundige in de armoede, samen na hoe ze door kleine bijdragen van elke vakantie een succesvakantie kunnen maken. Het collectief rendement van deze sessie is groter dan de som van de afzonderlijke delen. Verschillende werelden leren elkaar kennen en begrijpen.

STOUTE SCHOENENPAD:

SPELEN EN SPREKEN OVER VAKANTIE VOOR IEDEREEN

'Hoop heeft twee dochters,' zei Augustinus. 'Verontwaardiging en Moed. Verontwaardiging om hoe de dingen gaan, Moed om ze vast te pakken en ze beter te maken dan ze nu zijn.'

Geïnspireerd door deze oude wijsheid kwam dit spel tot stand. Samen met nog een derde dochter die Verwondering heet, geeft

het spel richting aan de toekomst. Ontmoet alle dochters op het Stoute Schoenenpad: Verontwaardiging, Moed en Verwondering. Dit kaartspel helpt hoop vast te houden onderweg naar vakantiemogelijkheden voor iedereen.

Ook partnerorganisaties of vriendengroepen kunnen hoop vasthouden en vakantie mogelijk maken. Ze kunnen ontdekken en benoemen wat ze willen veranderen of waarvan ze meer willen





“We delen verhalen over persoonlijke reis- en gastvrijheidservaringen.

We focussen op kracht, hoop en kansen ontdekken.

zien. Ze kunnen de stoute schoenen aantrekken en het pad van de verwondering volgen.

Het Stoute Schoenenpad is een spelmethodiek ontwikkeld voor sociale organisaties om het gesprek aan te gaan over alle verschillende ervaringen en tegengestelde emoties die worden veroorzaakt door op vakantie te gaan. Het Stoute Schoenenpad maakt frustraties bespreekbaar en reikt de hand om samen het vizier in de goede richting te draaien, en daar de moed te vinden om op vakantie te (blijven) gaan.

INTERNATIONAAL

Why Holidays Matter

We sluiten aan bij het Britse netwerk Why Holidays Matter, houden contact en versterken elkaars initiatieven waar relevant. Ook Visit Scotland houdt nauw contact (ScotSpirit Breaks).

Connect Your Story

Met Connect Your Story willen we zoveel mogelijk conversaties voeren over hoe reizen en gastvrijheid bijdragen aan het welzijn van mensen, aan de verbinding van mensen met elkaar, met de plek en met de aarde. Daarmee willen we ook de ruime sector van toerisme inspireren om verder te kijken dan enkel hun economische doelstellingen.

We focussen op de ontmoeting en het gesprek tussen storyweavers en mensen met een verhaal: sterktes, kracht, hoop en kansen ontdekken. We creëren een platform voor alternatieve verhalen, waarop we de verhalen delen, hergebruiken en verspreiden in de sector en de ruimere wereld.

We leiden storyweavers op in de visie en vaardigheden om diepe conversaties te voeren. Ze ontdekken de kunst van actief luisteren en verrassende vragen stellen. Ze leren hoe ze verhalen kunnen documenteren. Ze ontwikkelen begrip over hoe hun werk - verhalen weven - kan bijdragen tot het veranderen van de manier waarop in de samenleving gekeken wordt naar reizen en gastvrijheid.

We delen de verhalen op www.connectyourstory.org: de thuisbasis van elk verhaal, hoe klein of invloedrijk het ook mag zijn. Verhalen over persoonlijke reis- en gastvrijheidservaringen en doorbraakideeën worden samengeweven in een prachtig tapijt. Het is een droom om ooit een internationale training ‘Storyweavers’ op te zetten.





Jaarlijks komen toeristische ondernemers, sociale organisaties en vakantiegangers samen op het forum om met elkaar in gesprek te gaan



2. KRACHTEN VERBINDEN TOT EEN NETWERK

We nemen initiatieven waar partners en potentiële partners elkaar leren kennen en ontdekken hoe ze kunnen bijdragen aan de gezamenlijke doelstelling Iedereen Verdient Vakantie. Ze vergroten het draagvlak en versterken het engagement, ze wakkeren het vuur aan en creëren vruchtbare grond voor nieuwe initiatieven. Het Forum Iedereen Verdient Vakantie brengt elk jaar meer dan 500 partners bijeen, om samen de inspanningen en de ambities in de kijker te zetten.

“We ontwikkelen en verfijnen concepten en zetten deze in waar opportuun.

29 JANUARI 2015, FORUM IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE

In een barstensvolle Gentse Handelsbeurs maken meer dan 450 mensen hun opwachting voor het jaarlijkse Forum Iedereen Verdient Vakantie. 'Iedereen verdient vakantie,' vinden de aanwezige uitbaters van attracties en toeristische verblijven, sociale organisaties en vakantiegeangers. De aanwezigen bedenken talloze ideeën om samen van elke vakantie een succeservaring te maken. De energie komt vrij omdat de aanwezigen zich verbinden op hetzelfde thema: Iedereen Verdient Vakantie.

In dit netwerk ontstaan de beste ideeën haast vanzelf

Aanwezige vakantiegeangers, aanbieders, vrijwilligers en professionals uit de sociale sector verwoorden hun ideeën, vragen en zorgen. De provincie Oost-Vlaanderen vraagt samen na te denken over hoe nog meer Rap op Stapkantoren kunnen groeien. Mensen zoeken oplossingen voor vakanties die ondanks kortingen nog te duur zijn. Men wisselt van gedachten over

extra vakantieplaatsen voor kinderen met een beperking. Vervoersperikelen worden aangekaart. De federatie van Autocarondernemers vraagt advies om de toegankelijkheid voor mensen in armoede te verbeteren. Het agentschap Natuur en Bos wil de natuur nog aantrekkelijker maken voor mensen in armoede. Anderen denken na over hoe het bestaande gratis aanbod bekender kan worden. Men babbelt over reizen naar de Ardennen en het buitenland. Groepsverblijven willen actie ondernemen om bekender te worden, mensen stellen zich de vraag hoe nog meer medewerkers in sociale organisaties warm kunnen gemaakt worden voor de helende effecten van vakantie.

Rijke oogst, gevulde toekomstagenda

Deze en veel andere vragen vormen het startpunt voor twee gemoedelijke, creatieve babbelrondes. Mensen zoeken mekaar op, wisselen ervaringen en verhalen uit. Er ontstaan tientallen frisse ideeën. Hier wordt toekomst gemaakt, tijdens hartelijke ontmoetingen tussen professionals en vrijwilligers, vakantiegeangers en toeristische aanbieders, sociale werkers en ondernemers. Doorheen het delen van verhalen groeit bovendien erkenning en waardering.

FORUM IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE

Het Forum Iedereen Verdient Vakantie brengt energie, trots en gedeeld eigenaarschap in het netwerk. Het zet de inspanningen en ambities van alle partners in de kijker.

Het steunpunt nodigt het hele netwerk uit op dit jaarlijks terugkerend evenement: vakantiegeangers, sociale lidorganisaties, stakeholders en toeristische partners. Het is belangrijk dat partners elkaar kunnen ontmoeten en leren uit elkaars verhalen. Zo ontstaat er nog meer wederzijds begrip, rijzen er nieuwe ideeën en gaat ook het team Vakantieparticipatie naar huis met inspiratie en bagage om mee aan de slag te gaan.

Een Forumdag bestaat uit twee grote delen. In de voormiddag is er een inhoudelijk deel, in de namiddag is er enerzijds een toeristisch programma voor de vakantiegeangers en anderzijds een netwerkmoment. Toeristische partners komen samen om elkaar te inspireren en nieuwe samenwerkingen te smeden. De sociale partnerorganisaties krijgen ook de kans om te netwerken tijdens een namiddagworkshop of activiteit.

Elk jaar bekijken we de noden en prioriteiten van het moment en geven we het programma vorm.

Aan het begin van een beleidsperiode focust het Forum zich op input voor beleidsrichtingen. De verdere edities krijgen vorm aan de hand van vragen van partners.

KENNISMAKINGSSESSIE

Tijdens de maandelijkse kennismakingssessie krijgen nieuwe sociale partnerorganisaties meer informatie over de werking van Iedereen Verdient Vakantie, over het aanbod en de boekingen. De eerste introductie om meteen aan de slag te kunnen gaan. Organisaties die al langer lid zijn, kunnen nieuwe collega's laten kennismaken of het uitgebreide aanbod laten ontdekken.

3. PARTNERS VERSTERKEN

Een netwerk met sterke partners is een sterker netwerk. Organisaties en vrijwilligers krijgen tools en methodieken aangereikt om hun partnerschap te kunnen versterken.

STRAFFE KOFFIE

Op vraag van een aanbieder worden verschillende partners uit het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie en de vakantieketen samengebracht om te onderzoeken hoe het vraagstuk aangepakt kan worden. Iedereen zit rond de tafel en alles gebeurt in de vorm van groepsoverleg en discussie.

Straffe Koffie, Sterke Stories is een **rondetafelgesprek** met vakantiegangers, vakantiemakers en sociale partnerorganisaties. Een Straffe Koffie draait altijd rond een vraag over het mogelijk maken van vakantie. De organisatie ervan wordt ondersteund door Iedereen Verdient Vakantie.

Thema's van voorbije bijeenkomsten:

- **Juni 2019:** Hoe gezinsvakanties organiseren voor mensen in armoede?
- **September 2018:** Hoe aantrekkelijk is een stadsvakantie in Brussel?
- **Maart 2017:** Hoe worden maatschappelijk kwetsbare jongeren geëngageerde vakantiemakers?
- **Mei 2016:** Verplichte vakantie is geen vakantie. Maar hoe kan het dan wel?
- **Maart 2016:** Bestaat 'de vakantie' voor 'de senior'?
- **Oktober 2015:** Een aantal waardevolle tips om van een bezinningshuis een toffe vakantieplek te maken.
- **September 2015:** Hoe maak ik mijn groepsverblijf toegankelijk voor groepen uit het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie?

VAKANTIEVAARDIG

Vakantievaardig is een reeks van inspiratiekaarten. Ze maken kiezen, plannen en onderweg zijn tot een feest en ze zorgen ervoor dat vakantiekiebels echte vakantieplannen worden. 49 kaarten zetten je aan het denken en het doen, maar ook aan het praten. Je vindt opdrachten, tips en weetjes over het hele vakantie-traject. Van het motiveren tot het boeken, het organiseren en het thuiskomen.

Vakantievaardig is gemaakt door en voor vakantieplanners. Maar ook en vooral voor al wie op vakantie gaat. Groot en klein, ver weg of dichtbij, met overnachting of op daguitstap, voor het eerst of met veel ervaring.



TRAIN DE TRAINER: OPENBAAR VERVOER

Veel mensen in de doelgroep hebben extra begeleiding en uitleg nodig om bus en tram te gebruiken. Voor sommigen blijft de drempel naar het gebruik van De Lijn te hoog.

Samen met De Lijn zorgt Vakantieparticipatie voor input, inzicht en samenwerking om voor deze doelgroep een publicatie te maken die erg overzichtelijk uitlegt hoe je tram of bus kan gebruiken. Bij de publicatie hoort ook een opleiding voor de medewerkers van de Rap op Stappunten in Vlaanderen. Vandaar de titel Train de Trainer. Dankzij een goede instructie kunnen zij hun gebruikers op een correcte en laagdrempelige manier instrueren.

BABBELBEELDEN - ALGEMEEN

De beelden helpen het creatieve brein op weg. Je wil aan de slag met mensen. Je wil zaken bespreekbaar maken, dieper graven dan het evidente, een beetje animo in het team brengen, nieuwe ideeën bedenken of de aandacht scherpstellen. Daar is creatief van de hak op de tak denken een goeie hefboom voor.



“Een netwerk met sterke partners is een sterker netwerk.”

gespreksstof. Via de vragen kun je op een leuke manier ervaringen delen tijdens een museumbezoek.

PRAKTISCHE TIPS VAN TOEGANKELIJKHEIDSEXPERTS

Op de website kunnen reisprofessionals tips downloaden om aan de toegankelijkheid van hun aanbod of onderneming te werken. De ene reiziger heeft net dat ietsje meer noden en behoeften dan de andere. Als reisprofessional kan je daar met de nodige voorbereiding en een open ingesteldheid passend mee omgaan. Hoe maak je je eet- of drinkgelegenheid beter toegankelijk? De handige fiches geven praktische tips, zonder dure of ingrijpende aanpassingen. Deze informatie werd gebundeld door de productmanagers Toegankelijkheid binnen Toerisme Vlaanderen.

Werken met beelden helpt om verder te gaan dan de voor de hand liggende antwoorden. Zorg ervoor dat je vraag open is, dat ze prikkelt, dat ze peilt naar ervaringen, emoties en verhalen ...

BABBELBEEDEN – EDITIE GROTERE KAARTEN

Deze 24 beelden breken het ijs en trekken het gesprek op gang. De vragen zijn een selectie en aanpassing van de beelden uit de algemene Babbelbeeldenbox. Ze zijn het resultaat van een samenwerking met WZC De Weister en vrijetijdsdienst De Stroom. De beelden werden getest bij mensen met dementie en mensen met een verstandelijke beperking.

BABBELBEEDEN – VLAAMSE MEESTERS

Dit doosje telt 62 meesterlijke babbelbeelden en evenveel kijkvragen. Je kan de kaarten gebruiken tijdens een workshop of een museumbezoek. Verwondering! Daar draait het om. In woord en beeld. De beelden stimuleren het creatief denken en zorgen voor

AMBASSADEURSWERKING

Regelmatig melden vrijwilligers zich aan. We zijn geen vrijwilligersorganisatie, maar schakelen vrijwilligers mee in ons dagelijks werk. Omdat de groep groter wordt, is het nodig om een vrijwilligersbeleid uit te werken. We voorzien opleiding en intervisie en waarderen het werk dat deze mensen voor ons doen.

PERSOONLIJKE BEZOEKEN

Team Iedereen Verdient Vakantie wil de banden met de partners aanhalen. Daarom plant elke medewerker elk jaar een ‘studiedag’ in bij toeristische en sociale partnerorganisaties. Doel hiervan is het versterken van de partnerschappen en het leren kennen van het toeristisch aanbod en de expertise van de partnerorganisaties.

Heidi Thijs, Centrum voor Basiseducatie Halle-Vilvoorde

Aan de hand van een stappenplan en de kaartjes in de gids Vakantievaardig zochten de cursisten alles zelf uit: waar ze naartoe wilden, hoe ze zich tot daar konden verplaatsen, wat er allemaal te zien en te beleven viel. Ze bekeken of hun ideeën haalbaar en betaalbaar waren en stelden een programma samen. 'De gids Vakantievaardig sluit mooi aan bij de manier van werken die het Centrum voor Basiseducatie al jaren kenmerkt,' zegt Heidi.

Geen eenvoudige opdracht nochtans voor mensen die niet zo geletterd zijn en vaak weinig ervaring hebben met internet. De toeristische websites blijken meestal nog vrij toegankelijk. Websites als die van De Lijn vragen veel meer moeite. 'Daar heb je best wel wat ICT-vaardigheden voor nodig. Er is soms ook heel veel tekst, en dan wordt het moeilijker voor onze cursisten. Met goed advies door gespecialiseerde mensen zouden die websites een stuk toegankelijker kunnen worden voor laaggeschoolden,' denkt Heidi.

'Die voorbereiding was echt leuk om te doen. De mensen vroegen brochures aan, zochten informatie op het internet, ontdekten hoe ze zich met het openbaar vervoer konden verplaatsen. Kostprijzen en kortingen werden onderzocht en vergeleken, openingsuren opgezocht. We beslisten uiteindelijk naar Diest te gaan: makkelijk bereikbaar en er is van alles te doen. De groep maakte een dagplan op, tot in de puntjes.'

**“Op het kruispunt
tussen vraag en
aanbod ontstaan
nieuwe dingen.**

Op maat waar nodig.



“Mensen zijn verhalen. Niet omgekeerd.

BART VERHEYEN, VRIJWILLIGER



4. MATCHMAKER VRAAG EN AANBOD

Vraag en aanbod vinden elkaar niet altijd vanzelf. Op het kruispunt van vraag en aanbod ontwikkelden we een **informatieplatform, communicatiekanalen en een persoonlijke dienstverlening aan de partners.**

Vakantiebemiddelaars staan elke werkdag paraat om vakantie vragen te beantwoorden en een vakantie op maat te bemiddelen. Lokaal ondersteunen we de Rap Op Stapkantoren.

STEL JE VRAAG – DEEL JE IDEE

Reizen is voor iedereen. Al heeft de ene persoon net ietsje meer noden en behoeften dan de andere. Met de nodige voorbereiding en een open ingesteldheid kan je daar passend mee omgaan.

Een klantvriendelijke en toegankelijke service hoeft niet moeilijk of duur te zijn. Een onbekommerde vakantie heb je pas als je niet meer hoeft te piekeren over hulpmiddelen, assistentie en/of verpleegkundige zorg. Voor veel mensen is dat nog altijd de reden waarom ze niet of nauwelijks van hun vakantie kunnen genieten. Op het platform ‘Stel je vraag – deel je idee’ vinden vraag en antwoord elkaar. Toeristische partners hebben vaak een

aanbod of een oplossing maar kunnen evengoed een vraag of idee in het netwerk brengen. Het platform wordt gebruikt door sociale partnerorganisaties, toeristische partners en vakantiegangers die een drempel ervaren.

RAP OP STAPKIJKER – INSPIRATIE VOOR RAP OP STAPKANTOREN

Het aantal Rap op Stapkantoren in Vlaanderen groeit. Veel kantoren zijn al een hele tijd open en hebben hopen ervaring opgedaan. Op basis hiervan is dit werkschrift opgesteld. Het is een boekje vol tips en opdrachten om aan de kwaliteit van de werking te sleutelen. Het laat toe het eigen kantoor in het vizier te nemen en te zien waar het beter kan.

Daarom noemen we het de Rap Op Stapkijsker. Deze toolkit bezorgt de Rap Op Stapkantoren hopen inspiratie en nieuwe energie!

ONTDEKKINGSTOER

Om het rijke aanbod te leren kennen en om begeleiders te laten ervaren hoe ze hun doelpubliek warm kunnen maken voor een regio organiseren we studiereizen voor sociale partnerorganisaties. Onbekend is onbemand: begeleiders vertellen met meer

enthousiasme en kennis over wat ze met eigen ogen hebben gezien. Een dag proeven van het uiteenlopende aanbod van een bepaalde streek, om het dan door te kunnen geven aan heel wat anderen. Dat is de bedoeling van de ontdekdagen van Iedereen Verdient Vakantie.

TOEGANKELIJKE INFORMATIE

Eenvoudig en duidelijk taalgebruik is nodig om zo dicht mogelijk bij de wereld van mensen in armoede te komen. Samen met opgeleide ervaringsdeskundigen armoede en sociale uitsluiting checken we onze producten op toegankelijk taalgebruik. Het toeristisch vakjargon is minder gekend dan we soms denken. Informatie over Vlaanderen als toegankelijke bestemming heeft een plek op de website. Vakantiegeangers vinden er heel wat informatie om hun reis of daguitstap in Vlaanderen voor te bereiden volgens hun specifieke noden en wensen. Ze kunnen er zoeken naar vakantieverblijven, daguitstappen, eet- en drinkadresjes, evenementen ... Ze vinden er ook informatie over het regelen van aangepast vervoer, verzorging of hulpmiddelen op vakantie. Verder bevat de website een overzicht van reisbureaus en organisaties die georganiseerde reizen aanbieden voor mensen die extra noden of wensen hebben op vakantie. De productmanagers Toegankelijkheid binnen Toerisme Vlaanderen bundelen deze informatie.

VERBLIJFSBOEKJE EN KOOKBOEKJE

Wanneer vakantiegeangers een vakantieverblijf boeken, ontvangen ze een infoboekje over het verblijf met extra info: hoe geraak ik er met het openbaar vervoer, wie is de contactpersoon, wat zijn de openingsuren van de receptie, wat neem ik mee ...

Lekker eten en vakantie. Twee dingen die perfect samengaan. Lang ontbijten, uitgebreid tafelen of gezellig picknicken. Het hoort bij vakantie. Lekker koken op vakantie hoeft niet duur te zijn. Vakantiekost selecteerde een budgetvriendelijk menu voor drie dagen, met boodschappenlijstje. Zo hoeven vakantiegeangers maar een keer naar de winkel te gaan en kunnen ze elke dag een lichte en een warme maaltijd klaarmaken. Makkelijk en leuk met kinderen. Vakantiekost kwam tot stand door en voor vakantiegeangers, in nauwe samenwerking met KVLV Vrouwen. Als een individu, een gezin of een groep een vakantieverblijf boekt met zelfkook, ontvangen ze een kookboekje.

“Vraag en aanbod vinden elkaar niet altijd vanzelf.

Memet Karaman, In-Gent

Memet Karaman is beleidsmedewerker Welzijn, Gezondheid en Cultuur en coördinator voor de evenementen en campagnes bij In-Gent, een organisatie die het Vlaamse inburgerings- en integratiebeleid uitvoert. Hij zoekt onder meer naar geschikte uitstappen voor de nieuwkomers verbonden aan In-Gent.

De laatste stop van de dag zit erop. Memet gaat naar huis met een lijst vol ideeën voor uitstappen. Hij is er blij mee. Bij In-Gent weten ze intussen wat een verschil het kan maken om eens een dag weg te zijn van alles. Onlangs gingen de jongeren die de inburgeringscursus volgen samen op uitstap naar een pretpark. Voor de meesten van hen was het een compleet nieuwe ervaring. Die dag hoefden de jongeren even niet te denken aan alle moeilijkheden die ze meemaken, het werd een dag om nooit te vergeten. De ene brede glimlach blonk naast de andere.



Vraag en aanbod vinden elkaar niet altijd vanzelf. Daarom ontwikkelen we op het kruispunt van vraag en aanbod informatieplatformen, communicatiekanalen en een persoonlijke dienstverlening aan de partners.

BOEKINGSPLATFORM

Het boekingsplatform bevindt zich op de website www.iedereenverdientvakantie.be. Sociale partnerorganisaties krijgen na inschrijving en na het volgen van een infosessie een eigen account. Hiermee kunnen ze boekingen ingeven en hun eigen reservaties beheren.

Ook het team Iedereen Verdient Vakantie zelf gebruikt deze website als tool:

- Opvolgen boekingen door vakantiebemiddelaars
- Statistieken en rapporten
- Overzicht en beheer van de sociale partnerorganisaties
- Beheer oude en nieuwe aanbodcontracten
- Notities van prospectiebezoeken

Kortom, het boekingsplatform is het kloppend hart van de werking van Iedereen Verdient Vakantie.

BEMIDDELINGSCENTRALE

We engageren ondernemers en organisaties om samen onze doelstelling te realiseren. In ruil voor deze inspanning kunnen ze rekenen op een geoliede dienstverlening. Om te garanderen dat de sociale kortingstarieven terecht komen bij wie ze nodig heeft, worden er samenwerkingsovereenkomsten afgesloten met de toeristische aanbieders en charters getekend door de sociale partnerorganisaties. Het centrale team vakantiebemiddeling vangt vragen op die niet geautomatiseerd kunnen worden. Partners en vakantiegangers kunnen live bij ons terecht, telkens met klantvriendelijkheid en ondersteuning op maat als uitgangspunt. Vakantiebemiddelaars zijn van a tot z verantwoordelijk voor de dagelijkse afhandeling van reisdocumenten.

KLACHTEN EN FEEDBACK

Positieve feedback delen we met de betrokkenen. Uit negatieve feedback willen we leren. Via de postvakantiekaartjes horen we algemene geluiden over hoe de vakanties zijn geweest. Klachten nemen we altijd ernstig. We moedigen partners aan om niet met vragen en twijfels te blijven zitten, en bieden permanentie voor



vragen en suggesties. Om te garanderen dat de sociale tarieven terechtkomen bij wie ze nodig heeft, vinden er steekproeven plaats.

VERBREIDING EN VERDIEPING VAN HET NETWERK

Iedereen Verdient Vakantie van Toerisme Vlaanderen is een sterk partnermodel dat expertise, goodwill en maatschappelijke verantwoordelijkheid samenbrengt. De bestaande partnerschappen met de toeristische sector (logiesverstrekkers, attracties en aanbieders van georganiseerde vakanties) worden de komende jaren verder verdiept. De vakantiebemiddeling wordt geëvalueerd en waar nodig bijgesteld. Samenwerkingsovereenkomsten geven een overzicht van wederzijdse verwachtingen en engagement. Sociale partnerorganisaties en Rap op Stapkantoren tekenen een overeenkomst die de samenwerking bekrachtigt.

RAP OP STAP

Sociale partnerorganisaties doen bijzonder goed werk voor hun leden. Getuigenissen van gebruikers leerden ons dat de eerste drempel naar een organisatie soms nog hoog is. Zo ontstond Rap op Stap, vrij van lidmaatschap, met een persoonlijke dienstverlening voor wie een vakantiewens heeft en ondersteuning zoekt.

Rap op Stap is een laagdrempelig reisbemiddelingskantoor voor mensen met een beperkt budget. Vakantiegangers kunnen er het volledige aanbod van Iedereen Verdient Vakantie boeken. Veel mensen uit de doelgroep zijn niet aangesloten bij een organisatie, en de stap zetten om zich aan te sluiten is soms te groot. Net daarom bestaat Rap op Stap. Mensen hoeven geen lid te zijn. Ze hoeven zelfs geen afspraak te maken, ze stappen gewoon naar binnen. De professionele of vrijwillige medewerkers van een

Rap op Stapkantoor helpen iedereen met een klein budget aan een leuke uitstap of vakantie. Bovendien helpen de medewerkers vakantiegangers ook met praktische zaken zoals het samenstellen van een budget en het uitzoeken van geschikt vervoer. Het Rap op Stapnetwerk wordt verder uitgerold om de vakantieganger gericht te kunnen ondersteunen. Anno 2019 zijn er een 80-tal punten in Vlaanderen.

VAKANTIEBROCHURES

Jaarlijks is er een hernieuwde uitgave van de brochures 'Vakanties' en 'Daguitstappen'. Hierin staat het volledige aanbod met prijzen en extra informatie. De oplage per brochure is 6000. Traditioneel verdeelt Steunpunt Vakantieparticipatie de brochures voor het eerst op het jaarlijkse Forum Iedereen Verdient Vakantie. De doelgroep van deze brochures zijn de vakantiegangers zelf. Na het voorleggen van een inkomensbewijs krijgen zij de exemplaren thuis opgestuurd.

Ook de sociale organisaties krijgen een eigen exemplaar dat gebruikt wordt voor het gehele cliënteel. Een grondige bevraging naar gebruiksintensiteit is nog niet gevoerd maar een enkele brochure gaat minstens door tien paar handen waardoor het leesbereik zeker kan tellen.





Een papieren versie van de brochures is een noodzaak. Veel mensen uit de doelgroep hebben thuis geen computer of internet. Voor begeleiders is het ook niet handig om alles op een computerscherm te tonen. Vaak horen we dat organisaties ook een uitleenexemplaar hebben zodat mensen thuis op hun gemak kunnen kiezen welke uitstap of vakantie past binnen hun budget en goesting.

SPONTANE MAILINGS, POP-UPNIEUWSBRIEVEN

Opportunities laten we niet schieten en delen we met de organisaties in het netwerk. Soms met iedereen, soms heel gericht. Belangrijk is een vlot, up-to-date en hanteerbaar systeem zodat onze berichten bij de juiste mensen terechtkomen.



“Trajecten beginnen met goed luisteren. Met exploreren van de vraag en zoeken naar de juiste klemtoon.

MAKE IT HAPPEN

‘Make it happen’. Projecten zorgen ervoor dat dingen gebeuren. Projecten of trajecten met partners uit het netwerk beginnen met goed luisteren en exploreren van de vraag. Daarna trachten we andere partners te linken, te stimuleren en te mobiliseren. De klemtoon blijft verbinden en faciliteren. Niet organiseren, dat is de taak van het werkveld.

5. EXPERTISE ZIEN, OPSCHALEN EN DELEN

Leren is belangrijker dan verzamelen. We streven er niet naar om een allesomvattende bibliotheek te bouwen, wel willen we voortdurend bijleren. In de eerste plaats doen we dat door kennis en expertise uit het netwerk naar boven te brengen en inzichten te delen. Het team schept hiervoor de nodige gelegenheid en faciliteert lerende netwerken rond diverse thema's. Het gaat om inspiratie bieden en ervaringsdeskundigheid naar waarde schatten.

ACTIEONDERZOEK

We doen aan actieonderzoek volgens onze eerder besproken handelingsprincipes.

Actieonderzoek leert uit de praktijk terwijl ze in beweging is. Niet alleen systemen worden onderzocht, we zoeken ook naar oplossingen om tot (sociale) verandering te komen. Wikipedia: Deze vorm van onderzoek werd in gang gezet door cultureel-antropoloog Kurt Lewin rond 1944. Hierbij wordt er bewust voor gekozen om niet alleen te observeren en te interpreteren, maar deel te nemen aan het proces.



Door in te grijpen in het proces en verandering teweeg te brengen, zou een beter inzicht in de problematiek moeten ontstaan. Het betekent dat onderzoeker en onderzochte nauw moeten samenwerken, waarbij het de bedoeling is dat de inzichten van beide partijen hierdoor vergroot worden. Er zijn verschillen in de aanpak waarbij de nadruk kan liggen op de actie of het handelen of op het onderzoek.

Lerend Netwerk – Appreciative Inquiry

Iedereen Verdient Vakantie is werk van elke dag. Het draait om goed kijken wat er nodig is, experimenteren, dingen doen. Duizenden mensen in Vlaanderen staan hier elke dag voor op. Ze organiseren, communiceren, werken samen met anderen, en net dat 'samen' is de bijzondere kracht van het netwerk.

Samen maakt sterk

We worden nog sterker als we onze kracht ontdekken en honderden verbindingen leggen in het netwerk. Daarom bedacht het team Iedereen Verdient Vakantie een Appreciative Inquiry Lerend Netwerk voor vakantiemakers. In het netwerk liggen immers zoveel mensen wakker van Iedereen Verdient Vakantie. Ze zoeken manieren om altijd weer een verschil te kunnen maken, en samenwerken levert meer op dan in je eentje telkens opnieuw het warm water uit te vinden.

Waarderend onderzoekend toekomst maken

Appreciative Inquiry? In het Nederlands spreken we over 'Waarderend Onderzoek', een zeer effectieve manier van werken als je samen met anderen toekomst wil maken. Als je wél wil





“Hoe rijker ons begrip van de werkelijkheid wordt, hoe meer we kunnen inspireren tot verandering.

veranderen maar de sterktes van vandaag niet wil verliezen. Als de toekomst voor jou betekent dat je er zelf en met partners actief aan wil bouwen. Onze gezamenlijke toekomst kunnen we het best vormgeven als we er waarderend onderzoekend mee omgaan. Verwondering aanscherpen is goesting krijgen om in gang te schieten.

Toekomst maken: niet wachten op anderen. Zelf doen! We moeten de toekomst niet alleen aan anderen overlaten. Toekomst maken, dat doe je samen. Dat is vooral *doën*. Ergens naartoe willen, daar een beeld van hebben en dan: actie! Je onderzoekt waar je vandaag al blij mee bent, je stelt je voor hoe je dat mee kan nemen naar de toekomst en je zet je dromen om in plannen. Dat is de kern van Appreciative Inquiry. Iedereen kan het. Een open geest, nieuwsgierigheid en verwondering.

THEMADOSSIERS OPBOUWEN

We hebben oog voor opportuniteiten en herkennen expertise. We leren uit verhalen en interviews terwijl we de praktijk in beweging zetten.

Niet alles leidt onmiddellijk tot een actie of aanbod. We brengen nuttige kennis en ervaring samen in themadossiers en schalen op als zich een opportuniteit aandient.

We organiseerden bijvoorbeeld een opleiding ‘generatief interviewen’ volgens principes van waarderend onderzoek, en

zochten uit of SenseMaker de juiste softwaretool was om verhalen en data te verzamelen, te analyseren en wereldkundig te maken.

EXPERIENCE MAPPING VOOR HET ONDERZOEK ‘VAKANTIE MOGELIJK MAKEN VOOR IEDERE VLAMING’

Toerisme Vlaanderen wil alle drempels om op vakantie te gaan geïntegreerd aanpakken. Om deze beleidsopdracht te kunnen uitvoeren, onderzocht Steunpunt Vakantieparticipatie van Toerisme Vlaanderen eerst welke vakantiedrempels een aantal specifieke doelgroepen ervaren. Tegelijk zetten we de praktijk in beweging om oplossingen aan te reiken. Hiervoor startten we een drempelonderzoek waarbij service design techniek werd toegepast. Experience mapping bracht inzicht in iedere stap in de vakantieketen en de bijhorende emotie.

Experience mapping is een ontwerpmethodiek die gebruikt wordt om een gebruikersflow met een dienst of product in kaart te brengen. Het visualiseert noden, verwachtingen en wensen, en hierdoor ook een totale ervaring. Eigen aan deze techniek is dat het details genereert over interacties en touchpoints. Het is een participatieve onderzoeksmethode waarin een ervaringsdeskundige een actieve rol krijgt.

Het inzicht in de vakantiedrempels kwam tot stand via diepte-interviews met vakantiegeangers met verschillende achtergronden. De gesprekken startten vanuit een voorgaande of geplande vakantie. Naast een klassieke vraag-en-antwoordanpak werd

informatie over de specifieke touchpoints verzameld via enkele creatieve oefeningen.

Het platform 'Stel je vraag – deel je idee' werd ontwikkeld op basis van de resultaten uit het onderzoek 'Vakantie mogelijk maken voor iedere Vlaming'.

SOCIALE INNOVATIE STIMULEREN

De Sociale Innovatiefabriek kreeg in 2013 van de Vlaamse regering de opdracht om sociale innovatie en sociaal ondernemerschap op de kaart te zetten en te stimuleren.

Vanuit haar opdracht bood de Sociale Innovatiefabriek ondersteuning en begeleiding aan in een traject in de toeristische sector, en dit in samenspraak met de sleutelactoren Toerisme Vlaanderen en Steunpunt Vakantieparticipatie.

Via dit traject werden sociaal innovatieve concepten verder afgetoetst op hun haalbaarheid. Een van de projecten was 'Alladin'. Dit project had de ambitie om vragen van vakantiegangers die een of meerdere drempels ervaren optimaal te matchen met het aanbod. 'Alladin' is intussen operationeel en werd omgevormd tot 'Stel je vraag – deel je idee'.

GROOTSCHALIG LUISTEREN

De opdracht van het Netwerk Iedereen Verdient

Vakantie is vakantie toegankelijk maken voor mensen die drempels ervaren. Om dat goed te kunnen doen, moeten we begrijpen wat er werkt en waar het soms niet werkt. Dat leren we niet alleen uit cijfers, daar hebben we veel verhalen en gedeelde reflecties voor nodig. We willen graag zichtbaar maken wat voorbij het meetbare ligt. Wat zijn de ervaringen die begeleiders, vakantiegangers, toeristische aanbieders meemaken? Welke momenten maken een verschil? We horen heel verschillende persoonlijke ervaringen. Uit die veelheid willen we leren. We sprokkelde 1004 verhalen, die we analyseerden, samen met 'Voices that count', door middel van de software SenseMaker.

Wie zijn de 'Oren'?

Na de eerste test van de vragenlijst op het Forum Vakantieparticipatie 2016 werd duidelijk dat grootschalig luisteren slechts mogelijk was als we ons zouden inspannen om te luisteren, in de letterlijke betekenis van het woord. Luisteren betekent: mensen op verhaal laten komen en hun verhaal alle ruimte geven in een gesprek van mens tot mens. Daarom engageerden we een 25-tal 'Oren'. Deze mensen gingen in de periode van april tot oktober 2017 op pad om verhalen te sprokkelen. Dit project droeg in belangrijke mate bij tot het behalen van onze vooropgestelde resultaten.



Verhalen vertellen zoveel meer dan de filosofische reflecties die ze voortbrengen. Zij vormen de essentie van het Grootschalig Luisteronderzoek. Een verhaal over diepe schuldgevoelens raakt een mens meer dan een filosofische beschouwing die zegt dat schuld een grote boosdoener is in het vakantieverhaal. De ontroering en emotie die het vertellen van een verhaal opwekt, is een steentje dat grote rimpels maakt op het wateroppervlak. Daarom moeten we zoveel mogelijk verhalen lezen: om terug te keren naar de essentie, om weer voeling te krijgen met waar het allemaal om draait. Dromen, verlangens, verborgen parels en levensveranderende ervaringen.

Het deel uitmaken van een grotere groep blijkt voor elk van de partners van ons netwerk belangrijk. Geen enkele partner mag het gevoel hebben er alleen voor te staan. Of het nu de vakantieganger is die zich uitgesloten voelt, de sociale partnerorganisatie die zich niet gesteund voelt in haar engagement of de aanbieder die zich misverstaan voelt door zijn cliënteel. Elk van hen kampt met twijfels, maar geen van hen laat zich klein maken. Met de focus op kracht en mogelijkheden en een geëngageerde blik naar de toekomst slaan we de handen in elkaar en proberen we nog meer mensen warm te maken voor ons gezamenlijke objectief.



**“Mensen ontmoeten
is verbinding maken.
Mekaar vinden in onze
menselijkheid.**

Verhalen vormen de essentie van het
Grootschalig Luisteronderzoek.



6. TOERISME, WELZIJN, MOBILITEIT EN ARMOEDEBELEID VOEDEN EN UITVOEREN – HORIZONTAAL EN VERTICAAL

Andere beleidsdomeinen

Toerisme snijdt door veel levensdomeinen: welzijn, onderwijs, integratie, jeugdhulp, gezondheid, mobiliteit, erfgoed, sport, gelijke kansen, cultuur ...

Door de vakantieketen sterker in elkaar te laten haken, wil het netwerk van elke vakantie een succeservaring maken. Toerisme is de motor in dit verhaal, maar er zijn veel raakvlakken met andere beleidsdomeinen. Vanuit de invalshoek 'toerisme' participeren we aan of organiseren we beleidsoverleg in de domeinen welzijn (jongerenwelzijn, armoede, gelijke kansen), vrije tijd (sport, cultuur) en mobiliteit.

Nieuwe kijk op sociaal toerisme

Om het toerismebeleid te versterken trokken we het stakeholdersforum sociaal toerisme en faciliteerden we het participatief transitietraject sociaal toerisme. Een gedragen ambitieus plan vanuit alle stakeholders werd voorgesteld, waarbij de eerste acties hun uitvoering kenden in 2015.

Een nieuwe kijk op sociaal toerisme vraagt om een aangepast instrumentarium met een wettelijk kader. Samen met het kabinet, het departement en de stuurgroep van het traject toetsten we het nieuw beleid op sociaal toerisme af aan het bestaande decreet en waar nodig pasten we het decreet aan. De trekker in dit verhaal is een medewerker binnen de dienst Projectfinanciering van Toerisme Vlaanderen.

Armoedeoverleg

Het Horizontaal en Verticaal Armoedeoverleg is geregeld in het decreet Armoedebestrijding. Aandachtsambtenaren armoede vergaderen een zestal keer per jaar en volgen het Vlaamse Actieplan Armoede op.

Internationaal

Internationaal ligt onze prioriteit op kennisdeling. Waar ISTO (International Social Tourism Organisation) het internationale netwerk van sociaal toerisme samenbrengt, heeft de WLO (World Leisure Organisation) een breder en academisch netwerk. Marianne Schapmans, directeur van Steunpunt Vakantieparticipatie, is 'board member' binnen ISTO.

“Co-creatie krijgt in dit netwerk een plek tussen alle partners.

Samen creëren we oplossingen voor
vraagstukken waarvoor niemand de
sleutels alleen in handen heeft.

DANS JE VAKANTIE

De betekenis van vakantie in het leven. We voelen ze wel, zien ze soms, maar vinden niet altijd de woorden om ze te vatten, te benoemen. Daarom verkenden we de betekenis en de kracht van vakantie via dans en beweging, via theater, via beeldtaal ... Op het Forum in Planckendael deelden de deelnemers hun ontdekkingen.

Het gaat over stilvallen, over verbinden, over weer kracht vinden, over ontdekken, over niets doen of net heel veel doen, over alleen zijn of graag in groep zijn ... Allemaal persoonlijke bevindingen die gezamenlijk de kracht van vakantie in ons leven benoemen.





Het verhaal van Anne

Dansen leek voor Anne (54) haar hele leven lang onmogelijk. Tot ze een uitnodiging in haar mailbox kreeg voor een dansweekend via het Steunpunt Vakantieparticipatie. Deze vakantie zou haar leven veranderen.

Vroeger was Anne iemand die luisterde en zweeg, uit onzekerheid en angst om beoordeeld en afgekeurd te worden. Ze hield van jongs af aan van muziek maar door een moeilijke jeugd, uitdagende levensomstandigheden en rugproblemen kon ze nooit dansen. Haar minderwaardigheidscomplex verloor ze tijdens het dansweekend. Er hing een echt familiegevoel en Anne voelde zich helemaal bevrijd.

“Het maakte gewoon niet uit dat ik wat gebrekkig danste, want alles stond in het teken van waar je zelf nood aan had. Wie hulp nodig had, kreeg die onmiddellijk, en op adem komen was ook nooit een probleem. Iedereen was volledig vrij en kon op die manier een echt vakantiegevoel ervaren. Alleen al de ruimte om je emoties uit te drukken zonder het risico op vooroordelen zorgde ervoor dat dit project voor mij echt een droom was die werkelijkheid werd.

NATHALIE CARPENTIER

is journalist en beeldverhalenmaker. Ze vertelt journalistieke verhalen en combineert daarbij haar pen met potlood en papier. Toerisme Vlaanderen vroeg Nathalie Carpentier om beeldverhalen te maken. Ze beleefde vakantiemomenten samen met mensen met dementie en hertaalde hun vakantiedrempels zorgvuldig naar beeld. En deed dat nu ook voor andere vakantiegevoelers. Je leest haar verhalen doorheen onze publicaties.

Lees op de volgende pagina's het verhaal **GOLVEN**. Over Anne die ontdekte hoe ze zichzelf kon zijn en wat vakantie voor haar betekent. >>

Ik zat vast in een vicieuze cirkel. De nood om mij te kunnen uiten via dans en op die manier de ellende en de trauma's van mijn leven te verwerken, kon maar niet beantwoord worden. Tijdens het weekend voelde ik mij dan plots weer jeugdig en ervoer ik de vrijheid om te kunnen zijn wie ik zelf wilde zijn, los van het waardeoordeel van anderen. Plots kon ik al mijn miserie, die ik al levenslang met me meesleurde, loslaten.

De groep was een zeer belangrijke factor: op een bepaald moment tijdens de workshops begonnen we spontaan als één groep samen te dansen. Dat moment was zo warm en intens dat het aanvoelde als een fantastische omhelzing, die tederheid en verbondenheid met zich meedroeg. Die menselijke warmte was voor mij een droom die uitkwam.

Ik hoop echt dat er in de toekomst nog zulke initiatieven opgestart zullen worden én dat ik erbij zal kunnen zijn. Het was een geluk dat ik toevallig bij Steunpunt Vakantieparticipatie terecht kwam. Ik zou goud geven voor een dansorganisatie die gratis een vast aanbod voor mensen met een beperking voorziet. Meestal vragen zulke organisaties enorm veel geld, en dat vind ik jammer.

Als ik moeilijke momenten heb, en weer verzeild raak in die negatieve spiraal, dan kijk ik naar de foto's van het project. Foto's waarop ik straal van geluk. Daar trek ik me aan op. Ik zet dan muziek op, begin wat alleen te dansen en voel me dan weer beter. Ondanks bijvoorbeeld mijn slechte rug en het feit dat ik mezelf niet mooi vind, heb ik nu het gevoel geaccepteerd te worden. Ik heb ook ingezien dat als ik niet durf spreken, mensen hoe dan ook veel sneller een oordeel over mij zullen vellen. Ik ga nu bewust op zoek naar menselijke warmte. En dat is voor mij de magie van dans. Een chemisch gedoe, signalen die je naar elkaar zendt, zonder dat je het beseft. Signalen dat iedereen erbij hoort.

Het volledige artikel, geschreven door Sam Ecker, verscheen eerder in Dans.Magazine.

GOLVEN

ALS KIND HIELD IK VAN MUZIEK EN RITME.



NU BEN IK TE BESCHAAMD OM TE DANSEN.



WAT Zouden ANDEREN NIET VAN ME DENKEN?



IK SUKKEL MET MIJN RUG.
IK HEB HET FINANCIËEL MOEILIJK.
DAN KRIJG JE SNELLER IN JE SCHULP.
IK LUISTER LIEVER DAN DAT IK SPREEK.

OP EEN DAG KRIJG IK EEN MAILTJE.
DE TEKST IS ZO VRIENDELIJK OPGE-
STELD DAT IK ME INSCHRIJF.



IK KRIJG EEN GRATIS TREINTICKET.
IEMAND ZAL ME OPWACHTEN.



IK VOEL ME ER
METEEN WELKOM.



IEDEREEN BEGINT
TE DANSEN. IK OOK.



GEBREKKIG,

MAAR HET KAN
ME NIET SCHÉLEN.



IK VOEL ME WEER VRIJ, WEER JONG.



ALSOF MIJN ZWARE JEUGD
NAAR DE ACHTERGROND VERDWIJNT.



WAT IS VAKANTIE VOOR JOU,
VRAAGT DE DANSTHERAPEUT.



BIJ VAKANTIE DENK IK AAN DE ZEE,



AAN MEEDENEN OP DE GOLVEN, ME LATEN WIEGEN DOOR HET ZILTE WATER.



HET HERINNERT ME AAN VROEGER.
AAN OUD VERDRIET.



HOE MIJN MOEDER ME ALS KIND NOOIT WIEGDE.
EEN GROOT GEMIS.



ALLES KOMT BOVEN. IK HUIL, IK DANS,
IK ZOEK TROOST IN DE BEWEGING.



IK DANS MIJN PIJN, MIJN VERDRIET WEG.
NIEMAND BEKIJKT ME RAAR.



HIER GAAT ALLES VANZELF.
HIER LEG IK GEMAKKELIJK
CONTACT.



HIER SCHAAM IK ME NIET.



IEDEREEN IS GELIJK.



HET KAN ME NIET MEER SCHELEN
WAT ANDEREN DENKEN.



HIER DURF IK MEZELF WEEER ZIJN.



ALS IK ME NU EENS WAT HINDER VOEL,
HOEF IK MAAR NAAR EEN TOTO VAN TOEN
TE KIJKEN EN IK VOEL ME METEEN BETER.



“Wanneer verschil en eigenheid erkend worden, krijgt samenwerking zuurstof waardoor dit netwerk bruist van initiatief.



2020 ... EN VERDER

De inspanningen van het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie zijn nog niet overbodig. Het is nodig om het netwerk te verbreden en te verdiepen. Afhankelijk van de ambities van de Vlaamse regering brengen we het netwerk samen om te bepalen waar we onze aandacht op willen richten. Wat is er nu het meest nodig om vakantie mogelijk te maken? Wat we leerden uit onze praktijk nemen we mee de toekomst in.

Acties, projecten en verhalen onderling linken en verbinden. Dat is de kernopdracht van onze netwerkverbinders. Medewerkers van Steunpunt Vakantieparticipatie stellen telkens de vraag: Wie moet er betrokken worden? Hoe draagt dit bij aan de basisdoelstelling? Welke verbanden kunnen er gelegd worden?

Projecten linken en verbinden zorgt ervoor dat ze soms niet eenduidig onder eenzelfde doelstelling passen. De keuze is dan pragmatisch. Zolang het maar in de richting van het volwaardig en zelfgekozen participeren is.

OP ZOEK NAAR EEN OVERDRAAGBAAR MODEL

Het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie is een succesverhaal. De rol die de overheid hier opneemt is faciliterend, maar ook vrij jong, nieuw en kwetsbaar. Het komt erop aan te zoeken naar een versteviging van de fundamenteën zonder de dynamiek te fnuiken.

Deze rol kan inspirerend werken en brengt een vernieuwde dynamiek:

- van 'controleren' naar **'loslaten en verwelkomen wat komt'**
- van 'beheersen' naar **'stimuleren van innovatie en initiatief'**
- van 'regelen' naar **'faciliteren'**
- van 'vaststaande modellen' naar **'samen leren'**

De samenwerking in dit netwerk steunt op een heldere wervende doelstelling, waaraan een brede waaier aan activiteiten en partners kan bijdragen. Met een waarderende aanpak proberen we zo veel mogelijk energie in het netwerk samen te brengen. Een eenvormige aanpak door de partners is geen vereiste, verschil en eigenheid krijgen hun plaats. Het werkingskader met de drie rollen en de zes handelingsprincipes geeft het team houvast om keuzes te maken en acties uit te werken.

Dit model zou zeker ook kunnen werken om andere maatschappelijke problemen aan te pakken, en om met een minimale investering een maximaal effect te realiseren. Er bestaat momenteel geen uitgewerkt overdraagbaar managementmodel voor deze organisch gegroeide manier van werken. Het is een uitdaging om waarden gedreven handelen te benoemen in het breder gekende managementjargon. Onderzoek naar de succeselementen en de werkende mechanismen kan in de toekomst helpen om dit model verder te ontwikkelen.

**“De mooie verhalen,
daar doen we het voor.
De moeilijke, daar werken we
samen aan.**

Bronnen

Kenis, P. N. & Provan, K.G. (2008), Het network-governance-perspectief. In T. Wentink (Ed.), Business Performance Management. Sturen op prestatie en resultaat (pp. 296-312). Boom Academic.

Mader, T. & van der Werf, M. (maart 2015) Omgaan met schaarste in Nibud van <https://www.nibud.nl/wp-content/uploads/nibud-artikel-omgaan-met-schaarste.pdf>

Parmentier, S. (1998). Kansarmoede en Rechtshulp. Drie uitdagingen op de drempel van volgende eeuw. Alert, jaargang 24, nr.1 , 24 - 31.

Ted Talk. [TedxPugetSound]. (2009, september). **Simon Sinek:** How great leaders inspire action [video fragment] op https://www.ted.com/talks/simon_sinek_how_great_leaders_inspire_action

Verslag van de zeventigste zitting van de Algemene Vergadering van de Verenigde Naties (21 oktober 2015) Agendapunt 15 en 16

Eldar Shafir en Sendhil Mullainathan, Scarcity, Why Have Too Little Means So Much

Hazel, Miller en Mailand, the value of social tourism, Annals of Tourism Research 36(2):316–334

Minaaert & Maitland https://www.researchgate.net/publication/228995075_Social_Tourism_and_its_Ethical_Foundations/citation/download

Patrick Kenis, Bart Cambré. Organisatienetwerken, de organisatievorm van de toekomst. Pelcmans Pro (ISBN 978-94-6337-164-3)

www.verbindjeverhaal.be

De mooie verhalen,
daar doen we
het voor.
De moeilijke,
daar werken
we aan

...

COLOFON

Een obelisk was volgens landschapsarchitect Bas Smets het meest geschikte monument om mensenrechten in te kerven. Uit de hele wereld liet hij dertig steensoorten aanrukken. Voor elk artikel van de Universele Verklaring van de Mensenrechten een andere soort. De verwijzing naar deze obelisk is niet toevallig. **Het realiseren van een grondrecht is de gezamenlijke ambitie van het Netwerk Iedereen Verdient Vakantie.** Dit heel divers netwerk wordt vanuit Toerisme Vlaanderen ondersteund door het Steunpunt Vakantieparticipatie. De acties die het Steunpunt onderneemt om het netwerk te verbinden zijn niet toevallig, ze zijn weloverwogen en intentioneel met een **triple win** in het vizier. In experiment en cocreatie krijgen acties verschillende vormen. **De ambitie bepaalt de focus: het recht op vakantie waarmaken, voor iedereen, ook als het niet evident is.** Samen maken we het verschil.

2019 © Alle rechten voorbehouden. Voel je vrij om wat je hebt gelezen verder te vertellen, maar vermeld deze bron.

D/2019/5635/21/1

V.U. Peter De Wilde

Tekst: Anneleen Adriaenssens, Marianne Schapmans en Gudrun Willems

Redactie: Cat Calcoen

Vorm: info@llo.be

Beeld: Robert Boons, Fred Debrock, Marc Wallican, Pixabay,

Unsplash, Toerisme Vlaanderen

Illustraties: Eva Mouton, Nathalie Carpentier

NETWERK IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE

Grasmarkt 61, 1000 Brussel | T 02 504 03 91

info@iedereenverdientvakantie.be

