



GROOTSCHALIG LUISTEREN: VAKANTIE MOGELIJK MAKEN VOOR IEDEREEN HOE DOEN WE DAT?

NETWERK IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE LUISTERT EN LEERT OP GROTE SCHAAL

IEDEREENVERDIENTVAKANTIE.BE

#haal
jevingers
uitje
oren



Vlaanderen
is toerisme

GROOTSCHALIG LUISTEREN: VAKANTIE MOGELIJK MAKEN VOOR IEDEREEN HOE DOEN WE DAT?

NETWERK IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE LUISTERT EN LEERT OP GROTE SCHAAL

ONDERZOEK Toerisme steunt op levende wortels. In Vlaanderen is vakantie een basisrecht voor iedereen. Er is geloof in de positieve effecten van vakantie en de wens dat iedereen die kan ervaren. Iemand die zich goed voelt in zijn vel, heeft meer kracht om iets moois van zijn of haar leven te maken. Iemand die zich gewaardeerd voelt, krijgt vertrouwen in andere mensen en kijkt positief naar de samenleving. De ervaring van vakantie draagt bij aan je goed voelen in je vel en openstaan voor wie en wat anders is. Het geeft je zin om te ontdekken en te leren, om tijd te zoeken zodat je relaties met familie, vrienden en andere mensen kan verdiepen. Kwaliteitsvolle vakanties in ieders bereik brengen, is investeren in het welzijn van mensen, bijdragen aan de open blik van toekomstige generaties en helpen om onze samenleving warm, gezond, inclusief en solidair te maken.

De opdracht van Toerisme Vlaanderen is vakantie toegankelijk maken voor mensen die drempels ervaren. Hiervoor werd 'Steunpunt Vakantieparticipatie' in het leven geroepen. Om dat goed te kunnen doen, is het nodig te begrijpen wat er al werkt, en waar het soms niet werkt. Dat leren we niet alleen uit cijfers. Daar hebben we veel verhalen voor nodig. We willen zichtbaar maken wat voorbij het meetbare ligt. Wat zijn de ervaringen die begeleiders, vakantiegangers en toeristische aanbieders meemaken? Welke momenten maakten een verschil? We horen heel verschillende en allemaal persoonlijke ervaringen. Uit die veelheid willen we leren. Daarom sprokkelden we 1004 ervaringen die ons samen een gevarieerd en bijzonder boeiend beeld geven over hoe wij in Vlaanderen vakantie mogelijk maken voor elkaar.

Met wat we uit dit mooie grootschalig luisteronderzoek leerden, kunnen we versterken wat al goed werkt, en initiatieven nemen waar dingen nog beter kunnen. Samen met onze meer dan 2000 partners vanzelfsprekend. Want mooie verhalen, daar doen we het voor. En de moeilijke: daar werken we geboeid en vastberaden aan.

Marianne Schapmans,
Directeur Steunpunt Vakantieparticipatie, Toerisme Vlaanderen



7 NETWERK IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE

11 GROOTSCHALIG LUISTEREN:
LEREN UIT VERHALEN

31 WAT LEERDEN WE:
9 THEMA'S

57 REFLECTIE
OVER 9 THEMA'S

65 CONCLUSIE

INDEX





VOORAF In het kader van het sociaal toerisme streeft de **beleidsnota van 2014-2019** van minister van Toerisme, Ben Weyts, ernaar om toerisme binnen het bereik van elke Vlaming te brengen. De minister wil een aanbod voorzien voor elke leeftijd, voor elke beurs, voor elke Vlaming, met of zonder beperking. Naast een reeds bestaande doelgroepfocus, werden meer feitelijke drempels onderzocht, gedetecteerd en in kaart gebracht. Het Steunpunt Vakantieparticipatie nam deze specifieke opdracht voor haar rekening en vond een oplossing voor het **geïntegreerd aanpakken van alle mogelijke vakantie drempels** voor Vlamingen. Vandaar ook de naamsverandering in 2018 naar Iedereen Verdient Vakantie.

Maatschappelijke uitdagingen zoals armoede, integratie, sociale uitsluiting, eenzaamheid, inclusie, vergrijzing en gezondheidszorg zijn vaak zo complex dat één organisatie of beleidsdomein ze niet in haar eentje kan aanpakken. Het zijn ingewikkelde vraagstukken die de kennis en kracht van een volledige maatschappij nodig hebben. Een deugddoende vakantie of een fijne daguitstap met het gezin is geen mirakeloplossing om uit armoede of sociaal isolement te geraken. Het is wel een stap in de goede richting en een deel van het antwoord. Vakantie schept een ruimte voor mensen wiens levenssituatie precair en vaak zwaar om dragen is.





**“Iedereen Verdient Vakantie:
een uniek concept
in Europa.**

NETWERK IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE

Begin 2000 stelden de overheid en haar partners vast dat vakantie niet in het bereik lag van alle Vlamingen. Daartoe 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 en ook mensen met een RVV-statuut (rechthebbenden op de verhoogde verzekeringstegemoetkoming; het vroegere OMNIO-statuut) komen in aanmerking. Sinds 2014 gaat dit netwerk ook met andere dan de financiële drempel aan de slag.

Het Steunpunt Vakantieparticipatie 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 geen klassieke overheidsdienst of loket, het is een **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 de Vlaming en alle partners. De dienstverlening gebeurt op maat, maar is geen hulpverlening. Sociale organisaties kennen de mensen die op vakantie of daguitstap willen en kunnen hun situatie inschatten. Een vakantieganger moet voor een vakantieaanvraag niet opnieuw zijn verhaal doen of inkomsten aantonen. Er is vertrouwen in de sociale organisaties 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,.... Het Steunpunt Vakantieparticipatie vormt een netwerk en werkt samen met meer dan 1.800 **sociale organisaties** in Vlaanderen:

“Het is het uniek samenspel van 1800 sociale lidorganisaties en meer dan 600 toeristische partners dat vakantie mogelijk maakt, ook als het moeilijk is.

Het netwerk “iedereen verdient vakantie” bereikte 166.779 vakantiegangers voor een daguitstap of vakantie in 2018.

OCMW 's, vrijwilligersorganisaties en verenigingen die een brede waaier aan doelgroepen bereiken. Deze organisaties communiceren over het aanbod met mogelijke vakantiegangers in hun klantengroep of ledenbestand via vakantieguidsen en www.iedereenverdientvakantie.be.

Om het recht op vakantie kracht bij te zetten en meer lokaal aanwezig te zijn op de werkvloer, werd er de laatste jaren ook sterk ingezet op het opstarten en uitbouwen van **Rap-Op-Stapkantoren**. In deze lokale reisbureaus voor mensen die een financiële drempel ervaren, is het erg makkelijk om binnen te springen zonder er een stigmatiserend gevoel aan over te houden. De inrichting van deze kantoortjes gebeurt grotendeels met de hulp van verschillende organisaties 'te veld' en de kantoren worden vaak gerund door vrijwilligers. Reeds vanaf het begin van de uitbouw van deze kantoren, blijken ze een groot succes voor de doelgroep.

De **toeristische partners** uit ons 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, promotie en bemiddeling.

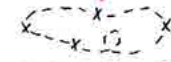
Hoe werkt het?

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



ZOVEEL VAKANTIEPLANNEN

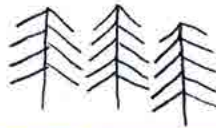
HET AANBOD VOORZIET IN KORTE, LANGE, GROEPS- EN INDIVIDUELE VAKANTIES. VOOR ELK WAT WILS!



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

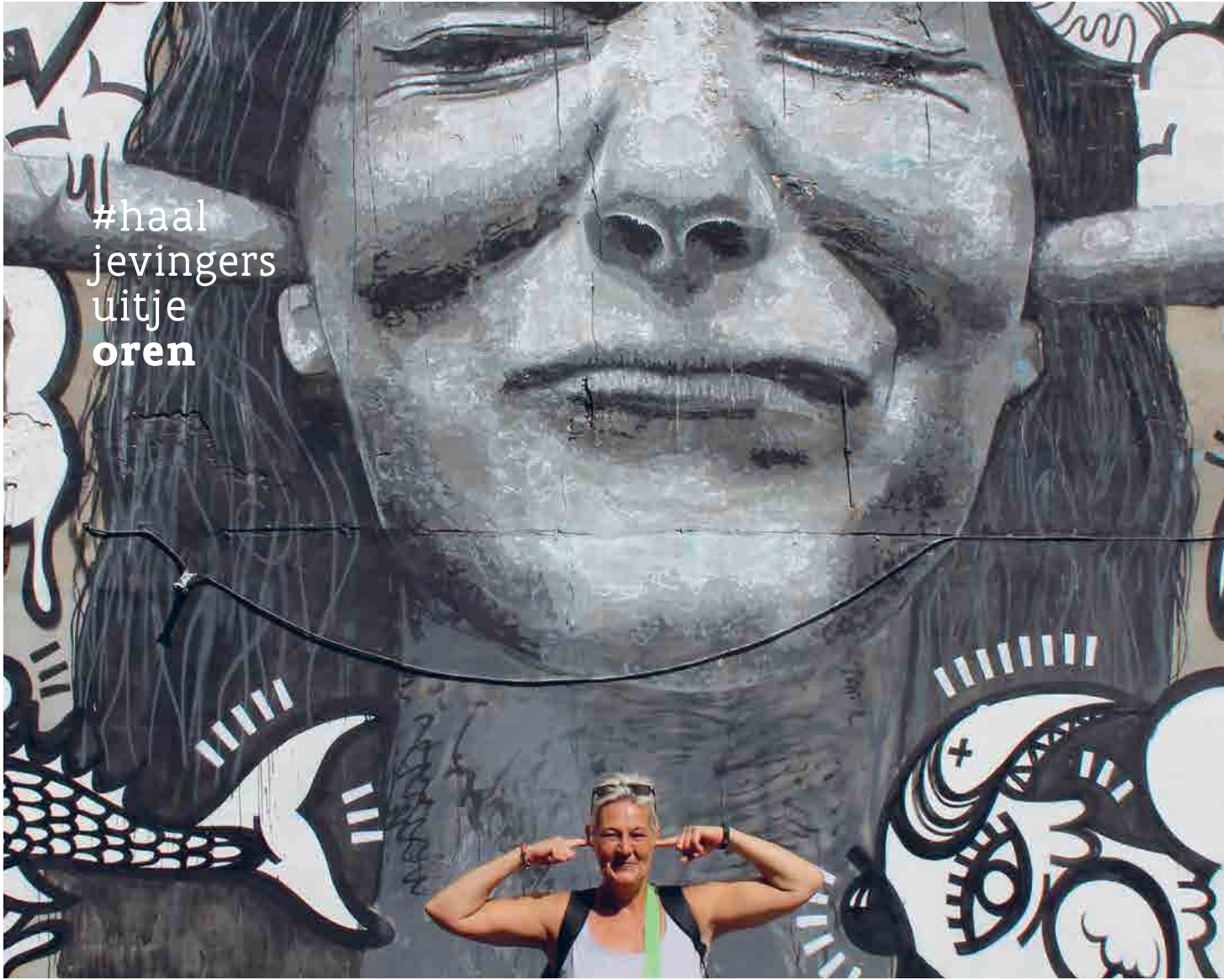


DE MEER DAN 1800 SOCIALE ORGANISATIES MATCHEN DE JUISTE VAKANTIE AAN DE GEZINNEN EN MENSEN DIE HET NODIG HEBBEN.

WEST-VLAANDEREN
OOST-VLAANDEREN
ANTWERPEN
LIMBURG
VLAAMS-BRABANT

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





#haal
jevingers
uitje
oren

“SenseMaker brengt de stem
van alle mensen gelijkwaardig
naar boven. Ook de stemmen die
niet vaak worden gehoord.



GROOTSCHALIG LUISTEREN: LEREN UIT VERHALEN

Toerisme toegankelijk maken voor mensen die vakantiedrempels ervaren. Om daarin te kunnen slagen, is het belangrijk om goed te begrijpen wat werkt en wat beter kan. Dat leren we niet alleen uit cijfers. Daar hebben we veel context en verhalen voor nodig. Praktijken die werken, zullen we versterken. Wat mensen dwarszit, kunnen we creatief aanpakken.

De ervaringen van vakantiegangers, vakantiebegeleiders, sociale organisaties en toeristische aanbieders zijn cruciaal. Ervaringen worden moeilijk zichtbaar in standaardonderzoeken. Feiten en cijfers zeggen ons niet alles over de beleving van mensen, meningen zijn al gauw gekleurd. Daarom kozen we ervoor om heel veel verhalen op te halen bij onze partners en vakantiegangers. Aan hen vroegen we: welke momenten maken een verschil in het ervaren van vakantiekanalen?

Om ons onderzoek te doen, kozen we voor de **narratieve onderzoeksmethode 'SenseMaker'**. Het luisteronderzoek werd grotendeels uitgevoerd door vrijwillige 'Oren', die honderden verhalen beluisterden en noteerden.

Mensen vertellen grote en kleine verhalen: over de valies die ze mochten lenen, de buurvrouw die een lift gaf naar het station, dat bijzondere accent of speciale aandacht die het vakantieverblijf voorziet. We horen heel verschillende en allemaal persoonlijke ervaringen. Uit die veelheid willen we leren.

METHODE SENSEMAKER

SenseMaker is een leergerichte monitoring- en evaluatiemethode die vertrekt vanuit de verhalen en ervaringen van mensen. De methode wordt gebruikt in onderzoek, leertrajecten, opvolging en impact assessment voor complexe veranderingsprocessen.

Deze manier van onderzoeken geeft mensen echt een stem. Je krijgt snel inzicht in wat er leeft in een bepaalde groep of systeem. De methode genereert informatie over zaken die vaak moeilijker te meten zijn met gewone vragenlijsten zoals gedrag, drijfveren, waarden, percepties en achterliggende dynamieken.

WAT IS SENSEMAKER?

Sensemaker verzamelt micro-verhalen

SenseMaker is gebaseerd op het verzamelen van een groot aantal verhalen (500-3000) die onmiddellijk door de verhalenvertellers zelf worden geïnterpreteerd.

“Wat zijn de ervaringen van sociale organisaties, vakantiegangers en toeristische partners?”

- Verhalen worden begrepen als 'micro-narratives'. Dit zijn beschrijvingen van ervaringen, anekdotes, momenten, situaties,... die mensen hebben meegemaakt. Deze mini-verhalen worden verwoord zoals je ze zou delen op kantoor, op straat, in de lift, op de bus,... met vrienden, familie of burens.
- We zijn hier niet op zoek naar goed geconstrueerde verhalen die een bepaald punt willen maken of een strakke verhaallijn volgen. SenseMaker verzamelt ervaringsfragmenten van heel veel mensen.
- Het is de veelheid (aantal) en de veelzijdigheid in ervaringen en perspectieven die ons in staat stellen om patronen te herkennen in de thema's of doelgroepen die we onderzoeken. Zoals oosterse tapijten of fresco's fijnere patronen en meer detail genereren als er meer draadjes worden gebruikt, zal de realiteit zich bij SenseMaker beter aftekenen als we meer ervaringsfragmenten kunnen verzamelen.

Verhalenvertellers geven zelf betekenis

Bij de meeste kwalitatieve onderzoeksmethodes geven de onderzoekers betekenis aan de getuigenissen die ze verzamelen. In deze methode doen de verhalenvertellers dat zelf. Ze doen dat door een reeks van vragen te beantwoorden over hun ervaring of anekdote. Op die manier kunnen we ook begrijpen wat zich afspeelde in de context of onderliggende lagen van de ervaring: gevoel, dynamiek, waarden, situatie, betrokkenen,...

Iedereen gelijkwaardig aan het woord

SenseMaker brengt de stem van alle mensen gelijkwaardig naar boven. Ook de stemmen die niet vaak worden gehoord, zijn evenwaardig van tel. Het brengt letterlijk de stem van iedereen naar boven en 'leest' een systeem van binnenuit.

Patronen ontdekken

In onderzoek dat gebaseerd is op verhalen, is het vaak moeilijk om patronen te ontdekken in de verhalen zelf. Doordat de verhalenvertellers zelf hun verhaal interpreteren, worden die patronen wel zichtbaar. Daardoor krijgen we inzicht in onderliggende waarden, drijfveren, gevoelens, dynamieken, etc.

Met andere woorden: De interpretatie door de vertellers voegt nieuwe betekenis toe aan de verhalen. De tekst van de mini-verhalen geeft bijkomende verhalende en kwalitatieve informatie voor de patronen die zich aftekenen.

GEBRUIK VAN SENSEMAKER

SenseMaker kan exploratief of evaluatief worden gebruikt. Met een exploratief proces proberen we via de verhalen te begrijpen wat er leeft bij mensen, wat ze denken, welke dynamieken zich afspelen, wat hen drijft, welke uitdagingen ze ondervinden, etc. Vaak komt het ook neer op het letterlijk begrijpen van het soort verhalen dat mensen vertellen over een bepaald thema.

Indien SenseMaker evaluatief wordt gebruikt, probeert men via de verhalen en bijkomende vragen feedback te krijgen rond bepaalde interventies of thema's, bijvoorbeeld een tevredenheidsanalyse, effectenanalyse bij mensen na een training of een bepaalde interventie.

Het leertraject 'Grootschalig luisteren', zit duidelijk in de **exploratieve sfeer**.



“Verhalen verzamelen vergt zorg en aandacht, vooral wanneer het gaat om mensen in een maatschappelijk kwetsbare positie.

VERHALEN SPROKKELLEN IN 9 FASES

FASE 1

Ontwerp Sensemaker bevraging

FASE 2

Testing vragenlijst
Forum Vakantieparticipatie 2016

FASE 3

Opleidingstweedaagse verhalenprokkelaars
We noemen de verhalenprokkelaars onze 'oren'

FASE 4

Sessies facilitatoren

FASE 5

Terugkomdag oven
en factilitatoren

FASE 6

Analyse van de verhalen
en patronen

FASE 7

Conferentie met de eerste resultaten



RESULTATEN: 9 THEMA'S
Wat leerden we uit de verhalen?

FASE 8

Forum Vakantieparticipatie 2017

FASE 9

Volgende stappen

We staan stil bij enkele stappen van het proces die we graag uitgebreider toelichten, zodat de lezer het unieke karakter van onze aanpak beter kan begrijpen. Dit onderzoek gaat een stap verder dan een louter kwalitatief onderzoek. Verhalen verzamelen en analyseren vraagt immers extra zorg en aandacht, vooral wanneer het gaat om mensen in een maatschappelijke kwetsbare positie.

ONTWERP VAN BEVRAGING

Met een exploratief proces proberen we via de verhalen te begrijpen wat er leeft bij mensen, wat ze denken, welke dynamieken zich

afspelen, wat hen drijft, welke uitdagingen ze ondervinden, etc. Vaak komt het er ook neer om letterlijk te begrijpen welk soort verhalen mensen vertellen over een bepaald thema.

We gingen op zoek naar wat we willen begrijpen, naar de vragen waar we zelf geen antwoord op weten. Een exploratie van onze eigen nieuwsgierigheid, naar wat kan helpen om de kracht, het mechanisme van het netwerk 'Iedereen Verdient Vakantie' beter te begrijpen.

CENTRALE VRAAG GROOTSCHALIG LUISTEREN

We formuleerden een centrale vraag. Die vraag werd aangepast voor vakantiegangers en vakantiemogelijkmakers.

De vraag die we stelden aan vakantiegangers:

- Denk aan een moment/ervaring waarin jij wel of niet kon bijdragen aan vakantiekanen voor anderen.
- Denk aan een moment/ervaring waarin vakantie wel of niet werd mogelijk gemaakt voor jezelf of voor jouw familie.

De vraag die we stelden aan vakantie-aanbieders, sociale organisaties en sympathisanten:

- Denk aan een moment/ervaring waarin jij wel of niet kon bijdragen aan vakantiekanen voor anderen.

VIER TYPE VRAGEN

Er werd gebruik gemaakt van vier typen vragen. Deze werden door de verhalenverteller beantwoord om meer betekenis te geven aan de verhalen.

1: Multi-choice vragen

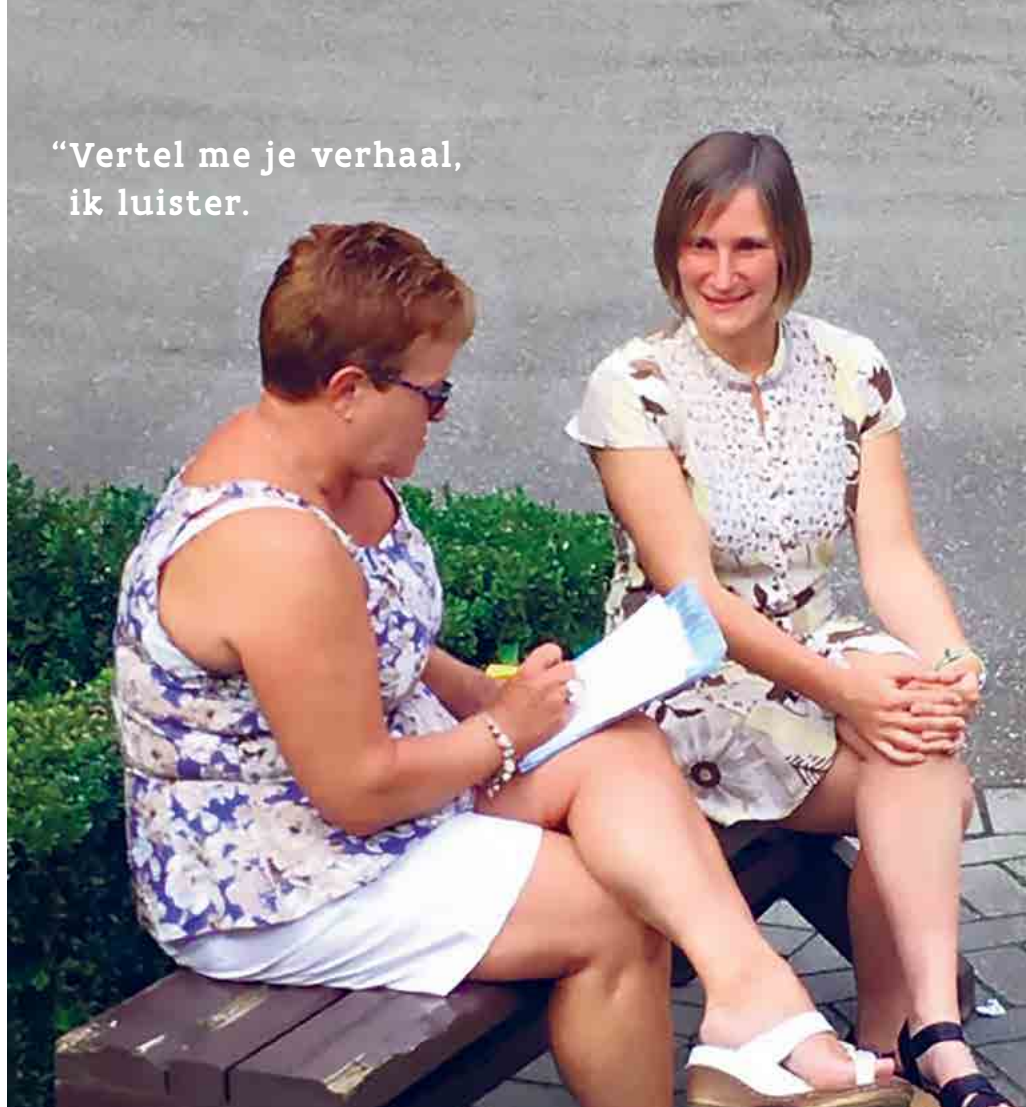
Meerkeuzevragen polsen naar eenvoudig omschreven waarden. Ze zijn nuttig om de verhalen te 'taggen' (een label geven). Op die manier kan je die verhalen tijdens de analyse categoriseren en bijgevolg als zoekfilter gebruiken. Zo kunnen we bijvoorbeeld snel verhalen detecteren en lezen die mensen 'blij' of 'verdrietig' maken, verhalen die over 'drempels' gaan of verhalen die bijna nooit voorkomen. (zie voorbeeld op volgende pagina)

2: Driehoekvragen (triads)

De driehoeksvragen geven de respondenten de mogelijkheid om bewust een genuanceerd antwoord te geven tussen 3 antwoordopties. Hoe dichter we de 'bal' verplaatsten naar één bepaalde hoek, hoe meer gewicht we deze optie geven en bijgevolg minder gewicht aan de andere antwoordopties. De hoekpunten werken als het ware als magneten op de 'bal'. Het antwoord op de vraag is dus niet enkel beperkt tot 1 optie.



“Vertel me je verhaal,
ik luister.”



Onderzoeksvraag

VAKANTIEGANGERS KIEZEN WELKE VAN DE TWEE VRAGEN ZE BEANTWOORDEN

- Denk aan een moment/ervaring waarin jij wel of niet kon bijdragen aan vakantiekansen voor anderen.
- Denk aan een moment/ervaring waarin vakantie wel of niet werd mogelijk gemaakt voor jezelf of voor jouw familie.

VAKANTIE-AANBIEDERS/ SOCIALE ORGANISATIES/ SYMPATHISANTEN

BEANTWOORDEN DEZE VRAAG

- Denk aan een moment/ervaring waarin jij wel of niet kon bijdragen aan vakantiekansen voor anderen.

De veelheid aan antwoorden via de verschillende verhalen zijn de basis voor de visualisatie van de patronen (zie verder).

3: Veldvragen

Bij deze veldvraag kan je verschillende aspecten positioneren in een X-Y veld. In dit geval kunnen actoren binnen het veld geplaatst worden om aan te geven hoeveel interesse en hoeveel invloed ze kunnen uitoefenen om de situatie in het verhaal te verbeteren.

Gezien de complexiteit van de oefeningen werd er voor gekozen om slechts één dergelijke vraag toe te voegen.

4: Lijnvragen (sliders/dyads)

Bij de lijnvragen kan men een genuanceerd antwoord geven tussen twee extreme antwoorden. Ergens op het spectrum geef je aan waar jouw antwoord past. Je moet dus niet kiezen tussen één van de twee antwoorden.

VOORBEELD van een multi-choice vraag

7. De uitdagingen in mijn verhaal gingen voornamelijk over ... (max. 2 keuzes)

- Een aangepast vakantieprogramma
- Een betaalbare vakantie
- Een aangepast verblijf
- Een begeleiding op maat
- Het vinden van reisgezelschap
- De praktische organisatie van een vakantie
- Mobiliteit
- Andere
- Er zijn geen uitdagingen

Andere :

8. Hoe vaak komt de situatie in jouw verhaal voor in de maatschappij? (max. 1 keuze)

- komt heel veel voor
- komt regelmatig voor
- komt af en toe eens voor
- komt zelden voor
- komt bijna nooit voor

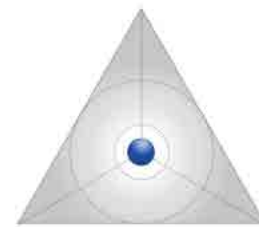
9. Mijn verhaal is ... (max. 1 keuze)

- Heel negatief
- Negatief
- Neutraal
- Positief
- Heel Positief

VOORBEELD van een driehoeksvraag (triads)

14. Door de situatie in mijn verhaal hebben mensen meer ...

het gevoel erbij te horen



zelfvertrouwen

vriendschap

Niet van toepassing

VOORBEELD van een veldvraag

20. Welke personen/instaties zie ik als belangrijk/minder belangrijk om de situatie van mijn verhaal te verbeteren of te verscherpen?

Zet de cijfers in het vlak waar ze volgens jou thuishoren. Je hoeft enkel die cijfers die belangrijk zijn voor jouw verhaal te gebruiken.

- 1 Mezelf
- 2 Mijn organisatie
- 3 Steunpunt Vakantieparticipatie
- 4 Sociale sector
- 5 Toeristische sector
- 6 Vervoersektor
- 7 Overheid



VOORBEELD van een lijnvraag (sliders/dyads)

Verkeep de bal naar een positie op de lijn tussen twee uiterste antwoorden. Hoe dicht je de bal naar een kant zet, hoe belangrijker je het woord aan die kant vindt, en dus hoe minder het woord aan de andere kant. Zet je de bal in het midden, dan zijn beide woorden even belangrijk in je verhaal. Als je geen antwoord kunt geven, kruis dan 'niet van toepassing' aan.

21. De situatie in mijn verhaal kwam tot stand door een ...

persoonlijk initiatief gemeenschappelijk initiatief

Niet van toepassing

22. De mensen in mijn verhaal ...

doen zoals ze het gewoonlijk doen gaan tegen de stroom in

Niet van toepassing

Patrick Vandenberghe is beleidsadviseur communicatie en gedragsinzichten bij het Departement Kanselarij en Bestuur van de Vlaamse Overheid. Dat departement is een expertisecentrum voor hoe de Vlaamse Overheid beter beleid kan maken, en heeft onder andere als taak: expertise delen over vernieuwende vormen van beleid, participatie en coördinatie om complexe maatschappelijke uitdagingen aan te pakken.

Patrick: ‘Tijdens het Forum Vakantieparticipatie 2017 zag ik de resultaten van het luisteronderzoek en een korte demo van de tool SenseMaker. Toen zag ik: hier timmert Toerisme Vlaanderen echt op lange termijn aan de weg. Heel geduldig en taai volhoudend, eerst de fundering, dan een verdiep, dan nog een verdiep. Maar ze luisteren ook naar mensen en die voelen zich daardoor gewaardeerd. Dus creëert Toerisme Vlaanderen ook warmte in de samenleving, en meer respect of krediet voor de overheid als merk. Alles kwam samen en ik werd er intens blij van. Dat gevoel was sterk genoeg om te besluiten: ‘dit wil ik verder uitdragen bij de Vlaamse overheid.’

Patrick: ‘De bottom-line is dat ik hier een overheidsdienst aan het werk zie die z’n doelstellingen rond armoede en kansengroepen niet zomaar top down afhandelt, maar ervoor kiest om uit de mond van de mensen zelf te horen wat er nodig is. En daar een structuur voor op poten zet die na verloop van tijd rendeert. Hierbij wordt écht luisteren naar verhalen van mensen gecombineerd met een stevige analyse van die verhalen. De positieve verhalen kunnen je inspireren, en uit de negatieve verhalen kan je leren. Trouwens: dat Vakantieparticipatie daarvoor een netwerk met vrijwillige ‘Oren’ heeft opgezet is schitterend. Wat een geschenk om mensen te empoweren!

En dan ook: dit is niet het resultaat van zo’n typisch groot allesomvattend plan dat in Brussel werd bedacht en dan hup, uitrollen die handel. Dat frappeerde me echt: ze hebben het aangedurfd te experimenteren met verhalen.



“Zo creëert Toerisme Vlaanderen warmte in de samenleving en meer respect of krediet.

Ze luisteren naar mensen en die voelen zich daardoor meer gewaardeerd.

DE VERHALENSPROKKELAARS: DE OREN

Na de eerste test van de vragenlijst op het Forum Vakantieparticipatie 2016 werd duidelijk dat grootschalig luisteren maar mogelijk was als we inspanningen zouden doen 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.

Om dat mogelijk te maken, engageerden we 'Oren': mensen die in het netwerk van Iedereen Verdient Vakantie al toonden dat ze zich actief willen inzetten om het recht op vakantie mee waar te maken. We lanceerden de vraag in ons netwerk en spraken mensen

persoonlijk aan. Hun opdracht: doe 10 tot 15 luistergesprekken met mensen die je kunt bereiken in jouw omgeving en met wie je van gedachten wil wisselen over hoe wij in Vlaanderen vakantie mogelijk maken voor elkaar.

Een 25-tal mensen reageerden enthousiast op onze vraag. Hun bereidheid om in een periode van april tot oktober 2017 op pad te gaan en verhalen te sprokkelen, werd uiteindelijk één van de belangrijkste elementen die bijdroeg tot het behalen van onze vooropgestelde resultaten. Van de 1000 ingestuurde verhalen werden er ruim 600 ingebracht door de Oren. Dit mooie resultaat is het gevolg van een zorgzaam proces van verbinden, aanmoedigen en betrekken.



PROCES

Team vormen en opleiding

De vrijwillige Oren werden uitgenodigd voor een tweedaagse ontmoeting in een omgeving die het vakantiegevoel naar boven bracht. We besteedden veel aandacht aan kennismaking en groepsvorming. Het opleidingsgedeelte omvatte:

- Kennismaking met het grootschalig luisteronderzoek
- Oefenen in vraaggesprekken waarin de waardigheid van de beluisterde persoon centraal staat.
- Kennismaken en leren gebruiken van de online-tool van SenseMaker
- Nadenken over welke contacten ze wilden leggen met mensen in hun omgeving om verhalen te gaan beluisteren.
- Afspraken maken

We organiseerden de tweedaagse opleiding twee keer, telkens voor een groep van maximaal 14 deelnemers.

Aanmoediging en ondersteuning van de oren

Twee deelnemers van de eerste opleiding namen het voortouw in de coaching en ondersteuning van de Oren.

Ze zetten een Facebookgroep op waardoor de verbondenheid ook na de opleiding nog voelbaar was. Alle Oren werden af en toe opgebeld om te luisteren of ze goed op weg waren, waar het moeilijk ging en welke hulp ze graag zouden hebben.

Vanuit het team van Iedereen Verdient Vakantie werden extra luistergelegenheden gecreëerd (onder meer via de Vakantietoer juni-oktober 2017 en het Forum 2017) en werden de Oren ondersteund met de aanlevering van materialen zoals interviewleidraden.

Tussentijdse samenkomst met de Oren

Halverwege het luisterproces kwamen de Oren samen. Gedurende een dag vertelden ze elkaar verhalen over hun ervaringen en konden ze met hun leervragen bij elkaar terecht. Die ervaringsuitwisseling hielp hen om hun eigen luisterpraktijk te verdiepen en wakkerde het enthousiasme aan. Tijdens die sessie kregen de Oren ook een beeld van de tussentijdse resultaten van het onderzoek en gingen ze met elkaar in gesprek over de betekenissen van wat daarin aan thema's en zorgen naar de oppervlakte kwam.

Gesprekmethoden die de ander 'onderdrukken' Vermijd...

- Oordelen en evalueren
- Veronderstellen dat je 't begrijpt
- Herstellen, problemen oplossen, tussenkomen
- Het probleem 'in' de persoon plaatsen ('ik ben...')
- Advies geven en herkaderen
- Neutraal blijven
- Weten over
- Onwetendheid over de macht van kennis
- Bevestigen, applaus geven

Deze praktijken ontstaan wanneer je veronderstelt dat jij dingen weet over mensen die ze niet over zichzelf weten

Gesprekmethoden die de ander 'bevrijden' Wees uitgenodigd om...

- Zorgzaam nieuwsgierig zijn
- Vragen stellen waarvan je het antwoord niet weet via het gebruiken van de woordenschat van de verteller
- Verhef de verteller tot primair auteur van zijn verhaal
- Scheid het probleem van de persoon: maak het een 'het'
- Genereus luisteren en open zijn om zelf verrast en veranderd te worden
- Sta naast de verteller, als jouw medereiziger
- Samen kennis maken
- De-construeer de macht van kennis
- Deel je reflecties en de geschenken die je uit het gesprek mocht ontvangen

Deze praktijken ontstaan vanuit een houding van niet-weten over de ander met een diepe waardering voor hun uniek zijn

Conferentie met de Oren

Bij afronding van het onderzoek, en na eerste analyse van de resultaten, kwamen de Oren opnieuw samen om een dag lang samen kennis te maken met de resultaten. Ze ontdekten patronen in de resultaten en onderbouwden die met hun verhalen en reflecties. Ze gaven ons belangrijke richtingen aan die ons hielpen bij de verdere interpretatie van de verhalen. Deze conferentiedag zette de inhoudelijke toon scherp voor de uiteindelijke diepgaande analyse van de resultaten.

Forum 2017

Tijdens het forum 2017 kregen de Oren een prominente plek in de organisatie. Wie wilde, kon een taak opnemen in onthaal, het beluisteren van verhalen in de 'Verbind je Verhaal' stand, enz. Twee vrijwilligers vertelden over hun ervaringen op het podium. Een derde Oor vertelde enkele van de ontdekte verhalen voor het publiek.

“Afzonderlijke verhalen. En toch verbonden.

Het is in de verbinding
dat we de resultaten niet mogen
isoleren.

GRONDVESTEN GROOTSCHALIG LUISTEREN

Openingswoord Conferentie Grootschalig Luisteren, oktober 2017
'Zonder kleine verhalen, kan het grote niet bestaan.'

Er bestaat een netwerk van partners die iets afgesproken hebben. 2200 partners en een veelvoud van mensen zijn het erover eens dat iedereen vakantie verdient. Dat vakantie goed is voor lichaam en geest en dat iedereen van deze weldadige effecten mag genieten. Buurtwerkers, hotel en logies eigenaars, maatschappelijk werkers, musea en attracties, vrijwilligers en beroepskrachten.... ze zijn het er over eens en stapten in het netwerk.

Het is een netwerk dat bestaat. We zien vanalles gebeuren, maar je kan dat netwerk niet vastpakken. Er bestaat geen foto, het is onzichtbaar en zichtbaar tegelijk.

De voorbije maanden legden we ons oor te luister in dit omvangrijke netwerk. Iedereen Verdient Vakantie, hoe wordt het mogelijk gemaakt? Of net niet mogelijk gemaakt? We sprokkelde 1004 kleine verhalen, allemaal relevant, want zonder de kleine verhalen is er geen groot verhaal. Het is een schat van inzichten en boodschappen die ons helpen begrijpen. Afzonderlijke verhalen en toch verbonden. Het is in de verbinding dat we resultaten niet mogen isoleren.

Hoe is het toch mogelijk dat er zoveel mooie dingen ontstaan in dit netwerk? Het is zoals het verhaal van het zaadje en de boom. Het zaadje alleen beschikt niet over alle bronmateriaal om een boom te doen groeien. Maar dat zaadje levert een cruciale bijdrage, het is de plek, het punt, de locus van waaruit de boom zich vormt. Het zaadje organiseert wonderwel het groeiproces, het trekt water en voedingsstoffen naar zich toe.

Het zaadje is de toegangspoort waardoor de toekomstmogelijkheid van een boom zichtbaar tevoorschijn komt.

Elk verhaal is een toegangspoort waardoor de toekomst van een wereld waar vakantie mogelijk is voor iedereen te voorschijn komt. Elk verhaal is een toegangspoort die ons brengt naar het beter begrijpen van het groter verhaal.

Om onbevangen te kunnen kijken naar al deze verhalen en te kunnen zien, is het nodig om onze geest stil te maken en ons hart te openen.

Het is niet gemakkelijk om onbevangen te kijken, om alle ideeën en patronen die we al jaren kennen even tot stilte aan te manen om zo de wijsheid van het geheel en de wijsheid van ons hart beter te horen. Vaak is wat we zien begrensd door wat we al kennen. Als we ons daar bewust van zijn, creëren we de mogelijkheid om open te staan voor wat zich aandient. Met een frisse en onbevangen blik.

We willen niet bewijzen of weerleggen. We willen leren uit de verhalen, begrijpen waar de schoonheid van dit netwerk ligt. Begrijpen wat er nodig is om vakantie mogelijk te maken.

Ik wil jullie graag uitnodigen om vanuit een onbevangenheid mee deze schat vast te houden en elke verhaal te erkennen als een zaadje waarin de toekomst van een boom tevoorschijn komt.

RESULTATEN

Behalve het feit dat de Oren op een onmisbare manier hebben bijgedragen aan het verzamelen van de vooropgestelde 1000 verhalen, leverde deze keuze onverwachte resultaten op, waarover het team vandaag erg dankbaar is.

1 - GROEIEND NETWERK VAN AMBASSADEURS

Het netwerk van **Ambassadeurs** voor de missie 'Iedereen Verdient Vakantie' is sterk gegroeid.

25 mensen die samen 600 verhalen beluisterden, dat groeide uit tot een diep doorleefde ervaring van het credo Iedereen Verdient Vakantie. Al luisterend ontdekten de Oren dat er al veel goeds gebeurt in Vlaanderen, en tegelijk dat nog teveel mensen niet tot hun vakantie recht komen. In de samenkomsten met Oren werd daarover het engagement – en soms de verontwaardiging over weinig zorgzame praktijken – sterk voelbaar.



Hilde Gyselinck, Vrijwillig Oor

Hulpverleners, waar zijn jullie soms toch?

Meer dan 60 keer luisterde Hilde naar verhalen over hoe mensen in Vlaanderen vakantie mogelijk maken voor elkaar. Een geweldige ervaring, zegt ze, een ervaring van hoop, inspiratie en ontroering. Soms eiste verontwaardiging ook z'n plaats. 'Vakantie is een recht,' zegt Hilde, 'maar we kunnen helaas niet zeggen dat alle mensen dezelfde rechten hebben. Er is echt nog werk aan de winkel.' Hilde vindt dat iedereen mag dromen van vakantie, erop mag staan dat er hulp geboden wordt als het niet zonder kan. 'Hulpverleners, waar zijn jullie toch?', vroeg ze zich dikwijls af. Hilde concludeert: 'Of mensen in de praktijk wel of geen toegang hebben tot vakantie, hangt sterk af van wie er luistert naar je (vakantie)vraag.'

Content moeten zijn

'Ik ontmoette trouwens veel mensen die wél recht hebben op de tarieven van Vakantieparticipatie en toch de volle pot betalen. Vaak zijn dat zelfs gezinnen die door God en klein Pierke begeleid worden. Ik merk –helaas– dat in sociale organisaties nog weinig tijd is om mensen zorgzaam te begeleiden in hun vakantie wensen. Informatie wordt gefilterd, mensen krijgen niet alle mogelijkheden te horen, kunnen vaak niet in alle rust zelf de vakantie gidsen bekijken. En ze krijgen meer dan eens te horen dat ze maar content moeten zijn, want het is toch goedkoper.'

60 vakantie verhalen rijker, wil Hilde sociale organisaties uitnodigen om goed te kijken waar mensen recht op hebben en hen kansen te geven om van die rechten gebruik te maken. 'Dat is belangrijk. Omdat vakantie echt nodig is. En omdat ieder mens moet kunnen vertrouwen op een gelijkwaardige behandeling.'



Wendy Van de Cruys, Vrijwillig Oor

Het recht op vakantie: evident maar nog niet verworven

Afgelopen zomer beluisterde Wendy tientallen verhalen over hoe mensen bijdragen tot vakantiekanen van anderen. Ze leende haar oor voor het grootschalig luisteronderzoek van Steunpunt Vakantieparticipatie. Luisterend betrad Wendy een wereld waarin armoede regeert, een wereld waar vakantie niet evident en toch nodig is. Welke verwondering neemt ze uit die ervaring mee? En waar ligt nog werk op de plank om het recht op vakantie voor meer mensen waar te maken?

2. CREDO IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE VERSPREID

Oren vertelden dat ze in tal van gesprekken hoorden dat mensen niet weten van het bestaan van Iedereen Verdient Vakantie. Ze botsten vaak op schuldgevoelens en schaamte van mensen in armoede of mensen met een zorgbehoefte. Doorheen die luistergesprekken hebben Oren ook informatie kunnen geven en mensen kunnen aanmoedigen om verdere stappen te zetten naar de deugddoende beleving van vakantie. Soms maakten ze zelfs ter plekke vakantie mogelijk voor de vertellers.

Het recht op vakantie nog meer bekendmaken!

Wendy: 'Er zijn nog veel mensen die het bestaan van Vakantieparticipatie helemaal niet kennen. Het was voor sommigen een echte shock wanneer ik hen daarover vertelde. 'Hoe is het mogelijk dat niemand me dat ooit vertelde', vroegen ze dan vertwijfeld, soms verontwaardigd. Bij mensen die niet in armoede leven, hoorde ik een gelijkaardige verzuchting. Vaak kennen zij immers mensen in hun omgeving die nooit vakantie kunnen beleven. 'Hoe komt dat toch dat ik dat nog nooit in het straatbeeld heb gezien', vroeg iemand mij. Ik denk dat deze mensen een belangrijke schakel zijn. Als sterke, zorgzame burgers weten wat er mogelijk is, kunnen zij voor kwetsbare mensen in hun omgeving een groot verschil maken.'





Wim Caeyers, OCMW-voorzitter Mol

Rap op Stap in Mol: dit misten we nog

Zondag 25 maart 2018 – Rap op Stap Mol trapt feestelijk af. Het is een logische volgende stap in het inclusieve vrijetijdsbeleid van de gemeente, zegt schepenen en OCMW-voorzitter Wim Caeyens. Met de Molse vrijetijdscheques opende Mol 5 jaar geleden de deuren voor lokale vrijetijdsparticipatie voor mensen die het moeilijker hebben. Vandaag komt daar de deur naar de wereld bij. Het Rap op Stap kantoor zal inwoners met een financiële, mentale of fysieke beperking begeleiden bij het vinden en boeken van een daguitstap of vakantie. Het initiatief wordt actief ondersteund door de adviesraad voor personen met een handicap en draait grotendeels op het engagement van vrijwilligers. Dat laatste blijkt een bewuste keuze.

Geïnspireerd door een goed verhaal

Op een dag in 2017 kreeg Wim bezoek van Marleen Vandecraen, inwoner van Mol en geëngageerd als Oor bij het netwerk Iedereen Verdient Vakantie van Toerisme Vlaanderen. Marleen praatte met de OCMW-voorzitter over vakantie voor mensen in armoede. Wim: 'Ze bracht dat zo enthousiast en doorleefd, dat ik meteen mee op de kar ben gesprongen. Mensen willen natuurlijk niet alleen in Mol participeren aan vrijetijd. Ze willen ook wel eens weg uit hun leefomgeving en een stukje van de wereld zien. Een Rap op Stap kantoor is dus een logische volgende stap in ons inclusieve vrijetijdsbeleid.'

3. PLAATSELIJKE NETWERKEN ZIJN GEACTIVEERD

De Oren werden uitgenodigd om verhalen te beluisteren in hun eigen omgeving, bij mensen die ze ofwel makkelijk kunnen bereiken, ofwel bij mensen waarvan ze denken dat die invloed kunnen uitoefenen op het thema. Op die manier werden verschillende gesprekken gevoerd met onder meer schepenen, OCMW-voorzitters, sociaal werkers uit diensten voor samenlevingsopbouw en welzijn, lokale jeugdverenigingen etc.





Mieke Deblaere, vrijwillig Oor

'Oor zijn: het veranderde mijn manier van luisteren en praten wezenlijk'

Stel je je draagkracht voor als een emmer. Wat erin kan, kan je dragen. Hoe minder zwaar je emmer is, hoe makkelijker het wordt om hem vast te houden. Verdriet, woede, pijn, onmacht, angst en eenzaamheid zijn het water in de emmer. De ruimte tussen spiegelvlak van het water en de rand van de emmer is je levenskwaliteit. Levenskwaliteit als ademruimte. Hoe meer water verdampst, hoe meer ademruimte je krijgt. Mogen zijn zoals je bent en ervaren dat iemand naar je luistert, is de warmte die het water kan doen verdampen. We praten erover met Mieke Deblaere.

Mieke was 'Oor' in het grootschalig luisteronderzoek van Steunpunt Vakantieparticipatie. 'Oor zijn had tot gevolg dat mijn concept van een goed gesprek wezenlijk veranderde', zegt ze.

'Vroeger stapte ik tijdens een gesprek geregeld in de valkuil van mijn eigen verhaal te vertellen of advies te geven. Zo dacht ik dat een goed gesprek was: iemand vertelt iets, jij vertelt iets. Dat probeer ik nu niet meer te doen. Ik luister.'

De essentie is eigenlijk simpel: goed luisteren, zonder verwachtingen en wat je hoort, helpen vertalen naar dingen die wel mogelijk zijn. Die houding komt van pas in gezinnen, onder vrienden, in de zorg en de hulpverlening. Maar ook de sector toerisme kan er rijker van worden. Baliemedewerkers, iemand die de kamer poetst, managers van verblijfsplekken: wie open staat voor een ander, luistert en pas advies geeft als het gevraagd wordt, maakt echt een verschil in de beleving van mensen.'



De kracht van die luistergesprekken bleek: 1/ een 'binnenkomer' bij beïnvloeders en 2/ een moment waarop ideeën en engagement ontstonden. Zo zijn er meerdere verhalen van Oren die na bepaalde gesprekken vertelden dat er iets in gang was gekomen in hun omgeving.

4. DE OREN VOELDEN ZICH GROEIEN IN HUN LUISTERVAARDIGHEDEN

In de opleiding ging veel aandacht naar luisteren vanuit een diep respect voor de waardigheid van de ander. De waardigheidspraktijken (zie boven) werden een leidraad voor de Oren. Die luisterhouding had effecten op hoe de deelnemers in relaties staan met andere mensen, niet enkel tijdens de luisteroefening, maar ook in hun leven van elke dag.

5. EEN ERVARING DIE HET LEVEN VERANDERDE

Sommige Oren vertelden ons dat de kans om aan dit project mee te doen, hen een groot geschenk bracht, dat hun leven veranderde. Kiemen daarvoor liggen in de ervaring van erbij te horen, invloed te kunnen uitoefenen, de eigen persoonlijke missie sterker te ervaren.



Marleen Vandecraen, vrijwillig Oor

Ik heb nu het gevoel iets te betekenen in de maatschappij.

Toen Steunpunt Vakantieparticipatie haar vroeg of ze wilde helpen bij het grootschalige luisteronderzoek, hoefde ze niet lang na te denken. Een volmondig 'ja' en een tweedaagse training later, begon Marleen Vandecraen in april '17 aan haar persoonlijke luistertocht. Bij mensen en organisaties uit haar gemeente Mol en tijdens de stops van de Iedereen-Vakantie-Toer luisterde ze naar verhalen over hoe wij in Vlaanderen wel (en soms niet) vakantie mogelijk maken voor elkaar. Haar taak zit er – voorlopig – op.

Marleen kijkt terug en ziet dat haar leven veranderde. 'Ik voel me nu opgenomen in een netwerk van mensen die vakantie willen mogelijk maken voor anderen', zegt ze.

Marleen is chronisch ziek. Ze moet nauwkeurig luisteren naar haar lijf, dat rust en regelmaat nodig heeft. Uit werken gaan lukt niet meer. Vrijwilligerswerk dat ze kan afstemmen op wat haar lichaam nodig heeft, kan wel. Meedoen met het grote luisteronderzoek werd voor haar een periode van omschakelen, zegt ze.

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 vakantie momenten samen met mensen met dementie en hertaalde hun vakantiedrempels zorgvuldig naar beeld. En deed dat nu ook voor andere vakantiegangers. Je leest haar verhalen doorheen onze publicaties.

Lees hiernaast het verhaal **OPGELET**.

Over Tania die vroeger nog de wereld in kleur heeft gekend tot ze haar zicht verloor. Terug voelen hoe het is om onbezorgd op vakantie te kunnen. Onbetaalbaar.

Hoe belangrijk is dat voor jou, van betekenis zijn voor de samenleving?

'Belangrijk, zeker en vast. Het gaat me financieel niets opleveren, maar dat is niet van tel. Wat het wel opbrengt is warmte en genegenheid. De reis die ik deze zomer deed om zoveel verhalen op te halen, gaf me een duw. Ik leerde mensen kennen en ontdekte hoeveel mensen het recht op vakantie steunen. Als ik na een dag verhalen sprokkelen ging rusten, kon ik daar nog van nagenieten. Ik voel me nu opgenomen in een netwerk rond een thema dat ik heel belangrijk vind.

Soms schrok ik ook wel van uitspraken die mensen doen. Zo heb ik ergens onderweg iemand horen zeggen dat er voor mensen in armoede veel te veel gedaan wordt. Ik was daar van geschrokken. Maar daardoor leerde ik ook: er zijn nog wel mensen die zo denken. En daarom is dit werk belangrijk.'

Het luisteronderzoek was voor jou een intense periode.

Zou je 't anderen aanraden?

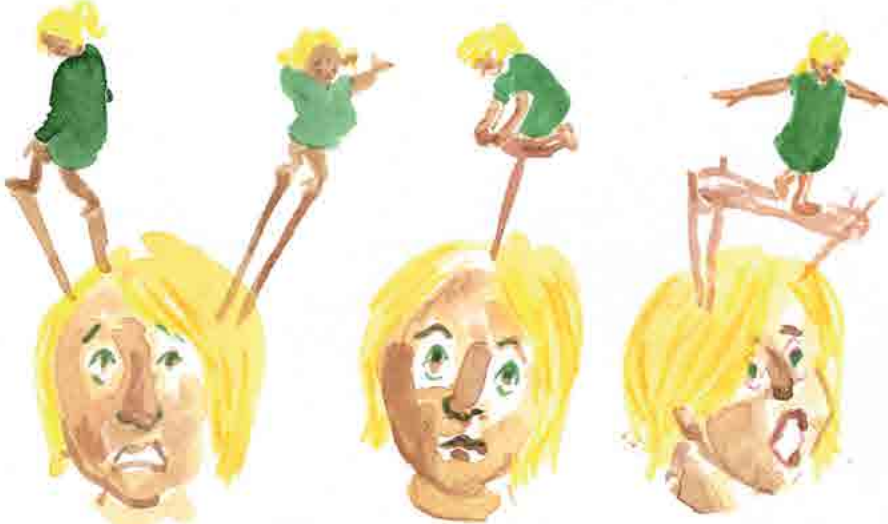
'Jazeker. Ik zou zeggen: niet twijfelen, doen. Want het is een hele ervaring. En heel zeker: als Vakantieparticipatie nog meer van deze opdrachten heeft, ben ik kandidaat.'

OPGELET





REIZEN IS SINDS HAAR GEBORTE WEL MOEILIJKER GEWORDEN.



ALS BLINDE, ALLEENSTAANDE MAMA KAN IK MIJN KINDJE NIET ZELF IN DE GATEN HOUDEN.
IK ZOCHT ALTERNATIEVEN.



EEN GROEPSREIS MET GEZINNEN NIEUWKOMERS IN DE KEMPEN.



ZOVEEL ANDERE MENSEN UIT ANDERE CULTUREN HIELDEN HAAR VOOR MIJ IN DE GATEN.
GEWELDIG.

MAAR IK VERLANGDE NAAR ZEE: EEN PLEK WAAR WE ONS ALLEBEI KONDEN UIT-LEVEN.



WAAR IK OOK ALLES EENS KON LOSLATEN, TOT RUST KON KOMEN.



MAAR ALS IK ALLEEN GA WANDELEN, MOET IK ALTIJD OPUETTEN. DAT SLORPT AL MIJN ENERGIE OP.



TOT RUST KOMEN KAN ALLEEN ALS WE ALLEBEI BEGELEID WORDEN.



GELUKKIG KON IK MET VAKANTIE IN DE KINKDORN IN OOSTENDE.



EEN VRIENDIN KON GOEDKOOP MEE.



AAN HAAR ARM KON IK EENS STEVIG DOORSTAPPEN. ACHTEROP DE TANDEM FIETSEN ZONDER ZORGEN.



IK KON MIJ OVERGEVEN AAN DE GEUREN, GELUIDEN EN OMGEVING ZONDER VOORTDURENDE DENKEN: 'PAS OP!'



VERHALENWORKSHOPS

Steunpunt Vakantieparticipatie toerde met haar verhalenworkshops doorheen Vlaanderen. Overal in Vlaanderen kwamen groepjes vakantiegangers en vakantiemakers samen voor deze sessies. Samen met sociale organisaties, toeristische partners of vakantiegangers zochten we uit hoe we samen vakantie mogelijk maken voor mensen die een drempel ervaren. Tijdens de workshop sprokkelden we verhalen, gingen we in gesprek over het belang van vakantie en zochten we hoe we dit nog kunnen versterken.



**“Vakantie is niet altijd vrolijk.
Soms doet het pijn.**

Het zijn verhalen waarin financiële steun helpt,
maar waarin vriendschap nog meer betekent.



Wat betekent vakantie in ons leven? Hoe moeilijk is het soms om vakantie te beleven? En wat maakt het mogelijk dat mensen vakantiekanen krijgen, ook als dat niet zo vanzelfsprekend is?

'Vakantie' blijkt een woord met heel verschillende betekenissen. De verhalen zijn soms vrolijk, soms verbijsterend. Er zijn verhalen die getuigen van grote moed of intens medeleven. Sommige vakantie verhalen zullen voor altijd verbonden zijn met verdriet. En soms worden we sterker van vakantie, al is het maar omdat we onze plan leren trekken.

Iedereen Verdient Vakantie toert met haar verhalenworkshops doorheen Vlaanderen. Wil jij ook een tof moment organiseren voor je vrijwilligers, vakantieganers of medewerkers? Onderzoek je graag mee hoe we met z'n allen vakantie mogelijk maken voor elkaar? Laat van je horen, en we komen graag af om de verhalenworkshop te begeleiden. Gratis en voor niets. En met welgemeend vakantie-enthousiasme.

Rap op Stap

Vrijtijdscentrum De Kruierie zei meteen 'ja' op de uitnodiging van Vakantieparticipatie voor een babbel over hoe we vakantie mogelijk maken voor elkaar. Vrijtijdsbemiddelaar Hanne Weckx nodigde 9 mensen uit. Mohammed, Saadia, Gerke, Wanda, Maryan, Nicole, Patricia, Helga en Eddy vertelden elkaar verhalen en ontdekten hoe verschillend 'vakantie' voor iedereen is en hoe we elkaar nodig hebben om van vakantie een heerlijke tijd te maken.

Allemaal zeggen ze aan het einde van de avond: dit was leuk! Hoe fijn is het om onze verhalen te mogen vertellen! Hoeveel deugd doet het om ervaringen uit te wisselen! Hoe enthousiast worden we door met elkaar te praten over vakantie! Vertellen over vakantie. 't is al een beetje vakantie.

Vakantie: we hebben er allemaal wel 'iets' mee

De verhalen gaan over kansen krijgen, pech hebben, durf tonen en mensen ontmoeten die iets helpen mogelijk maken. Het zijn verhalen waarin soms financiële steun helpt, maar vriendschap nog meer betekent. 'We hebben allemaal wel iets met vakantie,' concluderen de vertellers. Vakantie is niet altijd vrolijk. Soms doet het pijn. En worden we daar dan sterker van? Soms wel, soms niet. En heel af en toe blijft oud vakantieverdriet een leven meegaan. 'Het is wat het is', zeggen ze. 'We kunnen alleen maar proberen om onszelf, onze kinderen en elkaar nu het geschenk van mooie vakantieherinneringen te bieden.'





**“Verhalen verbinden
mensen.**

WAT LEERDEN WE UIT DE VERHALEN?

Het resultaat van het luisteronderzoek zijn 1004 micro-verhalen. Het is een schat aan verhalen, inzichten en boodschappen die ons helpen begrijpen hoe we vakantie mogelijk maken. Het recht op vakantie wordt hier en daar in professionele en politieke middens nog betwijfeld. Niet iedereen krijgt of vindt toegang om – zelfs maar een paar dagen per jaar – de zorgknop even om te draaien. Maar er gebeurt ook heel veel wat wél werkt. 'Vlaanderen is warmer dan we dachten'.

We zien hoe belangrijk we vakantiekanalen voor kinderen vinden. We merken dat engagement van mens tot mens het verschil maakt. Dat een deugdvolle vakantie-ervaring vaak afhangt van één persoon die net dat tikkeltje meer doet. Dat het netwerk Iedereen Verdient Vakantie ertoe bijdraagt dat mensen meer het gevoel krijgen erbij te horen in de samenleving. Dat nog teveel mensen het aanbod aan betaalbare vakantiekanalen niet kennen. Dat er nog veel uitdagingen zijn om het recht op vakantie voor iedereen in praktijk te brengen.

“Vlaanderen is warmer dan we dachten.

De resultaten van luisteronderzoek zullen de agenda van het netwerk Iedereen Verdient Vakantie stevig gaan beïnvloeden.

WIE DEELDE EEN VERHAAL?

Het netwerk Iedereen Verdient Vakantie is enorm uitgebreid en divers. Om zoveel mogelijk verschillende partners te betrekken, hebben we de oproep ruim gelanceerd en zijn de oren ook buiten het netwerk verhalen gaan sprokkelen. Uiteindelijk kregen we de bovenstaande verdeling van verhalenvertellers.

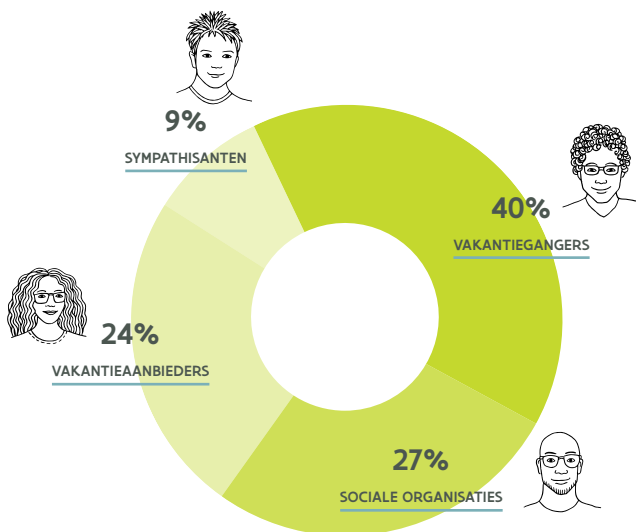


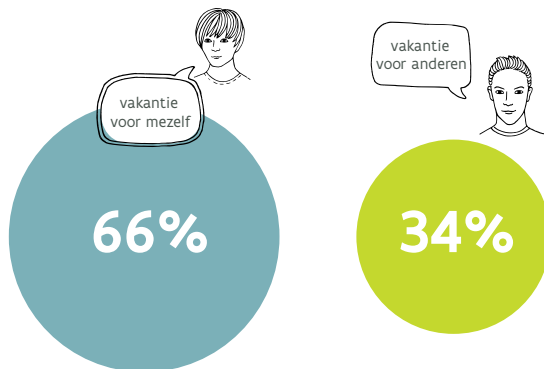
Diagram 'Wie deelde een verhaal?', 2017

Van deze respondenten waren er 665 of 66% reeds aangesloten bij het netwerk Iedereen Verdient Vakantie. In totaal was 81% op de hoogte van het bestaan van Iedereen Verdient Vakantie. Ongeveer 19% van deze groep had wel gehoord van het netwerk, maar wist niet precies hoe het verder in elkaar zit.

WELKE VERHALEN WORDEN GEDEELD?

De verhalen die verteld worden, gaan meestal over vakantie mogelijk maken voor anderen. Hierbij moeten we opmerken dat er een verschil in vraagstelling is: bij de vakantiegangers werden beide vragen gesteld, maar bij de aanbieders, sociale organisaties en sympathisanten werd enkel gevraagd naar hoe zij vakantie mogelijk maken voor anderen.

Diagram 'Welke verhalen worden gedeeld?', 2017



Opvallend is wel dat ook de vakantiegangers opvallend vaak een verhaal vertelden waarin ze het voor anderen mogelijk maken om op vakantie te gaan.

Daarnaast werd er gepolst naar de relatie met Iedereen Verdient Vakantie. Ongeveer 40% van de verhalenvertellers schreven een verhaal neer dat ging over het aanbod van het netwerk, 60% stond los van het netwerk.

MIJN VERHAAL GAAT OVER

Zoals de thema's van de verhalen al doen vermoeden, zijn de gevoelens die met de verhalen gepaard gaan overwegend positief, zo'n 84% van het totaal. Slechts 9% van de verhalen brachten een negatief gevoel met zich mee. Een minderheid (7%) aan verhalen bleven neutraal van toon.

Tabel 'Mijn verhaal gaat over', 2017

KANSEN CREËREN	22%
VERBONDENHEID	15%
GELUK	13%
DREMPELS	12%
ONTMOETING	11%
ZELFVERTROUWEN	7%
ARMOEDE	6%
RECHTVAARDIGHEID	5%
VERNIEUWING	4%
UITSLUITING	3%
ANDER THEMA	3%

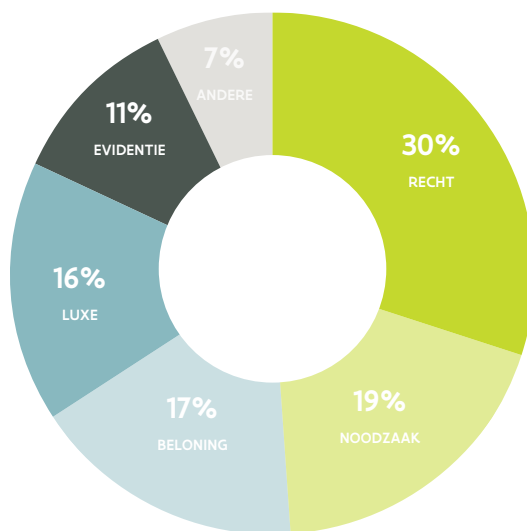
VAKANTIE WORDT GEZIEN ALS ...

De verhalenvertellers krijgen de kans om aan te geven wat vakantie voor hen betekent. Hoe zien zij vakantie? Is het een recht, een beloning of een noodzaak? Vakantie blijkt meestal als een recht te worden ervaren. Bekijken we de antwoorden echter per groep respondenten, dan krijgen we een genuanceerder beeld.

Vakantiegangers zien een vakantie veel meer als een beloning dan een recht.

Sociale organisaties en **vakantie-aanbieders** zien vakantie veel meer als een recht en als een noodzaak. De vaststelling zet aan het denken: mensen in kwetsbare situaties denken nog (te) vaak dat ze vakantie moeten 'verdienen' (als een beloning of een luxe). Het is bijzonder aanmoedigend om te ontdekken dat de partners in ons netwerk – aanbieders en sociale organisaties – uitgaan van het recht op vakantie, en de noodzaak voor iedereen om vakantie te kunnen beleven.

Diagram 'In mijn verhaal wordt vakantie gezien als een...', 2017

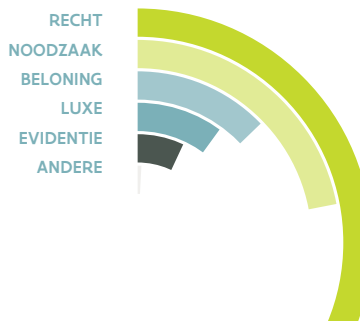


Grafieken 'In mijn verhaal wordt vakantie gezien als een...', onderverdeeld per groep, 2017

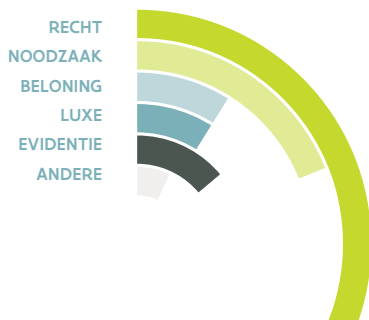
VAKANTIEGANGER



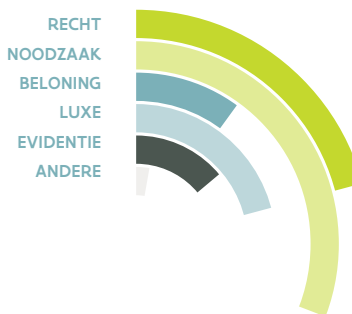
SOCIALE ORGANISATIES



TOERISTISCHE AANBIEDERS



SYMPATHISANTEN



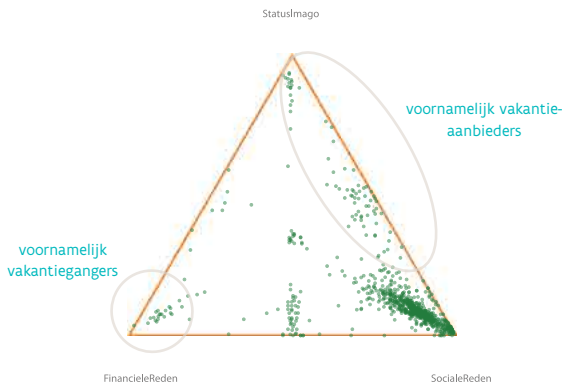
9 THEMA'S

THEMA 1 - VLAANDEREN IS WARMER DAN WE DACHTEN

Verrassend veel Vlamingen maken spontaan vakantie mogelijk voor elkaar. We zien dit engagement zowel binnen als buiten het netwerk Iedereen Verdient Vakantie.

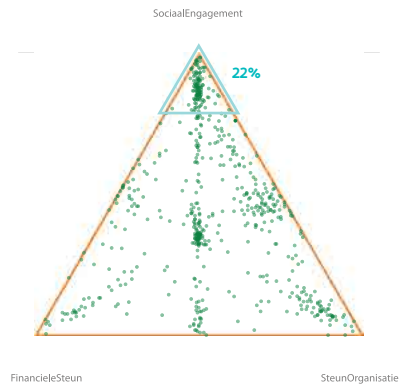
Er is heel veel aandacht voor elkaar. De warmte, bereidheid, spontane solidariteit springen naar boven.

Grafiek 'De mensen die iets mogelijk maakten in mijn verhaal werden gemotiveerd door ...', 2017

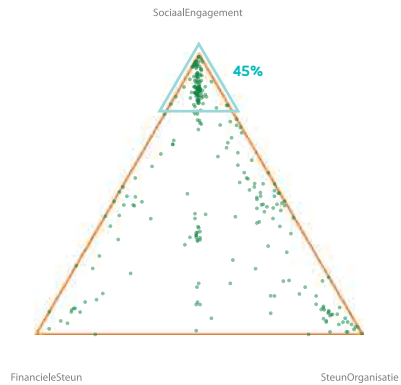


In de verhalen, die werden verzameld binnen het netwerk Iedereen Verdient Vakantie, zien we dat financiële steun bijdraagt aan het mogelijk maken van vakantie. Financiële steun kan de korting zijn die een toeristische partner aanbiedt, maar kan ook een extra tegemoetkoming zijn die de sociale organisatie voorziet. Of beide. Voor mensen buiten het netwerk zien we duidelijk dat sociaal engagement de belangrijkste bijdrage vormt.

Grafiek 'Wat heeft bijgedragen aan mijn verhaal is ...', 2017
BINNEN HET NETWERK



Grafiek 'Wat heeft bijgedragen aan mijn verhaal is ...', 2017
BUITEN HET NETWERK



Als **gezinsbegeleider** kunnen we families en kinderen kennis laten maken met een aanbod aan een sociaal kortingstarief. Sommige families kunnen een gezinsvakantie niet betalen en kiezen ervoor om dan toch zeker de kinderen op kamp te laten gaan. Maar soms zijn deze locaties moeilijk bereikbaar met openbaar vervoer. Ik breng vaak de kinderen naar de kampplek, ook als het buiten mijn werkuren is. Niet iedereen wil dit doen, maar ik vind het een kleine moeite als ik zie hoe blij ze er van worden.

ACTIES

Vlaanderen is warm, en zelfs warmer dan we dachten. Dat is voor het netwerk Iedereen Verdient Vakantie een belangrijk inzicht, en een goede basis voor verdere acties rond bewustmaking.

Verder inzetten op de website **'Verbind je verhaal'** en deze dichter bij de dagelijkse werking brengen door ze in te bouwen in de nieuwe overkoepelende website. Wekelijks worden er twee verhalen gedeeld met de wereld. Het zijn 'echte' verhalen die het belang van vakantie in de verf zetten en stimuleren om te dromen over vakantie.

De **Iedereen Verdient Vakantie-toer** reist doorheen Vlaanderen. We willen het brede netwerk meer zichtbaar maken. We willen daar zijn waar de mensen komen, verbondenheid creëren rond het vakantiethema en bewustwording scheppen over de mogelijke drempels die hierbij komen kijken. Dit doen we door samen te zingen en het plezier van vakantiesfeer te verspreiden. Want muziek verbindt.



Ik ben een mama van 2 opgroeiende kinderen en heb een gemiddeld inkomen. Sinds mijn scheiding sta ik er alleen voor. Tijdens het weekend heb ik een extra job aangenomen, dit om mezelf en mijn kinderen niet alles te moeten ontzien. Vlak na mijn scheiding had ik het financieel zeer moeilijk. Na het betalen van de schoolboeken en de hobby's voor de kinderen was er geen geld meer over voor plezier. Met de steun van mijn zus ben ik toen toch enkele dagen met vakantie kunnen gaan. Samen met haar koos ik voor de Ardennen, lekker rustig en veel natuur. Niet te veel koopgelegenheid voor onvoorzien kosten, en een huisje waar ik zelf kon koken. Dankzij het duwtje in de rug van mijn zus en het hele opzoekwerk, ben ik op vakantie gegaan. Ik kon dit op dat moment niet zelf, mijn hoofd zat vol andere problemen en ik zag letterlijk het bos door de bomen niet meer. Na deze paar dagen had ik weer wat frisse adem, nieuwe kracht om door te gaan.

De **Iedereen Verdient Vakantie-campagne** werd gelanceerd. Alle vlaggen hangen op één mast en zijn vindbaar onder één gemeenschappelijk roepnaam 'Iedereen Verdient Vakantie'. Naar de buitenwereld toe wordt er niet meer gecommuniceerd met steunpunt Vakantieparticipatie, een naam die de lading niet langer dekt. 'Het steunpunt' is de roepnaam voor het team binnen Toerisme Vlaanderen dat het netwerk faciliteert. We ondersteunen niet gewoon het netwerk, we maken deel uit van het netwerk, we zijn samen het netwerk. Een netwerk met één streefdoel voor ogen. Meer nog, één website, één nieuwe roepnaam en één huisstijl.

Vakantiegangers trokken er enkele dagen op uit en schreven samen met Allez Chantez een lied, ze gingen er mee op stap in Vlaanderen en zo ontstond een videoclip. Zing mee:



THEMA 2 - UITDAGINGEN VOOR HET NETWERK

De uitdagingen die via de verhalen het sterkst naar boven komen zijn een **betaalbare vakantie** en **begeleiding op maat**.

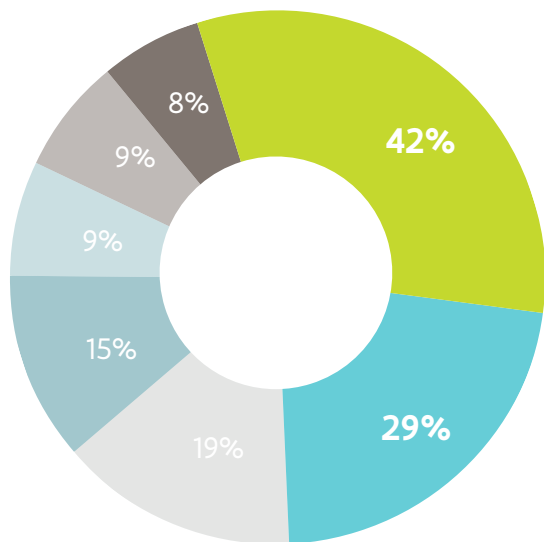


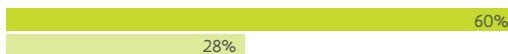
Diagram 'De uitdagingen in mijn verhaal gingen voornamelijk over...'. 2017



We zien dat betaalbaarheid de grootste uitdaging vormt in de verhalen van binnen het netwerk Iedereen Verdient Vakantie (60% van de verhalen) terwijl begeleiding op maat vooral een uitdaging is voor de verhalen die zich afspelen buiten het netwerk Iedereen Verdient Vakantie (33% van de verhalen), vooral door medewerkers van sociale organisaties.

Diagram 'De uitdagingen in mijn verhaal gingen voornamelijk over...'. 2017
BINNEN EN BUITEN HET NETWERK

BETAALBARE VAKANTIE



BEGELEIDING OP MAAT



PRAKTISCHE ORGANISATIE



AANGEPAST PROGRAMMA



AANGEPAST VERBLIJF



VINDEN REISGEZELSCHAP

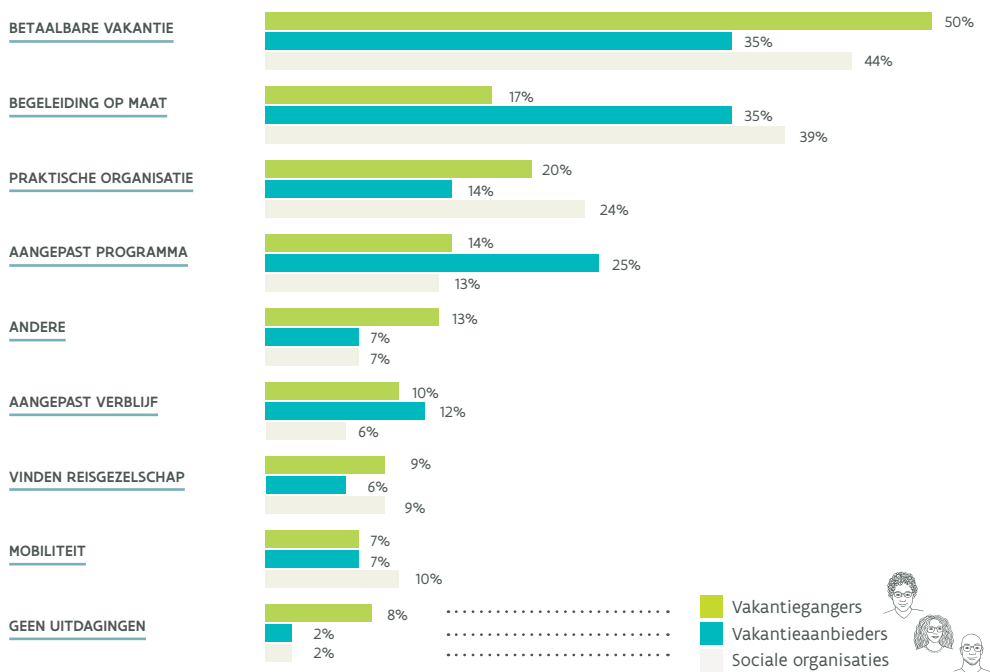


MOBILITEIT



Ik woon tijdelijk bij mijn schoonzus. Tot voor kort was ik in budgetbeheer, maar nu heb ik verhoogde tegemoetkoming. Ik ben moeilijk te been en maak gebruik van een rolstoel. Mijn schoonzus en ik dacht er over om samen een vakantie te boeken aan het Zilvermeer. Haar gezin heeft geen recht op sociaal tarief, maar heeft het financieel ook moeilijk. Op vakantie gaan kunnen ze zelden. Maar omdat ik de enige ben die recht heeft op sociaal tarief, konden we het verblijf niet boeken. Ik was blij dat mijn schoonzus dit voor mij allemaal wou regelen, maar het is niet gelukt. Alleen op vakantie gaan kan ik niet. Alles zelf regelen ook niet.

Tabel: 'De uitdagingen in mijn verhaal gingen voornamelijk over...',
 onderverdeeld per groep, 2017



Voor **vakantiegangers** is het niet verrassend dat de betaalbaarheid de grootste uitdaging is (50%). Daarnaast is de praktische organisatie een niet onbelangrijke uitdaging (20% van de verhalen). De verhalen gaan vaak over transportproblemen, het niet voorhanden hebben van reisbenodigdheden of niet weten hoe eraan te beginnen

Begeleiding op maat lijkt enkel een uitdaging voor mensen die geen gebruik maken van het aanbod. Het netwerk lijkt deze uitdaging goed aan te pakken.

De **vakantie-aanbieders** zien meer uitdagingen in een aangepast vakantieprogramma, naast begeleiding op maat en betaalbaarheid. We zien dit vooral bij vakantie-aanbieders die niet tot het netwerk behoren en veel minder bij aanbieders die behoren tot het netwerk Iedereen Verdient Vakantie. Er wordt verwezen naar het smeden van persoonlijke banden, aanbieden van gepersonaliseerde hulp, aangepaste keuzes aanbieden. Ook een aangepast verblijf vormt een grotere uitdaging bij vakantie-aanbieders.

Verhalen van de medewerkers uit **sociale organisaties** belichten vooral begeleiding op maat en een praktische organisatie als uitdagingen, naast betaalbaarheid. De uitdagingen verwijzen vooral naar taal- en communicatieproblemen, het begeleiden van

mensen die geen toelating hebben of waarvoor budgetten worden geschrapt en geen tijd en ruimte hebben om een band op te bouwen met vakantiegangers

Het 'vinden van reisgezelschap' lijkt een grotere uitdaging buiten het netwerk (12%) dan binnen het netwerk (4%). Het gaat vaak over kinderen die geen speelkameraadjes hebben tijdens de vakantie, of alleenstaanden die geen reis durven ondernemen omdat ze geen gezelschap bijhebben of niemand vinden die de reis mee wil organiseren.

We zien een bevestiging dat mobiliteit nog steeds een uitdaging is (veel mensen geven aan dat ze 'er alleen voor staan'). Het zijn vooral sociale organisaties binnen het netwerk die meer verhalen vertellen over problemen met mobiliteit. Er wordt verwezen naar het gebrek van vervoersmogelijkheden, de financiële drempels, informatietekort, problemen met openbaar vervoer (te laat, te moeilijk, slecht bereikbaar), niet aangepast aan mensen met beperking en het feit dat ouders niet om hulp durven vragen voor transport (terwijl de andere zaken wel al geregeld zijn). In de verhalen waar mobiliteit een uitdaging is, geven mensen ook aan dat ze er vaak 'alleen voor staan'. Individuele actie en daadkracht zijn cruciaal voor het oplossen van uitdagingen rond mobiliteit.

ACTIES

De uitdagingen zijn talrijker dan de werkuren en mankracht binnen het team. Gelukkig kan het netwerk steeds rekenen op het haast onuitputtelijk enthousiasme en de werklust van zijn partners.

Toerisme Vlaanderen deed een **subsidieoproep** om initiatieven die vakantiedrempels wegnemen, te ondersteunen. Om de netwerkpartners te stimuleren, inspireren en adviseren organiseerden we bij de subsidieoproep van 2019 een inspiratiesessie. We reikten puzzelstukken van nieuwe ideeën aan voor zij die nog geen idee hadden. We stimuleerden partners die wel al met ideeën kwamen, om contacten te leggen in het netwerk en om projectpartnerschappen vorm te geven. Ervaringsdeskundigen vanuit de vorige oproepen kwamen getuigen en deelden tips en tricks met mogelijke nieuwe aanvragers. Ideeën werden afgetoetst op hun haalbaarheid en relevantie. Dit allemaal om ervoor te zorgen dat er meer uitdagingen aangepakt worden door netwerkpartners.

Er werden een aantal **'straffe koffies'** georganiseerd: ontmoetingstafels waarbij elke betrokken partij bij een bepaalde uitdaging wordt uitgenodigd om mee na te denken over een mogelijk oplossing. Zowel collega's, als vakantiegangers, adviserende overheden en lokale partners participeerden in de Straffe Koffies.



Het was een verhaal met een lange aanloop, maar de vakantie voor de kinderen was uiteindelijk geregeld. De ouders hadden geen geld voor een gezinsvakantie en waren blij dat er dan toch voor de kinderen een kamp geregeld kon worden. De ouders, de kinderen, ik .. Iedereen blij. Het zou een fijne vakantie worden. Maar uiteindelijk ging de vakantie niet door. De auto was kapotgegaan en de ouders konden geen vervoer vinden. Zo erg en zo jammer dat ze niet om hulp durfden vragen. Misschien was er wel iemand die de kinderen had kunnen brengen of ophalen.

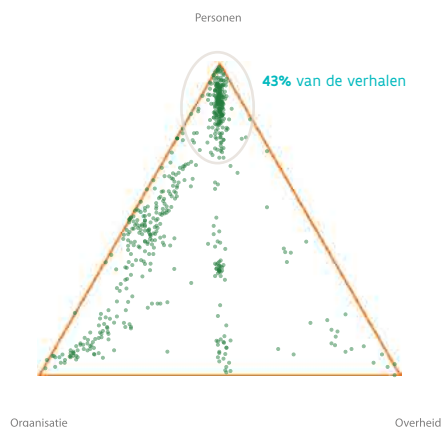


THEMA 3 – DIE ENE PERSOON DOET NET DAT TIKKELTJE MEER

In vele gevallen zien we dat het vaak één persoon is die net dat tikkeltje meer doet om vakantie mogelijk te maken of er een succes van te maken.

Mensen die het verschil maken vinden we terug in persoonlijke netwerken rond vakantiegangers, bij sociale organisaties en bij toeristische partners. Ze zijn zich vaak niet bewust dat ze het verschil maken.

Grafiek 'Wie beïnvloedt de situatie van mijn verhaal het meest?', 2017



ACTIES

Gezien worden is belangrijk voor mensen. We streven er elke dag naar dat iedereen zich erkend voelt in zijn werk en als persoon. Er heerst respect voor ieders inbreng, ieders geleverde inspanningen en ieders streven naar resultaat, hoe klein of hoe groot die ook zijn.

Er wordt steeds meer aandacht gemaakt voor de **'connect before content'**. We spreken eerst met elkaar en dan pas over de inhoud. Dit is niet alleen belangrijk om alle neuzen in dezelfde richting te krijgen voor dat wat volgt, het geeft je ook een plaats in de groep. Het geeft je de kans om echte connectie te maken met iemand in je professionele werkomgeving die je nog niet kende.

De box **'Babbelsbeelden'** helpt om de connectie te bevorderen. De box is beschikbaar voor wie er mee aan de slag wil.

Het aantal **netwerkverbinders** is toegenomen. Bovendien kregen ze elk een regio toegewezen opdat het contact verbeterd zou kunnen worden met alle betrokken partners. Om persoonlijkere en hechtere relaties te bouwen met sociale organisaties en toeristische aanbieders moet je ze voldoende zien en ontmoeten. Oprechte connecties zijn succesfactoren.



Een vriendin kreeg een vorm van kanker waarvoor vandaag geen genezing mogelijk is. Na een amputatie van het onderbeen bleef het een tikkende tijdbom. Ze wou dolgraag, nu het nog kon, haar dochter in Den Haag bezoeken. We hebben haar en haar rolstoel naar Den Haag gevoerd en samen met haar dochter deze mooie stad bezocht.

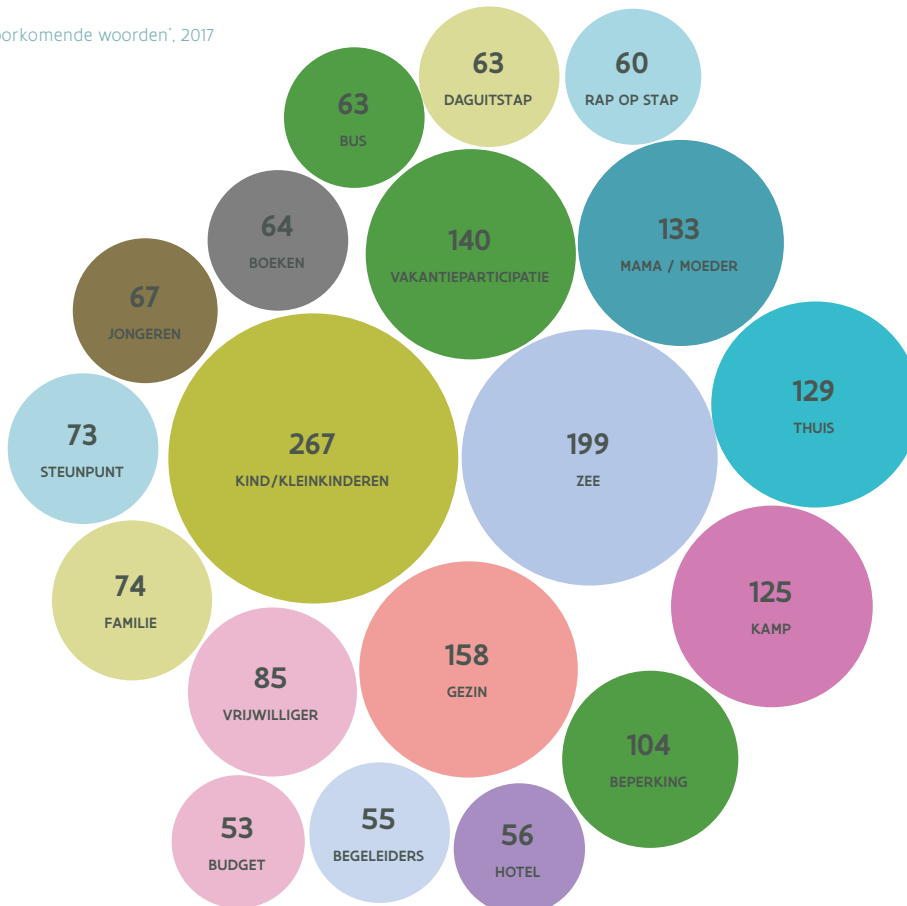
Toen we enkele dagen later terug huiswaarts reden was ze ontroerd, dankbaar en enthousiast. Enkele maanden later overleed ze... Blij dat we haar die kans nog konden geven.

THEMA 4 - EXTRA INSPANNINGEN VOOR KINDEREN

Via woordanalyse werd opgemerkt dat in 276 verhalen (27%) het woord 'kind' of 'kinderen' werd vermeld (zie figuur woordenwolk). In deze verhalenbundels lezen we dat de effecten van vakantie sterker aan bod komen als het over kinderen gaat. De inhoudelijke betekenis en het 'waarom' van vakantie wordt zichtbaarder.

Uit deze verhalen blijkt duidelijk dat vrijwilligers, ouders en sociale organisaties graag een extra inspanning doen voor kinderen. Er is meer consensus in de maatschappij over het feit dat elk kind vakantie verdient. De onmacht om geen vakantie mogelijk te kunnen maken wordt pijnlijker als het over kinderen gaat. Ouders gaan het liefst op gezinsvakantie maar als dit niet haalbaar is proberen ze hun kind een (georganiseerde) vakantie te bieden. Velen houden daarbij in het achterhoofd dat hun kinderen op 1 september op de schoolbanken zullen moeten vertellen over de vakantie die ze achter de rug hebben. De grote schaamte die daar vaak mee gepaard gaat, is een belangrijke reden om de kinderen alsnog op vakantie te sturen.

Woordenwolk 'Meest voorkomende woorden', 2017



De praktische stress om vakantie te organiseren, is een belangrijke vakantiedrempel voor gezinnen. Niets mag vergeten worden, alles moet op tijd ingepakt zijn, iedereen moet tijdig klaar staan, vervoer moet worden geregeld, en financiën moeten toereikend zijn. Bovendien lezen we in de verhalenbundels over kinderen veel verhalen over alleenstaande ouders.

Het gevoel dat het meest dominant aanwezig is bij verhalen over kinderen is 'trots'. We zien ook dat deze verhalen meer over armoede, geluk en rechtvaardigheid gaan ten opzichte van de verhalen waar kinderen niet in voorkomen.

In verhalen over kinderen zien we dat vakantie veel meer als een recht wordt gezien en minder als een evidentie dan de andere verhalen

ACTIES

Gil Géron ging op onderzoek naar vakantie- en kampervaringen van kinderen. Via muziek, verhalen, creatief werk en toneel haalde ze de verhalen van kinderen naar boven. Tijdens die rondreis door Vlaanderen sprak ze ook met leerkrachten, ouders en monitoren in het jeugdwerk. Ze speelde en praatte met kinderen over op kamp gaan. Omdat ze wil begrijpen hoe kinderen kampen beleven, hoe volwassenen ernaar kijken en wat we met z'n allen kunnen doen om meer kinderen een heerlijke kampervaring te bieden.



Diagram 'In mijn verhaal wordt vakantie gezien als een recht...', 2017

RECHT

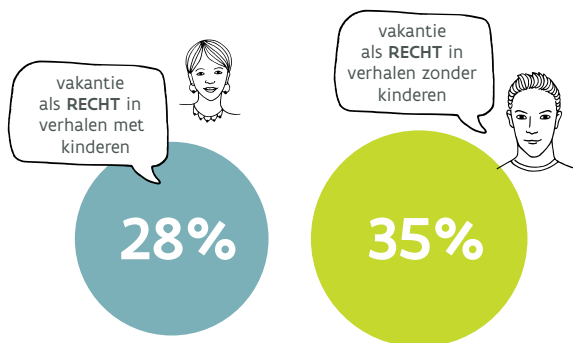
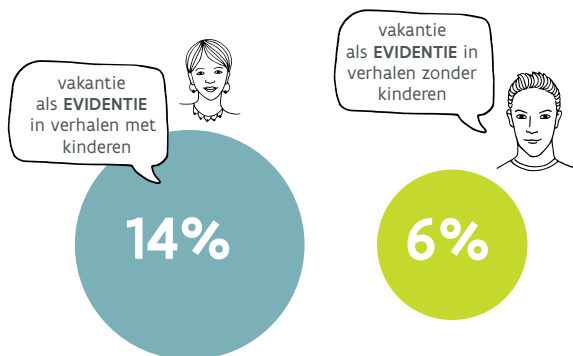


Diagram 'In mijn verhaal wordt vakantie gezien als een evidentie...', 2017

EVIDENTIE



"Ik ben vijftien en de oudste van een gezin met vier kinderen. Vakantie is te duur voor ons. Soms ben ik beschaamd omdat er op school altijd over vakantie wordt gepraat en ik dan niet kan meepraten. Mijn broertje kreeg op school een ticket voor Planckendael. Bij Rap op Stap hebben ze ons geholpen om de vakantiedag te boeken en de reis er naartoe voor te bereiden. Het was spannend en heel leuk. We kregen van mama een ijsje. Dat is wel heel duur, maar voor de kleintjes een grote verrassing. Dit was de mooiste dag van de vakantie. Nu kan ik op school ook iets speciaals vertellen."

THEMA 5 - SCHAAMTE, MINDERWAARDIGHEIDSGEVOEL EN STRESS

Schaamte, minderwaardigheidsgevoel en stress nemen vakantiekanen weg. Door een gevoel van schaamte (over hun armoede) komen mensen niet tot dromen over vakantie. De drempel is voor sommigen groter dan ze durven toegeven. Wanneer we de verhalen lezen, zien we dit vaak terugkomen. Het fenomeen 'vakantie' is hen zodanig onbekend dat ze niet met alle gebruiken mee zijn. Het kan gaan over schijnbaar kleine dingen zoals het ontbreken van lakens. Bovendien mogen we niet onderschatten hoeveel mensen niet weten hoe ze aan een vakantie moet beginnen. Hulp durven sommigen niet vragen.

Mensen hebben soms het gevoel dat ze hun vakantie niet verdienen. Dit gevoel lijkt nog op ruime schaal te leven. Deze minderwaardigheidsgevoelens komen vermoedelijk voort uit het beeld dat in de maatschappij leeft rond vakantie. Wie hard werkt, verdient vanzelfsprekend minstens een keer per jaar vakantie. Hard werken resulteert immers in genoeg geld verdienen om daarmee een vakantie te betalen. Mensen in armoede delen vaak onbewust

die publieke opinie. Minderwaardigheidsgevoelens en schaamte kunnen ook voortkomen uit angst voor het onbekende. We horen mensen vaak zeggen: 'Ik weet niet hoe ik moet genieten. Ik heb nog nooit vakantie genomen, is dat wel aan mij besteed?'

Als laatste willen we erkennen dat vakantie voor veel mensen een complexe uitdaging blijft. Op vakantie gaan en alle (praktische) voorbereidingen en voorwaarden houden hen tegen om eraan te beginnen. Vaak hebben deze vakantiegangers meerdere drempels die ze over moeten, die elk hun eigen organisatorische beslommingen met zich meebrengen: 'Mijn kat mag niet mee, wie gaat ervoor zorgen? Ik kan het lakenpakket niet betalen, van wie kan ik lakens lenen? Dit soort ogenschijnlijk onbenullige vragen doen bij mensen wel stress ontstaan. Bovendien gaan mensen



Na mijn scheiding belandde ik in armoede. Ik was ervan overtuigd dat het mijn eigen schuld was. Ik heb daar lange tijd mee geworsteld. Toen ik alles weer op een rijtje had, kreeg ik opnieuw zin om op vakantie te gaan. Op de dag van het vertrek verliep alles prima. Ik had een leuk contact met iemand op de trein en bereikte vlot het hotel. Ter plaatse overvielen mij plots opnieuw erge schuldgevoelens. Had ik wel recht op deze vakantie? Was ik dit wel waard? Had ik dat wel verdiend? Ik voelde me opnieuw erg minderwaardig en trok mij terug op mijn kamer. De rest van de dagen 'overleefde' ik in een soort waas. Ik bleef de hele tijd alleen op mijn kamer en kwam slechts naar buiten voor de maaltijden waar ik in een hoekje wegdook. Sindsdien durf ik het niet meer aan. De organisatie waar ik vrijwilligerswerk doe, heeft al vaak gevraagd of ik mee ga op uitstap, op weekend of op vakantie. Maar ik zie dat niet zitten. De schrik om weer te mislukken zit er diep in.



met een beperkt budget ook minder comfortabel op reis en blijft de zorg bestaan: 'Ga ik niet voor onvoorziene kosten komen te staan?'. We mogen tenslotte niet onderschatten dat armoede een belangrijk effect heeft op het probleemoplossend vermogen van mensen. Vaak nemen de dagelijkse zorgen voor overleven zoveel bandbreedte in, dat de extra vragen rond vakantie er amper of niet bij kunnen.

ACTIES

Als je schuld en schaamte wil aanpakken bij mensen die minder vakantiekanalen ervaren, is het moeilijk wanneer je de focus juist daarop legt. Het is alsof je vraagt om niet aan een roze olifant te denken... Daarom kiezen we er voor om hier op een positieve



manier mee om te gaan en de aandacht uit te nodigen in de richting van wat wél werkt en wél kan. Hoe verklein je schuld en schaamte? Geef iemand iets om trots op te zijn. Deel verhalen. Samen op zoek gaan naar hoop en verwondering.

2018 begint bij Toerisme Vlaanderen het **traject van de Vlaamse Meesters**. Dit loopt door in 2019. Vaak horen we (van onder meer sociale organisaties) dat dit moeilijk ligt. Het is een moeilijk thema, het wordt niet toegankelijk genoeg gebracht... Een complexe uitdaging waar we graag mee aan de slag gingen. Het werd een theaterproject, opgezet door vakantiegangers zelf. Geen voorkennis nodig, geen oordelen, gewoon theater om te ontdekken wat dit thema kan brengen. Het resultaat mag er zijn. Er kwam ook een inspiratiedag bij, wonderkaarten, een workshopreeks om bevindingen te delen ...verwijzing naar rapport in deze reeks!

Er werd een vervolgetraject opgezet van 'de Oren', namelijk '**de Stemmen**'. Tien vakantiegangers kwamen drie dagen samen om hun verhaal te vertellen en te oefenen zodat ze het voor een ruimer publiek kunnen brengen. Op deze manier spreken we niet 'over' de vakantieganger, maar kan de vakantieganger zelf getuigen over hoe transformerend vakantie voor hem of haar is geweest.

Over **bandbreedte**, de psychologie van "schaarste". De schaarstetheorie van Eldar Shafir en Sendhil Mullainathan is een goede aanvulling op bestaande kaders rond armoede. Het gaat over hoe gebrek aan tijd en geld ons gedrag bepalen. Als gesprekspartner maakten we een vereenvoudigde versie van de theorie.



Om vakantie mogelijk te maken, lijkt verbinding tussen mensen essentieel. Het aanbieden van voldoende hulpmechanismen en ondersteunende instanties is niet voldoende. Mensen vinden de weg niet altijd en iemand die hen daarin begeleidt, blijkt vaak wenselijk, zelfs noodzakelijk. Zo wordt de informatie (de brochures van Iedereen Verdient Vakantie bijvoorbeeld) niet gevonden als niemand helpt. Als er niets over verteld wordt, dan werkt het niet. Er is een extra stap nodig: verbinding tussen mensen. Hulpvragers hebben een veilige omgeving en vertrouwen nodig voor ze een vraag over vakantie kunnen stellen, of zelfs durven dromen over vakantie. Het organiseren van een vakantie is niet altijd evident. De praktijk is heel anders dan mensen vaak horen in de buitenwereld. Vakantie organiseren is niet voor iedereen een makkelijke, vanzelfsprekende taak. Vandaar dat er bij vele vakantiegegangsters schroom heerst om hulp te vragen. Wanneer mensen andere mensen helpen (i.p.v. klanten of cliënten), kan het wel een succes worden. De menselijke verbinding is belangrijk om je welkom te voelen en om het vertrouwen te krijgen dat je drempels kan overbruggen.



Donderdagvoormiddag 9u06. Ik kom binnen en er wacht al een vrouw op mij in ons reiskantoor Rap op Stap in Dendermonde. Door de verkeersdrukke was ik iets later. De mensen van het dienstencentrum hadden de vrouw een koffie aangeboden. 'Ze leek ons nerveus' zeiden de mensen van de keuken. Ik vraag haar binnen. Ik geef haar een boek om in te bladeren want ik vermoed dat ze om inlichtingen komt om op vakantie te gaan. Ik ga zitten en luister naar haar. Aarzelend begint ze te vertellen dat ze via het Sociaal Huis gestuurd is en misschien wel op vakantie zou kunnen gaan. Ik neem mijn map en noteer haar gegevens. Ik begin mijn uitleg over daguitstappen en vakanties. Ik leg haar uit dat zij daar ook recht op heeft. **Haar zenuwachtigheid verandert stilaan in rust en er verschijnt een glimlach op haar gezicht.** Ze stapt met een goed gevoel naar buiten en belooft terug te komen met een iemand die ook in aanmerking komt om daguitstappen te boeken.

ACTIES

We brengen het netwerk zo vaak mogelijk samen op ontmoetingsmomenten. Enkel bij voldoende ontmoetingen kunnen kruisbestuivingen ontstaan, wordt er expertise uitgewisseld en worden relaties opgebouwd. Onze ontmoetingsmomenten blijven doorlopen en er werd één ontmoetingsgroep georganiseerd met een specifieke focus op dit thema.

De inspiratiedag Authentiek Gastheerschap.

Op deze dag onderzochten we samen met de deelnemers wat gastheerschap en gastvrijheid betekenen en waarom het zo belangrijk is. Dit is voor elke vakantiegeanger relevant, maar voor vakantiegeangers die maatschappelijk kwetsbaar zijn, blijkt gastvrijheid van primordiaal belang. Er zijn er zovelen die nooit op vakantie zouden vertrokken zijn, als er geen persoon was die de verbinding maakte tussen het netwerk en de persoon in kwestie. Bovendien doet een gastvrij onthaal op de vakantieplek mensen ontspannen, waardoor ze de kans krijgen om echt van hun vakantie te genieten.

“Gastvrijheid ontwikkelt zich pas echt wanneer het dag in dag uit aandacht krijgt. Waarover je met elkaar veel praat, krijgt kansen om te groeien..

Hilde De Laet - Hidrodoe

Gastblijheid. Het woord rolt uit Hildes mond en ze glimlacht. 't Is een bijzonder woord. Het vertelt iets over de blijdschap van mensen die zich gezien en welkom voelen. En het zegt iets over de vreugde die gastvrijheid brengt voor wie gastheer of -vrouw mag zijn. Daar toont zich de kern van het plezier te mogen werken in de toeristische sector. Is er iets mooier dan dat?

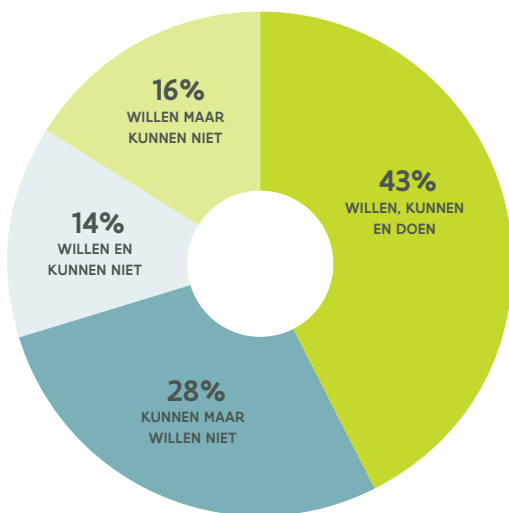
THEMA 7 - SOCIALE ORGANISATIES: EEN CRUCIALE MAAR MOEILIJKE ROL

De menselijke verbinding drempels verbrijzelt drempels. Daarom lijkt het vanzelfsprekend dat de sociale organisaties een onmisbare schakel zijn in ons netwerk. Ze zorgen voor de noodzakelijke menselijke verbinding, zij zijn onze connectie met de vakantiegangers. Ze zorgen ervoor dat we gekend zijn, dat de juiste mensen gebruik maken van het aanbod van onze partners, zij begeleiden hen in het proces naar een vakantie toe.

KRACHTIG

We zien dan ook veel verhalen over/van sociale organisaties waar mensen versterkt worden. Sommige organisaties gaan volop voor het mogelijk maken van vakantie. Deze organisaties nemen stress weg, bieden praktische oplossingen aan, bieden net dat tikkeltje meer en doen veel moeite om er een succes van te maken.

Diagram 'Welke interesse en invloed hebben sociale organisaties om de situatie in mijn verhaal te verbeteren?'. 2017



Er zijn ook pijnlijke verhalen: werkdruk, gebrek aan tijd om de informatie op te zoeken, vakantie hoort niet bij het takenpakket, weinig interne steun om vakantie mogelijk te maken, de visie over het belang van vakantie,...

Vakantie is broodnodig, maar niet levensnoodzakelijk, zoals men wel eens cru durft te stellen.

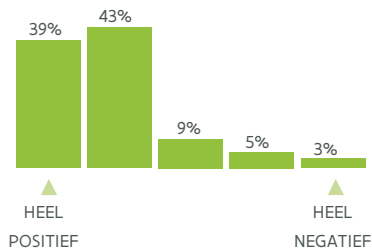
Volgende grafiek toont dat medewerkers van sociale organisaties meer negatieve verhalen en minder heel positieve verhalen delen rond het mogelijk maken van vakantie.



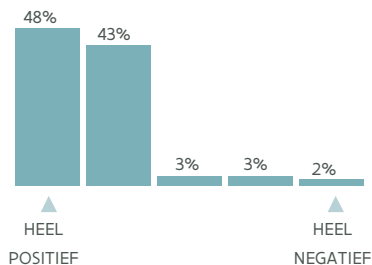
Ik werk als ervaringsdeskundige bij OCMW Gent. Ik liep een inleefstage in een wijkbureau en mocht bijzitten bij een maatschappelijk werker die met jongeren werkt. In de voormiddag kwam er een jongen (19j) die bij zijn grootouders woonde. Hij wist al enkele maanden dat zijn grootouders op vakantie gingen voor enkele weken in augustus. Hij kon niet mee en mocht niet alleen thuis blijven, dus hij moest een oplossing zoeken. Deze jongen was op zichzelf en zijn smartphone aangewezen. Het zag er naar uit dat hij in de nachtopvang zou moeten verblijven. Ik was er wat van gedaan dat deze jongen geen hulp kreeg hierbij. Tijdens mijn pauze heb ik gezocht naar een oplossing voor deze jongen. Op de website van V8 heb ik snel een reis gevonden naar Budapest. Dat was 30 euro voor een week. De jongen was eigenlijk 1 jaar te oud maar na telefonisch contact hebben wij toch de reis kunnen boeken. De jongen heeft de reis van zijn leven beleefd.



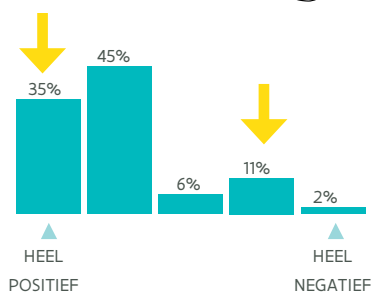
VAKANTIEGANGERS



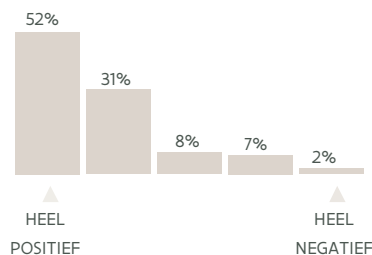
VAKANTIE-AANBIEDERS



SOCIALE ORGANISATIES



SYMPATHISANTEN



"We zijn met minder begeleiders. Daarom leggen we de brochures op verschillende plaatsen in ons onthaal. Mensen bladeren er in, maar gaan uiteindelijk toch nergens naar toe. Mensen die het moeilijk hebben, hebben te weinig fut om actie te ondernemen. Als we niet begeleiden blijft het bij kijken naar de boeken. Helaas hebben we minder tijd dan een paar jaar geleden"

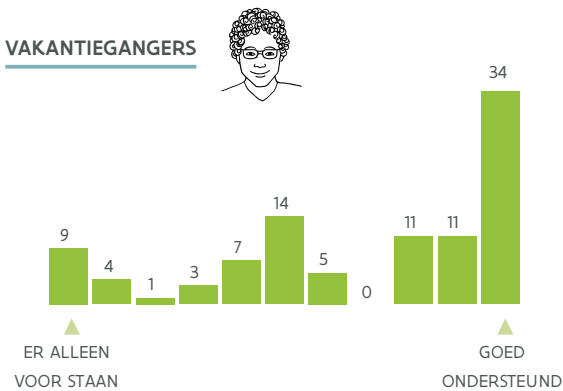
**"De organisaties
staan voelbaar onder druk."**

In vergelijking met andere verhalenvertellers vertellen medewerkers van sociale organisaties meer verhalen waarin mensen er alleen voor staan en waarin de uitdagingen veel moeilijker overbrugbaar zijn.

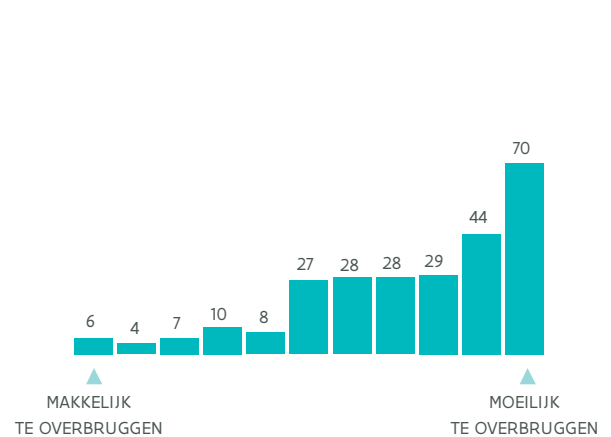
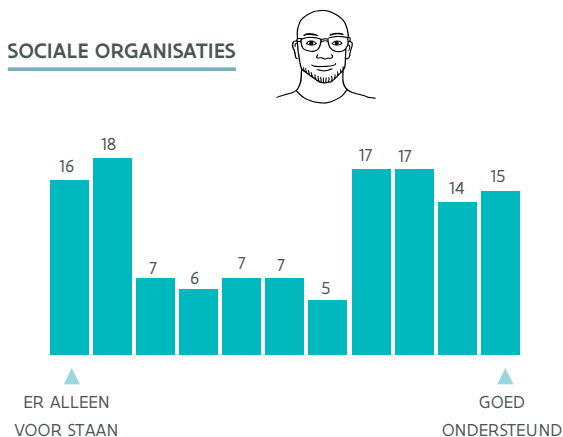
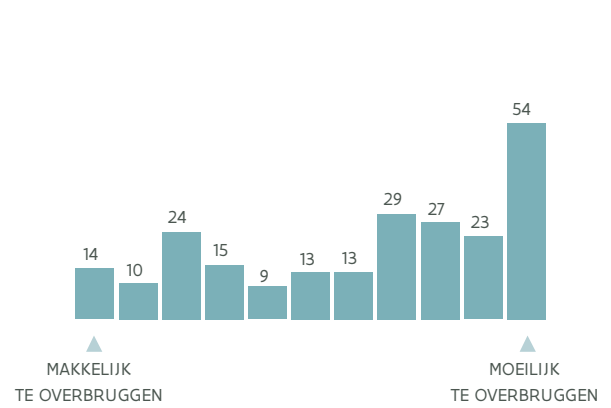
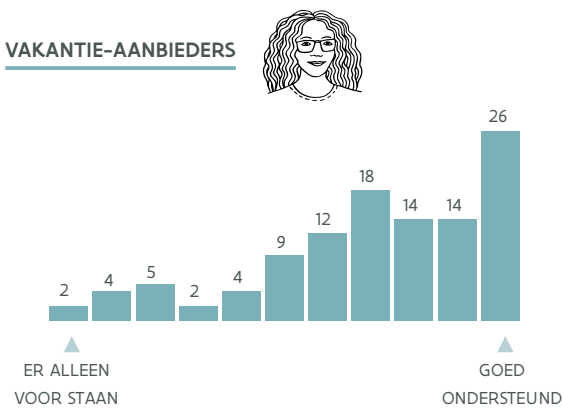
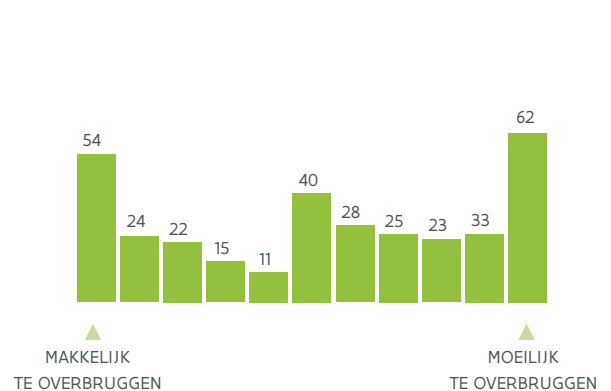
Sociale organisaties hebben het moeilijk met hun rol. Uit gesprekken blijkt meer dan eens dat velen onder hen weten dat

vakantie belangrijk is, maar dat ze er vaak niet toe komen omdat de werkdruk alsmaar groter wordt. Dit brengt veel negatieve gevoelens met zich mee. We merken dat deze bedenkingen vaker voorkomen dan een aantal jaren geleden. De organisaties staan voelbaar onder druk.

Grafiek 'Mensen in mijn verhaal voelen zich...':
onderverdeeld per groep, 2017



Grafiek 'De uitdagingen voor de vakantieganger in mijn verhaal zijn...':
onderverdeeld per groep, 2017



ACTIES

De sociale organisaties hebben het moeilijk. De oplossingen hiervoor liggen ver buiten handbereik en reiken verder dan vrije tijd en vakantie. We willen dit mee bespreekbaar maken en lange termijn visies voeden.

Op korte termijn kiezen we ervoor om **zichtbaar te maken** wat er ondanks vele moeilijkheden toch allemaal mogelijk is. Door in de verf te zetten hoe prachtig het werk is dat al deze organisaties verrichten. Hoe enorm de effecten zijn wanneer ze vakanties mogelijk maken voor mensen met minder vakantiekanalen. Begeleiders, vrijwilligers en beroepskrachten maken het verschil, elke dag en werken daar erg hard voor.

We organiseren sessies **'Sterk in engagement'** met de boodschap dat we het samen wél mogelijk maken. We legden sterk de nadruk op de levensnoodzakelijke rol van sociale organisaties in de vakantieketen. Sociale organisaties zijn onmisbaar: alleen samen met hen kunnen we jaarlijks meer dan 150.000 mensen op vakantie of daguitstap sturen. Ze delen ervaringen en geven tips om bepaalde processen te versnellen of betrokkenheid te genereren bij collega's of werkgevers.

Ter gelegenheid van het Forum 2018 werd het **Stoute Schoenenpad** ontwikkeld: een speelse methodiek voor sociale organisaties om binnen de organisatie te spreken over verantwoordelijkheid en daarna de moed op te zoeken om hier iets aan te veranderen. Gestuurd door de zaken waarover ze verwonderd zijn, worden deelnemers via het spel geleid naar de hoop die ze koesteren voor Iedereen Verdient Vakantie.

Ook van deze actie worden **verhalen gedeeld**. Er zijn immers tal van sociale organisaties die een prachtig voorbeeld zijn van hoe je het verschil kan maken, elke dag opnieuw.



THEMA 8 - HET NETWERK DOET ERTOE

Het luisteronderzoek bevat verhalen van binnen en buiten het netwerk Iedereen Verdient Vakantie. Daardoor kunnen we beide groepen vergelijken en zien we duidelijke patronen over de kracht van het netwerk. Er zijn ongetwijfeld meer patronen van verschil te vinden tussen de groepen. We wilden echter vooral kijken naar het oplossen van uitdagingen of het onderling samenwerken.

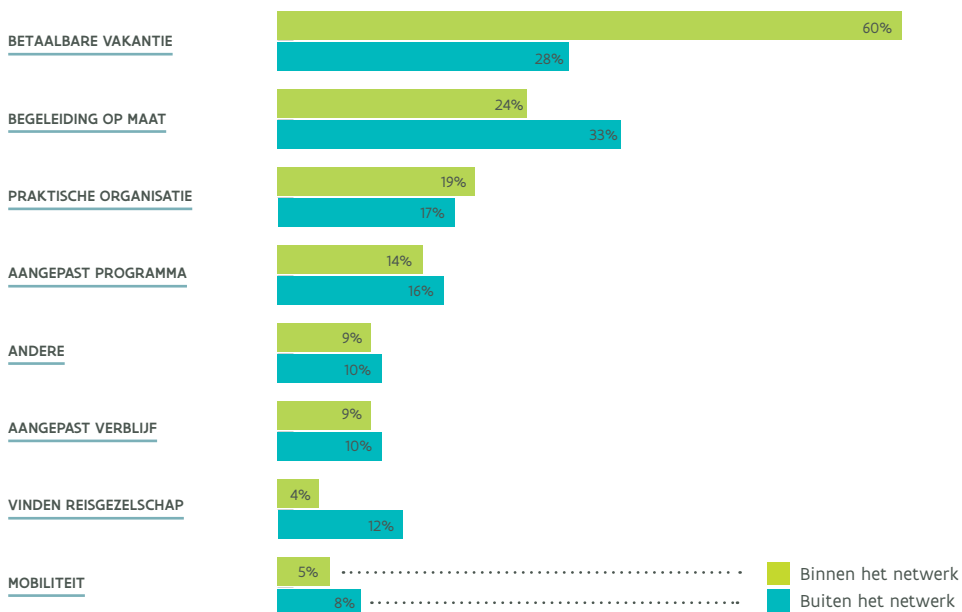
We zien in de verhalen en patronen dat het netwerk mensen en organisaties inspireert en dat het partners aanzet tot het vinden van concrete oplossingen.

In de grafiek hiernaast merken we op dat de verhalen binnen het netwerk zich sterk richten op de betaalbaarheid van de vakanties. Gezien bijna over heel de lijn de andere uitdagingen beduidend minder worden aangegeven, kunnen we besluiten dat er binnen het netwerk meer oplossingsgericht gewerkt wordt.



“Begeleiders, vrijwilligers en beroepskrachten maken het verschil en werken daar erg hard voor.

Grafiek 'De uitdagingen in mijn verhaal gingen voornamelijk over...': 2017
 BINNEN EN BUITEN HET NETWERK





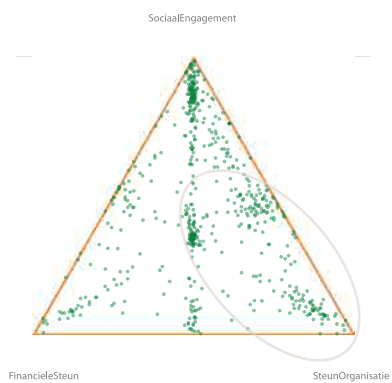
Het netwerk bevordert diverse vormen van samenwerking tussen vrijwilligers, staf en verschillende organisaties om vakantie mogelijk te maken. In de vele verhalen binnen het netwerk, merken we op dat vakantie beduidend vaker mogelijk wordt door de steun van organisaties. Sociaal engagement blijft erg belangrijk, maar lijkt minder van doorslaggevend belang binnen dan buiten het netwerk. De verhalenvertellers geven meer aan dat zowel dankzij sociaal engagement, als dankzij de steun van een sociale organisatie een vakantie mogelijk gemaakt werd.

“Aan de slag met alle partners.

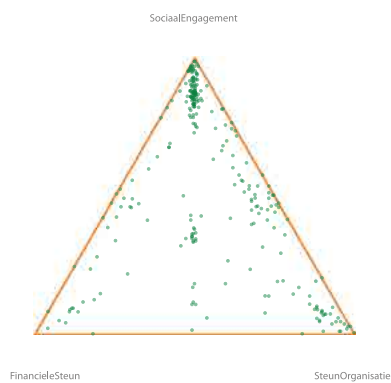
Meer praten en horen over 'Iedereen Verdient Vakantie met àlle partners: organisaties, vakantiegangers en vakantie-aanbieders.



Grafiek 'Wat heeft bijgedragen aan mijn verhaal is... 2017
BINNEN HET NETWERK



Grafiek 'Wat heeft bijgedragen aan mijn verhaal is... 2017
BUITEN HET NETWERK

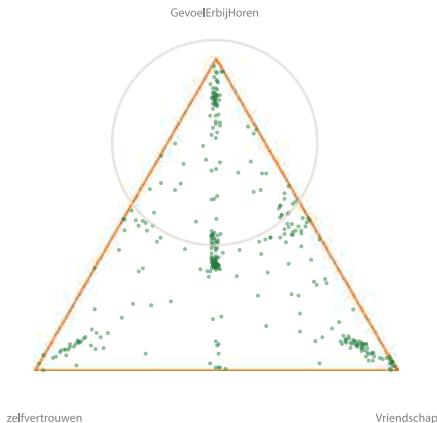




Als sociale partner binnen welzijnsschakel Tazaza vzw heb ik de kans gekregen in 2015 om een weekend aan de zee te organiseren voor een 50-tal mensen in kansarmoede. Ik werk als maatschappelijk werker bij een OCMW. Het was fantastisch om vele gelukkige gezichten en de dankbaarheid te zien, een heel weekend lang.. Sommigen hadden nog nooit de zee gezien! In 2018 gaan we met dubbel zoveel mensen opnieuw een weekend weg.

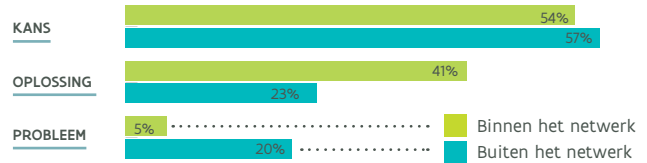
Vakantiegangers binnen het netwerk geven aan dat ze meer het gevoel hebben 'erbij te horen'. Een gevoel dat binnen het netwerk vaak naar voren komt, bijvoorbeeld tijdens het jaarlijkse forum. Het netwerk Iedereen Verdient Vakantie is voor hen één grote familie die ervoor gaat om vakantie mogelijk te maken voor iedereen. Vakantiegangers maken deel uit van dat netwerk, net als elke andere partner. Zij hebben daarin ook een engagement als ambassadeur, als stimulator.

Grafiek: 'Door de situatie in mijn verhaal hebben mensen meer...', vakantiegangers binnen het netwerk, 2017



Vakantiegangers binnen het netwerk vertellen meer verhalen over kansen en oplossingen in vergelijking met de vakantiegangers die niet tot te netwerk behoren. Die laatstgenoemde respondenten focussen meer op verhalen die over problemen gaan.

Grafiek 'Mijn verhaal gaat voornamelijk over een...', 2017
BINNEN EN BUITEN HET NETWERK



ACTIES

Dat het netwerk ertoe doet, daar werken we elke dag aan. We organiseren 'lerende netwerken Appreciative Inquiry', zetten infosessies op om nieuwe sociale organisaties te betrekken in het netwerk, bouwen 'Stel je vraag' uit. De netwerkverbinders trachten zoveel mogelijk partners bij elkaar te brengen en initiatieven te verbinden. Er wordt training en vorming voorzien die afgestemd is op de noden van het netwerk. Het team Iedereen Verdient Vakantie gaat met elke vraag van elke partner aan de slag.



Mijn vrouw en ik runnen een jeugdverblijf. Samen met vzw Kompas hebben we een programma-aanbod uitgewerkt voor hun specifieke doelgroep. Ze zijn uiteindelijk een weekje bij ons geweest. Als uitbater van het verblijf word je zeer snel opgenomen in dergelijke groepen. Wat voor ons zeer motiverend werkt en ons aanzet om mee te werken met het steunpunt.



“Het team Iedereen Verdient Vakantie gaat met elke vraag van elke partner aan de slag.



THEMA 9 - NETWERK IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE, WAAR WAS JE?

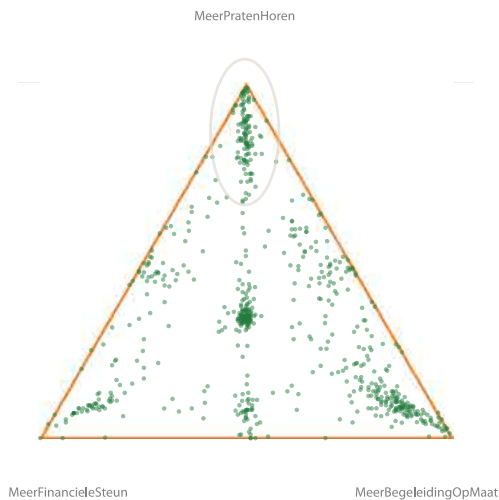
'Waarom ken ik dit niet of heb ik dit nu pas leren kennen?'

Uit de verhalen en de reflecties van de Oren blijkt dat veel mensen het netwerk Iedereen Verdient Vakantie niet kennen. Hierbij gaat het over vakantiegangers en kansrijke mensen die in hun netwerk het verschil maken.

Daaruit kunnen we concluderen dat we blijvend inspanningen te doen hebben om het bestaan van Iedereen Verdient Vakantie onder de publieke aandacht te brengen.

En ook: meer dan grote promotiecampagnes, maken de vakantiegangers het verschil. Mond-aan-mondreclame door enthousiaste vakantiegangers, Oren, Stemmen, toeristische partners, sociale organisaties en gepassioneerde vrijwilligers zorgen voor een zorgzamere toeleiding naar ons aanbod.

Grafiek 'Om situaties zoals deze te verbeteren of versterken is er nood aan...', 2017



ACTIES

De conclusie blijft dat te weinig mensen afweten van ons bestaan. Daarom willen we nog meer zichtbaar worden en bekendheid verwerven bij het grote publiek.

De eerste stap is blijven **inzetten op Rap op Stapkantoren**.

Voorlopig groeit het aantal nog jaarlijks aan. Ondertussen zijn er al 80 Rap op Stapkantoren over heel Vlaanderen. Maar de grote hoop dat iedereen uit het netwerk uitspreekt, is dat er nog meer van zo'n sociale vrijetijdskantoren komen. We blijven dus sociale organisaties en verenigingen stimuleren, informeren en overtuigen om de stap te zetten.

Er zal een **nieuw traject** opgezet worden met de **SenseMaker** software, waarbij we gedurende een jaar zoveel mogelijk Rap op Stapkantoren volgen in een anoniem dagboektraject.

Verder gebeuren er grotere **promotiecampagnes** waar sociale organisaties en Rap op Stapkantoren op kunnen inteken. Hierbij kunnen zij gepersonaliseerd gebruik maken van bestaand promotiemateriaal. Het is niet de bedoeling dat iedereen naar het Steunpunt belt, maar z'n weg kan vinden in het netwerk en ondersteuning vindt bij een lidorganisatie.



Dit gebeurt allemaal **naast de bestaande promotiekanalen** en -middelen, zoals de campagnes op sociale media, het audiovisueel materiaal dat verspreid wordt en de brochures die verdeeld worden.



'De mensen die bij de sociale dienst komen, informeren we ook over het vakantieaanbod. Vaak weten ze niet dat er zoiets bestaat of mogelijk is. We willen hen stimuleren om ergens naartoe te gaan om hun wereld te verbeteren, te verruimen en te versterken. Meestal komen ze voor iets anders, maar als de kans er is, motiveren we hen om samen iets te doen.'

'De vakantieboeken liggen zichtbaar in onze organisatie. We verspreiden het aanbod van Iedereen Verdient Vakantie. Vele mensen weten niet dat het bestaat. De mensen weten niet waar ze allemaal recht op hebben. Daarom moeten wij ze dat blijven vertellen. Meer affiches zou helpen.'



**“Met de focus op kracht
en een geëngageerde blik
op de toekomst, slaan de
partners de handen in elkaar.**

REFLECTIE OVER DE 9 THEMA'S

In 2001 werd er besloten om het Steunpunt Vakantieparticipatie op te richten. 'Verbinding maken tussen het commerciële toerisme en de sociale sector met kwetsbare doelgroepen' luidde de opdracht. Doorheen de jaren is zich organisch een groot netwerk gaan vormen van mensen en organisaties die begaan zijn met dezelfde uitdagingen en die hetzelfde engagement delen.

Wanneer zo'n netwerk organisch groeit en bestaat, is het nodig om dat te waarderen en erkennen. De vinger aan de pols houden en bijsturen om hernieuwd enthousiasme en engagement teweeg te brengen bij de partners. Niet dat dit verdwijnt, maar het blijft niet voor iedereen even tastbaar. Partners zien telkens maar een stukje van het netwerk omdat het super groot geworden is. We willen het netwerk en onze partners voeden, motiveren en inspireren: daarom lanceerden we een grootschalige luisteroefening. We wilden te weten komen wat die onzichtbare lijm eigenlijk is.

Een open vraag, geen antwoord en geen richting in gedachten. De uitkomst zou ons vanzelf de richting uitwijzen waarin we moeten verder gaan. Participatie staat niet voor niets in onze roepnaam. We laten het vanuit alle hoeken van het netwerk komen, zonder strakke sturing en met veel ondersteuning. Met wat er dan aan ervaringen, inzichten en ideeën ontstaat, gaan we aan de slag. Vakantiegangers, sociale organisaties, aanbieders en sympathisanten mochten hun verhalen vertellen over het mogelijk maken van vakantie. Binnen of buiten het netwerk. Elk verhaal was welkom. Verhalen vertellen heeft de ene verteller de ervaring gegeven van 'gezien te zijn', voor een ander een concrete stap naar vakantie mogelijk gemaakt. Verhalen vertellen hielp sommige mensen om de mogelijkheden voor zichzelf en hun naasten te ontdekken, of gewoon om hun mening ongezoeten te kunnen geven. Hoe dan ook is elk verhaal waardevol en biedt elke anekdote een schat aan informatie en stof die aanzet tot nadenken. 1004 schatten hebben we verzameld als kleine puzzelstukjes die we konden samen leggen tot een groter geheel.

VERHAAL VAN SAMEN VERSUS ALLEEN

Het beeld dat tevoorschijn komt uit het samenvoegen van zoveel momentopnamen is er een van samen zijn. Als individu deel uitmaken van een groter geheel. Een gevoel dat gecreëerd wordt door het hooghouden van drie kernbegrippen: keuze, samenhang en eigenheid. Wanneer je ergens bij hoort, ergens deel van uitmaakt, dan heb je minstens gekozen om een eerste

stap te zetten. Dit blijft essentieel om je niet alleen te voelen ten midden van een grotere groep.

Daarnaast is er een delicaat evenwicht dat bewaard moet worden tussen samenhang en eigenheid. De aanwezige samenhang geeft je het gevoel dat er voor je gezorgd wordt, dat je deel uitmaakt van een groter geheel. Je voelt je thuis bij de mensen die je omringen. Het belangrijkste is dat je dit gevoel hebt zonder dat dit ten koste gaat van je eigenheid. Er is respect voor je eigen persoonlijkheid, karakter, tekorten en talenten. Je kan uitblinken in je talenten en je kan fouten maken om uit te leren. Wanneer dit allemaal aanwezig is, dan maak je deel uit van een groep, dan voel je je niet alleen.

“We willen het netwerk voeden, motiveren en inspireren.

We lanceerden een grootschalige luisteroefening. We wilden weten wat de onzichtbare lijm in het netwerk is.

In het verhaal van vakantie mogelijk maken, wordt duidelijk dat iedereen zich thuis wil voelen in de samenleving. Mensen willen eerst en vooral 'erbij horen'. Ze willen zich sterk en gewaardeerd voelen, in tegenstelling tot de eenzaamheid die ze vaak gewaar worden. Hoe kunnen we dit gevoel creëren binnen het netwerk? Hoe kunnen we ervoor zorgen dat iedereen samen voor dit verhaal kiest? Er is geen pasklaar antwoord. Werken aan het evenwicht vraagt aandacht, elke dag.

WAT VOOR DE (POTENTIËLE) VAKANTIEGANGER?

Mensen die vakantiedrempels ervaren kansen geven om toch vakantie te beleven: dat is onze bestaansreden, daarvoor doen we het allemaal. Mensen in armoede voelen zich al zo vaak uitgesloten. Hen betrekken bij het netwerk is een vanzelfsprekend engagement.

Vakantie is niet altijd mogelijk voor wie in armoede leeft. Mensen krijgen de keuze niet, ze worden uitgesloten. Het netwerk probeert hierin het verschil te maken. Met alle partners samen willen we meer keuze en meer kansen bieden aan zij die anders uit de boot vallen. We slagen hier ook in, zo blijkt. Het netwerk doet ertoe. Niet alleen door de kortingen bij aanbieders te onderhandelen en de sociale organisaties te ondersteunen, maar ook door de vakantiegangers te zien (let op: er is een verschil tussen zien en kijken) en hen een stem te geven.

“De taal van vakantie is een taal die mensen met voldoende maatschappelijke kansen spreken zonder daarbij stil te staan.

Wanneer de drempel tot vakantie eindelijk overwonnen wordt, ervaren mensen in armoede vaak opnieuw uitsluiting. De taal van vakantie is immers een taal die mensen met voldoende maatschappelijke kansen vloeiend spreken zonder daarbij stil te staan. Het gebruik van woorden als “inchecken” en concepten als “de minibar” zijn niet in ieders taalgebruik aanwezig. Procedures om verblijven te boeken, gewoonten om bagage vooraf al achter te laten bij de balie, de lift nemen of het licht op je kamer aandoen met je sleutelkaart: je weet maar hoe het werkt als je het hebt geleerd. Wanneer mensen in armoede geconfronteerd worden met nieuwe taal en nieuwe gewoonten, kan dat opnieuw aanleiding geven tot schaamte en stress. De behoefte om erbij te horen en de angst om uit de boot te vallen, blijft opdoemen en overschaduwet dan de vakantie.

Daarom is het belangrijk dat iedereen zich bewust is van wat het gebruik van deze taal impliceert. **“Words create worlds.”** Je creëert een wereld met de woorden die je gebruikt. Je kan er zelf voor kiezen of die wereld onze vakantiegangers betreft of uitsluit. We kunnen dus bewust kiezen om inclusieve taal te gebruiken.



Taal, woorden en gewoonten die niemand uitsluiten. Het netwerk tracht oprechte verbindingen te creëren tussen de verschillende partners om de doelgroep te betrekken en te ondersteunen in het vakantieverhaal. Om zo een gevoel van samenhang te creëren bij iedereen, want iedereen verdient vakantie.

SOCIALE ORGANISATIES

Sociale organisaties vormen een cruciale schakel in de vakantieketen die vakantie mogelijk maakt voor mensen die minder kansen hebben. Zij zijn nabij bij de vakantiegangers, begeleiden hen in hun hele vakantieketen van droom naar realiteit en terug. In hun begeleiding maakt aandacht voor deze taal van vakantie een verschil. Leren wat inchecken inhoudt, waarom je de minibar beter niet zomaar gebruikt of hoe je kan vragen om je bagage al af te zetten zonder dat je al op de kamer kan. Het zijn kleine dingen die maken dat mensen zich welkom en aanvaard voelen in deze wereld van vakantie en reizen. Een wereld waarin de sociale organisaties een netwerk kunnen uitzetten voor onze deelnemers. Contactpersonen binnen de eigen organisatie en gegevens van het verblijf en andere aanbieders in de omgeving staan in onze informatiebrochure. Waar kan je terecht in geval van paniek? Wat kan je allemaal doen in de buurt? Wanneer je niet in je natuurlijke habitat bent, zijn deze vragen niet zo snel beantwoord.



“Je thuis voelen op vakantie. Dat willen we allemaal.

Mensen die in kwetsbare situaties leven, zullen pas de stap naar vakantie zetten als ze zich veilig voelen. **Sociale organisaties kunnen hen geruststellen, als ze er de tijd en mentale ruimte voor kunnen nemen.** Wanneer je een omgeving creëert waarin die persoon geen tijdsdruk ervaart en het gevoel krijgt dat er met oprechte interesse naar hem of haar geluisterd wordt, worden vakantie drempels verbrijzeld. Die authentieke verbinding maakt een vakantie mogelijk.

AANBIEDERS

Mensen willen zich thuis voelen wanneer ze op vakantie zijn. Het klinkt contradictorisch, maar het blijkt overduidelijk uit de verhalen. Ongelooflijk veel verhalen zijn gevuld met woorden die aan thuis doen denken. Vaak letterlijk ‘thuis’, maar ook ‘familie’, ‘gezin’ of ‘veilig’. **Authentiek en oprecht gastheerschap** blijkt dan ook van uiterst groot belang. Een ongelukkige eerste ontmoeting kan een vakantie verpesten, dat is bij onze vakantiegegers niet anders.

Een onthaalbediende die eens subtiel komt polsen of alles naar wens verloopt, kan al een wereld van verschil betekenen. Daardoor kan vertrouwen opgebouwd worden van mens tot mens. Zo creëren we samenhang die pas duurzaam kan zijn in evenwicht met ieders eigenheid. Elke vakantiegeger heeft zijn

eigen problematiek, identiteit en persoonlijkheid. Binnen het netwerk streven we naar een aanpak op maat. Daarin maken we eveneens het verschil. Respondenten die ver van het netwerk staan, ervaren meer uitdagingen op het vlak van op-maat begeleiding bij vakantie. Al blijft dit een hele opgave, een proces van vallen en opstaan. Een opgave waarvoor men bij het netwerk graag ruimte maakt en geduld opbrengt.

De sociale organisaties bestaan in heel veel varianten. Ze staan allemaal dicht bij de mensen, en proberen elke vakantiegeger op de meest geschikte wijze toe te leiden. Sommigen zetten intensieve begeleidingstrajecten op, anderen zijn voornamelijk dienstverlenend. Allemaal anders en toch veel gelijk. Maatwerk vormt een rode draad. Dit vraagt vaak veel tijd, tools en geduld. **De aanbieders brengen vaak veel begrip op voor kwetsbare vakantiegegers en durven flexibeler om te springen met verschillende voorwaarden en dienstverlening.**

Het netwerk Iedereen Verdient Vakantie gaat verder dan begrip opbrengen en respect tonen voor ieders eigenheid. We willen actief inzetten op aanspreken van passie en het ontwikkelen van talenten. Dit luisteronderzoek werd immers uitgevoerd door verschillende ervaringsdeskundigen die zich nauw betrokken voelden bij het thema. Zij leerden nauwkeurig naar verhalen te luisteren en ze vakkundig te noteren. Dat werk sloeg aan bij hen, in die mate dat verschillende ‘Oren’ zich verder willen blijven inzetten om verhalen

te sprokkelen. Ze voelen zich gewaardeerd. Ze genieten van het plezier en de emoties die een vakantieverhaal teweegbrengen. Een verhaal vertellen is iemand de kracht en mogelijkheid geven om zijn eigen stem te scheppen, om gezien te worden ten midden van de anonieme massa van vakantiegangers. Ogen fonkelen, herinneringen worden weer tastbaar. Het is meer dan een verhaal opschrijven, het is iemand goesting doen krijgen om opnieuw op vakantie te gaan.

Het verzamelen van en luisteren naar verhalen heeft ons doen stilstaan bij het belang van de vakantie-ervaringen van mensen in armoede en mensen die drempels ervaren tot vakantie. Hun levens en behoeften moeten gezien worden in heel de vakantieketen, hun stemmen moeten kunnen klinken en gehoord worden. We zetten ons actief in om hen de kans te geven, een platform te geven om zelf over hun vakantiekanalen te vertellen bij andere lotgenoten om hen te inspireren en te motiveren om toch de stap te zetten naar vakantie.



ONZE WENSEN VOOR SOCIALE ORGANISATIES?

In het professionele leven zorgen ze dag in, dag uit voor anderen, maar zorgt er eigenlijk iemand voor hen? De werkdruk en -last wordt steeds groter, de problematiek steeds complexer en de stress die daarmee gepaard gaat neemt toe. Zorgen voor dat vakantieverlangen is niet altijd evident, soms is het iets dat men erbij neemt tussen de prioritaire taken door. Welke plaats krijgt vakantie in de organisatie? Het maakt het individuele engagement extra moeilijk, het maakt de sociale organisatie soms de broze schakel.

Broos, maar levensnoodzakelijk en cruciaal. De vakantiegangers hebben hen nodig voor de begeleiding doorheen de vakantieketen. Om naast hen te staan, met oprechte betrokkenheid en een groot inlevingsvermogen om samen de moeilijke stappen te zetten naar vakantie. Met aandacht voor de verbinding tussen mensen gebaseerd op gelijkwaardigheid, waarin de hulpvrager en de hulpverlener de handen in elkaar slaan en samen op zoek gaan naar oplossingen. Een vakantie, een daguitstap, het kan een persoon veranderen, een eerste stap zijn in de richting van verbetering of een levensreddende verademing te midden van alle dagelijkse beslommingen. Vakantie mogelijk maken betekent de waardigheid van mensen helpen herstellen.

“Vakantie mogelijk maken betekent de waardigheid van mensen helpen herstellen.

Het netwerk doet beroep op de sociale organisaties om zoveel mogelijk het juiste aanbod bij de vakantievrage te koppelen. Is de stap niet te groot? Of omgekeerd, is het wel spannend genoeg? Iemand die nog nooit op vakantie ging, start vaak bij een daguitstap in een gekende groep. Vakantievaardigheid is een groeiproces. En niet iedereen stapt in op de zelfde plek. Dicht bij de mensen, het meest passende aanbod voorstellen is een belangrijk stap naar een geslaagde vakantie-ervaring. Zonder hen zouden er nog meer mensen niet de kans krijgen om een geslaagde vakantie te beleven.

Daarom is het uiterst belangrijk dat we met alle partners zorgen voor deze broze schakel, opdat zij op hun beurt weer optimaal kunnen zorgen voor de mensen die voor het wél of niet met

vakantie kunnen afhankelijk zijn van de organisaties. Een oproep aan bestuurders en beleidsmakers in organisaties om te ijveren voor de tijd en mentale ruimte. Zodat zorgverleners zich hier meer ten volle kunnen bezig houden. Het belang en de effecten van vakantie en vrije tijd wordt vaak gezien en gevoeld door de basiswerkers, maar minder in de 'hogere' organisatiestructuren.

Ter verdere ondersteuning van de organisaties willen wij meer de reflex maken om tot bij de sociale organisaties te komen en in te spelen op overleg van andere instanties die sociale organisaties reeds samen roepen. Meer toenadering tot deze organisaties en hen af en toe een hart onder de riem steken als een eerste stap. Hun intrinsiek aanwezige engagement weer aanwakken als volgende stap. De schaamte en het schuldgevoel is immers groot. Elke zorgverlener beseft dat vakantie belangrijk is, maar soms wordt dat besef – en de tijdsruimte die er nodig is om dat mogelijk te maken - ondergesneeuwd door andere noden en behoeften die prioritair lijken. Zoals één van onze partners zo treffend verwoordde: "Vakantie is noodzakelijk, maar niet dringend in het takenpakket". Opvolgingen, rapporten en begeleiding van dossiers stapelen zich op en vormen een zichtbare stapel op het bureau die niet op kan tegen het sluimerende schuldgevoel dat zich diep verscholen houdt in het achterhoofd. De mentale ruimte om dit uithoekje eens naar de voorgrond te brengen, is er vaak niet.

Ondanks de soms moeilijke omstandigheden bestaat ons netwerk uit **ongelooflijk geëngageerde mensen** die telkens opnieuw beslissen om dat tikkeltje meer te doen. Al is het maar anderen warm maken voor vakantie, toch een kwartiertje van de dag vrijmaken voor boekingen of in hun vrije tijd een kind naar de kampplaats rijden. Daarom zeggen we graag 'Van harte bedankt!': aan al die warme mensen van sociale organisaties die vechten voor vakantiekanalen elke dag opnieuw. Er is zoveel vuur en engagement te vinden.

We voegen hier graag aan toe: doe het niet alleen! Samen staan we sterker om vakantie mogelijk te maken voor iedereen. Laat je omringen door die vrienden en fans, persoonlijk en professioneel. Ga creatief op zoek naar oplossingen die zich ook buiten je standaard werking bevinden. Van geëngageerde vrijwilligers, over de kleine moeite die iemand moet doen om een kindje extra in de auto te zetten tot mensen waarmee jouw vakantieganger de kosten kan delen. Het zijn allemaal kleine oplossingen voor kleine problemen, die jouw takenpakket lichter maken. Kijk naar buiten en merk de gemeenschap op die sluimerend aanwezig is rond je organisatie en slechts een korte stimulans nodig heeft om tot leven te komen.

Professioneel kan je eveneens de handen meer in elkaar slaan. Iedereen werkt samen met andere partners om zo tot winwin-



winsituaties te komen, waarom zouden organisaties niet meer doen? Deel je ervaring en dromen met zoveel mogelijk collega's zodat je er niet alleen voor staat. Gedeelde vreugde en gedeelde smart, het zorgt niet alleen voor minder werklast, maar ook voor een onderlinge band. Ook buiten de organisatie kiemen opportuniteiten. Verschillende organisaties in dezelfde regio of met een gelijkaardige doelstelling kunnen hun budgetten en expertise bij elkaar leggen en samen meer bereiken dan apart.

Probeer het eens, wie niet waagt, niet wint. Voel je thuis in ons gezamenlijke netwerk en besef dat er ruimte is voor experiment. Het netwerk ondersteunt en begeleidt je graag in dit proces. Je hoeft geen schrik te hebben om de sprong te wagen. Elke fout of misstap is een leerkans. Neem een andere mindset aan, een groei mindset. Je organisatie, en bij uitbreiding ons netwerk, kan enkel groeien en vooruitgaan als er zich leerkansen voordoen. Iedereen weet hoe moeilijk het is om de spits af te bijten, om in het koude, diepe water te springen. Het netwerk supportert, springt mee of helpt je recht op van zodra je gesprongen bent. Er heerst begrip en respect voor de problematiek binnen de sector.

Laat ons vooral ook **de focus leggen op alles wat er al goed gaat** en daar energie uit putten. Want er gaan al zoveel vakantiegangers wel op vakantie en er zijn al zoveel organisaties wel bezig met vakantie.

ONZE WENS VOOR TOERISTISCHE AANBIEDERS?

Aanbieders van verblijven, georganiseerde vakanties, attracties en daguitstappen zorgen ervoor dat elke gast zich thuis voelt. In eerste instantie lijkt het tegenstrijdig omdat mensen net op vakantie gaan om er even tussenuit te zijn. Even niet thuis zijn, wil echter niet zeggen dat je je niet thuis wil voelen. Je kan jezelf niet ten volle ontplooiën en ontspannen als je niet op je gemak bent. Hoe verkrijgt je dat thuis-gevoel zonder de zorgen van thuis mee te nemen? Wat houdt thuis komen juist in? Hoe kan je als aanbieder ervoor zorgen dat je dit gevoel opwekt van zodra de vakantieganger binnenkomt?

De sleutel ligt in een authentiek en oprecht gastheerschap. Geef de vakantieganger niet louter het gevoel dat ze welkom zijn, maar geef hen echt het gevoel dat je hen verwachtte. Geef hen het gevoel dat jij, als aanbieder, er echt naar uit kijkt om hen eindelijk te mogen ontvangen. Wees jezelf bewust van het feit dat deze eerste ontmoeting van cruciaal belang is. Het zet de toon voor de rest van de vakantie. Iemand die niet de weerbaarheid, flexibiliteit of het referentiekader heeft om dit te plaatsen, wordt anders uitgesloten van vakantiekanalen. **Aanbieders kunnen met een oprechte betrokkenheid het verschil maken.** Het creëert een verbinding die zoveel drempels verbrijzelt, maar vooral de kans verhoogt op een herhaling. Eén geslaagde vakantie legt het fundament voor eventuele volgende vakanties of daguitstappen.



“Wat houdt thuiskomen juist in? Het gevoel dat je verwacht wordt.”



“Verwondering is de open blik waarmee we de pareltjes van schoonheid zien.

Elke gast wil zich goed voelen op de plek die hij bezoekt of waar hij verblijft. Onze vakantiegangers hebben een op-maat begeleiding achter de schermen nodig, en het vertrouwen dat ze voor alle vragen ergens terecht kunnen. Maar ook de andere gasten willen zich thuis voelen. De aanbieder ervaart dit soms als een spanningsveld. Gaan kwetsbare vakantiegangers zich opvallend anders gedragen? Zijn er profiteurs onder hen? Hoe gaan dan mijn andere klanten/gasten hierop reageren? Gaan zij zich bedrogen voelen omdat zij wel de volledige prijs betalen? Of zich beledigd voelen door gedrag dat een beetje anders kan zijn? Of vinden ze het net heel erg tof de diversiteit van de samenleving te ontmoeten? Om engagement te zien? Ook bij de aanbieder heerst er soms twijfel, schaamte en stress rond deze vakanties. Hoe verschillend zijn al die gasten die je ontvangt? We zijn allemaal mensen, vaak met vergelijkbare wensen en verlangens. We maken dit graag bespreekbaar. We willen ambassadeurschap meer zichtbaar maken. Wees trots op je engagement, op jouw betrokkenheid bij het netwerk. Ieder draagt zijn steen bij en helpt daarmee onze maatschappij vooruit. Maatschappelijk verantwoord ondernemen is meer dan een trendy begrip. Het zit in het DNA

van elke jongere generatie. Empowerment, duurzaamheid en betrokkenheid zijn kernbegrippen die van toenemend belang zijn in de keuzes die men maakt in het alledaagse leven. Vlaanderen is bovendien veel warmer dan we misschien wel denken. In ieder van onze 1004 verhalen zijn er mensen die vakantie mogelijk maken voor anderen. Het gaat verder dan een professionele kracht: ook buurvrouwen of andere moeders van op school engageren zich om ervoor te zorgen dat iedereen vakantie krijgt. Draag dus je engagement met trots uit en wees ambassadeur voor wat we doen en waar we voor staan. Voor een duurzame, krachtige en betrokken gemeenschap waarbij iedereen op vakantie gaat en een plaats krijgt, waarbinnen niemand zich uitgesloten voelt.

Samenkomen met collega's vormt hierin een essentiële factor. Deel je ervaringen om van elkaar te leren, om geïnspireerd en ontroerd te worden. Je versterkt elkaar door praktijken en ideeën uit te wisselen, nieuwe partners te leren kennen of je niet alleen te voelen in je inspanningen en betrokkenheid. Jij maakt ook een deel uit van een groter geheel aan geëngageerd gelijkgezinden die het belang van vakantie inzien en verkondigen.



Pioniers

Reizen betekent terugkomen met een pak verhalen. Alleen al daarom is het niet zo verwonderlijk dat Iedereen Verdient Vakantie één van de pioniers in Vlaanderen werd om met de **narratieve methodiek SenseMaker** aan de slag te gaan. Dit als aanvulling op het bestaande narratief werk en waarderend onderzoek. Iedereen Verdient Vakantie heeft 'Grootschalig Luisteren' mee vorm en richting gegeven. Door niet te vertrekken van vooropgestelde kaders, maar onbevangen te luisteren naar meerstemmigheid. Door concrete ervaringen te capteren van wat werkt en niet werkt. Maar vooral door te vertrekken van de kracht die uitgaat van het vertellen zelf. Waar SenseMaker vaak de klemtoon legt op de participatieve analyse en de collectieve 'sense-making' na het verzamelen van honderden verhalen, heeft Iedereen Verdient Vakantie het luisterproces zelf heel centraal gesteld in de methodiek. Door het opleiden van een groep Oren die maandenlang hebben geluisterd naar de verhalen van individuen en organisaties binnen het netwerk ontstond een positieve dynamiek die tot op vandaag voelbaar is. Bovendien heeft Iedereen Verdient Vakantie de tijd genomen om alle verhalen met verschillende groepen en stakeholders te lezen, te analyseren en te begrijpen. Een proces dat resulteerde in inzichten, werkpunten, concrete acties en inspiratie voor de toekomst. Iedereen Verdient vakantie heeft een praktijk neergezet die tot op vandaag inspirerend werkt. Ondertussen zijn verschillende socio-culturele organisaties op de kar gesprongen om Grootschalig te Luisteren en zo op een andere manier te meten en te weten.

Steff Deprez
Voices That Count

Conclusie

Vertrekken vanuit ervaringen en niet vanuit meningen maakte in dit luisteronderzoek een wezenlijk verschil. Elke kleine ervaring vertelt ook over iets groters: wat er al gebeurt of wat er ons te doen staan.

Verhalen vertellen zoveel meer dan de filosofische reflecties die ze voortbrengen. Eigenlijk zouden we hier elk verhaal willen publiceren, omdat zij de essentie vormen 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 je ervaart door het vertellen van je verhaal is een steentje die grote rimpels maakt in het wateroppervlak.

Lees en deel daarom zoveel mogelijk verhalen om terug te keren naar de essentie, om weer voeling te krijgen met dat 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 erg belangrijk. Samen moeten we ervoor zorgen dat het gevoel van er alleen voor te staan bij onze partners verdwijnt. Of het nu de vakantieganger is die zich uitgesloten voelt, de sociale organisatie die zich niet gesteund voelt in zijn engagement of de aanbieder die zich misverstaan en niet gezien voelt. Elk van hen kampt met twijfels, maar geen van hen laat zich klein maken. Met de focus op de kracht en mogelijkheden en een geëngageerde blik naar de toekomst slaan we de handen in elkaar en proberen nog meer mensen warm te maken voor ons objectief. Iedereen Verdient Vakantie!

Lees meer over narratief werk in
'CO-AUTHORING THE FUTURE OF TRAVEL
AND HOSPITALITY. AN UNFOLDING PRACTICE
IN TOURISM IN FLANDERS.



Met dank aan

Alle mensen die hebben bijgedragen aan dit grootschalig luisteren.

De **1004 mensen die hun ervaring deelden**, uit die veelheid aan verhalen kunnen we leren.

De **verhalensprokkelaars of oren** om te luisteren, om mensen de ruimte te geven in een gesprek van mens tot mens. Bedankt Marleen, Marc, Joris, Hilde, Mieke, Els, Marie-Louise, Mia, Ann, Marina, Evi, Veerle, Jenneke (†), An-Katrien, Dirk, Anja, Annie, René, Bart, Ruth, Jean, Karine, Michelle, Saadia, Sarah en Wendy.

De **facilitatoren** Els Meersschaert, Gil Geron, Stijn Dujardin, Griet Bouwen, Jeroen Marijsse en Jan Somers voor het organiseren van verhalenworkshops met groepjes vakantiegangers en vakantiemakers.

Griet Bouwen en **Hans Bouwen** die de opleidingsdagen van de oren hebben ondersteund en het traject mee vormgegeven hebben.

Hilde Gyselink (vrijwillig Oor) en **Mieke Deblaere** (vrijwillig Oor) die het voortouw namen in de coaching en ondersteuning van de oren.

Steff Deprez van Voices That Count, die ons de mogelijkheden van 'SenseMaker' leerde kennen. De tool brengt de stem van alle mensen gelijkwaardig naar boven, ook de stemmen die niet vaak gehoord worden.

Het **team van 'Iedereen Verdient Vakantie'** om oren open te houden en verhalen neer te schrijven.

Marianne Schapmans, directeur van Steunpunt Vakantieparticipatie. Bedankt om

ruimte te laten en tijd te nemen voor dit exploratief proces. We gingen op zoek naar wat we willen begrijpen, naar de vragen waar we zelf geen antwoord op weten. Een exploratie van onze eigen nieuwsgierigheid, naar wat kan helpen om de kracht, het mechanisme van het netwerk Iedereen Verdient Vakantie beter te begrijpen.

Lore Moons, studente agogische wetenschappen, voor de medewerking aan de verhalenanalyse.

Chene Swart, voor de reflectie op de negen thema's.

De **deelnemers** aan de workshops en reflectiemomenten.

Het **netwerk** Iedereen Verdient Vakantie.

Met wat we uit dit grootschalig luisteronderzoek leerden, kunnen we versterken wat al goed werkt en initiatieven nemen waar nog dingen beter kunnen. Samen met onze meer dan 2000 partners vanzelfsprekend. Want mooie verhalen, daar doen we het voor. En de moeilijke: daar werken we geboeid en vastberaden aan.

Jenneke is ondertussen overleden. Ze was een vaste waarde in het team van de Vrijwillige Oren. Vakantie was voor haar heel belangrijk.





Neem me mee
naar een moment
over vakantiekanen.
Ik luister

...

COLOFON

Iedereen Verdient Vakantie maakt vakantie in Vlaanderen mogelijk voor mensen die drempels ervaren. Om dat goed te kunnen doen, is het nodig te begrijpen wat er al werkt en waar het soms niet werkt. Dat leren we niet alleen uit cijfers. Maar ook uit verhalen. We willen zichtbaar maken wat voorbij het meetbare ligt. Wat zijn de ervaringen die begeleiders, vakantiegangers en toeristische aanbieders meemaken? Welke momenten maakten een verschil? We horen heel verschillende en allemaal persoonlijke ervaringen. Uit die veelheid kunnen we leren. Daarom sprokkelden we **1004 ervaringen** die ons samen een gevarieerd en bijzonder boeiend beeld geven over hoe wij in Vlaanderen vakantie mogelijk maken voor elkaar.

2019 © Alle rechten voorbehouden

V.U. Marianne Schapmans

Tekst: Anneleen Adriaenssens, Griet Bouwen,

Marianne Schapmans, Gudrun Willems

Vorm: info@llot.be

Beeld: Robert Boons, Marc Wallican, Pixabay,

Unsplash, Toerisme Vlaanderen

Illustraties: Nathalie Carpentier, Katrien Davans, Eva Mouton

NETWERK IEDEREEN VERDIENT VAKANTIE

Grasmarkt 61, 1000 Brussel | T 02 504 03 91

info@iedereenverdientvakantie.be

