

Vlaanderen
is toerisme

“OOK IK VERDIEN VAKANTIE, TOCH?”

2023: EEN EXPLORATIEF EN WAARDEREND
ONDERZOEK OVER HET ONTZORGEN VAN
DE VAKANTIEGANGER MET EEN BEPERKING



TOERISMEVLAANDEREN



IEDEREEN
VERDIEN
VAKANTIE



DANKWOORD

Bij het neerleggen van dit onderzoeksrapport willen we heel wat mensen bedanken die direct en indirect een invloed gehad hebben op het verloop en de uitkomst van dit onderzoek. Aangezien er een deel van de bevraging anoniem gebeurde willen we niet in de val trappen mensen met naam en toenaam te bedanken. Maar vooral: **Dankjewel aan iedereen in Vlaanderen met een hart voor toerisme en een hart voor het bieden van kansen aan iedereen, in het bijzonder aan mensen met een beperking.** Dankjewel om het thema op de kaart te zetten, mee te helpen nadenken, brainstormen, signalen geven, afremmen, sturen, beslissingen nemen, ...

Wel in het bijzonder een dank aan de mensen van **Toerisme Vlaanderen** om de verantwoordelijkheid te nemen om dit belangrijke thema een plaats te geven en mee te bouwen aan een toegankelijke toekomst voor iedereen.

Het onderzoeksteam,

Ester FONTEYNE

Ortho-agoog en onderzoek

Dimi HAEZEBROUCK

Ondersteuning, onderzoek en ontwikkeling

Onderzoek in opdracht van Toerisme Vlaanderen, in nauwe samenwerking en afstemming met het team Iedereen Verdient Vakantie en het team Toegankelijkheid.



IEDEREEN
VERDIENT
VAKANTIE



Inhoud

DANKWOORD	2
INHOUDSOPGAVE	3
OVERZICHT TABELLEN FIGUREN EN AFBEELDINGEN	3
SITUERING VAN HET ONDERZOEK	4
1. ORANJE ALS WAARDERENDE ONDERZOEKSINSTELLING	4
2. IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE EN RAP OP STAP	4
3. UITGANGSPUNTEN	4
A. Equality - equity - justice debate	
B. Recht op vakantie	
C. Vakantieganger met een beperking	
4. OPDRACHT VANUIT TOERISME VLAANDEREN	6
HET ONDERZOEK	7
METHODOLOGIE	7
RESULTATEN	9
FASE 1: Inleven in de kansen en drempels	
FASE 2: Het probleem definiëren	
FASE 3: Ideevorming naar oplossingen	
FASE 4: Ontwikkelen van een prototype voor de oplossing	
HET BESLUIT	18
BELEIDSAANBEVELINGEN	20
1. AAN HET WELZIJSBELEID	20
Met betrekking tot het VAPH	
Met betrekking tot ondersteuning van de doel- groep, hun ouders hun (zorg-) ondersteuners	
Met betrekking tot vrijetijdzorgorganisaties & het specifiek vakantieaanbod	
2. AAN HET NETWERK IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE	21
Met betrekking tot de lokale Rap op Stap-kantoren	
Met betrekking tot bovenlokaal Rap op Stap-kantoren	
3. AAN TOERISME VLAANDEREN	22
BIJLAGEN	24



SITUERING VAN HET ONDERZOEK

1. ORANJE ALS WAARDERENDE ONDERZOEKINSTELLING

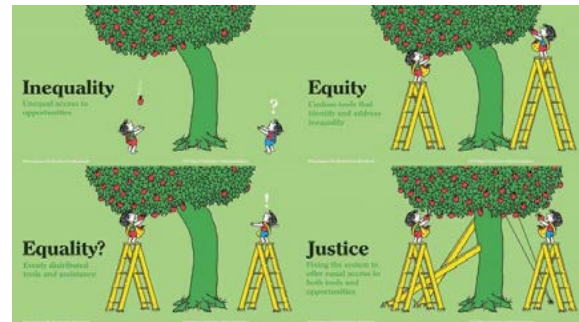
Deze opdracht werd uitgevoerd door vzw Oranje¹. Oranje bouwt samen aan een open en ontvankelijke samenleving waar iedereen een volwaardige plaats vindt. Oranje richt zich tot alle personen met een (vermoeden van) beperking² en andere maatschappelijk kwetsbare doelgroepen, ongeacht leeftijd of aard van de beperking. We gaan in dialoog en werken samen met alle betrokkenen en de samenleving. Oranje is een open en toegankelijke organisatie: we vinden het belangrijk dat iedereen z'n vraag kan stellen. Om een antwoord te geven op die vragen investeren we in de samenleving waar Oranje deel van uitmaakt. Daarnaast investeert Oranje in gespecialiseerde zorg waar nodig.

2. IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE EN RAP OP STAP

Rap op Stap is een laagdrempelig reisbemiddelingskantoor voor mensen met een beperkt budget. Veel mensen zijn niet aangesloten bij een sociale organisatie en de stap zetten naar zo een organisatie is soms te groot. Net daarom bestaat Rap op Stap. Je hoeft geen lid te zijn en je hoeft geen afspraak te maken. Je stapt gewoon naar binnen!

Er kunnen zowel vakanties en daguitstappen als sport- en cultuuractiviteiten geboekt worden in een Rap op Stap-kantoor. De medewerkers helpen ook met het samenstellen van een budget en het uitzoeken van geschikt vervoer.³

3. UITGANGSPUNTEN



A. EQUALITY - EQUITY - JUSTICE DEBATE⁴

Dit uitgangspunt illustreert de wijze waarmee we vanuit Oranje vzw kijken naar de maatschappij en hoe deze omgaat met kansen voor minderheidsgroepen. Wanneer we kansen bekijken vanuit **gelijkheid (equality)**, dan worden de bronnen 'eerlijk' en gelijk verdeeld. Wat we dan zien is dat mensen in een minderheidspositie niet dezelfde uitkomst krijgen (zie afbeelding links onder). Wanneer we kansen bekijken vanuit een **gelijkwaardigheid (equity)**, voorzien we extra ondersteuning voor wie er nood aan heeft, waardoor er wel een gelijke uitkomst mogelijk is (afbeelding rechts boven). Wanneer we nog verder kijken kunnen we ons de vraag stellen wat maakt dat er drempels bestaan en we mensen vanuit een bepaalde minderheidspositie moeten gaan bevoordelen. In een rechtvaardige wereld zouden de drempels niet bestaan. **Rechtvaardigheid (justice)** is 'lange termijn gelijkwaardigheid'. Het heeft als doel om gelijkwaardigheid te creëren in systemen en individuen.

Hieraan gelinkt belichten we graag het idee van universal design en progressief universalisme.

"**Universal Design**" betekent gebruikersgericht ontwerpen of user-centered design. In plaats van te focussen op specifieke beperkingen, reikt Universal Design oplossingen aan die voor iedereen makkelijk bruikbaar zijn: onafhankelijk van lichamelijke mogelijkheden, leeftijd, geslacht,

1 Oranje vzw, 2023. Wat is Oranje? (www.oranje.be).

2 Doorheen het onderzoeksrapport gebruiken we 'personen met een beperking' als we spreken over de doelgroep die we beogen met ons onderzoek. De term 'handicap' gebruikten we bij referentie naar officiële communicatie vanuit het VAPH of bij verwijzing naar het 'handicapspecifieke'.

3 Iedereen Verdient Vakantie, 2023. Rap op Stap. (www.iedereenverdientvakantie.be/nl/rap-op-stap)

4 Ruth T., 2019. Addressing Imbalance. Design in Tech Report.

eticiteit, cultuur, taal en leerstijl. Het doel van Universal Design is een slim ontwerp: een mooie en aantrekkelijke vormgeving gecombineerd met praktisch gebruik voor iedereen.⁵

Progressief universalisme hanteert deze werkwijze, maar erkent dat er bij specifieke dienstverlening en in een complexe realiteit niet aan elke participatiedrempel gewerkt kan worden. Om resterende drempels te overwinnen, is een ondersteuningsaanbod op maat noodzakelijk. Dit ondersteuningsaanbod verloopt progressief, volgens de noden van het individu.

Dr. Louis Ferrant benadrukt dan weer dat de ondersteuning die aangeboden wordt kan veranderen. Bepaalde zorg wordt in functie van de behoefte van mensen aangeboden en dit kan fluctueren in de tijd. Het kan zijn dat een individu een bepaalde behoefte heeft, maar later niet meer.⁶

Binnen het kader van dit onderzoek bewandelen we de derde weg, die van progressief universalisme.

B. RECHT OP VAKANTIE

Het hoeft binnen het kader van dit onderzoeksrapport geen betoog dat personen met een beperking recht hebben op vrije tijd. Deze evidentie werd door de diverse Belgische regeringen in 2009 bevestigd via een ratificatie van het VN-verdrag inzake gelijke rechten van personen met een handicap (VRPH). Met de ondertekening van dit verdrag, hebben de diverse Belgische overheden zich geëngageerd om de rechten van personen in een handicapsituatie te beschermen, discriminatie uit te sluiten, om te strijden tegen vooroordelen en de bewustwording rond de mogelijkheden te stimuleren.

Artikel 30 van het VRPH handelt specifiek over de deelname aan het culturele leven, recreatie, vrijetijdsbesteding en sport en vermeldt dat de overheden alle passende maatregelen nemen om:

1. (...) het recht van personen met een handicap te erkennen om op voet van gelijkheid met anderen deel te nemen aan het culturele leven en te waarborgen dat personen met een handicap:
 - a. toegang hebben tot cultuur in toegankelijke vorm;
 - b. toegang hebben tot televisieprogramma's,

films, theater en andere culturele activiteiten in toegankelijke vorm;

- c. toegang hebben tot plaatsen voor culturele activiteiten, zoals theaters, musea, bioscopen, bibliotheken en dienstverlening op het gebied van toerisme en zo veel als mogelijk toegang hebben tot monumenten en plaatsen van nationaal cultureel belang.
 - d. (...) personen met een handicap de kans te bieden hun creatieve, artistieke en intellectuele mogelijkheden te ontwikkelen en gebruiken, niet alleen te eigen bate, maar ook ter verrijking van de maatschappij.
2. (...) te waarborgen dat wetgeving ter bescherming van de intellectuele eigendom geen onredelijke of discriminatoire belemmering vormt voor de toegang van personen met een handicap tot cultuur.

De missie en visie van Toerisme Vlaanderen laat hier ook geen twijfel over bestaan:

"We geloven in de positieve effecten van vakantie en willen dat iedereen die 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. Iedereen verdient vakantie!"⁷

C VAKANTIEGANGER MET EEN BEPERKING

Er bestaan verschillende definities die de doelgroep 'personen met een beperking' elk met een specifieke nuance proberen te omvatten. In het kader van dit waarderend onderzoek kozen we voor de volgende definitie:

Personen die ongeacht hun leeftijd of ondersteuningsnoden, die door een (vermoeden van) psychosociale, mentale of fysieke beperking en/of context een groter risico op achterstelling of uitsluiting lopen of dreigen te lopen.

5 Inter, 2023. Vlaams Expertisecentrum Toegankelijkheid. (www.vlaanderen.be/inter/leren-over-toegankelijkheid/universal-design-of-ontwerpen-voor-iedereen)

6 Ferrant L., 2015. Experten over Progressief Universalisme, Expoo Congres-Huizen van het kind. (www.opgroeien.be/kennis/toolbox/video-experten-over-progressief-universalisme)

7 Iedereen Verdient Vakantie, 2023. Missie en visie. (www.iedereenverdientvakantie.be/nl/over-ons/missie)



Door deze kijkwijze te hanteren, vermijden we dat we binnen het kader van dit exploratief en waarderend onderzoek in een semantische discussie belanden. Gelet op de opdracht van het onderzoek, focust het onderzoeksteam bijgevolg niet op een sterke afbakening van het label handicap, inclusie of types beperkingen. De ondersteuningsnoden van de vakantieganger worden centraal geplaatst. Voor het leesgemak kiezen we ervoor om de term 'vakantieganger met een beperking' te gebruiken.⁸

4. OPDRACHT VANUIT TOERISME VLAANDEREN

Vanuit Toerisme Vlaanderen is er een sterk geloof in het recht op vakantie voor iedereen. De methodiek van Rap op Stap-kantoren is een succes voor mensen in armoede. Dit concept werd reeds over heel Vlaanderen uitgerold. Er wordt sterk gewerkt aan het wegwerken van drempels voor de vakantieganger.

"Rap op Stap is erg dichtbij de mensen die het vaak spannend vinden om op pad te gaan. In het kantoor neemt de medewerker de tijd om de vakantie- of vrijetijdswens te ontrafelen en mogelijk te maken. De Rap op Stap-medewerker is dorstig naar mensen blij maken en zo bij te dragen aan het Bruto Nationaal Geluk en hongerig naar kennis om dit zo goed mogelijk te doen."⁹

Na het proefproject van Rap op Stap + (het uitbreiden van de doelgroep naar ook mensen met (vermoeden van) beperking) in Oost-Vlaanderen, lijkt het interessant om na te gaan of er nood en draagkracht is om met dit thema in heel Vlaanderen aan de slag te gaan. Toerisme Vlaanderen heeft namelijk de ambitie om ook de vakantieganger met een (vermoeden van) beperking te ontzorgen in zijn reisvoorbereiding.

We engageren ons om op een doorgronde manier een antwoord te bieden op onderstaande vragen:

1. Is het idee vakantie met zorg-/coördinatiepunten verzoenbaar met RAP OP STAP-KANTOOR?
2. Is er voldoende potentieel en draagkracht om dit idee (onder welke vorm dan ook) uit te rollen?
3. Als we dit willen uitrollen: wat zijn dan de stappen om dit te doen?

⁸ Team Taaladvies Vlaanderen, 2023. Persoon met een handicap / gehandicapte / andersvalide / mindervalide / invalide. (www.vlaanderen.be/team-taaladvies/taaladviezen/persoon-met-een-handicap-gehandicapte-andersvalide-mindervalide-invalide)

⁹ Uit de projectoproep 'Onderzoek Rap op Stap 2022'



HET ONDERZOEK

— METHODOLOGIE

DESIGN THINKING

Naar inspiratie van de onderzoeksmethode, gebruikt door het 'lerend netwerk' van de partners van Iedereen Verdient Vakantie¹⁰ (Appreciative Inquirement), gecombineerd met de methodiek van Design Thinking¹¹, ontwikkelden we een onderzoeksmodel dat naar ons inziens enerzijds inzet op verbinding, samen taal maken en draagvlak creëren en het anderzijds mogelijk maakt om op een gefundeerde, onafhankelijke manier een duidelijke probleemstelling te formuleren en bijbehorende mogelijke oplossingen te creëren. De start of aanzet wordt gevormd door een kans, een opportuniteit. Doorgaans wordt er vanuit de kans snel toegewerkt naar een concrete oplossing. De methodiek van design thinking (Figuur 1) bouwt een belangrijke tussenstap in, namelijk het vinden van 'het echte probleem'. Hiervoor wordt er in een eerste fase gefocust op het **inleven** in zowel diegenen die de aanzet gerealiseerd hebben, maar ook in de beoogde doelgroep. Door stil te staan bij wat de stakeholders echt beweegt, krijgt de onderzoeker meer inzicht in wat de onderliggende oorzaken zijn die het probleem bepalen. Na deze eerste verbredende fase, wordt er in de tweede fase terug versmald tot het effectieve probleem. Het probleem wordt **gedefinieerd** tot een heldere probleemstelling. Deze probleemstelling vormt het vertrekpunt van een nieuwe fase, de **ideeënvorming**. Om tot een echt werkende oplossing te komen, is het noodzakelijk om opnieuw te verbreden en op zoek te gaan naar meerdere oplossingsstrategieën. Door nog niet onmiddellijk een specifieke oplossing te kiezen, krijg je inzicht in meerdere succesfactoren en mogelijkheden. In de laatste fase wordt er vanuit de verschillende oplossingen toegewerkt naar een effectief **prototype**, wat finaal resulteert in een **testing** van het prototype. Deze laatste fase valt buiten deze opdracht.

10 De Wilde P., 2019. Waarderend onderzoeken als katalysator voor vernieuwing en verbinding. (<https://publicaties.vlaanderen.be/view-file/32105>)

11 Kruithof F.C., Havekes K.M., 2016. Design Thinking: Handleiding. (<https://vng.nl/files/vng/publicaties/2017/20161011-design-thinking-handleiding-def.pdf>)

Aangezien de uitkomsten van de verschillende fasen de te nemen stappen in de volgende fasen beïnvloeden, zullen we hieronder steeds de methode van de fase en zijn uitkomst gaan behandelen. Een overzicht van de participanten in de verschillende fasen is te vinden in een overzichtstabel in bijlage A (tab. A.1)

STUURGROEP

Deze onderzoeksmethode en alle stappen tussen de fasen werden steeds voorgesteld en bediscussieerd in de stuurgroep rond dit onderzoek. Deze stuurgroep kwam vijf keer samen om de

voortgang van het onderzoek te monitoren en kritische insteken te verschaffen over het proces.

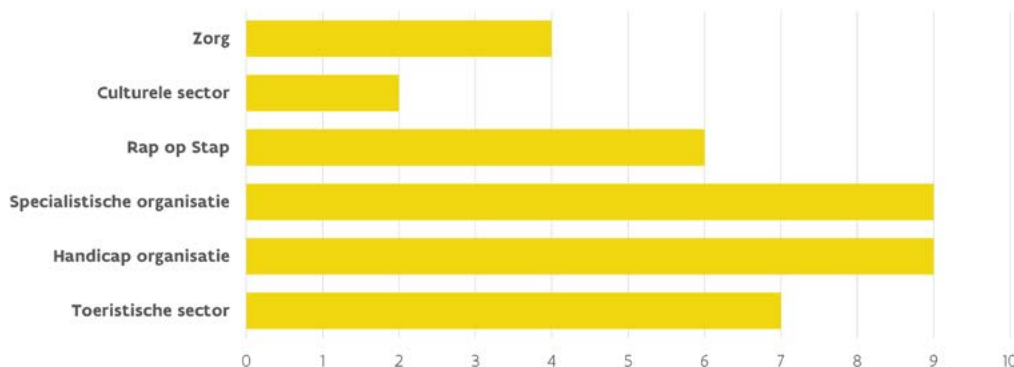
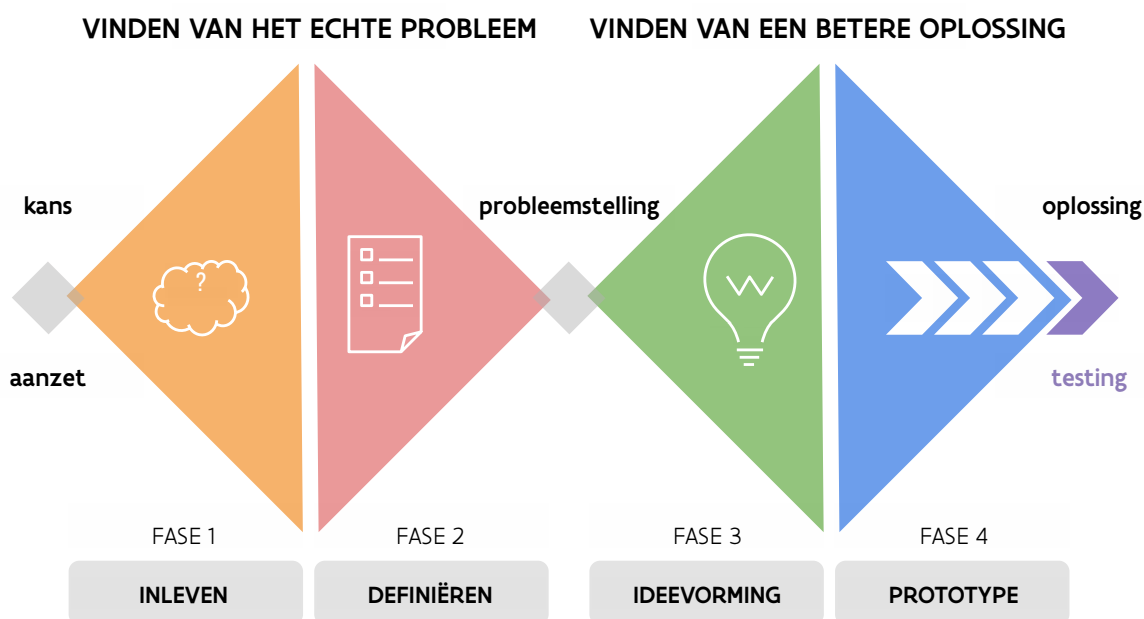
Stuurgroepleden

- Carine Geboers (Toerisme Vlaanderen, Iedereen Verdient Vakantie)
- Jeroen Marijsse (Toerisme Vlaanderen, Iedereen Verdient Vakantie)
- Greet Vandenrijt (Toerisme Vlaanderen, Toegankelijkheid)
- Dimi Haezebrouck (Oranje vzw, onderzoeker)
- Ester Fonteyne (Oranje vzw, onderzoeker)

ONDERZOEKSVRAAG

Samen met de stuurgroep werd de beginvraag (zie onderstaand) geformuleerd die werd gelanceerd in de eerste fase van het onderzoek, in onze zoektocht naar het 'echte probleem'.

HOE KUNNEN WE VAKANTIEGANGERS MET EEN BEPERKING ONTZORGEN?



— RESULTATEN

FASE 1: INLEVEN IN DE KANSEN EN DREMPELS

DOELSTELLING IN DEZE FASE

- Stakeholders leren kennen (wat is waardevol voor de stakeholders)?
- Het probleem/kansen installeren als thema (betrokkenheid creëren bij de stakeholders).
- Ideeën/bedenkingen/bezorgdheden verzamelen rond het thema "Hoe kunnen we vakantiegangers met een beperking ontzorgen?"

STAKEHOLDERS EN ONDERZOEKSMETHODE

Aan de hand van de vakantieketen (afb. 1) werd een overzicht gemaakt van mogelijk betrokken stakeholders op dit thema. Samen met de stuurgroep werden er interessante initiatieven opgesteld en kozen we per stakeholder de gepaste onderzoeksmethode. Sommige stakeholders werden bevraagd aan de hand van twee onderzoeksmethodes (tab. 1). De online vragenlijsten werden via mail verspreid. In onze mailing vroegen we ook steeds om onze vraag mee te helpen verspreiden. Daarom hebben we geen zicht op hoeveel mensen we bereikten (zonder deze in te vullen). Aangezien het online gegeven van een vragenlijst niet steeds voor iedereen

even toegankelijk is en we ook in de diepte wilden op zoek gaan naar input over ons thema, organiseerden we diepte-interviews en focusgroepen. De focusgroepen gingen door op het Rap op Stap-congres van 21/3/2023.

Afbeelding 1:



Tabel 1: Overzicht van de stakeholders en onderzoeksmethodes in fase 1

STAKEHOLDER	ONDERZOEKSMETHODE 1	AANTAL	ONDERZOEKSMETHODE 2	AANTAL
Rap op Stap-kantoorhouders	Online vragenlijst	41	Focusgroepen	56
Specialistische organisaties	Interview*	6		
Vrijtijdsozorgorganisaties	Online vragenlijst	4	Interview*	2
Doelgroeporganisaties	Online vragenlijst	1		
Doelgroep	Via eerder onderzoek			
Logies	Online vragenlijst	8		

* Geïnterviewden zie tabel A.1, vragenlijsten waren anoniem.

RESULTATEN

Een overzicht van de resultaten is te vinden in bijlage B. Alle data kunnen steeds worden opgevraagd bij de mensen van Toerisme Vlaanderen.

CONCLUSIES FASE 1

Rap op Stap-kantoorhouders: Er is draagvlak/ interesse bij de Rap op Stap-kantoren om hier iets in te betekenen. Er is wel een bezorgdheid over kennis, toestroom en ondersteuning rond het thema. Men ziet een meerwaarde in vorming en samenwerking met andere partners en het meer toegankelijk maken van de infrastructuur en hun dienstverlening.

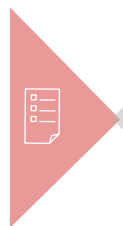
Specialistische organisaties: Er bestaat al veel (versnipperd) aanbod voor deze doelgroep, maar het aanbod raakt niet altijd bij de juiste mensen.

Vrijtidszorgorganisaties: Er wordt al ingezet op groepsreizen voor personen met een beperking. Dit is vaak de enige manier om het betaalbaar te kunnen organiseren. Het inzetten van vrijwilligers als buddy is een mogelijkheid, maar de vraag naar buddy's en groepsreizen is groter dan het aanbod.

Doelgroeporganisaties: Het is belangrijk om in te zetten op aanpassing van de hele vakantiebeleving en de mogelijkheden voor individuele vakantiegangers te vergroten. Er is nood aan een structurele samenwerking tussen de toerismesector en de zorgsector.

Doelgroep: Nood aan eerlijke communicatie over welke faciliteiten aanwezig zijn. Vriendelijke bediening maakt al een groot verschil. Als personen met een beperking een uitstap willen maken, hebben ze vaker aangepaste faciliteiten, extra begeleiding of andere aanpassingen nodig. Dit maakt dat ze minder van de goedkoopste reisformules gebruik kunnen maken of ook de kosten voor een begeleider/assistent moeten kunnen dekken. Dit noemt men de handicapspecifieke reiskost. Deze reiskost zorgt ervoor dat veel personen met een beperking geen mogelijkheden hebben om op vakantie te gaan.

Logies: Er is zeker bereidwilligheid om hier mee aan de slag te gaan, maar er zitten drempels qua kennis en budget. (Tijdelijke) Subsidies zijn vaak niet voldoende.



FASE 2: HET PROBLEEM DEFINIËREN

DOELSTELLING IN DEZE FASE

- Behoeftes van de stakeholders ordenen, de vraag helder krijgen
- Een probleemstelling definiëren

ONDERZOEKSMETHODE EN RESULTATEN IN DEZE FASE

1. Verwerken van ruwe data tot thema's voor probleemstelling.

Twee externe beoordelaars (Nele Mens en Evelien De Craene (Oranje vzw)) analyseerden de ruwe data uit de interviews en de vragenlijsten. Via richtvragen en discussie kwamen ze tot vier grote pijlers (tab. 2).

2. Extra uitdagen van de centrale pijlers

Via een online klankbordgroep werden verschillende participanten (zie tab. A.1) samengezet om binnen de pijlers drie vragen te formuleren in de vorm van "hoe kunnen we [gebruiker][werkwoord][doelstelling]?". Deze manier zorgt ervoor dat de pijlers uitgedaagd worden op een activerende manier. Een gedetailleerd overzicht van de geformuleerde vragen is te vinden in bijlage C.

3. Op zoek naar de 'echte' vraag.

Op 20/6/2023 vond een fysieke klankborddag plaats in de gebouwen van Toerisme Vlaanderen in Brussel. De aanwezigen (zie tab. A.1) gingen in de voormiddag aan de slag met de geformuleerde vragen uit klankbordgroep 1. Via een methodiek werden de belangrijkste vragen geselecteerd en geordend in thema's. Het resultaat van deze oefening (museumoefening) is te vinden in bijlage C.

CONCLUSIES FASE 2

Gezien de complexiteit van het onderzoeksthema, kiezen we ervoor om in plaats van één probleemstelling, vijf overkoepelende thema's met bijbehorende probleemstelling te weerhouden (afb. C.1):

1. Bruggen bouwen:

- Hoe kunnen we het contact tussen toerisme en welzijnsaanbieders faciliteren?
- Hoe kunnen we zorg en welzijn stimuleren om outreachend te werken richting toerisme?

2. Informatie

- Hoe kunnen we de vakantiegangers met een beperking vlot toegang geven tot de nodige informatie om hun vakantievrage op te lossen? (vanuit de gebruiker)
- Hoe kunnen we op een vlot toegankelijke en gebruiksvriendelijke wijze informatie bieden over een aangepast vakantieaanbod? (vanuit de aanbieder)

3. Handicapspecifieke reiskost:

- Hoe kunnen we de verschillende elementen om tot een zorgvakantie te komen betaalbaar maken?
- Hoe kunnen financiële drempels weggewerkt worden voor aanbieders en gebruikers?

4. Vorming en sensibilisering:

- Hoe kunnen we de toerismesector meer vormen in toegankelijk zijn en inclusief werken?
- Hoe kunnen we sensibilisering en bewustmaking verbeteren bij de hotel-/restaurantsector?

5. Individuele ondersteuning:

- Hoe kunnen we creatieve vormen van vrijwillige ondersteuning uitwerken?

Tabel 2: Centrale pijlers binnen de probleemstelling

	INVESTERING	BEKENDHEID	BEELDVORMING	INTEGRALE HULP
DOELGROEP	Tijd Prijs	Er zijn veel onsamenhangende initiatieven Mensen weten niet waar ze moeten beginnen zoeken, waar ze met hun vraag terecht kunnen.	De doelgroep is ontmoedigd om op zoek te gaan naar aangepast aanbod. Mensen hebben niet altijd het idee 'Toerisme, dat is iets voor mij'	Er is nood aan ondersteuning op alle delen van de vakantieketen, op maat werken.
VAKANTIE- INITIATIEF	Tijd Prijs Kenniss	Het vakantie-initiatief weet niet hoe ze bepaalde doelgroepen kunnen bereiken.	De aanbieders hebben vaak het idee 'het werken voor mensen met een beperking is niets voor ons'	



FASE 3: IDEEVORMING NAAR OPLOSSINGEN

DOELSTELLING IN DEZE FASE

- Genereren van verschillende mogelijke oplossingen en ideeën
- Ruime verkenning van oplossingen
- Gedragenheid en inspiratie creëren bij de stakeholders

Afbeelding 2:



ONDERZOEKSMETHODE EN RESULTAAT

Op de klankbordgroep van 20/6/2023 kregen de aanwezigen in de namiddag de opdracht om in twee groepen te brainstormen over oplossingen voor de geselecteerde vragen uit de voorgaande fase. Eerst werd de vraag gesteld om te antwoorden 'wat ze op de dag van vandaag al doen' om dan vervolgens uit te breiden naar 'wat kunnen we nog meer doen?'. Deze oefening

resulteerde in een heel aantal post-its met ideeën om het probleem aan te pakken (afb. 2).

CONCLUSIES FASE 3

Er bestaan al heel wat goede voorbeelden die een antwoord geven op de gestelde vragen. De gegeven ideeën focussen zich zowel op heel concrete en lokale acties, als op overkoepelende acties, dit voor alle thema's.





FASE 4: ONTWIKKELEN VAN EEN PROTOTYPE VOOR DE OPLOSSING

DOELSTELLING IN DEZE FASE

- Een model vormen en toetsen bij verschillende stakeholders.
- Afleveren van een prototype, als antwoord op de probleemstelling van fase 2.

ONDERZOEKSMETHODES IN DEZE FASE

1. Uitwerken van een model op basis van de brainstorm, samen met de stuurgroep.

Voor het uitwerken van dit model hielden we, naast de input uit de vorige fasen, ook rekening met onderstaande uitgangspunten:

- Het antwoord op de noden van de vakantieganger willen we **zo dicht als mogelijk** bij die vakantieganger ontwikkelen.
- Het ontzorgen van een vakantieganger met een beperking is **een maatschappelijk enorm complexe opdracht**. Een universele oplossing die vanuit één partner komt als standaard aanpak werkt niet als antwoord op deze unieke en complexe vragen.
- **Vele actoren** in de vakantieketen kunnen bijdragen aan een oplossingsstrategie (en zijn zich hiervan op vandaag vaak niet bewust).
- De oplossing voor de unieke vragen zal komen uit de **verbinding van de actoren in de keten**. We geloven dat enkel een sterker geheel kan zorgen voor verandering.
- De **initiële onderzoeksoopdracht**, zoals beschreven op p. 11, schuift de methodiek van Rap op Stapkantoren naar voor als deel van de oplossing.
- Vlaanderen organiseert zich meer en meer in **regio's**.

We maakten met het onderzoeksteam een eerste model (afb. 3) waarin verschillende lagen, verschillende rollen krijgen, binnen dezelfde thema's die we opgelijst hebben in fase 2. Deze rollen zijn 'eerstelijnsfunctie', 'bruggenbouwer'

en 'signaalfunctie'. We definieerden verschillende lagen rond de vakantieganger met een beperking. Deze lagen zijn geïnspireerd op de visie van 'concentrische cirkels van zorg'¹² en het regiomodel van Somers. We definiëren een lokale laag, een bovenlokale laag en een Vlaamse laag. Samen met de stuurgroep werd het model bijgeschaafd en kwamen we tot een voorstelling die we konden gaan bespreken met nieuwe stakeholders.

2. Verder verfijnen van het model als uitkomst van het onderzoek door interview met nieuwe stakeholders.

Met de stuurgroep selecteerden we enkele nieuwe stakeholders (zie tab. A.1) waar we ons model aan voorstelden en door middel van een interview op zoek gingen naar kansen en valkuilen van het model en hoe ze hier vanuit hun organisatie op aanhaken. Gedetailleerde info over de inhoud van deze interviews is op te vragen bij de mensen van Toerisme Vlaanderen.

Na deze interviews konden we besluiten dat het model overeind blijft en we dit model kunnen meenemen naar de volgende klankbordgroep.

3. Verder verfijnen van het model als uitkomst van het onderzoek door interview met eerder betrokken stakeholders.

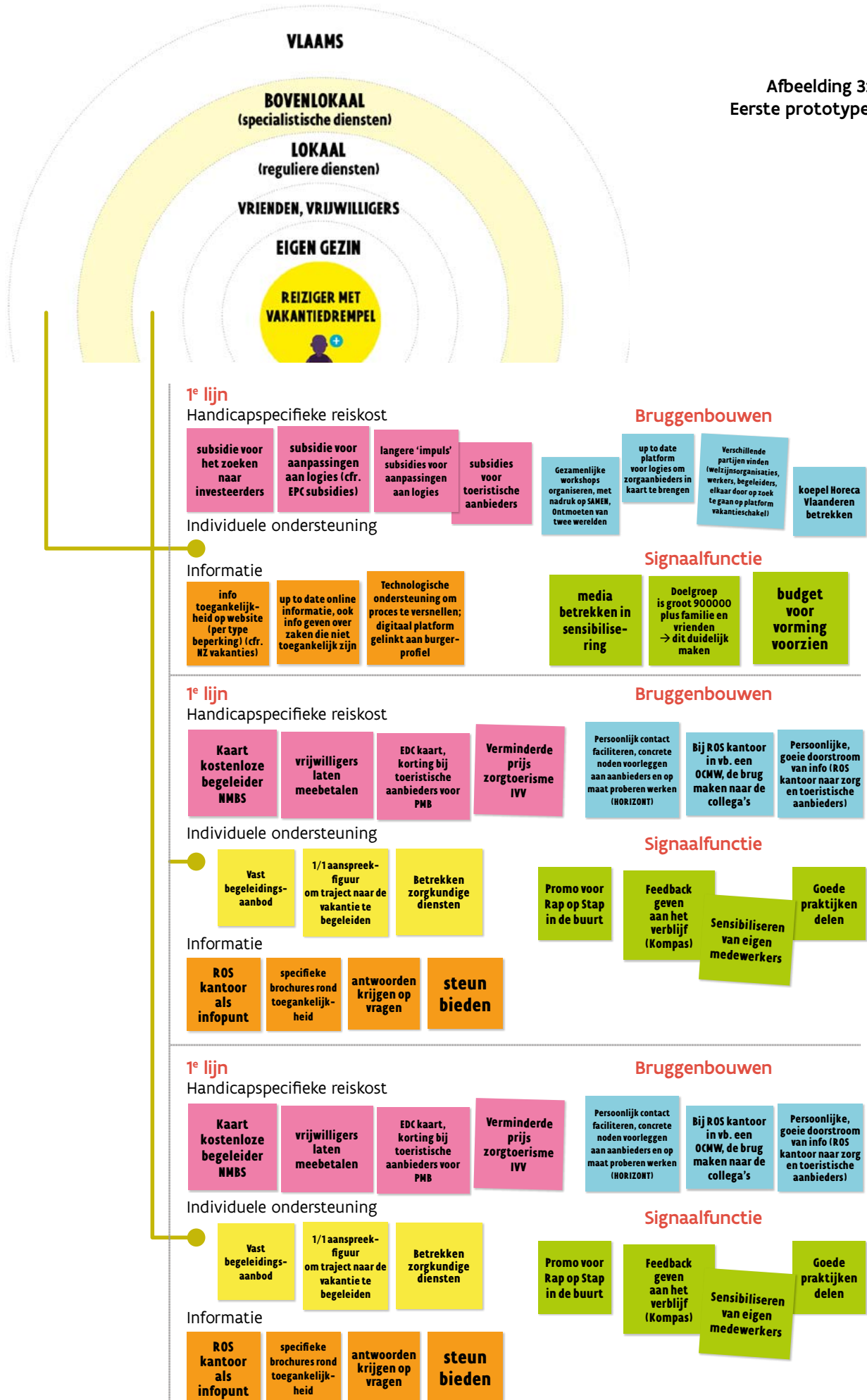
We organiseerden een derde klankbordgroep (zie tab. A.1) waarin we het model voorstelden aan de stakeholders die reeds meewerkten aan het onderzoek. Met hen definieerden we kansen en valkuilen en deden we een oefening (methodiek van 'Persona') om vanuit het perspectief van de deelnemer de bruikbaarheid van het model te toetsen.

4. Beleidsaanbevelingen ten opzichte van verschillende actoren binnen dit thema formuleren met de eerder betrokken stakeholders.

In een laatste (online) klankbordgroep kregen de participanten (zie tab. A.1) de opdracht om richting verschillende actoren beleidsaanbevelingen te formuleren (zie hoofdstuk 'Beleidsaanbevelingen').

¹² <https://www.vaph.be/pvf/wat>

Abbeelding 3:
Eerste prototype



EINDMODEL ALS PROTOTYPE VOOR HET ONTZORGEN VAN DE VAKANTIEGANGER MET EEN BEPERKING.

1. De lokale laag



Afbeelding 5:

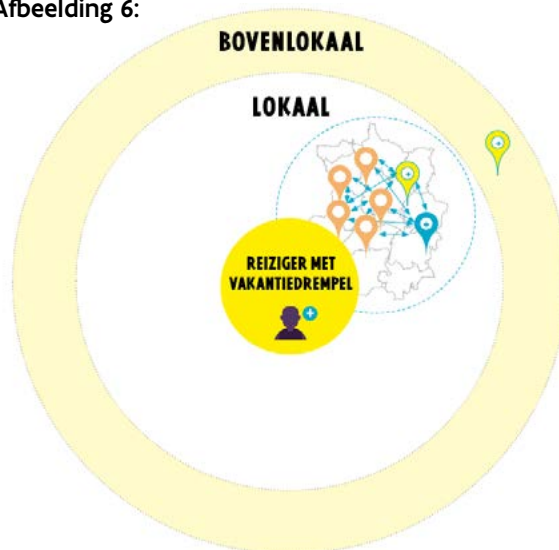


Om de reiziger met een vakantiedrempel zo goed als mogelijk te kunnen ontzorgen moeten we de service zo dicht mogelijk bij de gebruiker gaan organiseren (afb. 4). Deze lokale laag beschrijft wat we kunnen doen in deze lokaliteit om de gebruiker zo goed mogelijk te bedienen. Binnen deze laag vormt zich een regionaal netwerk van lokale kantoren die elkaar kunnen versterken in hun opdracht. Elk kantoor heeft zijn eigen expertise en moeilijkheden (afb. 5). Binnen het regionaal netwerk zullen er kantoren zijn die meer en minder expertise hebben op vlak van personen met een beperking. Het is een opdracht van ieder Rap op Stap-kantoor om de eigen expertise uit te dragen en beroep te doen op de expertise van de andere leden in het netwerk.

Zoals eerder aangegeven delen we de opdrachten van de verschillende lagen in volgens drie pijlers: 'eerstelijnsfunctie', 'bruggenbouwer' en 'signaalfunctie'.

2. De bovenlokale laag

Afbeelding 6:



De verschillende kantoren zijn georganiseerd in een regio. Dit netwerk van Rap op Stap-kantoren wordt beheerd door een kantoor dat we 'het bovenlokaal kantoor' (het gele pijltje op de tekening) noemen (afb. 6). Dit bovenlokale kantoor heeft ook een specifieke opdracht binnen de drie pijlers ('eerstelijnsfunctie', 'bruggenbouwer' en 'signaalfunctie').

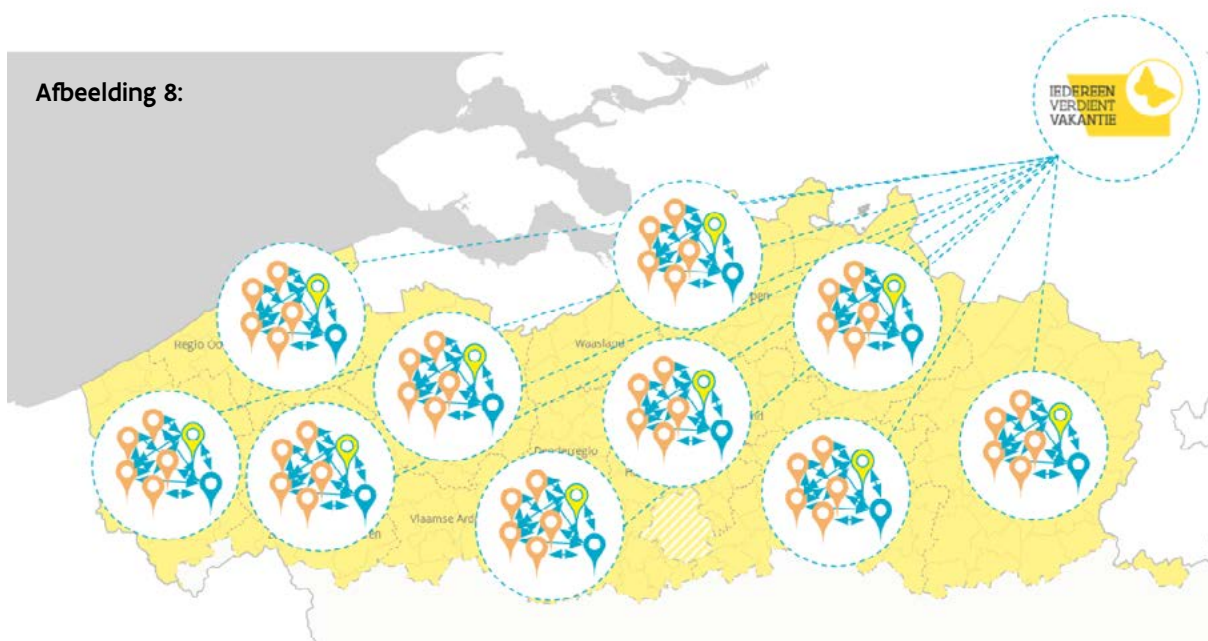
3. De Vlaamse laag

Afbeelding 7:



Alle Vlaamse regio's hebben elk een bovenlokaal kantoor. Deze kantoren verenigen zich ook in een netwerk. Door deze kantoren met elkaar te verbinden kan ervoor gezorgd worden dat de regio's elkaar versterken (vb. het uitwerken van

Afbeelding 8:

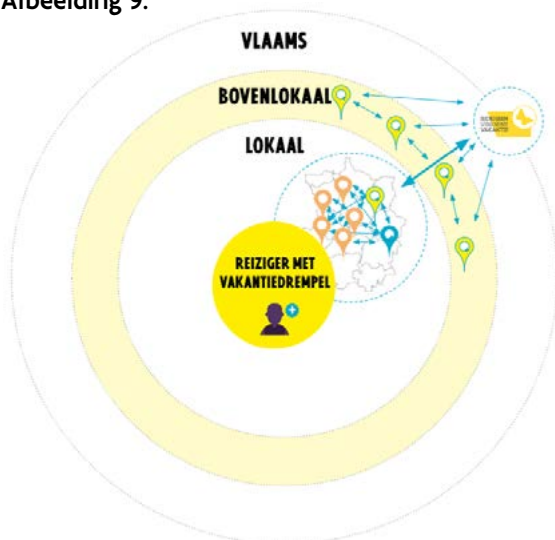


een deelplatform, methodieken om het netwerk te vormen, promomateriaal,...) en dat er snelle, accurate informatiedeling mogelijk is over heel Vlaanderen. Deze bovenlokale laag wordt beheerd door de mensen van Toerisme Vlaanderen. Zij zorgen voor het samenbrengen van de bovenlokale kantoren, het uitdragen van de visie van Rap op Stap enz...

Ook in deze Vlaamse laag zijn opdrachten beschreven volgens de drie pijlers ('eerstelijnsfunctie', 'bruggenbouwer' en 'signaalfunctie').

4. Samenspel tussen de lagen als sleutel

Afbeelding 9:



Het hoofddoel dat we willen bereiken met dit model is de snelle, persoonlijke, lokale afhandeling van de vakantie vraag van een vakantieganger met een beperking. Hiervoor is een goede samenwerking tussen de verschillende lagen van het model en tussen de verschillende elementen binnen de

netwerken cruciaal. Om dit goed te laten werken is ontmoeting tussen de mensen op de verschillende lagen zeer belangrijk. Er moet een bepaalde drempel overwonnen worden om beroep te durven doen op elkaars expertise en/of expertise te delen met elkaar. Deze drempel kan verlaagd worden door elkaar te 'kennen'. We illustreren dit even met een voorbeeld:

Marie is een volwassen dame met een fysieke beperking, ze moet zich verplaatsen in een rolwagen. Ze wil graag een weekendje naar zee. Om dit te regelen gaat ze naar het Rap op Stap-kantoor dat gevestigd is in het sociaal huis van haar gemeente. De Rap op Stap-kantoorhouder, Bart, kan haar veel informatie geven over alles wat te maken heeft met logies, uitstappen, activiteiten in die regio, maar heeft nog niet veel vragen gekregen over toegankelijkheid (bv. is er een hoog-laag bed, kan er thuisverpleging geregeld worden...). Gelukkig is het netwerk in zijn regio goed uitgebouwd en kan hij snel even telefoneren naar zijn collega's van de buurgemeente die wel veel handicapspecifieke kennis hebben. Deze mensen kunnen Bart verder helpen. Ze geven ook de tip om het bovenlokale Rap op Stap-kantoor van de kustregio waar Marie op weekend wil te contacteren met de vraag of zij daar nog meer lokale info hebben over een thuisverplegingsdienst die ze zouden kunnen contacteren en tips voor toegankelijke restaurants. Bart bespreekt met Marie wat zij zelf kan regelen en wat ze zou willen dat hij verder voor haar regelt. Zo kan Marie een fijn weekend aan zee beleven.

Om deze uitkomst te bereiken zijn er achterliggend verschillende acties nodig. Eerst en vooral moet Marie weten dat zij beroep kan doen op de diensten van het Rap op Stap-kantoor, hiervoor dient een duidelijke bekendmaking te gebeuren door het lokale kantoor (met ondersteuning van het bovenlokale kantoor). Vervolgens belt Bart naar zijn collega met specifieke expertise om hem verder te helpen. Hiervoor moet Bart weten welke kantoren er in zijn regio zijn, welke expertise deze hebben en hoe ze te bereiken zijn. Dit kan doordat het netwerk in de regio goed gevormd is en onderhouden wordt door het bovenlokale Rap op Stap-kantoor. Deze dient netwerkmomenten, intervisie en vorming te voorzien voor de Rap op Stap-kantoren in de regio. Het Rap op Stap-kantoor in de buurgemeente heeft meer specifieke kennis rond handicap en geeft ook de suggestie om eens contact op te nemen met de kustregio. Het bovenlokale kantoor van de kustregio kent zijn regio goed en kan wat voorbeelden van uitstappen/restaurants/ verblijven aanduiden die door hen getoetst werden.

Vanuit dit voorbeeld wordt duidelijk dat er heel wat acties kunnen geformuleerd worden op de verschillende thema's binnen de verschillende lagen van het model. Onderstaande afbeelding geeft een kader waarin mogelijke acties kunnen geformuleerd/uitgedacht worden. Het is de opdracht van de stakeholders betrokken bij het thema om op hun domein deze acties te gaan formuleren en uit te werken. Het model laat toe én stimuleert om zowel binnen de laag als over de lagen heen connecties te leggen om de dienstverlening in functie van de vakantieganger zo vlot mogelijk te laten verlopen.

— HET BESLUIT

ANTWOORD OP DE VRAAG

We engageren ons om op een doorgronde manier een antwoord te bieden op onderstaande vragen:

1. Is het idee vakantie met zorg/coördinatiepunten verzoenbaar met RAP-OP STAP-KANTOREN?
2. Is er voldoende potentieel en draagkracht om dit idee (onder welke vorm dan ook) uit te rollen?
3. Als we dit willen uitrollen: wat zijn dan de stappen om dit te doen?

Vanuit het onderzoek kunnen we stellen dat het idee van vakantie met zorg-/coördinatiepunten verzoenbaar is met de methodiek van Rap op Stap. Er is op dit moment voldoende potentieel en draagkracht bij verschillende kantoren, maar niet bij alle kantoren. Daarom zal het belangrijk zijn om dit verschil toe te laten en kantoren op maat te laten groeien in dit thema. Met dit element werd rekening gehouden in de opmaak van het model.

STERKTES EN BEPERKINGEN VAN HET ONDERZOEK

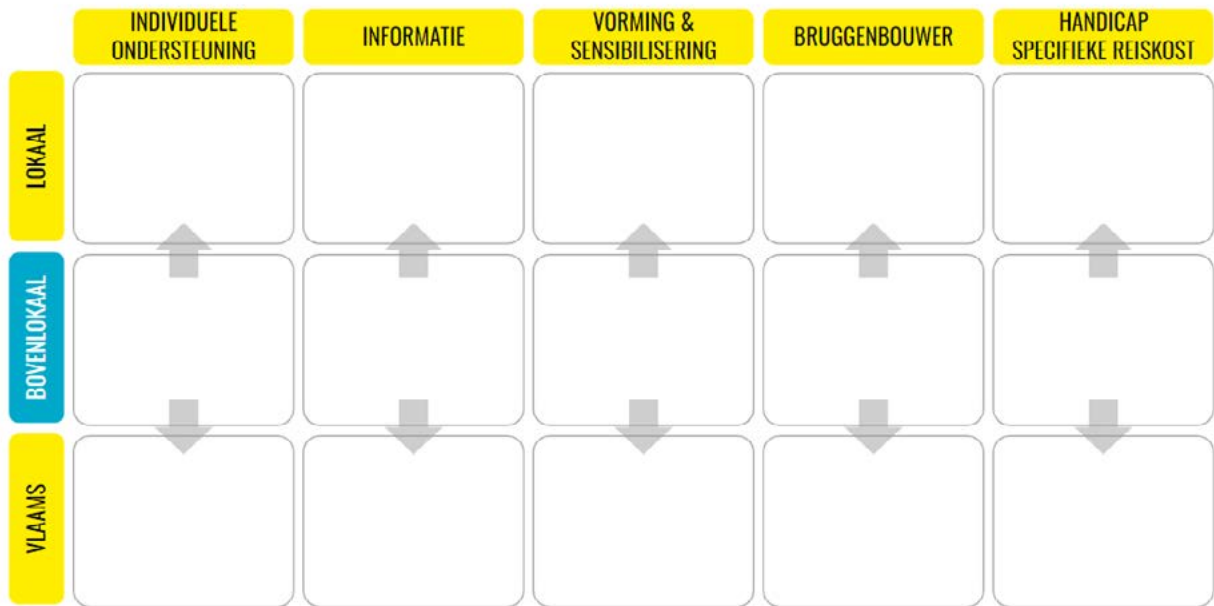
STERKTES

- Participatief traject
- Verschillende bevragingmethododes
- Bereiken van verschillende stakeholders
- Rekening houdend met het 'verkennen van de kans' vooraleer naar oplossingen te kijken

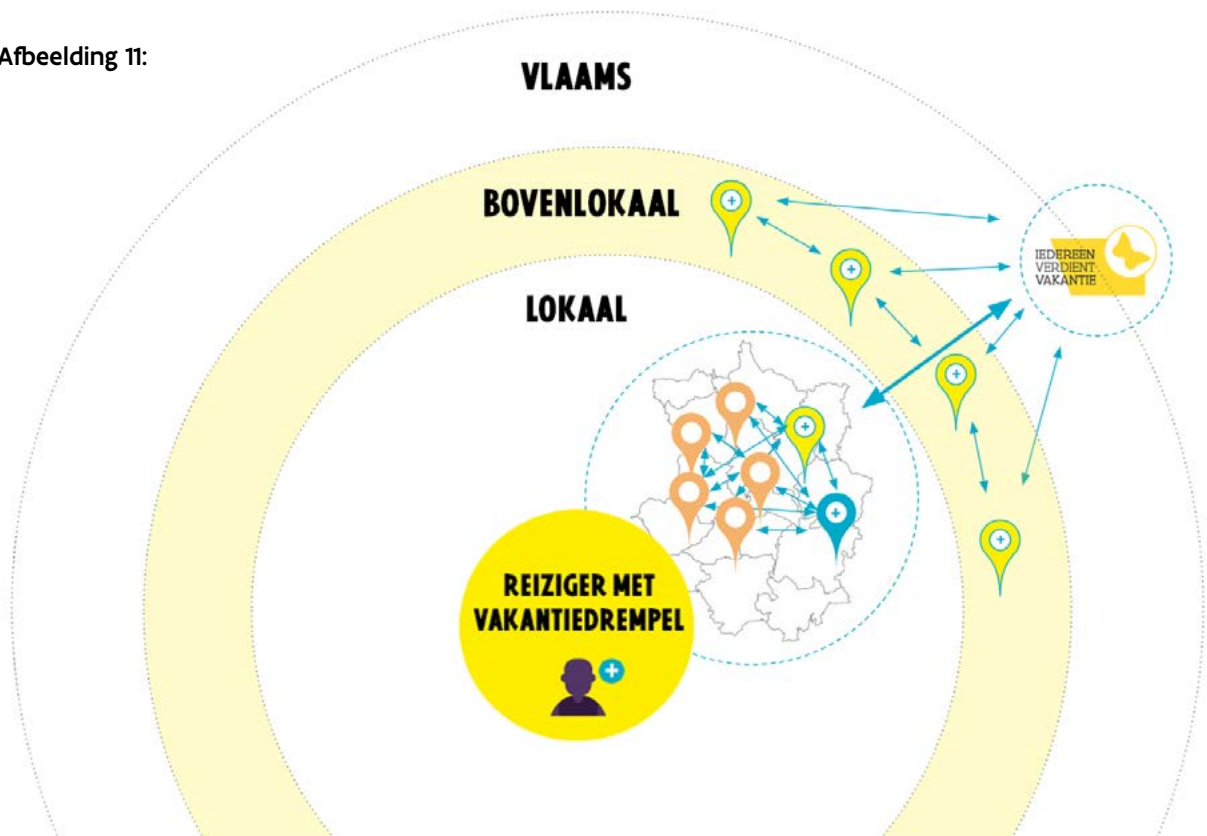
BEPERKINGEN

- Start binnen kader van de ROS kantoren. Zeker niet de enige mogelijkheid
- Moeilijk om sommige stakeholders te betrekken

Afbeelding 10:



Afbeelding 11:



BELEIDSAANBEVELINGEN

Onderstaande lijst met beleidsaanbevelingen is samengesteld met de klankbordgroep van dit onderzoek en hebben betrekking op de scope en het thema van dit onderzoek (zie onderzoeksvraag op de vorige pagina). Deze aanbevelingen kunnen ongetwijfeld nog aangevuld worden met inzichten vanuit specifieke stakeholders. Onderstaande lijst heeft niet als doel om volledig te zijn, maar om de verdere dialoog en proeftuinen tussen de diverse actoren te stimuleren. We zijn ervan overtuigd dat een uitgebreide dialoog en netwerkmomenten kunnen leiden tot boeiende en baanbrekende proeftuinen, waarin de voorgestelde oplossingsstrategieën in de realiteit kunnen worden getoetst naar haalbaarheid.

De beleidsaanbevelingen worden opgesplitst volgens de voornaamste stakeholders in het vooropgestelde model. Hoewel elke individuele beleidsaanbeveling een verschil kan maken, bevindt de krachtigste hefboom zich in het toepassen van meerdere aanbevelingen bij alle betrokken stakeholders. De verbondenheid tussen de stakeholders zorgt voor een sterker geheel. We geloven dat alleen een sterker geheel kan zorgen voor een maatschappelijke verandering.

1. AAN HET WELZIJSBELEID

Vrije tijd is levenskwaliteit. Het VAPH heeft een belangrijke ondersteunende functie in de vrijetijdsparticipatie van personen met een beperking. Vrijetijdsparticipatie is in die zin even belangrijk als de andere domeinen (inkomen, wonen, zorg, tewerkstelling ...). Vakantie is hier een wezenlijk onderdeel van.

MET BETREKKING TOT HET VAPH

- In de vrije tijd voor personen met een beperking is er een tendens tot een doelgroepspecifieke benadering die tegen het VN-Verdrag voor gelijke rechten van personen met een handicap ingaat. Zorgvoorzieningen kunnen deze segregatie van personen met een beperking tegengaan door de vakantienoden van hun cliënten te realiseren in **samenwerking met reguliere Rap op Stap-kantoren**.
- De recente beleidskeuzes binnen het wel-

zijnslandschap zijn er steeds op gericht om de eerste trappen in de concentrische cirkels maximaal te activeren. In die logica dient 'het ontzorgen van een persoon met een beperking' opgenomen te worden door **reguliere diensten in de samenleving**.

- Vakantiegangers met een beperking behoren in de eerste plaats tot beleidsdomein toerisme en hebben op basis van gelijkwaardigheid **evenveel recht op vakantie** als personen zonder een beperking.
- Binnen het welzijnsbeleid is 'het belang van vakantie' nog te weinig zichtbaar. Het recht op vakantie en vrijetijdsparticipatie komt niet evenwaardig aan bod als andere levensdomeinen zoals wonen, werken... Om tot een hogere graad van participatie te komen, dienen ondersteuners van personen met een beperking **vrijetijdsparticipatie volwaardig mee te nemen in hun dienstverlening**.
- Zorgverstrekkers en voorzieningen dienen **sensibiliserend te werken naar de netwerken** rondom personen met een beperking (ouders, familie, vrienden...), om hen zo vertrouwd te maken met vakantieparticipatie en het formuleren van hun vakantienoden aan andere organisaties dan doelgroeporganisaties.
- Er is **nood aan ondersteuning** voor zowel het algemene als het specifieke aanbod. Het moet voor alle vakantieorganisaties duidelijk zijn hoe en waar ze terecht kunnen voor ondersteuning, aanpassingen, materialen, knowhow, samenwerking etc.
- VAPH dient de **positieve effecten van vakantie** en de eigentijdse beeldvorming van reizigers met een beperking te stimuleren in hun communicatiekanalen.

MET BETREKKING TOT ONDERSTEUNING VAN DE DOELGROEP, HUN OUDERS HUN (ZORG-) ONDERSTEUNERS

- De ouders en natuurlijke netwerken rondom personen met een beperking moeten worden meegenomen in de **paradigmashift van een doelgroepspecifieke zorgbenadering naar een socio-cultureel model**. Ondersteuners en

doorverwijzers kunnen ouders vertrouwd maken met de lokale, algemene vakantie-bemiddelaars functie van een Rap op Stap-kantoor.

- Ouders en ondersteuners missen een betrouwbaar **lokaal informatiepunt** waar ze terecht kunnen met vakantie vragen.
- Ouders en personen met een beperking zoeken zelf actief naar informatie rond hun vakantie wensen. De zoektocht naar zorgoplossingen voor alle elementen van de vakantieketen vraagt een zeer hoge tijdsinvestering. Ze hebben hiervoor nood aan een **vertrouwenswaardige en lokale gesprekspartner** die ondersteunend kan zijn.
- Professionele ondersteuners handelen nog te vaak vanuit een vakspecifiek zorgperspectief waardoor ze ouders stimuleren in het denken in een zorgmodel. Vanuit hun rol hebben ze een grote invloed op de persoon met een beperking en hun netwerk. Als vertrouwenspersoon hebben ze de mogelijkheid om hun **cliënten te stimuleren in hun vrijetijdsparticipatie** in het algemene aanbod. Dit vereist een ontgrenzende houding van de professional.
- Neem als professionele ondersteuner het **recht op vakantie op in je visionair kader en in je dagelijkse praktijk**.
- Leer als professionele ondersteuner het netwerk 'Iedereen Verdient Vakantie' kennen en de Rap op Stap- kantoren binnen je werkgebied.

MET BETREKKING TOT VRIJETIJDZORGORGANISATIES & HET SPECIFIEK VAKANTIEAANBOD

- Inzetten op vakantieparticipatie voor iedereen betekent dat er ook plaats is voor doelgroepspecifieke reisorganisaties. Vakantiegezers met een beperking hebben zo **de keuze** te participeren aan doelgroepspecifiek of een algemeen aanbod.
- Specifieke vrijetijdsaanbod zou enkel mogen bestaan als dit **niet geïsoleerd plaatsvindt en niet leidt tot de verdere segregatie van personen met een beperking**. Via samenwerkingen met reguliere vakantiespelers en een brug- en/of signaalfunctie kan de expertise en het netwerk van deze organisaties leiden tot een betere aansluiting van de doelgroep bij reguliere dienstverlening, zoals Rap op Stap-kantoren.
- Hoewel voor het netwerk rondom een persoon met een beperking een vakantie sterk gezinsondersteunend is, moeten specifieke vrijetijdzorgorganisaties uitgedaagd worden

om **voorbij de zorg- en opvangfunctie van vakantie te kijken**. Vakantieparticipatie en het recht op vakantie kunnen bijdragen tot **emancipatie van de doelgroep**, bijvoorbeeld door inspraak, zelf reizen organiseren, zelf aan beleidsbeïnvloeding te doen.

- Specifieke vrijetijdsorganisaties staan dicht bij de doelgroep en genieten het vertrouwen van hun netwerk (ouders, verzorgers...). Vanuit die **vertrouwensrelatie** kunnen doelgroeporganisaties het netwerk meenemen in de paradigmashift.
- Leer als doelgroepspecifieke reisorganisatie het netwerk 'Iedereen Verdient Vakantie' kennen en de Rap op Stap- kantoren binnen je werkgebied.
- Zet via je netwerking in op **kennisdeling en constante uitwisseling**, zowel binnen het doelgroepspecifieke circuit als het algemene aanbod. Binnen de eigen (boven-)lokale regio kunnen de doelgroepspecifieke organisaties gecontroleerde informatie verzamelen rond integrale zorg op vakantie (uitstappen, café & restaurant, mobiliteit, verpleegkundigen, therapieën...) en via het netwerk te mee helpen verspreiden.
- Personen met een beperking ervaren een financiële drempel door handicapspecifieke reiskosten (bijkomende begeleiding, duurdere toegankelijke verblijven, bijzondere mobiliteit...) wat kan leiden tot reisarmoede. Doelgroepspecifieke organisaties kunnen via diverse subsidiekanalen en fondsen inzetten op **het verlagen van deze handicapspecifieke reiskosten** om zo vakanties laagdrempeliger te maken.

2. AAN HET NETWERK IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE

MET BETREKKING TOT DE LOKALE RAP OP STAP-KANTOREN

- De huidige Rap op Stap-kantoren hebben een primaire focus op personen in armoede. De dienstverlening van de lokale kantoren is bruikbaar voor een bredere doelgroep. **De focus** van de lokale kantoren moet uitgebreid worden naar **overige doelgroepen die een vakantie-drempel ervaren**.
- Neem een opdracht in inclusie van personen met een beperking op. Zoek hierbij **ondersteuning bij je collega Rap op Stap-kantoren in je buurt** alsook bij het bovenlokaal Rap op Stap-kantoor in je regio.

- Als lokaal kantoor blijf je wel **eigenaar van de vraag**: houd de vraag van een persoon met een beperking vast en creëer als klantgericht kantoor een oplossing in je eigen kantoor.
- Bouw mee aan een **overzicht voor toegankelijk aanbod**.

MET BETREKKING TOT BOVENLOKAAL RAP OP STAP-KANTOREN

- De primaire focus van een bovenlokaal Rap op Stap-kantoor is het **ondersteunen** van lokale Rap op Stap-kantoren in hun opdrachten. Indien een bovenlokaal kantoor zelf een lokaal kantoor uitbaat, moet de bovenlokale opdracht voldoende gescheiden worden van de lokale opdracht. Zodat beide functies volwaardig kunnen uitrollen en er vanuit de bovenlokale opdracht geen aanzuigeffect ontstaat op eerstelijnsvragen van personen met een beperking uit de bredere regio. Vragen van personen met een beperking dienen in hoofdzaak lokaal vastgenomen te worden.
- Hiertoe sensibiliseren de bovenlokale kantoren rond de vrijetijdsparticipatie van personen met een beperking en de gemeenschappelijke kijk van Toerisme Vlaanderen op inclusie. De bovenlokale kantoren vervullen hiermee een **signaalfunctie** naar potentiële doorverwijzers **in de regio**.
- Een bovenlokaal kantoor stimuleert samenwerking en **netwerking** tussen de lokale Rap op Stap-kantoren in de regio. Hiertoe organiseert het bovenlokaal kantoor een **regionaal platform** dat periodiek en systematisch samenkomt om via participatieve technieken het bovenlokaal netwerk vorm te geven.
- Het ontzorgen van iemand met een beperking op vakantie vereist een **integrale zorgbenadering**. Deze informatie opzoeken voor een vakantiebestemming is telkens opnieuw maatwerk en erg tijdrovend. Als alternatief op dit individueel onderzoekswerk, kan een bovenlokale kantoren samen met de lokale kantoren het toegankelijke vakantieaanbod en alle facetten van de integrale zorg binnen de eigen regio in kaart brengen. In uitwerking hiervan gaat het bovenlokale kantoor enkele model- of voorbeeld vakanties samenstellen. De bovenlokale kantoren wisselen op een Vlaams netwerk deze **model vakanties** uit, waardoor het individueel onderzoekswerk gefaciliteerd wordt.
- Het bovenlokale kantoor stelt de regionale netwerken (voor de lokale kantoren) open voor medewerkers van Toerisme Vlaanderen, zodat

er een vlotte **doorstroom van informatie** kan plaatsvinden tussen de verschillende lagen.

- Via de netwerking in de regio is het bovenlokale kantoor sensitief voor nieuwe kansen en opportuniteiten met bestaande of nieuwe partners in het netwerk Iedereen Verdient Vakantie. Het bovenlokale kantoor koppelt deze informatie terug naar Toerisme Vlaanderen. Het bovenlokaal kantoor maakt hier een **signaalfunctie** naar het **agentschap toerisme** waar.
- Aanvullend kan een bovenlokaal Rap op Stap-kantoor een **regionaal aanspreekpunt** uitbouwen voor personen met een beperking, om zo gericht doorverwijzers en individuen met een beperking te informeren. Het bovenlokale kantoor waakt erover dat het kantoor het dichtst bij de 'vakantievragers' betrokken en versterkt wordt.
- Bovenstaande functies vereisen dat een bovenlokaal kantoor beschikt over zowel de **expertise 'personen met een handicap'** als over 'personen in armoede'. Hoewel er veel gelijkenissen zijn in de ondersteuning naar deze doelgroepen, wordt van een bovenlokaal kantoor verwacht dat ze in hun dagelijkse werking kunnen terugvallen op handicapspecifieke praktijkkennis.
- De opdrachten van een bovenlokaal kantoor bestaan uit diverse rollen en functies. Deze zijn niet eenvoudig door één persoon op te nemen, maar vereisen meerdere competenties die gedragen kunnen worden door een **professioneel aangestuurde organisatie** met reeds een bestaand regionaal netwerk rond maatschappelijk kwetsbare doelgroepen.

3. AAN TOERISME VLAANDEREN

- Dit bovenlokaal model beschrijft een alternatief op de huidige aanpak van het netwerk Iedereen Verdient Vakantie waar slechts twee niveaus (lokaal en Vlaams) actief zijn. Hoewel de finaliteit van dit model zich situeert in een brede Vlaamse benadering over alle regio's heen, is dit niet vereist bij de opstart en uitrol. Een gefaseerde aanpak met enkel **proeftuinen** verdient de voorkeur.
- Voorzie een **vlotte afstemming** tussen het team Iedereen Verdient Vakantie en de hub Kwaliteit voor het delen van expertise en versterken van elkaar op dit thema.

- Betrek kandidaat bovenlokale spelers bij de ontwikkeling van deze proeftuinen en het proces van uitrol van het model.
- Voorzie voldoende financiële ondersteuning aan de bovenlokale kantoren voor het vervullen van hun opdrachten, zowel in personeels- als werkingsmiddelen. De grootorde van deze financiële ondersteuning maakt deel uit van de proeftuinen.
- Het toevoegen van **een extra bovenlokaal niveau** brengt naast de beschreven voordelen ook de bedreiging van het ontkoppelen van de lagen met zich mee. Zorg voor voldoende verbinding en momenten waarop de lokale, bovenlokale als Vlaamse laag samenkomen. In functie van de laagdrempeligheid en makkelijkere bereikbaarheid vinden deze acties bij voorkeur plaats op het bovenlokale niveau.
- De schaalgrootte van een bovenlokale regio situeert zich tussen de 10 à 20 gemeenten. Voldoende groot om genoeg kritische massa te bereiken maar ook voldoende klein om persoonlijke verbinding en netwerking te kunnen uitbouwen.
- Het al dan niet samenvallen van de bovenlokale regio met andere **regionale doorsneden uit andere beleidsdomeinen of bestuurlijke niveaus** dient regio per regio onderzocht te worden. We denken hierbij aan toeristische streken, bestaande intergemeentelijke samenwerkingen, eerstelijnszones, referentieregio's...
- Zet het thema **'aanpassing en ondersteuning in de integrale zorg'** op de agenda bij de toeristische partners binnen het netwerk Iedereen Verdient Vakantie. Door dit deel te laten uitmaken van hun **hospitalitybeleid**, kadert dit ruimer dan de doelgroep personen met een beperking.
- Stimuleer de netwerking en uitwisseling tussen bovenlokale kantoren binnen een lerend netwerk. Voorzie handvatten voor de bovenlokale kantoren voor het samenstellen van **model- en voorbeeld vakanties** in hun eigen regio.
- Betrek regionale en/of provinciale **toeristische diensten** in de ontwikkeling van het bovenlokale niveau.
- Voer bij de uitrol van het model een **proactief communicatiebeleid** naar de sector personen met een beperking. Heb hierbij aandacht

voor de herkenbaarheid in afbeeldingen en voorbeelden van ondersteuningsmogelijkheden voor personen met een beperking.

- **Vakantiegangers met een beperking dienen actief betrokken te worden** bij het beleid van Toerisme Vlaanderen, zodat ze daadwerkelijk zelf hun stem kunnen laten horen. Dus niet enkel via vervangende vertegenwoordigers, maar door zelf actief deel te nemen aan inspraakmogelijkheden. Indien nodig dienen hier de nodige redelijke aanpassingen te worden voorzien.
- Open de bestaande kaders binnen Toerisme Vlaanderen voor personen met een handicap die omwille van **handicapspecifieke vakantiekosten** een vakantiedrempel armoede ervaren. Zorg eveneens voor een **heldere afbakening** zodat duidelijk is binnen het netwerk Iedereen Verdient Vakantie welke vakantieganger er kan rekenen op de financiële ondersteuningsmogelijkheden binnen een Rap op Stap-kantoor. Voorzie hierin ook de mogelijkheid om de kosten in rekening te brengen van een persoonlijke assistent die instaat voor realisatie van de vakantieparticipatie.
- Een toeristisch beleid gericht op 'iedereen verdient vakantie' zet naast een inclusief vakantieaanbod in groep ook in op **specifiek vakantieaanbod met aangepaste activiteiten en begeleiding voor mensen met een beperking**. In het aanbod van het netwerk Iedereen verdient Vakantie moeten beide strategieën voldoende vertegenwoordigd zijn. Dit tweesporenbeleid dient uitgedragen te worden naar de lokale als bovenlokale kantoren.
- Diversiteit als beleidsconcept mag niet opgesplitst worden in maatschappelijk kwetsbaar, armoede, handicap... Ondanks het feit dat veel vakantiegangers met een beperking voldoen aan de definitie van maatschappelijke kwetsbaarheid, worden ze niet als dusdanig erkend door het beleid en kunnen ze zelden terecht bij de organisaties die zich inspannen voor maatschappelijk kwetsbare doelgroepen. **Sensibiliseer rond het concept van vakantiearmoede** door handicapspecifieke reiskosten en stimuleer hierover het debat in het netwerk en andere beleidsdomeinen.



BIJLAGES



BIJLAGE A

Tabel A.1: Overzicht van de participanten per fase.

Naam en Voornaam (organisatie)	FASE 1	FASE 2		FASE 3	FASE 4	
	Interviews	Klankbordgroep 1	Klankbordgroep 2	Interviews	Klankbordgroep 3	Klankbordgroep 4
An Heylen (Visit Limburg)				X		
Anouk Dekeyser (Kompas vzw)		X	X		X	X
Babette Deprez (Inter)	X					
Ben Verstreyden (Demos vzw)				X		
Carine Geboers (Toerisme Vlaanderen, Iedereen Verdient Vakantie)			X		X	
David Talloen (Toerisme Oost- Vlaanderen)			X		X	
Els D'Hooge (Vrijuit)				X		
Erik Eloy (Westtour)				X		
Esther van Thoor (Horizont vzw)			X			X
Greet Vandenrijt (Toerisme Vlaanderen, Hub toegankelijkheid)			X			
Hilde Bosmans (Tabanaa vzw)	X	X				
Hildegard Poortmans (Tabanaa vzw)			X			
Ines Vandaele (Westtour)				X		
Inge Meeus (Vlaams Beroepsvereniging Zelfstandige Verpleegkundigen, VBZV)	X		X		X	
Jelle Sidrow (Kando vzw)			X			X
Jeroen Verraest (Publiq vzw)			X			
Johan Tourne (Samana vzw)		X				
Johan Vanroye (de regenb0og vzw)				X		
Jonathan Nulens (Horizont vzw)					X	
Karine Raevens (Rap Op Stap Ronse)		X			X	X

Katrien Mampaey (Toerisme Vlaanderen, Hub toegankelijkheid)	X					
Kristof Steegmans (WeTravel2)	X	X				
Kyra Visser (Kando vzw)			X		X	
Marjolein Verbeke (Kompas vzw)		X				
Mark Van Assche (Tolbo vzw)	X					
Marleen Ritzen (Vakantieschakel)	X		X			X
Marlies Vandaele (De Stroom vzw/ Oranje vzw)	X					
Myriam Van den Driessche (Mozaart)			X			
Nuray Yasarlar (Vakantieschakel)	X					
Quirina Rosseels (Balanske vzw)				X		
Sarah Rongère (NZ Vakanties)			X			X
Silke Delatter (De Stroom vzw)	X			X		X
Tine Boiy (Bielebale vzw)			X		X	
Turid Sintobin (Demos vzw)				X		
Vicky Martens (Tabanaa vzw)	X	X	X			
Zoë Degroote (VOC Opstap vzw)			X			

BIJLAGE B

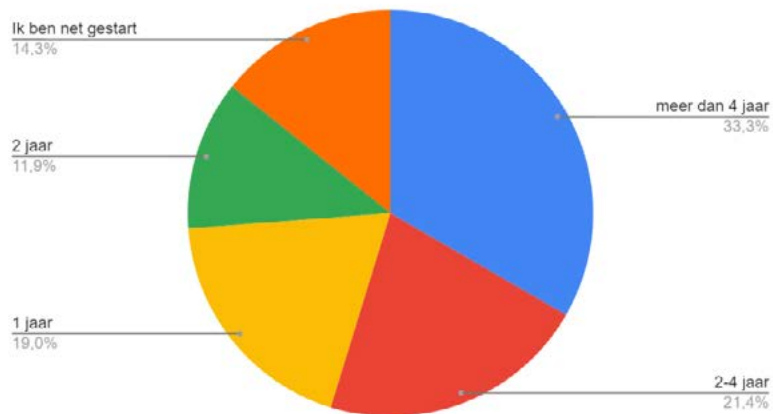
1. Resultaten vragenlijst ROS kantoren

Wat is je engagement binnen je rap op stapkantoor?

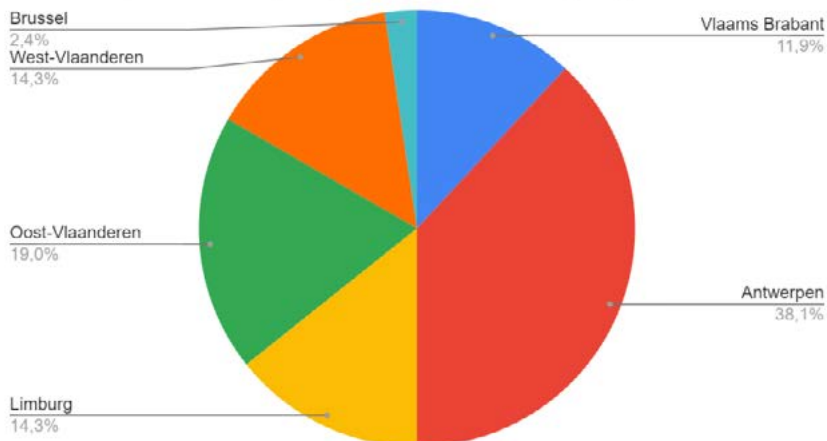


- Ik ben een betaalde kracht en doe dit beroepshalve.
- Ik ben er aan de slag als vrijwilliger.

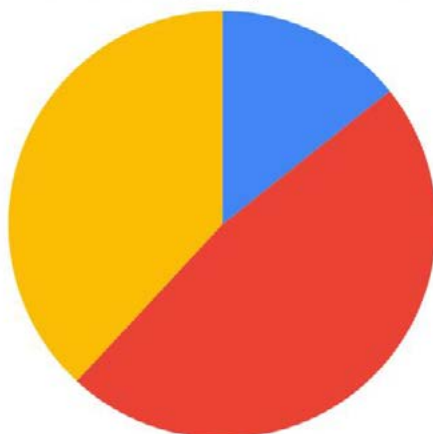
Hoe lang ben je al actief binnen je rap op stap kantoor?



In welke provincie is je rap op stap kantoor gelegen?



Welke beschrijving past het best bij jouw rap op stap kantoor?



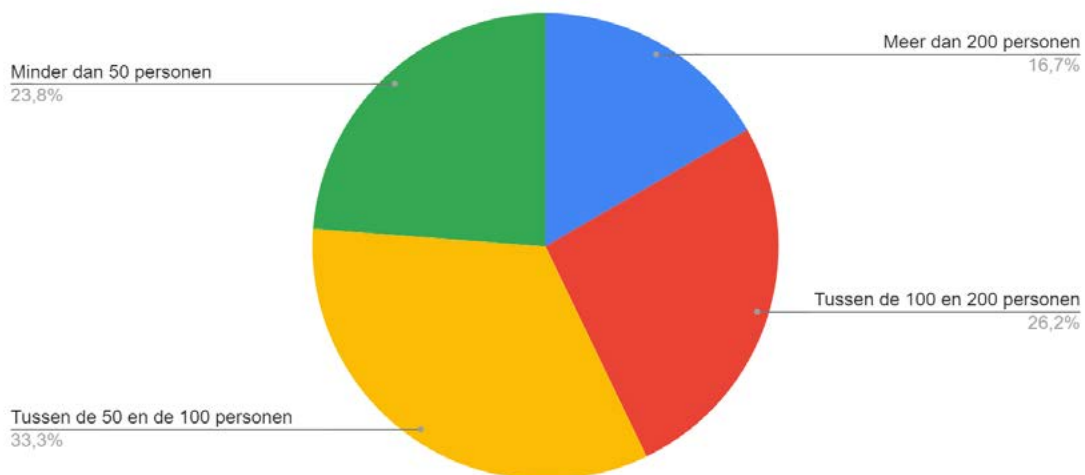
- Het rap op stap kantoor is de hoofdplicht van onze organisatie.
- Het kantoor valt onder een grotere organisatie die ook tal van andere dienstverlening organiseert.
- Het kantoor is gelinkt aan een dienst vanuit de gemeente of stad.

Wie is er aan de slag binnen het rap op stap kantoor?

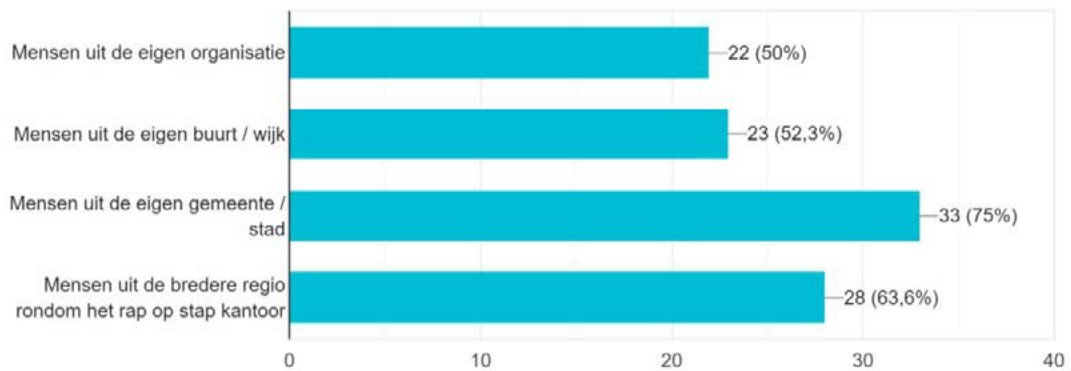


- Een combinatie van zowel betaalde krachten als vrijwilligers.
- Het kantoor wordt enkel door vrijwilligers gerund.
- Enkel betaalde krachten.

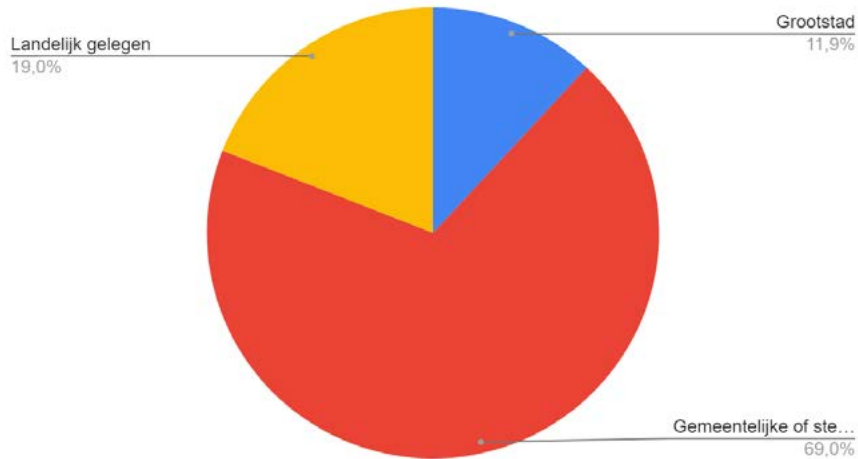
Hoeveel unieke klanten bereikt je rap op stap kantoor op jaarbasis?



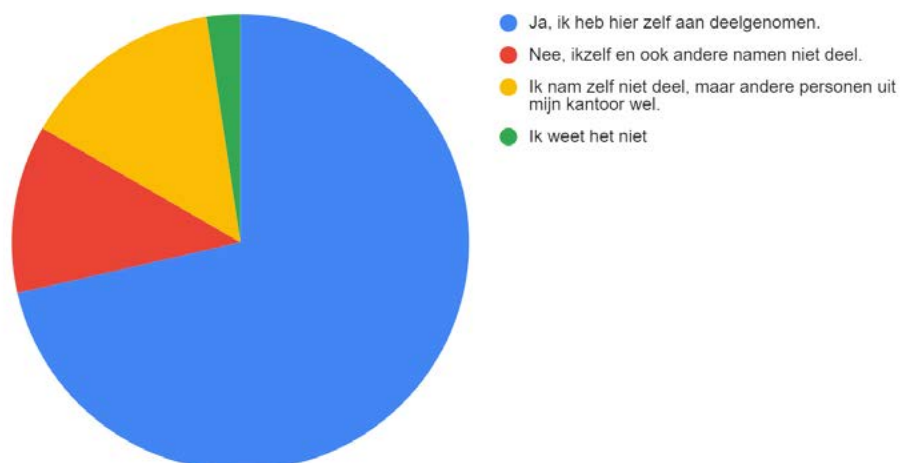
Wie bereik je met je Rap op Stap-kantoor?



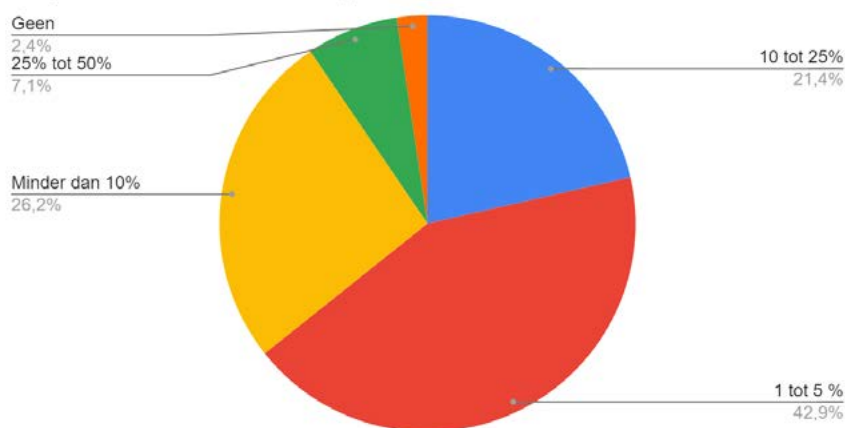
Hoe zou je de omgeving van je kantoor omschrijven?



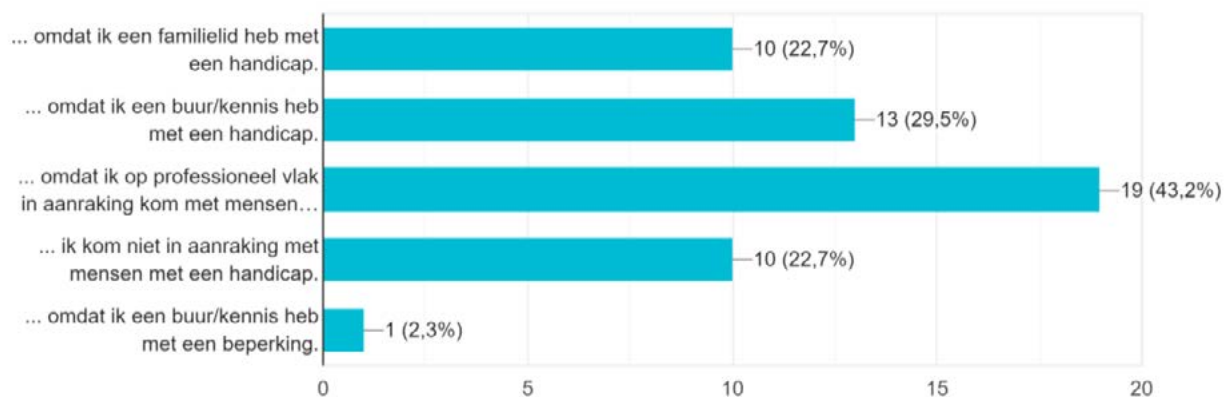
Heb je in het laatste jaar deelgenomen aan een vorming of intervisie rond rap op stap?



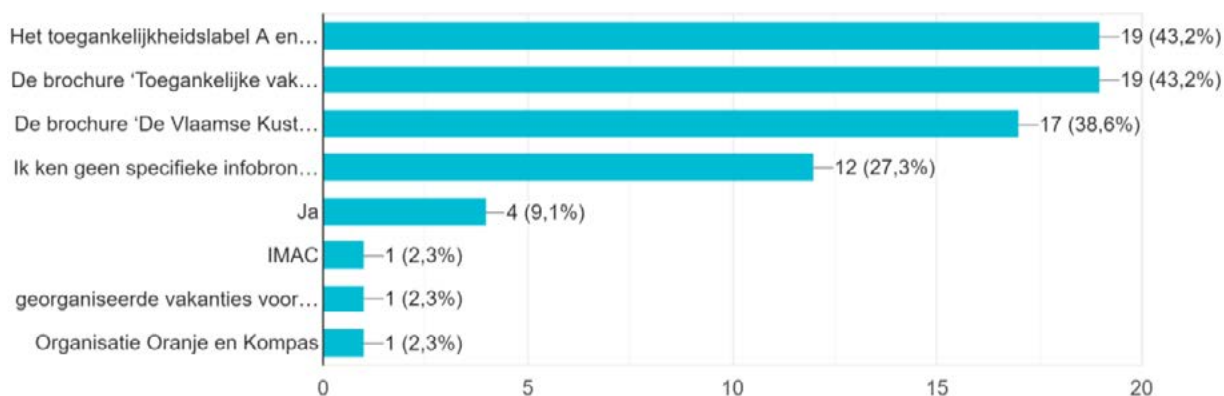
Kan je inschatten hoeveel procent van je klanten in je rap op stap kantoor een handicap heeft?



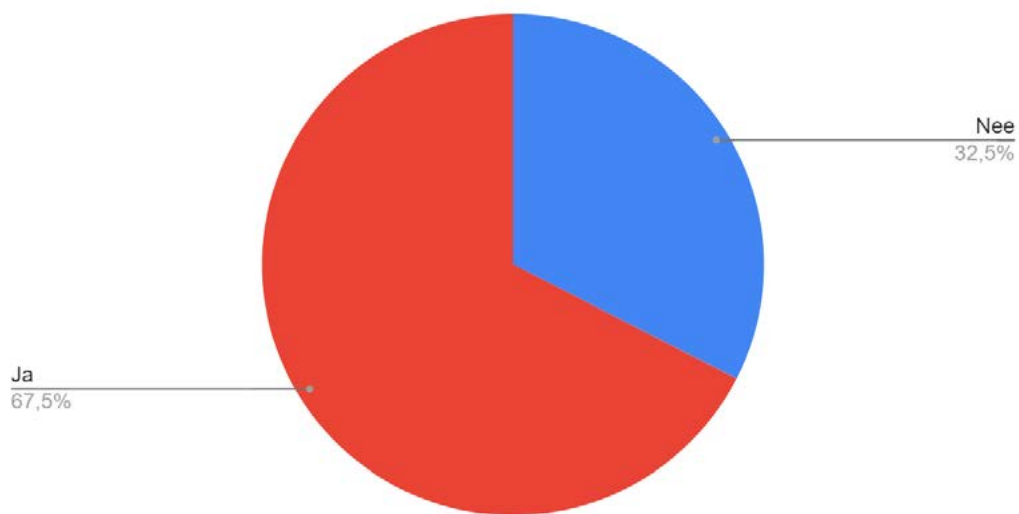
In mijn dagelijkse leven kom ik in contact met mensen met een handicap...



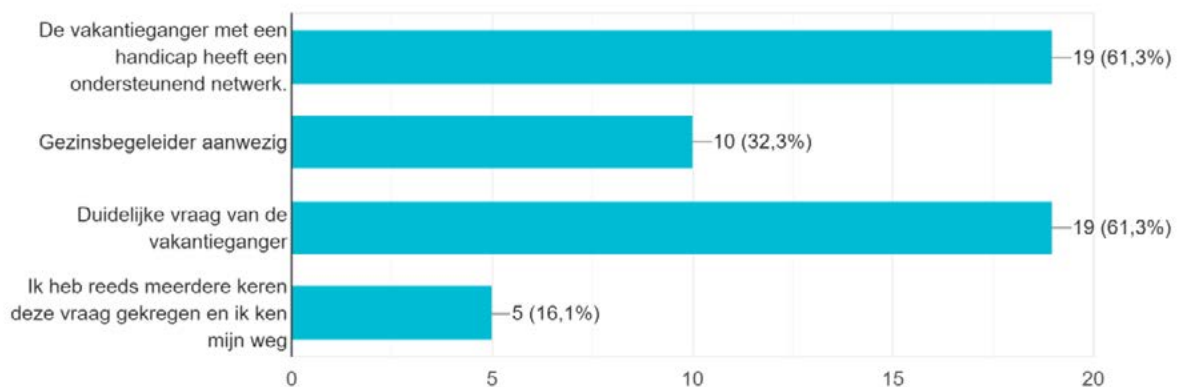
Ken je specifieke infobronnen over het vakantieaanbod voor mensen met een handicap?



Kreeg je in jouw werk in het ROS kantoor al eens een vraag van een vakantieganger met een handicap?



Wat maakt dat een begeleiding goed loopt?



2. Resultaten focusgroep ROS kantoren

WAT ALS... je een halve dag een expertenorganisatie over — de vloer zou kunnen krijgen...?

De mensen met een fysieke beperking is de 'gemakkelijkste groep' omdat er al een aanbod is van verblijven met A en A+ en dus gelabeld zijn.

Voor vb. slechtzienden is er geen label. Dus dan moet je zelf gaan zoeken, wat makkelijk toegankelijk is. Daar heb je nog een stuk kennis nodig.

In Oost-Vlaanderen hebben de ROS-vrijwilligers 2 jaar geleden (tijdens Corona – dus online) van de vzw Kompas een vorming gekregen i.v.m. hoe omgaan met blinde mensen, dove mensen, mensen met autisme enz. Het zou goed zijn om dat nog eens te herhalen, maar dan voor een breder publiek. Er zijn heel veel bruikbare tips uitgekomen.

Autisme is het moeilijkste omdat we dan uitgaan in de richting van een psychische stoornis. Info, kennis daarrond zou welkom zijn. Is ook voortschrijdend inzicht. 20 jaar geleden was daar nog weinig over geweten.

Toerisme voor autisme ([Toerisme voor Autisme - Stressvrij op vakantie of daguitstap!](#)).

De nieuwe **ROS-community zou misschien** wel een hulp kunnen zijn: kennisdeling, **interview**. ROS-community platform voordeel voor uitwisseling vb. vraag rond verstandelijke beperking. Via community contact opnemen met organisatie die hierin kan ondersteunen.

Wanneer wordt vorming best gegeven? Op welke regelmatige basis zou je ondersteuning van een experten organisatie willen krijgen?

Dat hangt ervan af hoe het ROS-kantoor groeit. Als je met dezelfde poele vrijwilligers zit, is 1 x jaar voldoende om een algemene vorming rond beperking te krijgen. Maar voor nieuwe mensen, moet je dat eigenlijk herhalen.

Tijdstip: je zit met vrijwilligers die op verschillende tijdstippen werken/aanwezig zijn; In de week, in weekend? Heel uiteenlopend. Overdag in de week.

Vorming vb. voor de zomer en voor mensen die niet konden aanwezig zijn, nog eens organiseren in september/oktober.

Vorming is belangrijk maar ervaring met 'echte mensen', dus in de praktijk is veel belangrijker. Niet alleen informatie maar ook echte casussen.

Communicatie?

Vorming is belangrijk afhankelijk van of mensen uit de doelgroep de weg naar het ROS-kantoor vinden of niet.

Ze hebben veel kantoren onder Toerisme Gent maar in de paar jaar dat ze actief zijn, is er nog niemand langs geweest met gehoorstoornissen of mensen met autisme of iemand die blind is, of iemand in een rolstoel.

In het stadsmagazine publiceren ze 2 x /jaar de werking van ROS, met de bedoeling dat mensen ook kunnen lezen dat ze ook voor hen er zijn.

Hulplijn? Vorming is belangrijker. Hulplijn is soms moeilijk qua bereikbaarheid (tijdstip).

WAT ALS... er morgen een doelgroeporganisatie uit je buurt vraagt of er een samenwerking tussen jullie — beiden mogelijk is...?

Reacties op stelling:

- zouden we met open armen ontvangen
- zal nodig zijn om expertise over doelgroep te krijgen
- heb de indruk dat de zaken waar we mee bezig zijn in het ROS vrij ver af is van hen. Ze kennen de materie niet.
- een vast contactpersoon is belangrijk, liefst ook een vast gezicht
- we werken al samen met een voorziening. Het contact verliep via via, waardoor we konden langsgaan om uit te leggen wat we doen. Sindsdien gaat de bal aan het rollen
- goede voorbeelden, helpen waarschijnlijk heel goed voor een voorziening. Dit maakt het tastbaar wat we kunnen doen.

Op de vraag: zou je zelf ook contact kunnen opnemen met personen met een beperking?

- ja, zeker, doen we ook
- ja, vraagt wel nog naar wat ondersteuning over wat we zouden kunnen doen
- ja, maar we moeten wel duidelijk aangeven wat we kunnen en wat we niet kunnen doen. We kunnen sowieso niet alles van hen overnemen

WAT ALS... je er morgen helemaal alleen voor staat — om dit thema te realiseren...?

Eerste vraag/opmerking die opkwam: “Dat kan! Maar is er samenwerking mogelijk?!”

- “**Wat** kunnen we voor elkaar betekenen?”
- **Samenwerking** tussen de verschillende betrokken organisaties is nodig om dit waar te maken.
- Deze samenwerking moet **goed, vlot, snel** kunnen verlopen. **Direct contact!**
- Andere organisaties -> regionaal maar ook grotere organisaties met kennis van zaken
- Adhv nieuwe community **Rap Op Klap** -> elk ROS kan een opijsting maken voor eigen regio. Bv. Waar kan je met een rolstoel terecht om iets te gaan eten, welke wandelingen zijn er in de buurt die rolstoeltoegankelijk zijn...

Tweede opmerking die opkwam: “ROS moet meer in de kijker gezet worden, nu nog te weinig aandacht! Mensen weten niet dat ze bij ons terecht kunnen.” Meer publiciteit!

- We moeten uit de sociale huizen/ OCMW's trekken, de drempel is te hoog om bij ons te komen.
- Ook mensen met een beperking die geen financiële drempel ervaren moeten tot bij ons kunnen komen, correcte doorverwijzing naar een andere organisatie moet mogelijk zijn.
- **Elk ROS kantoor moet gewoon het label ROS + krijgen.** Mensen met een beperking zouden in elk ROS terecht moeten kunnen. En indien de mensen niet ter plaatsen kunnen komen omdat er bijvoorbeeld geen lift is, dan moeten de medewerkers **alternatieven** kunnen voorzien. Om de mensen toch verder te kunnen helpen. **Het 'Praktische' – 'Logistieke' mag niet in de weg zitten** om mensen niet voort te helpen. We kunnen de gemeentes misschien aanspreken om aanpassingen te doen. Of aangepaste ruimte te voorzien.
- **Aanbod moet uitgebreider.**
 - » Reactie vanuit Toerisme Vlaanderen aanwezig, “ we zijn hier mee bezig, om ook naast de A en A+ labels te gaan kijken welke verblijven nog 'toegankelijk' zijn.”
 - » Reactie uit groep: getuigenis van Myriam (Getuigenis van een ROS

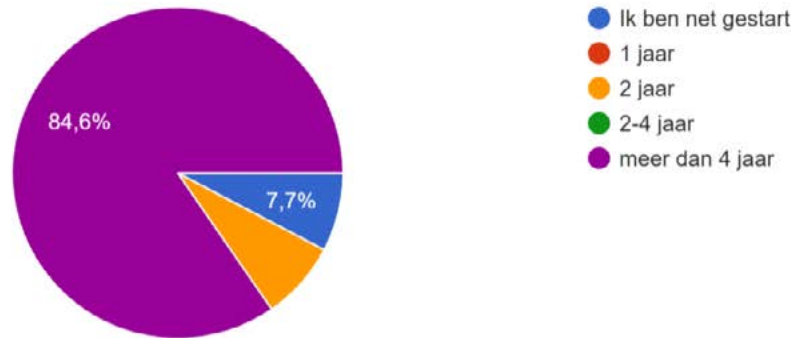
kantoorhoudster in een rolwagen) laat zien dat we niet moeten kijken naar enkel A en A+ label. Luisteren! Naar wat vakantieganger wil/ kan.

WAT ALS... morgen iedereen met een beperking, ook diegene met een hele hoge ondersteuningsnood, komt — aankloppen bij jullie?

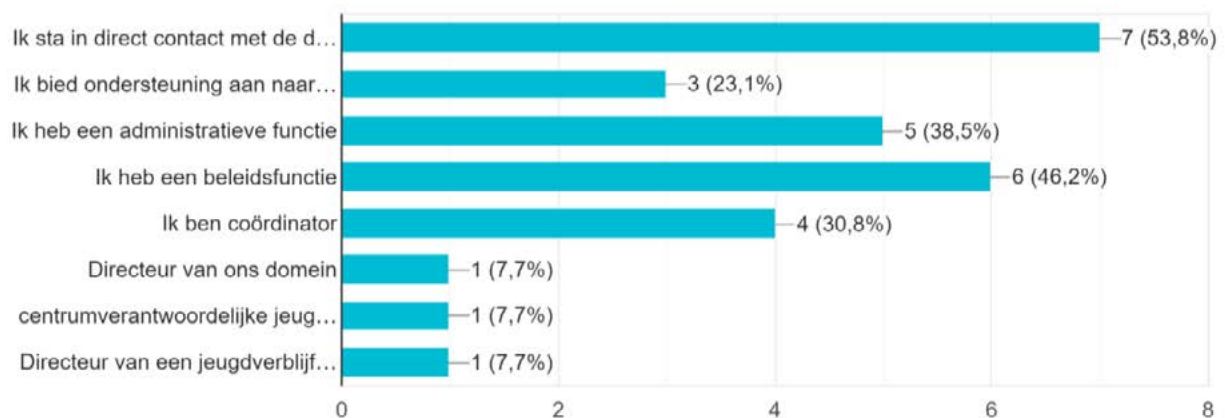
- Hoe kan ik informatie inwinnen (vb. kan de persoon praten?)
- Er is enthousiasme om aan de slag te gaan
- Is dit realistisch?
 - » toegankelijkheid van de kantoren
- Veel bepaalt hoe je zelf ten opzichte van beperkingen staat → Onbekend is onbemind, stigma
 - » Nood aan ontmoeting
 - » verschillende beperkingen, andere aanpak
 - » je kan nooit alles oplossen
 - » Je moet kijken naar de Mens, niet de beperking
- Aanbod in de samenleving moet beter uitgebouwd zijn
- Meer tijd nemen per persoon
- Rondvragen bij andere organisaties die daar ervaring mee hebben
- Onderscheid drempels bij boeken, of op vakantie zelf
- Kiest ROS hiervoor?
- Tools nodig om goede doorverwijs te doen, wat is het sociaal landschap, wat bestaat er in de mssp
- Gevaar om uit de hand te spelen, niets beloven dat je niet kan
 - » Samenwerking met andere organisaties nodig
- Als we verder gaan voor personen met een beperking, is de ROS brochure niet toereikend, extra brochure uit Hub Toegankelijkheid beschikbaar, verbreden we hier onze doelgroep? → PMB betalen sowieso al meer voor dezelfde behoefte (= handicapspecifieke reiskost)
- Nood aan een tool, consulteerbaar, kunnen we iets doen met de Rap op Klap?

3. Resultaten vragenlijst Vrijtijdzorgorganisaties en Doelgroeporganisaties

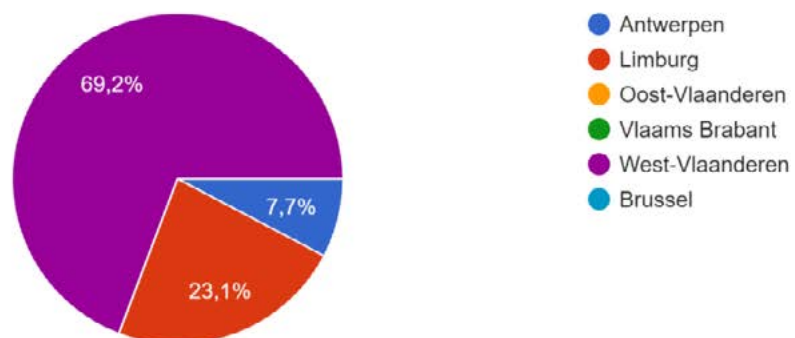
Hoe lang ben je al actief binnen je organisatie?



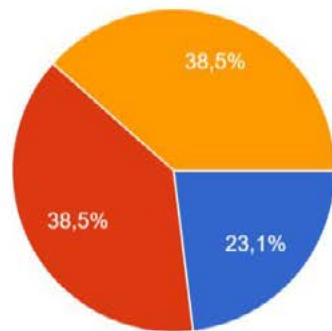
Welke rollen neem je op in je organisatie?



In welke provincie is je organisatie gelegen?

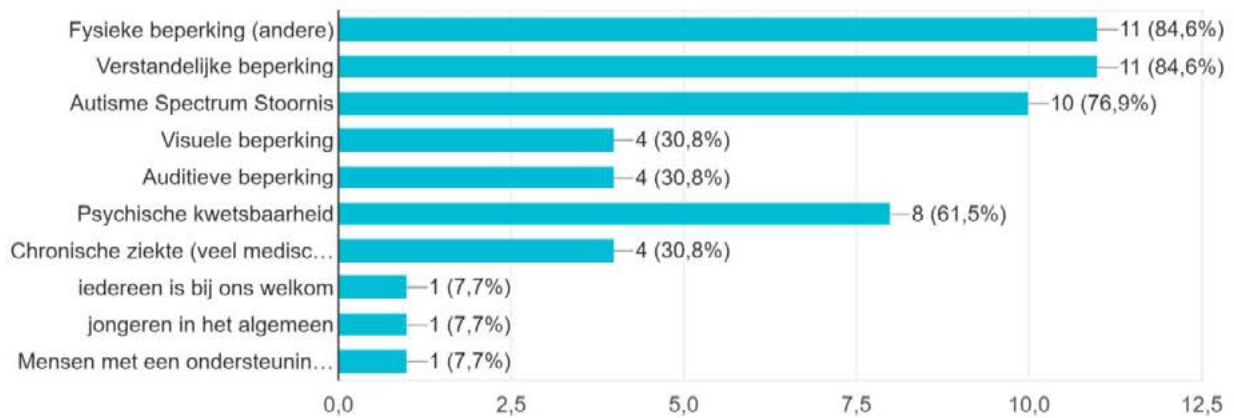


Welke beschrijving past het best bij jouw organisatie?

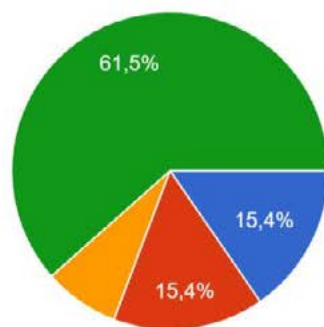


- We organiseren geen daguitstappen en/of meerdaagse reizen.
- We organiseren sporadisch een daguitstappen en/of meerdaagse reizen.
- Meerdaagse reizen en daguitstappen is de hoofdpodracht van onze organisatie.

Met onze dienstverlening bereiken we mensen met een...

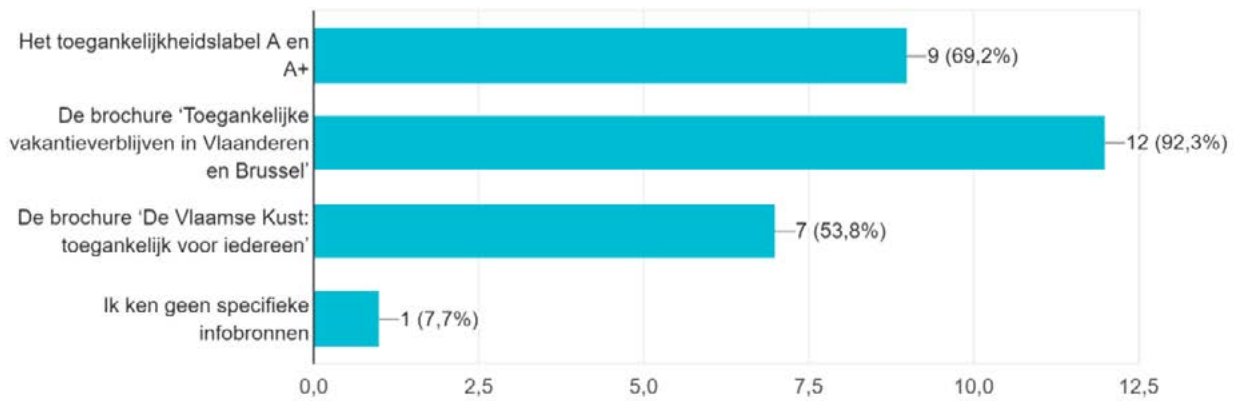


Hoeveel unieke gebruikers bereik je op jaarbasis?

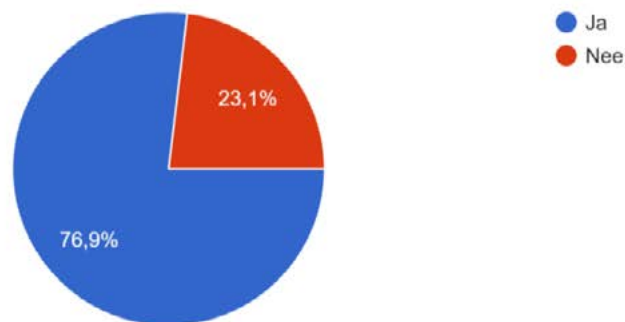


- Minder dan 50 personen
- Tussen de 50 en de 100 personen
- Tussen de 100 en 200 personen
- Meer dan 200 personen

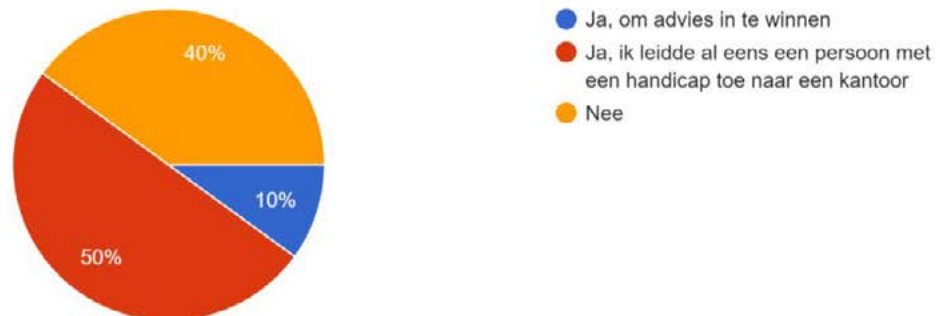
Ken je specifieke infobronnen over het vakantieaanbod voor mensen met een handicap?



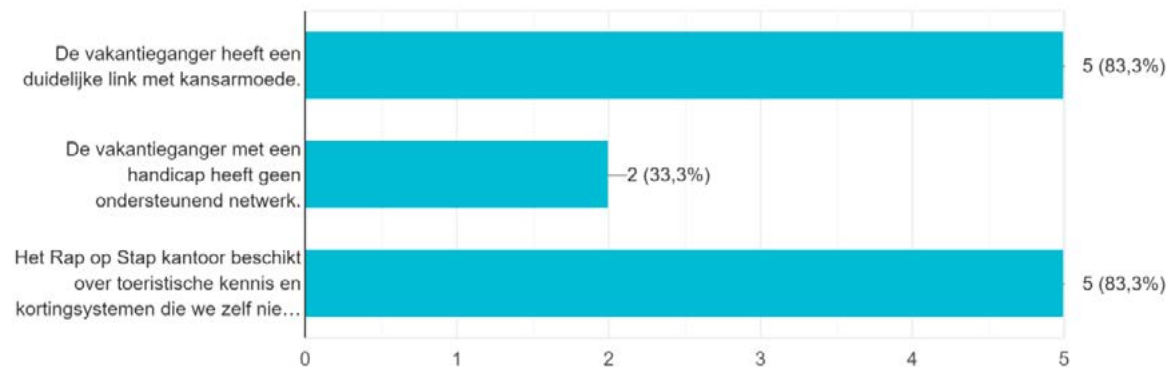
Ken je de dienstverlening van 'Rap-op-Stap'?



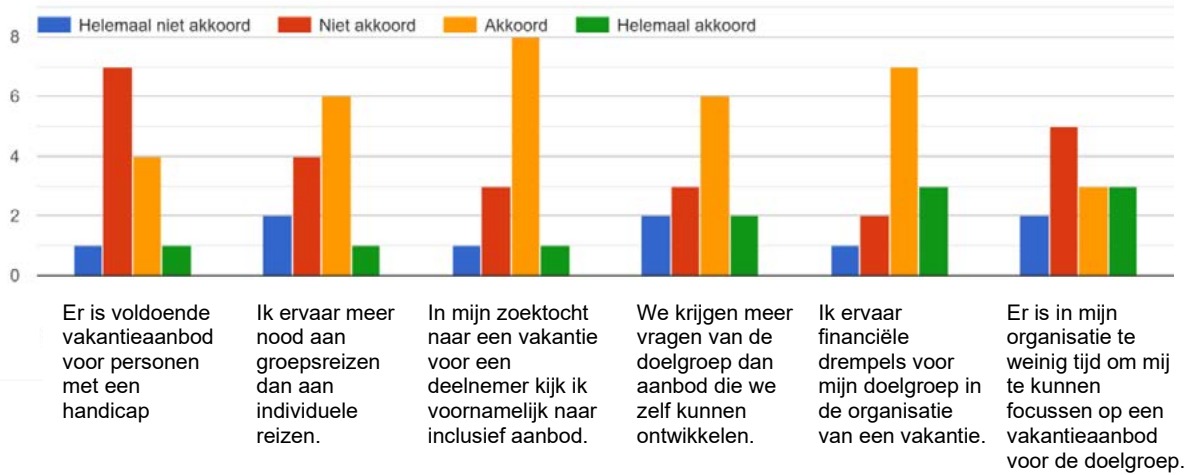
Maakte je al eens gebruik van een rap op stapkantoor in de buurt van je organisatie?



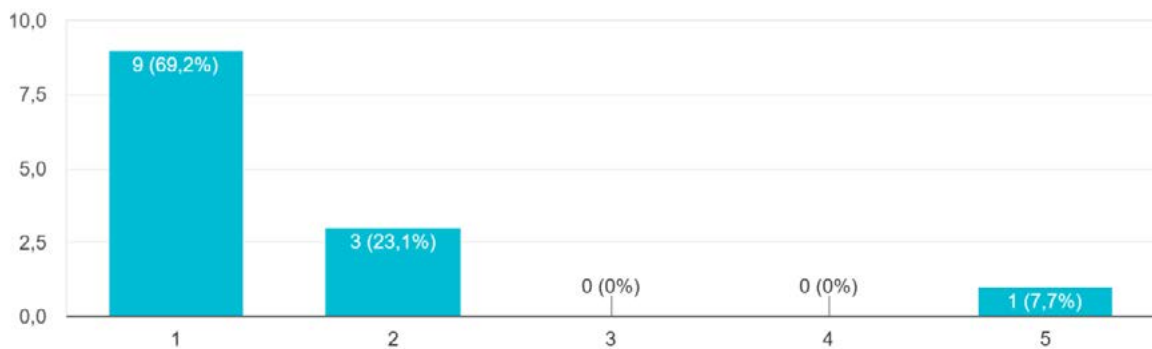
Wanneer zou je overwegen om iemand van jullie deelnemers in contact te brengen met een rap op stapkantoor?



Wat is je ervaring bij onderstaande stellingen?

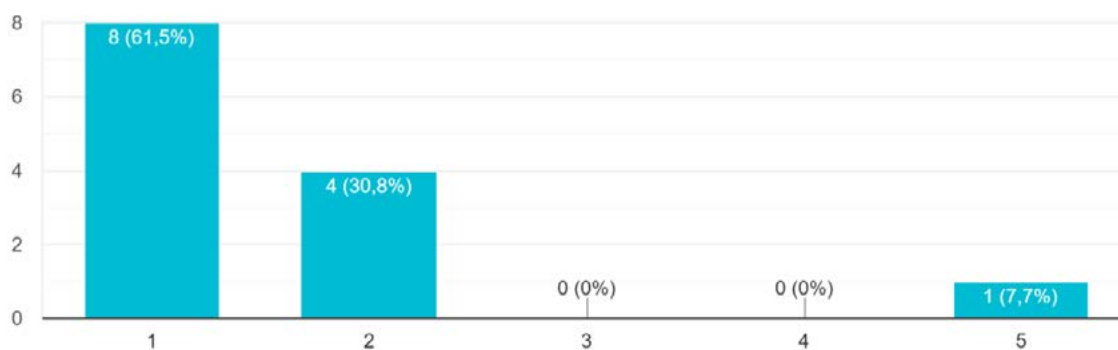


Het recht op vakantiebeleving is een basisrecht dat ik hoog in het vaandel draag.



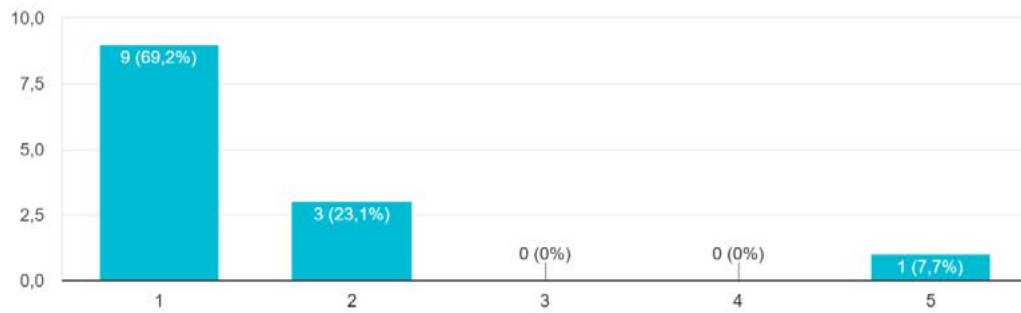
1=Helemaal akkoord; 5=Helemaal niet akkoord

Ik ben ervan overtuigd dat iedereen op geregelde basis nood heeft aan een vakantiebeleving.



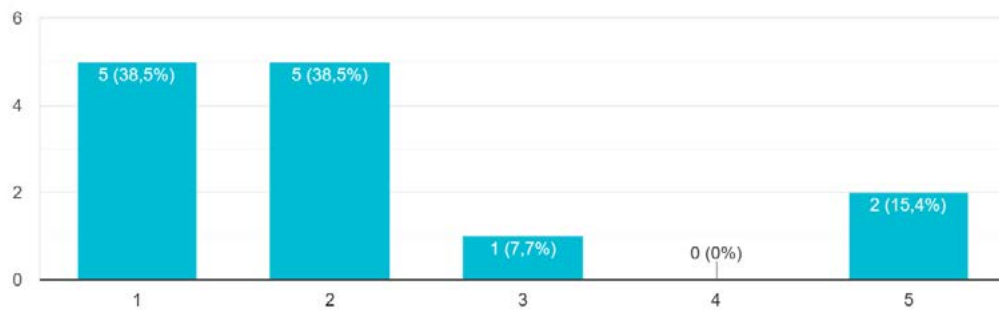
1=Helemaal akkoord; 5=Helemaal niet akkoord

Mensen met een handicap hebben recht op vakantie(beleving)



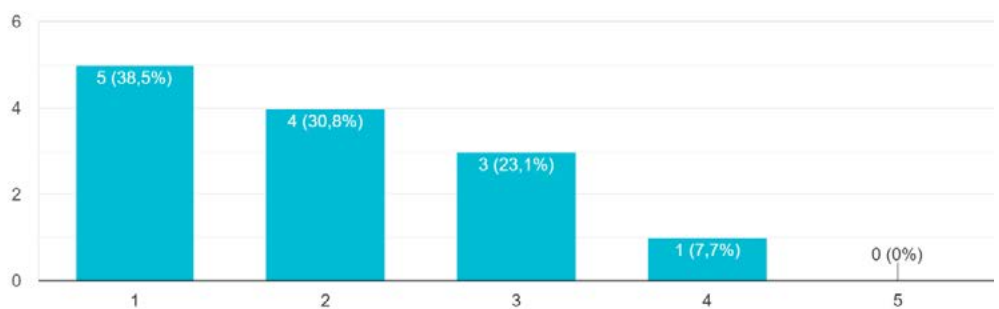
1=Helemaal akkoord; 5=Helemaal niet akkoord

Mensen met een handicap ervaren moeilijkheden in het beleven van vakantie

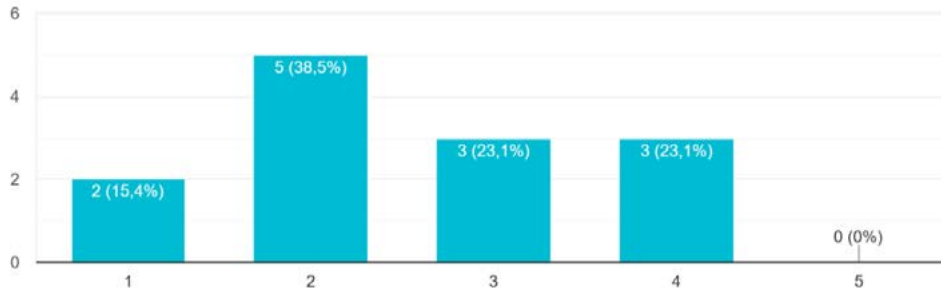


1=Helemaal akkoord; 5=Helemaal niet akkoord

Ik zie een meerwaarde in samenwerkingsverband met een rap op stapkantoor. Dit kan een hefboom zijn tot het ontwikkelen van een meer divers aanbod.

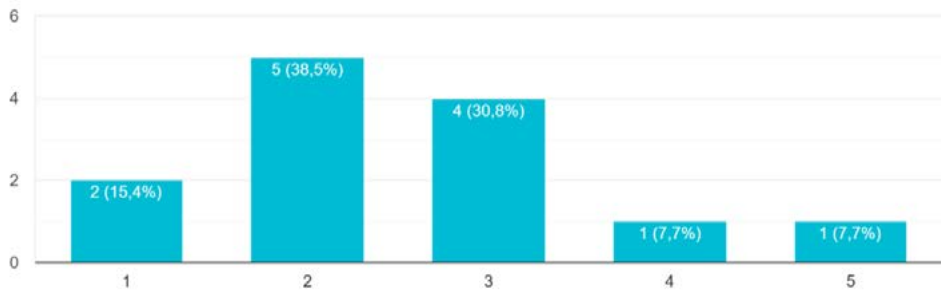


Ik vind dat mijn (koepel) organisatie (indien van toepassing) nog meer kan inzetten op het ontwikkelen van een toeristisch aanbod.



1=Helemaal akkoord; 5=Helemaal niet akkoord

Ik vind dat mijn (koepel) organisatie (indien van toepassing) een inclusieve werking genoemd kan worden.

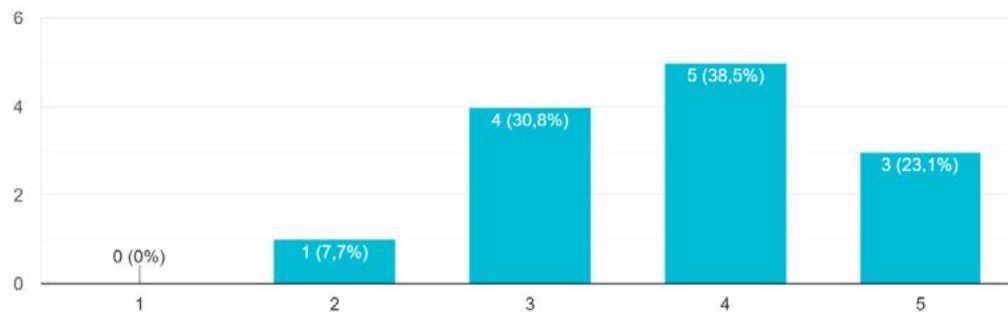


1=Helemaal akkoord; 5=Helemaal niet akkoord

Wat is voor jou een voorwaarde om te kunnen starten met dit thema binnen je organisatie?

Meer vraag hebben van groepen met mindervaliden
Subsidiëring
Open staan voor dit thema en investeren
Voldoende personeelsomkadering om elke vraag met de nodige aandacht te kunnen behandelen.
Meer kennis rond het al dan niet bestaande aanbod.
Wij merken op dat wij niet voorzien zijn op zwaar minder valide personen (ziekenhuisbedden en tilliften die moeten gezet en geleverd worden) moeilijk organiseerbaar zijn. Verder is het bij tegenvallend weer een minder-positieve ervaring voor de zwaar beperkte personen ook.
voldoende communicatie

Zie je het als realistisch om na een ondersteuningstraject te experimenteren met samenwerkingsverbanden met een rap op stapkantoor?



1=Helemaal akkoord; 5=Helemaal niet akkoord

4. Inzichten uit vorig onderzoek rond zorgtoerisme/toegankelijk toerisme.

- Inclusief waar het kan, categoriaal waar nodig. Nood aan ontwikkeling van een tweesporenbeleid¹³
- Nood aan uitbouw op maat van individuele toeristen en jongeren, de meerderheid van de initiatieven richten zich op groepen en op ouderen.
- Evenwichtige uitbouw van zorg en vakantie
- Nood aan wisselwerking/ structurele samenwerking tussen zorgsector en toeristische sector¹⁴
- Nood aan een coördinerende tussenpartij die het hele zorgproces voorbereidt en opvolgt.
- Voorzie flexibiliteit naar kostprijs en zorgaanbod
- Afstemming nodig tussen en coördinatie van thuiszorgdiensten
- Opleiding en ondersteuning van de toeristische sector afgestemd op de noden van de leidinggevend en het personeel
- Nood aan erkenning en visibiliteit van de toeristische ondernemingen die actief inzetten op zorgtoerisme.
- Aandacht voor de volledige toeristische ervaring.
- Marketing initiatieven om zorgtoerisme verder te promoten.
- Vrijwilligers maken het verschil.
- Nood aan aandacht voor structurele- en omgevingsbelemmeringen¹⁵:
 - » Fysieke toegankelijkheid van de infrastructuur (ook transport, omgeving, bezienswaardigheden, attracties,...)
 - » Financiële kostplaatje (een aanzienlijk deel van de doelgroep heeft het moeilijk of is niet in de mogelijkheid om op vakantie te gaan omwille van het kostenplaatje)
- Nood aan aandacht voor interactieve belemmeringen (tussen de toerist en de toeristische industrie):
 - » Inzetten op een positieve attitude, communicatie en dienstverlening.
 - » Correcte informatie verschaffen aan de reizigers.
 - » Gebruik maken van een centraal loket/ infopunt dat bekend is bij de doelgroep.
- Intrinsieke belemmeringen (bij de vakantieganger zelf), door te weinig kennis of schroom zorgen voor verminderde vakantieparticipatie.
- Vraag en aanbod weten elkaar niet gemakkelijk te vinden.
- Gevoel heerst dat een volledig aangepaste vakantie een pak duurder is dan gewone vakanties of dat die gewoonweg niet bestaat. ¹⁶
- De voornaamste meerkosten voor de vakantieganger:
 - » Vervoerskosten
 - » Hulpmiddelen
 - » Begeleiding
 - » Logies
 - » Voorbereiding en organisatie van een vakantie is erg tijdsintensief.
- De doelgroep ervaart Vlaanderen niet als een toegankelijke regio om te reizen.¹⁷
- Nood aan inzetten van mindshift naar Universal Design.
- Blijven aanbieden van subsidies rond toegankelijkheid.

¹³ Zorgvakanties in Vlaanderen, onderzoek naar de mogelijkheden en beperkingen voor de (verdere) uitbouw van zorgvakanties in Vlaanderen, vzw Toegankelijkheidsbureau (2007)

¹⁴ Veerle Cops & Elke Hermans (2018). Zorgtoerisme in Limburg, Universiteit Hasselt.

¹⁵ Esther Sys (2015). Het zal ons een zorg wezen, zorghotels en toegankelijk toerisme. VIVES Expertisecentrum Business Management

¹⁶ Veerle Cops & Elke Hermans (2020). Meerkost van toegankelijkheid en zorgtoerisme, Universiteit Hasselt.

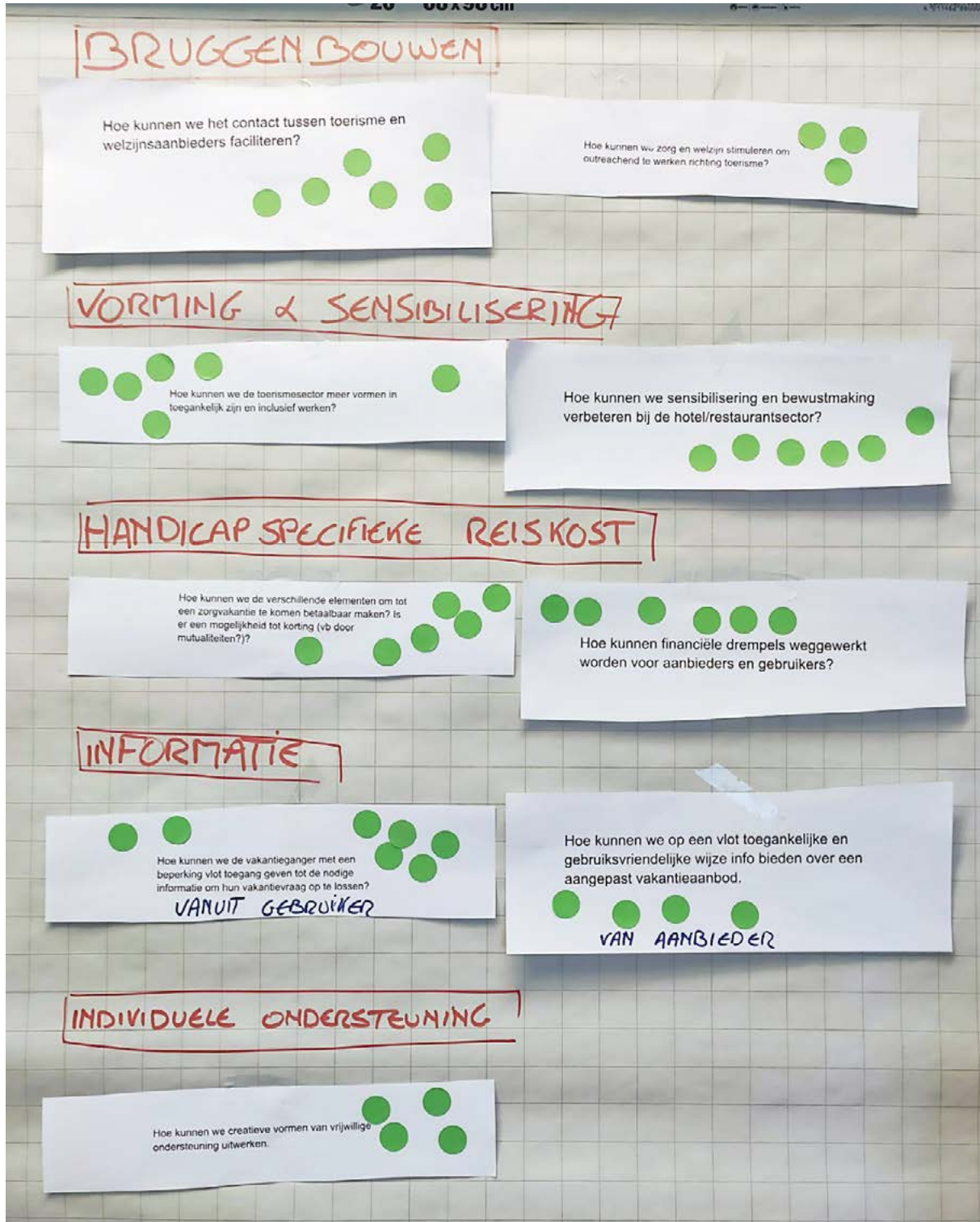
¹⁷ Bevraging Personen met een Beperking, Revabeurs (2019)

BIJLAGE C

Tabel C.1: Overzicht van de vragen binnen de pijlers fase 2.

INVESTERING	Geselecteerd?
Hoe match je een vrijwilliger aan een ROS cliënt?	
Hoe kunnen financiële drempels weggewerkt worden voor aanbieders en gebruikers?	
Hoe vind je aangepaste activiteiten ter plaatse, breder dan aanbod IVV?	
Hoe verwerf je meer kennis rond beperkingen?	
Hoe kunnen we accommodaties stimuleren om te investeren in zorgondersteuning?	
Hoe kunnen we specifieke financiële ondersteuning voorzien om op vakantie te gaan voor mensen met een extra ondersteuningsnood?	
Hoe kunnen we creatieve vormen van vrijwillige ondersteuning uitwerken.	
BEKENDHEID	Geselecteerd?
Hoe kunnen we informatie over bestaande systemen bij de gebruiker krijgen?	
Hoe kunnen we een platform creëren waar de doelgroep suggesties kwijt kan rond toegankelijkheid?	
Hoe zorg je ervoor dat de mensen met een beperking tot bij jouw kantoor geraken?	
Hoe kunnen we in kaart brengen wat er al is, en dit mogelijk maken?	
Hoe kunnen we op een vlot toegankelijke en gebruiksvriendelijke wijze info bieden over een aangepast vakantieaanbod. (vanuit de aanbieder)	
Hoe kunnen we de vakantieganger met een beperking vlot toegang geven tot de nodige informatie om hun vakantievrage op te lossen?(vanuit gebruiker)	
BEELDVORMING	Geselecteerd?
Hoe kunnen we zorg en welzijn stimuleren om outreachend te werken richting toerisme?	
Hoe kunnen we een uitgewerkt aanbod tot bij de gebruiker brengen en ervoor zorgen dat ze erop kunnen vertrouwen dat er geen drempels zijn?	
Hoe kunnen we de reiziger met een beperking voldoende informeren op voorhand?	
Kunnen we door campagne voeren naar logies en gasten het dogma doorbreken?	
Hoe kunnen we sensibilisering en bewustmaking verbeteren bij de hotel/restaurantsector?	
Hoe kunnen we goede voorbeelden in de picture zetten? Vb. domein polderwind/vaya mundo (4 mooie kamers met hoog-laag bedden)	
INTEGRALE HULP	Geselecteerd?
Hoe kunnen we het contact tussen toerisme en welzijnsaanbieders faciliteren?	
Hoe kunnen we de toerismesector meer vormen in toegankelijk zijn en inclusief werken?	
Hoe kunnen we de verschillende elementen om tot een zorgvakantie te komen betaalbaar maken? Is er een mogelijkheid tot korting (vb door mutualiteiten?)?	
Hoe kunnen we de mobiliteitsproblematiek en -kosten oplossen?	
Hoe kunnen we de noden van de pmb op vakantie op alle vlakken van de keten in kaart brengen?	
Hoe kunnen we voor mensen met een grote zorgvraag een geïntegreerd aanbod voorzien?	

Afbeelding C.1: resultaat van de 'museumoefening' tijdens klankbordgroep 2







COLOFON

VERANTWOORDELIJKE UITGEVER

Peter De Wilde, Toerisme Vlaanderen,
Grasmarkt 61, 1000 Brussel

WETTELIJK DEPOT

D/2024/5635/27

CONTACT

info@iedereenverdientvakantie.be

MEER INFORMATIE

www.toerismevlaanderen.be

COPYRIGHTS

Iedereen Verdient Vakantie, Piet De
Kersgieter, De Dielis en Stad Gent.

Alle rechten voorbehouden. Behoudens
de uitdrukkelijk bij wet bepaalde
uitzonderingen mag niets uit deze
uitgave worden verveelvoudigd,
opgeslagen in een geautomatiseerd
gegevensbestand of openbaar
gemaakt, op welk wijze ook, zonder
de voorafgaande en schriftelijke
toestemming van de uitgever.



TOERISMEVLAANDEREN