

# ONDERZOEKSRAPPORT 'SURFTHERAPIE TOEPASBAAR BIJ JONGEREN IN KANSENGROEPEN'

Cool Justien	Sociaal Werk
Debyser Marjana	Orthopedagogie
Delaere Nienke	Toegepaste Psychologie
Deven Elise	Toegepaste Psychologie
Van Cauwenberge Laura	Toegepaste Psychologie
Vandermeersch Axelle	Orthopedagogie
Vandorpe Sarah	Toegepaste Psychologie
Wilbers Lindert	Maatschappelijke Veiligheid



## Voorwoord

Beste lezer,

Wij zijn acht studenten aan de hogeschool VIVES te Kortrijk in het studiegebied sociaal-agogisch werk. Het sluitstuk van onze professionele bachelors is een multidisciplinaire bachelorproef, bestaande uit de bachelors: Maatschappelijke Veiligheid, Orthopedagogie, Sociaal Werk en Toegepaste Psychologie. Bij deze bachelorproef werkten we samen met de projectindieners Monstergolf vzw. Rekening houdend met de vraag van de opdrachtgever zullen we het volgende onderzoeken in dit onderzoeksrapport: 'Hoe kan je surftherapie voor kansarme jongeren vormgeven en promoten?'

We willen graag de opdrachtgevers en eigenaars van Monstergolf vzw, Liselotte Oyen en Oliver DeWolf in het bijzonder bedanken voor de uitdagende opdracht en de ondersteuning doorheen het project. Bijkomend bedanken we onze bachelorproefdocent Liesbeth De Winter voor de adequate begeleiding, opvolging en inspiratie. Ten slotte bedanken we alle organisaties, sleutelfiguren en overige personen die hebben meegewerkt aan deze bachelorproef en het onderzoeksrapport.

## Samenvatting

De bachelorproef 'Surftherapie voor kansengroepen' wordt uitgevoerd binnen de vzw Monstergolf. Monstergolf is een vzw die streeft naar een verbetering van de mentale gezondheid van haar deelnemers. Er wordt gewerkt via een 'outdoor' programma. Monstergolf werkt in de natuur en ervaringsgericht. De hoofdactiviteit van Monstergolf is surfen. Via surftherapie wordt er gestreefd naar een verbetering van gezondheid en verbetering van de levenskwaliteit.

Het project gaat gepaard met enkele uitdagingen, namelijk het financieel aspect, het team, de tijdsnood, de winter en het bereiken/activeren en motiveren van de jongeren. Als groep besloten een draaiboek op basis van dit onderzoek te stellen voor een vijfdaags surfkamp voor jongeren uit kansengroepen.

In het eerste deel van het onderzoeksrapport kunt u onze literatuurstudie raadplegen. In dit onderdeel behandelen we uitgebreid thema's die relevant zijn om het vijfdaags kamp te gronden. We starten met het definiëren van surftherapie, om vervolgens de ontwikkeling van jongeren te bespreken. Daarnaast bespreken we de mentale gezondheid en de link met sport.

In het tweede deel van het onderzoeksrapport delen wij ons onderzoeksontwerp- en verloop. In dit onderzoek maken we gebruik van een kwalitatieve onderzoeksmethode, waarbij we diepgaand onderzoek verrichten. Met het onderzoek willen we zicht krijgen op de ervaringen, ideeën, denkwijzen, motieven, belevingen, gevoelens en de gedragingen van personen met bepaalde expertise binnen ons onderwerp. Aan de hand daarvan kunnen we een antwoord bieden op de onderzoeksvraag: *'Hoe kan je surftherapie voor jongeren uit kansengroepen vormgeven en promoten?'*.

Aan het einde van ons onderzoeksrapport delen we onze resultaten mee die we verkregen uit ons kwalitatief onderzoek. Bij de jongerenorganisaties, partnerorganisaties en de focusgroepen kwam er aan bod dat de meesten nog geen weet hadden van surftherapie en/of Monstergolf vzw. De meeste respondenten van onze focusgroepen hebben nog geen ervaring met surfen. Het promoten van een kamp vereist een veelzijdige aanpak. Een samenwerking met gemeenschappen en jeugdorganisaties biedt een

meerwaarde. Het financieel aspect is van belang, want zonder is het onmogelijk om alles te verwezenlijken. Daarom is het een meerwaarde om samen te werken met instellingen, partners... en gebruik te maken van maatschappelijke hulpbronnen. Er moet rekening gehouden worden met de interesses van de jongeren om hen persoonlijk te benaderen, dit kwam voor bij al onze bevrageden. De betrokkenheid van een begeleider is essentieel bij de jongeren en de opvoedingsfiguren, want het betrekken van hen blijft een uitdaging. Begripvolle communicatie is essentieel wanneer er weerstand is bij jongeren en/of opvoedingsfiguren, en is het belangrijk om de weerstand te erkennen. De groepscontext is afhankelijk van de doelgroep en de dynamiek die er zich in bevindt. Veiligheid binnen de groep wordt aangegeven belangrijk te zijn voor alle bevrageden. Sociale media is een effectieve tool om met de jongeren te communiceren. De partnerorganisaties vertellen dat mond- tot-mondreclame effectiever is. Het samenwerken met instellingen die te maken hebben met jongeren die een vertrouwensband hebben, leidt zich ertoe actief te mengen in groepen en laagdrempelige ondersteuning te bieden. Dit kan een belangrijke rol spelen in het begeleiden van jongeren. De jongeren tonen waardering en dankbaarheid wanneer men succeservaringen behaalt. Het is belangrijk om geduldig te zijn met de doelgroep en hen de ruimte te bieden die ze nodig hebben, omdat dit essentieel is voor de individuele behoeften.

Tot slot werd ons meegegeven dat het woord therapie kan afschrikken en hier een voorzichtige aanpak in moet worden voorzien. Als laatste boodschap wordt ons meegegeven dat we niet mogen opgeven in wat we doen.

Dit product kwam tot stand in het kader van de bachelorproef van Lindert Wilbers, Justien Cool, Axelle Vandermeersch, Elise Deven, Laura Van Cauwenberge, Marjana Debyser, Nienke Delaere en Sarah Vandorpe in functie van het behalen van het diploma bachelor Toegepaste Psychologie, Sociaal Werk, Orthopedagogie en Maatschappelijke Veiligheid aan de Hogeschool VIVES. Wil je graag gebruik maken van dit product, doe dit dan met respect voor de auteursrechten: vermeld steeds onze naam, neem contact op voor toelating om dit product ruimer te gebruiken: [justiencool27@gmail.com](mailto:justiencool27@gmail.com)



# Inhoudsopgave

<b>Voorwoord</b> .....	<b>2</b>
<b>Samenvatting</b> .....	<b>3</b>
<b>1. Inleiding</b> .....	<b>8</b>
<b>2. Probleemstelling</b> .....	<b>9</b>
<i>De aanleiding</i> .....	9
<i>De doelstelling</i> .....	9
<i>De afbakening van het onderwerp en de doelgroep</i> .....	10
<b>3. Literatuurstudie</b> .....	<b>12</b>
3.1 <i>Monstergolf vzw</i> .....	12
3.1.1 <i>Surftherapie</i> .....	12
3.1.2 <i>Beweging en mentaal welzijn</i> .....	16
3.1.3 <i>Kansengroepen</i> .....	33
3.1.4 <i>G-sport</i> .....	36
3.1.5 <i>Beleid &amp; statistieken</i> .....	39
3.1.6 <i>Actuele uitdagingen</i> .....	41
3.1.7 <i>Mentale gezondheid</i> .....	51
<b>4. Onderzoeksontwerp</b> .....	<b>71</b>
4.1 <i>Wie: doelgerichte steekproef?</i> .....	72
4.1.1 <i>Jongeren</i> .....	72
4.1.2 <i>Jongerenorganisaties</i> .....	72
4.1.3 <i>Partnerorganisaties Monstergolf</i> .....	73
4.1.4 <i>Surfclubs</i> .....	74
4.2 <i>Wat: welke aspecten komen aan bod?</i> .....	74
4.2.1 <i>Topics interviews</i> .....	74
4.2.2 <i>Topics focusgroepen</i> .....	76
4.3 <i>Hoe: methode en afnamemodaliteiten</i> .....	76
4.3.2 <i>Interviews</i> .....	77
4.3.1 <i>Focusgroep</i> .....	77
<b>5. Resultaten kwalitatief onderzoek</b> .....	<b>78</b>
5.1 <i>Jongerenorganisaties</i> .....	78
5.1.1 <i>Surftherapie</i> .....	78
5.1.2 <i>Jongeren in groepscontext</i> .....	80
5.1.3 <i>Organisatorische factoren</i> .....	84
5.1.4 <i>Slot</i> .....	86
5.2 <i>Partnerorganisaties Monstergolf vzw</i> .....	87
5.2.1 <i>Surftherapie</i> .....	87

5.2.2 Jongeren in groepscontext .....	88
5.2.3 Organisatorische factoren .....	91
<b>5.3 Surfclubs.....</b>	<b>94</b>
5.3.1 Surftherapie .....	94
5.3.2 Doelgroep .....	95
5.3.3 Organisatorische factoren.....	96
<b>5.4 Jongeren.....</b>	<b>99</b>
5.4.1 Surfen .....	99
5.4.2 Interesse .....	99
5.4.3 Kamp .....	102
5.4.4 Bekendmaking.....	103
5.4.6. Slot .....	104
<b>6. Geïntegreerde conclusie en discussie .....</b>	<b>105</b>
6.1 Conclusie.....	105
6.2 Discussie .....	110
<b>7. Aanbevelingen.....</b>	<b>112</b>
7.1. Aanbevelingen m.b.t. het draaiboek .....	112
7.1.1. Motiveren & participeren van de jongeren .....	112
7.1.2. Promoten van de organisatie & bereiken van de jongeren .....	113
7.1.3. Verbinding creëren aan de hand van activiteiten .....	113
7.1.4. Praktische belemmeringen.....	114
7.2. Aanbevelingen voor de organisatie.....	116
7.2.1 Team.....	116
7.2.2 Brugfiguur .....	116
7.2.3. De begeleidingsstijl.....	116
7.2.4 Mobiliteit.....	117
<b>Bijlagen.....</b>	<b>118</b>
<i>Bijlage 1: Interviewschema focusgroepen .....</i>	<i>118</i>
<i>Bijlage 2: Gecodeerde focusgroepen .....</i>	<i>120</i>
<i>Bijlage 3: Interviewschema organisaties (partners) .....</i>	<i>137</i>
<i>Bijlage 4: Interviewschema surfclubs.....</i>	<i>140</i>
<b>Bibliografie.....</b>	<b>142</b>



## 1. Inleiding

Het project wordt uitgevoerd binnen de vzw Monstergolf. Het is een organisatie die streeft naar een verbetering van de mentale gezondheid van haar deelnemers. Er wordt ervaringsgericht en in de natuur gewerkt aan de hand van een 'outdoor' programma. Met surftherapie wordt er gestreefd naar een verbetering van gezondheid en verbetering van de levenskwaliteit. Het project wordt uitgevoerd binnen de vzw Monstergolf, met behulp van lokale surfclubs kan men surfmateriaal huren. De surfinitiatie zelf vindt zich plaats in Oostende.

De doelgroep voor dit project zijn in eerste instantie voor jongeren tussen de twaalf en zestien jaar oud. Echter is er ook ruimte voor afwijkingen van deze leeftijdsgrens, waarbij jongeren van elf tot achttien jaar welkom zijn om deel te nemen aan de activiteit.

We starten eerst met het exploreren van de opdracht en het probleem en verdiepen we ons in de nodige literatuur. Daarna gaan we door naar de ontwikkelingsfase met de gekozen onderzoeksmethode om vervolgens te gaan uitvoeren/ ontwikkelen. Na het kwalitatief onderzoek, bestaande uit interviews met verschillende instanties betrokken met het thema, gaat de deliver fase van start. Dit is de fase waarin we uiteindelijk de eindresultaten gaan bespreken aan de hand van het draaiboek dat we zelf gaan maken. Er wordt een onderzoeksrapport geschreven waarna we een eindproduct verkrijgen.

Tot slot geven wij onze mondelinge presentatie van dit proces & product. Dit zal een draaiboek bevatten voor een kamp met seizoensgebonden activiteiten, die we tevens ook gaan promoten.

## 2. Probleemstelling

### De aanleiding

Deze bachelorproef komt er naar aanleiding van onze opdrachtgevers. Ze ervaren problemen op vlak van tijd en inspiratie. Ze werken beiden voltijds en nemen er Monstergolf vzw na hun werkuren nog bij. Het team heeft zelf geen ruimte om hierover te brainstormen. Ze hebben nood aan een frisse blik. Monstergolf vzw botst op verschillende uitdagingen. Ze zijn ervan overtuigd dat surftherapie toegankelijk moet zijn voor iedereen. Niet alleen het bereiken is moeilijk, maar ook het blijven motiveren ervan. Als laatste botsen ze op een gebrek aan budget. Surftherapie is niet goedkoop door de huur van het materiaal. Het is best duur voor iemand die geen middelen heeft. We zitten met een doelgroep waarbij de voorspelbaarheid op vele vlakken zoek is.

### De doelstelling

Ten eerste streven we er naar actieve participatie en betrokkenheid bij de jongeren. We moedigen jongeren aan om hun stem te laten horen en ideeën te delen. Hierbij staat centraal dat we een ondersteunende omgeving creëren waarbij jongeren zich gehoord, begrepen en gewaardeerd voelen.

Daarnaast willen we jongeren bewust maken van een gezondere levensstijl door gezonde en seizoensgebonden voeding aan te bieden. We zijn ervan overtuigd dat dit een positief effect heeft op de psychische en fysieke gezondheid van de jongeren. Ook zien we het eetmoment als middel om verbinding tussen jongeren te creëren. Samen koken en genieten van een lekkere maaltijd bevordert sociale interactie tussen de jongeren, met als doel het samenhorigheidsgevoel van de jongeren te versterken.

Het is het ook belangrijk om input van jongeren zelf te verzamelen. Via interviews met focusgroepen willen we de noden en behoeften van jongeren opnemen in dit project. Dit stelt ons in staat om een vijfdaags kamp surftherapie vorm te geven die aansluit bij de interesses, uitdagingen van deze jongeren.

Door middel van diepgaande gesprekken met professionals kunnen we waardevolle inzichten verkrijgen over kansarmoede, sporttherapie, en surfen. Deze inzichten helpen

ons bij het ontwikkelen van een programma dat nauw aansluit bij de uitdagingen en interesses van de jongeren.

Een belangrijk onderdeel van dit project is het ontwikkelen van een uitgewerkt draaiboek voor een vijfdaags kamp. Dit draaiboek moet flexibel zijn en geschikt voor alle seizoenen, waardoor het programma het hele jaar kan worden uitgevoerd. Door aanpassingen en activiteiten die passen bij verschillende seizoenen en weersomstandigheden toe te voegen, streven we naar een programma dat jongeren het hele jaar kunnen ervaren.

Als basisdoelstelling streven ernaar om een vijfdaags kamp surftherapie voor kansarme jongeren te promoten. Als volgende stap willen we ook de uitbreidingsdoelstelling het optimaliseren van de communicatie naar de buitenwereld toe. We willen verschillende communicatiekanalen benutten waaronder sociale media, flyers, affiches, ... om de bekendheid van Monstergolf te vergroten en zo een breder publiek te bereiken.

Een primaire doelstelling is het verkennen van verschillende mogelijkheden waaronder subsidies en sponsoring door bedrijven of organisaties, om het vijfdaags kamp te ondersteunen. De uitbreidingsdoelstelling omvat het effectief verzamelen van de benodigde financiën bij bedrijven en organisatie.

We vinden het belangrijk om ouders en/of steunfiguren van de jongeren nauw te betrekken bij het vijfdaags kamp. Zo zijn ouders en/of steunfiguren volledig op de hoogte van het programma en de voordelen ervan voor de jongeren. We streven ernaar om eventuele bezwaren weg te nemen die ouders/steunfiguren mogelijk zouden kunnen hebben. Dit kan worden beschouwd als uitbreidingsdoelstelling.

### De afbakening van het onderwerp en de doelgroep

De doelgroep voor dit project zijn jongeren tussen de twaalf en zestien jaar oud. Echter is er ook ruimte voor afwijkingen van deze leeftijdsgrens, waarbij jongeren van elf tot achttien jaar welkom zijn om deel te nemen aan de activiteit. Dit project richt zich specifiek op jongeren die in jeugdzorginstellingen verblijven en waarvan het leven sterk wordt beïnvloed door armoede. De jongeren hebben een beperkte toegang tot financiële middelen. Rekening houdend met de uitdagingen van de projectindieners besloten we als

bachelorgroep een kamp te organiseren. Met dit kamp willen we de mentale gezondheid verbeteren van de jongeren aan de hand van surftherapie.

### 3. Literatuurstudie

Voordat we overgaan naar het onderzoeksontwerp, is een literatuuroverzicht van het onderwerp en de bijhorende problemen essentieel. Dit onderzoek zal dienen als basis voor de verdere analyse.

#### 3.1 Monstergolf vzw

Monstergolf is een vzw die streeft naar een verbetering van de mentale gezondheid van haar deelnemers en hun levenskwaliteit. Monstergolf werkt in de natuur en zoveel mogelijk ervaringsgericht. Op deze manier past de werkwijze van Monstergolf binnen de 'outdoor therapie'. Monstergolf werkt via surfen als voornaamste activiteit. Alles gebeurt zoveel mogelijk in, op en rond de zee en het strand.

##### 3.1.1 Surftherapie

'Surftherapie is een methode of interventie die surfen combineert met gestructureerde individuele of groepsactiviteiten om de psychologische, fysieke en psychosociale gezondheid te bevorderen' (International Surf Therapy organization, 2019).

Surftherapie kan positieve effecten hebben op kinderen, jongeren en volwassenen die te maken hebben met ADD/ADHD, Autisme, PTSS, depressie en burn-out. Ook bij stress, spanning, (fysiek) trauma, gebrek aan energie, vermoeidheid en eenzaamheid heeft surftherapie positieve effecten op het zelfvertrouwen, het algemeen welbevinden en de zelfwaardering (studioliefde, 2024).

Bij kwetsbare jongeren met een psychische en/of lichamelijke beperking werden positieve effecten ondervonden aan het einde van een twaalfweekse surftherapieprogramma. Er werd vastgesteld dat jongeren een lagere hartslag hadden, positiever waren over hun eigen uiterlijk en beter bewust van de omgeving. (van Mierlo, Scholte, & Siebinga, 2021).

De zee is krachtig en kan je laten kantelen wanneer je niet goed oplet. Je kan als het ware overspoeld worden of uit balans geraken. Dit zijn ervaringen die je in het dagelijks leven kan meemaken. Deze ervaring kan betrekking hebben op momenten in je leven wanneer je je hulpeloos voelde, ongehoord of onbemind voelde. Aan de hand van surftherapie kan de zee je op weg helpen om je persoonlijke ontwikkeling en genezingsproces voort te zetten. De zee behandelt iedereen op dezelfde manier en toch kan deze zowel vreugde als uitdagingen bieden (studioliefde, 2024).

Tijdens het surfen komen er hormonen vrij die noodzakelijk zijn om je goed te voelen; deze zijn adrenaline en dopamine. Adrenaline wordt aangemaakt in de bijnieren en zorgt ervoor dat je hartslag en je bloeddruk stijgen. Hierdoor krijgen de spieren meer zuurstof en glucose aangeleverd waardoor zij sneller, explosiever en krachtiger in actie kunnen

komen. Dit stelt je in staat om sneller te reageren en goede fysieke prestaties te kunnen leveren (Prins, 2020).

Dopamine bevindt zich vooral in de hersenen en het maagdarmkanaal. Dit hormoon/ neurotransmitter is belangrijk bij het reguleren van gevoelens zoals welzijn, plezier en geluk (Wium, 2022).

Uit een onderzoek van Wallace J. Nichols blijkt het dat (zee)water een soort van feel-good neurochemicaliën vrijmaakt. Dopamine is er één van, daarnaast zorgt serotonine; 'gevoelens van geluk, tevredenheid en ontspannenheid', endorfine; 'het gelukshormoon', oxytocine; dit wordt ook wel 'het liefdeshormoon of knuffelhormoon' genoemd, dit hormoon versterkt gevoelens van vrijgevigheid en vertrouwen (Landgraf & D Neumann, 2004) en GABA; dit hormoon heeft een kalmerende invloed op onze hersenen (Nichols, 2021).

Surftherapie wordt op dit moment in verschillende delen van de wereld aangeboden van Zuid-Afrika, Australië tot de Verenigde staten en Europa. België blijkt niet de meest populaire surf bestemming te zijn, toch wil dit niet zeggen dat er niet gesurft kan worden wanneer de weeromstandigheden gunstig zijn.

In Nederland is er een organisatie genaamd 'surf&durf'. Zij bieden een psychomotorische surftherapie aan voor kinderen en jongeren die kampen met sociale en/ of emotionele problematieken. De organisatie onderscheidt zich van andere, omdat deze niet enkel gebaseerd is op psychologische uitgangspunten maar eveneens de focus legt op het psychomotorisch perspectief. Dit betekent dat er binnen de surftherapie aandacht is voor hoe het lichaam en geest invloed hebben op elkaar en elkaar kunnen versterken. Er wordt vooral gefocust op zelfvertrouwen en motorische balans.

Zelfvertrouwen blijkt een belangrijke factor te zijn voor de mentale gezondheid en het functioneren van jongeren/ adolescenten. Een laag zelfvertrouwen zou samenhangen met meer symptomen van angst en depressie. Meer zelfvertrouwen zou samenhangen met meer levensvoldoening en lijkt een positieve buffer te zijn voor negatieve stressoren (Orth U., 2009).

### 3.1.1.1 Ontwikkeling van jongeren

De doelgroep voor dit project is in de eerste instantie voor jongeren tussen twaalf en zestien jaar oud. Echter is er ruimte voor afwijkingen van deze leeftijdsgrens waarbij jongeren van elf tot achttien jaar welkom zijn om deel te nemen aan de activiteiten.

### 3.1.1.2 Lichamelijke en hormonale veranderingen

Jongeren tussen de leeftijd tien tot vijventwintig jaar ervaren zowel psychische als lichamelijke veranderingen die hen voorbereiden op het volwassen leven. De lichamelijke en hormonale veranderingen kunnen leiden tot gevoelens van angst, verwarring en onzekerheid. Jongeren worstelen met het accepteren en het begrijpen van deze veranderingen. Adolescenten richten zich sterk op het uiterlijk en vergelijken vaak hun lichaam met anderen en het ideaalbeeld dat de maatschappij vooropstelt. Als jongeren niet aan ideaalbeelden voldoen, kan men zichzelf minderwaardig voelen en een negatief zelfbeeld ontwikkelen.

### 3.1.1.3 Het puberbrein

Het puberbrein is volop in ontwikkeling. Tijdens de adolescentiefase doen zich grote veranderingen voor in de hersenorganisatie. De ontwikkeling gaat niet gelijkmatig, de emotionele hersengebieden worden eerder ontwikkeld dan de rationele hersengebieden. Aan het einde van de adolescentiefase vinden zich grote veranderingen plaats in de prefrontale cortex, waardoor men meer in staat is tot abstract denken, doelbewust keuzes maken, gevolgen van beslissingen herzien, plannen en stellen van prioriteiten. Een volwassene heeft de rationele hersengebieden als een remmend systeem om de emotiegebieden onder controle te houden. De emotionele hersengebieden zijn gevoelig voor hormonale schommelingen. Bij jongeren domineert emotie vaak over de ratio. Deze ontwikkelingen van de hersenen hebben grote gevolgen voor de gedragingen van de jongeren (Hersenstichting, 2023). Dit doordat de prefrontale cortex nog niet volledig ontwikkeld is kunnen jongeren minder controle uitoefenen op hun gedrag. Voor hen is het bijvoorbeeld moeilijk om de gevolgen van situaties op lang termijn in te schatten. Daarnaast hebben jongeren de neiging om risicovol gedrag te vertonen. Pubers zijn extra gevoelig voor beloningen (plezier, winst, genot...). Men is namelijk continue op zoek naar kicks, uitdagingen en nieuwe ervaringen (Puber | De Puberteit: Volwassen Worden | Nederlands Jeugdinstituut, z.d.).

### 3.1.1.4 Ontwikkelingstaken: individuatie, identiteitsvorming en seksualiteit

Tijdens de adolescentie worden jongeren geconfronteerd met ontwikkelingstaken zoals individuatie, identiteitsvorming en seksualiteit. Tijdens de adolescentiefase zijn pubers vooral met zichzelf bezig. Men beoordeelt hun eigen gedrag en worden zich meer bewust van hoe anderen over hen denken. De sociale context speelt een grote rol bij de identiteitsvorming van de adolescent. Adolescenten gaan op zoek naar antwoorden op

vragen, zoals ‘Wie ben ik?’, ‘Wat zijn mijn mogelijkheden?’, ‘Wie wil ik zijn?’ en ‘Hoe ervaren anderen mij?’. De jongere bevindt zich in een proces van persoonsvorming en zelfverwezenlijking. Om zichzelf beter te begrijpen vergelijkt men zich vaak met leeftijdsgenoten, muziek/sporthelden, mediafiguren. Daarnaast neemt seksualiteit een grotere rol in, jongeren denken na over seksuele oriëntatie en genderidentiteit.

De adolescentiefase gaat gepaard met een toenemende autonomie, waarbij het nemen van risico’s, avontuur opzoeken, fouten maken, vallen en opstaan een deel zijn van deze fase. Men neemt geleidelijk aan meer verantwoordelijkheid voor eigen beslissingen en gedragingen.

Vrienden worden vaak belangrijker dan ouders, er ontstaat een losmakingsproces van de ouders. De vriendengroep wordt een belangrijke betekenisvolle relationele context voor de jongere. Jongeren willen graag bij een groep horen. Vrienden geven deze adolescenten een bepaald gevoel van veiligheid en zekerheid, men voelt zich begrepen en gewaardeerd. Door te praten en emoties te delen met vrienden, ontwikkelt men sociale vaardigheden en empathie.

Het losmakingsproces van de ouders gaat gepaard met de gevoelens van verlangens naar onafhankelijkheid maar ook angst voor wat onbekend is. “Adolescenten oefenen hun redeneervermogen door volwassenen te betrekken in discussies, terwijl ze onophoudelijk argumenteren en oppositionele standpunten innemen over onderwerpen die triviaal lijken voor hun ouders” (Algemeen Diagnostisch Protocol, 2015).

#### 3.1.1.5 Morele ontwikkeling

Jongeren bevinden zich in conventioneel stadium van de morele ontwikkeling. Ze hebben een idee van goed en fout. Een jongere kan een gevoel van schuld ervaren zonder dat een persoon de jongere toewijst op fout gedrag. Daarnaast zijn jongeren erg gefocust op de goedkeuring van anderen. Het moreel denken is gebaseerd op de groepsnorm en weinig op hun eigen denkwijze.

#### 3.1.1.6 Sociale emotionele ontwikkeling

In de periode van veranderingen wisselen tegenstrijdige gevoelens elkaar zeer snel af. Emoties die pubers ervaren zijn extreem, ze ervaren weinig grip op hun gevoelens. Dit doordat de hersenen, specifiek de prefrontale cortex volop in ontwikkeling zijn tijdens de adolescentiefase. Dit deel van de hersenen is verantwoordelijk voor de sociale cognitie. Tijdens de adolescentie leren jongeren hun eigen emoties beter te herkennen en te begrijpen, evenals de emoties van anderen. Deze emotionele ontwikkeling helpt de jongeren om relaties op te bouwen en het aangaan van nieuwe uitdagingen.

Een ondersteunende en warme thuisomgeving is zeer belangrijk voor jongeren omwille van de verwarrende en instabiele periode waarin ze zich bevinden. Een vaste structuur biedt de adolescenten de mogelijkheid om hun eigen identiteit te ontwikkelen.



Jongeren voelen zich s 'ochtends vaak niet helemaal uitgerust. Bij pubers kan een vertraagde productie van melatonine plaats vinden, waardoor het slaapsignaal pas later wordt afgegeven waardoor ze moeite hebben met in slaap vallen. De slaaptijden doorweeks verschillen sterk met die van het weekend. Jongeren raken amper aan de negen uur slaap die men nodig heeft. Dit heeft indirect ook een negatieve invloed op de sociale emotionele ontwikkeling van de jongeren. Voldoende slaap speelt namelijk een belangrijke rol in het verminderen van stress en het reguleren van emoties (Wytéma, 2024).

### *3.1.2 Beweging en mentaal welzijn*

#### *3.1.2.1 Jeugdzorg*

Jeugdzorg betekend letterlijk zorg verlenen aan de jeugd. In het decreet integrale jeugdzorg bestaat er een samenwerking tussen alle sectoren die betrokken zijn bij het helpen van de kinderen, jongeren en hun gezin. Dit decreet zorgt ervoor dat het mogelijk is om samenhangende jeugdzorg aan te bieden. Dit wordt ook wel “jeugdzorg zonder breuken” genoemd (jeugdhulp, jeugdhulp-zonder-breuken, 2024).

Door dit decreet krijgen kinderen, jongeren en hun gezin de hulp die ze nodig hebben. Deze onderstaande bouwstenen maken dit decreet mogelijk.

#### **Eigen kracht**

De hulpverlening zal altijd starten vanuit de eigen kracht van de persoon in kwestie en zijn of haar omgeving. Bijvoorbeeld: indien de beslissing valt dat er een kind geplaatst moet worden, onderzoeken ze eerst als er in de dichte familie geen opvang mogelijk is.

#### **Tijdelijke toegang**

Dit onderdeel leunt op het feit dat de jeugdhulp toegankelijk is en de weg ernaartoe is snel te vinden. De intersectorale toegangspoort speelt hier een belangrijke rol in.

Elke hulpverlener kan een aanvraag indienen, weliswaar in overleg met de jongere en zijn opvoeders. Ze vullen samen het aanmelddocument in. Dat beschrijft de hulpvraag van de jongere en zijn of haar situatie. Vervolgens wordt deze ingediend bij de toegangspoort en daar werken ze met twee teams.

- Het team indicatiestelling: De dossierbeheerder bepaald welke hulp het meest geschikt is voor de jongere. Het team indicatiestelling heeft 30 werkdagen om het indicatiestellingsverslag op te maken.
- Het team jeugdhulpregie: Deze zoeken uit wie de hulpverlening zal moeten uitvoeren. Ze hebben vijftien werkdagen de tijd om een jeugdhulpverleningsvoorstel uit te werken.

Wanneer de hulpverlening effectief is gestart, krijgt de jongere een jeugdhulpverleningsbeslissing. Hierin staat vermeld wie de hulp zal aanbieden. De teams bij de aanmelding van de toegangspoort volgen de hulpverlening niet meer op (jeugdhulp, intersectorale-toegangspoorten-itp-en-teams-continuïteit-en-jonge-kind, 2024).

### **Continuïteit**

Hier gaat het om het snel doorverwijzen en gepaste hulp aanbieden. Cliëntoverleg en bemiddeling vermijden breuken in de hulp.

Je kan een cliëntenoverleg aanvragen. Hierbij brengen ze de betrokkenen rond de tafel met de hulpverleners erbij. Het geheel is onduidelijk op het moment van het gesprek, maar de bedoeling is dat dit op het einde van het gesprek duidelijk is. Zo zullen ze afspreken wie wat zal doen, zodat het geheel meer afgestemd wordt (Jeugdhulp, Jeugdhulp, 2024).

Naast een cliëntenoverleg is er nog een bemiddeling. Dit kan worden aangevraagd wanneer de hulpverlening vast loopt. Dit gebeurt dus als de personen in kwestie het niet eens raken over wat de ideale oplossing is. Het kan zijn dat er een conflict is ontstaan en dat ze niet in staat zijn om het zelf op te lossen. O het kan gebeuren dat de jongere uit de voorziening geplaatst wordt en al deze zaken kunnen het hulpverleningstraject in het gedrang brengen. In deze situaties kan het helpen om een bemiddelaar aan te stellen. Je doet dan beroep op een onafhankelijke bemiddelaar (Jeugdhulp, Jeugdhulp, 2024).

### **Omgaan met verontrusting**

Hulpverleners die ongerust zijn over de integriteit van een jongere, kunnen dit melden bij een voorziening die het mandaat heeft om op te treden. Er zijn twee voorzieningen die zich hiervoor inzetten, namelijk het ondersteuningscentrum jeugdzorg en het vertrouwenscentrum kindermishandeling

Hierbij gaan ze zo veel mogelijk informatie uit oplossingen halen in de vrijwillige en buitengerechtelijke hulpverlening. Het kan gebeuren dat dit niet mogelijk is omdat de situatie te bedreigend is voor de jongere. Indien de situatie te bedreigend is, is het hun plicht om op te treden. Dit gebeurt vooral bij situaties zoals verontrusting.

- De ontwikkelingskansen van de jongere zijn bedreigd.
- De integriteit van de jongere is aangetast.

Als het vastloopt kunnen ze dus terecht bij deze gemandateerde voorzieningen.

Ze gaan onderzoeken of het in zulke situaties nodig is om overheidswege hulp op te starten. Ook wel maatschappelijke noodzaak genoemd.

Het ondersteuningscentrum jeugdzorg heeft vier kerntaken:

- Consult geven aan hulpverleners. Ze kunnen een consultvraag indienen. Dit betekent dat een hulpverlener vast zit en dat er dan samen bekeken wordt wat de mogelijkheden zijn (jeugdhulp, jeugdhulp, 2024).
- Ze zullen onderzoeken of er een tussenkomst nodig is door de overheid.
- Een hulpverlening opstarten of een lopende mee opvolgen.
- Ze kunnen doorverwijzen naar de jeugdrechter als er gerechtelijke jeugdhulp nodig is (Jeugdzorg, 2024).

Hiernaast is er het vertrouwenscentrum kindermishandeling. Hier kan iedereen terecht over een kind of een gezin waar je ongerust over bent. Het is een multidisciplinair samengesteld team (Jeugdhulp, Jeugdhulp, 2024).

### **Crisisjeugdhulp**

Crisisjeugdhulp wordt geboden aan jongeren en hun families die zich in een crisissituatie bevinden. Dit kunnen situaties zijn waarbij er sprake is van psychische of emotionele crises, gedragsproblemen, huiselijk geweld, verwaarlozing of andere problemen waarbij er een crisisinterventie noodzakelijk is.

### **Participatie**

Participatie betekent dat de personen in kwestie samenzitten en samen beslissen over hun hulpverlening (jeugdhulp, jeugdhulp, 2024).

#### **3.1.2.2 Jeugdwerk**

Jeugdwerk omvat een breed scala aan activiteiten en programma's die ontworpen zijn om jongeren te ondersteunen in hun persoonlijke ontwikkeling, de sociale interacties en de betrokkenheid in de samenleving. Vzw Monstergolf valt onder de brede term jeugdwerk. Het organiseren van jeugdkampen is een aspect van jeugdwerk.

### **Wat is jeugdwerk?**

“Jeugdwerk is sociaal-cultureel werk op basis van niet-commerciële doelen voor of door de jeugd van 3 tot en met 30 jaar, in de vrije tijd, onder educatieve begeleiding en ter bevordering van de algemene en integrale ontwikkeling van de jeugd die daaraan deelneemt op vrijwillige basis.” (*Vlaams Jeugdwerklandschap, z.d.*).

Jeugdwerk creëert ruimte voor rechten van kinderen en jongeren. Kinderen en jongeren kunnen er experimenteren en leren door vallen en opstaan. Het moedigt hen aan om ten volle participeren aan de samenleving. Het biedt hun de mogelijkheid tot vrije tijd, spel en ontspanning en deelname aan culturele en artistieke activiteiten. Jeugdwerk biedt kinderen en jongeren een omgeving aan tot ontwikkelen en samen opgroeien (JeugdwerkWerkt, z.d.).

Jeugdwerkers zijn ankerfiguren. Jeugdwerkers zijn meer dan alleen begeleiders en organisatoren. Jeugdwerkers stimuleren de persoonlijke en sociale ontwikkeling van kinderen en jongeren en vertegenwoordigen de belangen van kinderen en jongeren en geven grenzen aan. Bovenal zijn ze ook vertrouwenspersonen van kinderen en jongeren. Een jeugdwerker is iemand die luistert naar hun verhaal over wat die dag gebeurde, iemand die hen hoop en een duwtje in de rug geeft en emotionele steun biedt. Iemand die voor hen beschikbaar blijft. Zij staan klaar om kinderen en jongeren te helpen en te ondersteunen (Sonneveld, 2019).

### **Jeugdwerk biedt een tal van voordelen op vlak van persoonlijke groei en ontwikkeling.**

Aan de hand van jeugdactiviteiten krijgen kinderen en jongeren de kans om zichzelf te ontdekken. Je wordt als kind of jongere gestimuleerd om te reflecteren over wie je bent en wie je wilt zijn. Het geloof in hun eigen kunnen wordt versterkt, men leert omgaan met winnen en verliezen in een veilige omgeving. Hierbij wordt het begrip van eigen gevoelens en emoties bevordert en leert men hoe men eigen gevoelens onder controle kan houden. Deze kinderen/jongeren leren op een gezonde manier omgaan met spanningen (angst, irritatie) en zich aan te passen aan verschillende situaties. Men wordt aangemoedigd om empathie te tonen en emoties van anderen te begrijpen, waardoor de vaardigheden van kinderen en jongeren om steun te bieden aan de ander vergroot wordt.

Jeugdwerk biedt kansen tot het ontwikkelen van sociale vaardigheden. Men leert samenwerken, elkaar te helpen en elkaar te accepteren. Jeugdwerk draagt bij tot het uitbreiden van sociale netwerken van kinderen en jongeren. Nieuwe vriendengroepen kunnen worden gemaakt, waardoor sociale integratie vergemakkelijkt. Het gevoel erbij willen horen wordt hierdoor ingevuld. Ook vaardigheden zoals het opnemen van de leiderschapsrol, besluitvormingsvaardigheden, conflictoplossingsvaardigheden worden inge oefend. Deze vaardigheden zijn cruciaal voor het zelfstandige leven.

Jongeren ervaren jeugdverenigingen als een plek waar jongeren en begeleiders zich gezien, erkend en gewaardeerd voelen. Men vertelt dat de jeugdwerkorganisaties een plaats is waar ze volledig zichzelf kunnen zijn en zich thuis voelen. Door deel te nemen aan activiteiten binnen het jeugdwerk, treden jongeren vaak uit hun sociaal isolement. Deze jongeren merken op dat men niet alleen is met hun problemen, waardoor hun weerbaarheid en zelfvertrouwen verhogen (“De Impact Van Jeugdwerk in Mechelen,” z.d.).

Jeugdwerk is een ‘vrijplaats’ waar kinderen en jongeren uit hun ervaringen kunnen leren. In het jeugdwerk krijgen ze ruimte om te proberen en te falen (#Jeugdwerkwerkt, Vandaag En in De Toekomst, z.d.).

Vaardigheden, competenties en attitudes worden ontwikkeld, waardoor het algemene leervermogen van kinderen en jongeren wordt versterkt. Nieuwe zaken uitproberen die

ze anders niet zou kunnen doen, draagt bij aan de ontplooiing van de jongere en het ontwikkelen van meer zelfvertrouwen. In het jeugdwerk verbreden jongeren en jeugdwerkers hun horizon. Ze worden er geconfronteerd met nieuwe thema's en verschillende visies ("De Impact Van Jeugdwerk in Mechelen," z.d.).

Jongeren leren aan de hand van hun deelname aan het jeugdwerk eigen keuzes maken en verantwoordelijkheid op te nemen voor de gevolgen van deze keuzes. Daarnaast helpt het deelnemen aan jeugdactiviteiten bij het verbeteren van hun concentratievermogen en het inspanssen op een taak. Ten slotte leert men omgaan met veranderingen en wordt er ingezet op het belang van geduld.

Bovendien leert men waarden en normen van een vereniging of organisatie kennen, die deze kinderen en jongeren vervolgens internaliseren.

Ook ontwikkelen kinderen en jongeren onrechtstreeks een aantal vaardigheden die belangrijk zijn in het dagdagelijkse leven, het onderwijs en werk. Dit omvat vaardigheden zoals creativiteit en probleemoplossende vaardigheden, het versterken van kritisch denkvermogen, het begrijpen van het belang van stiptheid en verzorgdheid.

Een ander voordeel is dat kinderen en jongeren plezier en ontspanning beleven in het jeugdwerk. Wat een positief effect heeft op de persoonlijke ontwikkeling van het individu. Jeugdwerk kan een belangrijke uitlaatklep zijn voor kinderen en jongeren.

Kinderen/jongeren wonen vaak in kleine huizen zonder tuin, jeugdwerk biedt hun de mogelijkheid om zich fysiek uit te leven. Jongeren/kinderen kunnen geconfronteerd worden met een veelheid aan problemen, het jeugdwerk biedt hun de kans om 'er eens uit te zijn' (Kieckens, 2006).

Jeugdwerk kan worden beschouwd als een soort preventie tegen criminaliteit. Jeugdwerk helpt jongeren zich afschermen van extremistische ideologieën die kunnen leiden tot gewelddadig gedrag. Jeugdwerk houdt 'kinderen en jongeren van straat', het zorgt ervoor dat kinderen en jongeren minder gemakkelijk in contact komen met 'verkeerde' leeftijdsgenoten en zich bezighouden met vandalismecriminaliteit en drugs gebruik ("De Bijdrage Van Jeugdwerk Tot De Preventie Van Marginalisering En Gewelddadige Radicalisering", 2017).

Jeugdwerk draagt een belangrijke bijdrage aan het welzijn en de veerkracht van de jongeren. Zo voelen ze zich goed in hun vel, groeit het zelfvertrouwen en is het gevoel dat ze erbij horen aanwezig. Hierdoor kunnen ze zichzelf zijn.

### 3.1.2.3 Drempels in jeugdwerk

Organisaties in het jeugdwerk zoals vzw Monstergolf botsen tegen uitdagingen en obstakels. Deze obstakels variëren van praktische belemmeringen tot emotionele barrières. Het is belangrijk om deze drempels te identificeren en aan te pakken om een inclusieve en ondersteunende omgeving te creëren voor alle kinderen en jongeren.

Een goede relatie met een jeugdambtenaar heeft een positieve impact op de organisatie. Een externe stem zoals een jeugdambtenaar kan met een vernieuwende blik naar interne processen kijken, feedbackpunten identificeren en oplossingen voorstellen om de drempels die organisaties ervaren weg te werken.

De drempels worden uitgelegd aan de hand van de zeven B's: betaalbaarheid, bereikbaarheid, betrouwbaarheid, begrijpbaarheid, beschikbaarheid, bruikbaarheid en bekendheid.

#### **Betaalbaarheid**

Mensen in armoede ervaren sociale uitsluiting op diverse vlakken. Men ervaart een materiële kloof. Het vinden van een betaalbare woning wordt bemoeilijkt, doktersbezoeken worden uitgesteld, het vinden van werk verloopt moeilijk en er is risico op schoolachterstand. Situaties in armoede kunnen ook psychische schade veroorzaken, zoals het gebrek aan zelfvertrouwen en het ervaren van gevoelens van schaamte. Zij kunnen mogelijk een negatief zelfbeeld ontwikkelen.

Deelname aan jeugdwerk voor kansarme gezinnen wordt bemoeilijkt door de aanwezige materiële drempels. Vaak is er sprake van een aantal kosten, zoals inschrijvingsgeld, bijdragen voor extra activiteiten, kosten voor uniformen, vervoerskosten ... kunnen voor ouders zwaar doorwegen.

Ouders die weinig tot geen ervaring hebben met jeugdwerk kunnen de perceptie hebben dat jeugdwerk een financiële last met zich meebrengt. Zij maken vaak een veronderstelling en op basis daarvan ontmoedigen ouders kinderen om zich aan te sluiten bij jeugdwerkorganisaties.

Vanuit een gevoel van schaamte zijn ouders vaak terughoudend om gebruik te maken van verminderde tarieven, tweedehands uniformen...

Uit het onderzoeksrapport 'jeugdwerk vanuit het perspectief van ouders die in armoede leven' blijkt dat ouders angstig zijn dat de armoede zichtbaar wordt wanneer hun kind lid is van een jeugdorganisatie (Kieckens, 2006).

In het onderzoeksrapport 'jeugdwerk vanuit het perspectief van ouders die in armoede leven' geven ouders aan dat ze vrezen dat hun kinderen achteruitgestoken zullen worden in het jeugdwerk. Men is bezorgd dat andere kinderen of jongeren hen zal aanspreken op hun kledij of op het feit dat men uitstappen of andere zaken niet kan betalen. Ouders voelen ook een zekere angst dat begeleiders een voorkeur hebben voor kinderen van rijkere ouders, wat zich zou kunnen uiten in hun handelingen (Kieckens, 2006).

Gezinnen in armoede, rapporteren dat men een sociale druk voelt om geld uit te geven en aankopen te doen. Men volgt vaak deze sociale druk om schaamte te vermijden. Het meegaan met deze sociale druk, kan op lange termijn negatieve gevolgen voor deze gezinnen met zich meebrengen. Ze zullen iets aankopen dat ze in feite niet kunnen veroorloven. (Drempels Verlagen, z.d.).

Kinderen en jongeren uit kansarme gezinnen worden ook vaak geconfronteerd met situaties waarin ouders niet de energie hebben om zich bezig te houden met de vrije tijd van hun kinderen (Kieckens, 2006).

Armoede betekent chronische stress en doorlopend keuzes moeten maken. Gezinnen in armoede moeten telkens expliciete, tastbare afwegingen maken. Het betalen van een deelname voor een activiteit, bijvoorbeeld een sportactiviteit, kan als gevolg betekenen dat deze gezinnen iets anders niet kunnen betalen. De vraag is dus niet of sportdeelname 'een eerlijke prijs heeft', maar wel of de voordelen die eraan verbonden zijn groter zijn dan de kosten (Drempels Verlagen, z.d.).

Als jeugdwerker is het belangrijk om bewust te zijn dat de deelname aan bijvoorbeeld een sportactiviteit veel energie vraagt voor gezinnen in armoede, die zich uit in een symbolische kost/psychologische prijs. Dit betekent dat de kosten die de deelname aan een sportactiviteit met zich meebrengen meer dan alleen financieel zijn, het heeft een impact op het welzijn en gemoedstoestand van een gezin.

Om de drempel betaalbaarheid te verlagen is het cruciaal dat jeugdwerkers zicht krijgen op alle kosten die verbonden zijn met hun werking en vervolgens deze transparant communiceren naar ouders in betrekking. Daarnaast kunnen maatregelen zoals een fonds op maat installeren of het aanbieden van gedifferentieerde prijzen ondersteunend zijn, zodat gezinnen in armoede minder financiële lasten hebben. Het beschikbaar stellen van tweedehandskledij en materiaal kan ook een grote steun zijn voor deze gezinnen. (Drempels Verlagen, z.d.-b). Bij het organiseren van een kamp, is het belangrijk om rekening te houden met de verdoken kosten. Het is voor gezinnen in armoede moeilijk om bijvoorbeeld een slaapzak aan te kopen. Werken met een uitleensysteem kan een oplossing zijn om de verdoken kosten te beperken. Deze gezinnen kunnen ook steun krijgen van instanties, zoals het ziekenfonds, het OCMW, of lokaal netwerk vrije tijdsparticipatie om tegemoetkomingen te ontvangen voor de kosten. Daarnaast is de

kostprijs van het jeugdwerk in Vlaamse steden fiscaal aftrekbaar voor kinderen jonger dan 12 jaar (*Praktische Drempels Wegwerken, 2022*).

### **Tips voor betaalbaarheid**

- Kortingstarieven voor gezinnen. In de zeven B's (hierboven uitgelegd) hebben ze het kort over gezinnen die recht hebben op tegemoetkoming. Bij onze doelgroep is er een grote kans dat alle deelnemers hier recht op hebben. Hier kunnen we bijvoorbeeld 5 euro vragen voor het kamp aan de deelnemers en indien er broers of zussen meegaan, krijgen zij korting.
- Houd rekening met verdoken kosten, voor sommige gezinnen is het bijvoorbeeld moeilijk om materiaal aan te kopen zoals een slaapzak. Werk eventueel met een uitleensysteem, om de verdoken kosten te beperken (JWVA, 2021).

### **Bereikbaarheid**

Als jeugdwerker is het cruciaal om na te gaan of het aanbod bereikbaar is voor mensen die afhankelijk zijn van openbaar vervoer of beperkt zijn in hun mobiliteit? Is er een mogelijkheid om zelf vervoer te organiseren binnen de organisatie?

Geef als organisatie zo veel mogelijk informatie mee over waar de activiteit precies doorgaat en hoe men die plaats kan bereiken.

Het onderzoek 'Jeugdwerk vanuit het perspectief van ouders die in armoede leven' bevraagt ouders van kansarme gezinnen naar ideeën om het jeugdwerk toegankelijker te maken voor mensen die in armoede leven. De ouders hebben een voorkeur naar flyers en folders waarin een korte omschrijving van de activiteiten, informatie omtrent de kostprijs en de verwachtingen ten aanzien van de ouders worden vermeld.

Een andere mogelijkheid dat door kansarme gezinnen werd aangeraden is het jeugdwerk bekend maken via het geven van mondelinge informatie. Jeugdwerkers kunnen bijvoorbeeld langsgaan bij ouders om deze informatie te delen (Kieckens, 2006).

### **Tips voor bereikbaarheid:**

- Zorg dat je gemakkelijk te vinden bent. Hang affiches op, trek de aandacht met een vlag en plaats wegwijzers. Ook externen kunnen jullie op die manier sneller opmerken.
- Spreek de gemeente of de jeugddienst aan. Zij kunnen helpen met het maken en plaatsen van visuele elementen.
- Overweeg een ophaalsysteem of enkele vaste verzamelpunten voor de deelnemers die niet in de buurt wonen.



- Betrek vrijwilligers. Zij kunnen ook jongeren meenemen naar de plaats van de activiteit (JWVA, 2021).

## **Betrouwbaarheid**

Als jeugdwerker is het cruciaal om open te staan voor iedereen en diversiteit te omarmen. Dit kan worden aangetoond door diverse kinderen en jongeren te betrekken bij de beelden en communicatie die naar de buitenwereld worden verspreid. Zo laat men zien dat iedereen welkom is.

Benader kinderen, jongeren, ouders en sympathisanten met een open houding. Maak je als jeugdwerker beschikbaar en aanspreekbaar. Zorg dat leden en ouders zich gehoord voelen. Spreek ouders na een activiteit aan en leer elkaar kennen. Op die manier kan de drempel tot het stellen van vragen minder groot worden en kunnen moeilijke thema's makkelijker worden aangekaart.

Het is belangrijk dat de organisatie aanvoelt als een veilige omgeving, waar iedereen zichzelf kan zijn. Een plaats waarbij jongeren en ouders het gevoel hebben dat men er altijd terecht kan. Een veilige plek waar ze zichzelf mogen zijn, waar men niet onder druk staat om zich te conformeren aan verwachtingen vanuit de maatschappij. Kinderen en jongeren in armoede hebben in het bijzonder nood aan veiligheid. Dit omwille van de voortdurende persoonlijke en maatschappelijke onveiligheid en onzekerheid die zij ervaren.

Structuur bieden kan een hulpmiddel zijn om deze veiligheid te creëren. Structuur zorgt voor voorspelbaarheid, rust, geborgenheid en geeft kinderen een houvast. Uitleggen waarom er bepaalde regels zijn kan deze veilige omgeving bevorderen (Uit de marge, z.d.).

Daarnaast is het belangrijk om nieuwe leden welkom te heten. Dit kan door bijvoorbeeld de jongeren en ouders rond te leiden op de locatie en hen voor te stellen aan de jeugdwerkers en de andere leden van de organisatie.

Er mag niet verwacht worden dat iedereen hetzelfde kan of hetzelfde niveau heeft. Daarom is het waardevol om kinderen inspraak te laten hebben en talentgericht aan de slag te laten gaan.

Echt luisteren naar de jongeren en de ouders is cruciaal om hun behoeften te begrijpen en mogelijke redenen achter diegene zijn/haar gedrag te halen, bijvoorbeeld een verminderde participatie. Om de betrouwbaarheid van de organisatie hoog te houden is het van belang discreet om te gaan met persoonlijke informatie.

Communicatie met mensen in een kwetsbare positie vereist vaak meer zorg en ondersteuning. Het is belangrijk om tijdig en transparant te communiceren naar ouders. Wanneer de communicatie met ouders slordig verloopt, kan dit voor ouders in kwetsbare situaties een bevestiging zijn dat men niet serieus wordt genomen. Dit gevoel kan voortkomen uit eerdere negatieve ervaringen met de samenleving. Zo kunnen ouders denken dat men niet op de hoogte wordt gehouden omdat men niet belangrijk genoeg is. Ouders kunnen het gevoel hebben dat informatie wordt achtergehouden omdat hun aanwezigheid niet echt gewaardeerd wordt, hoewel dit meestal niet de intentie is van de jeugdorganisaties.

### **Tips voor betrouwbaarheid**

- Probeer van je organisatie een 'safe place' te maken.
- Het is noodzakelijk om structuur te ontwikkelen. Structuur staat gelijk aan voorspelbaarheid en daarmee ook rust en geborgenheid.
- Er moet voldoende aandacht gegeven worden aan vrije momenten. Zo leer je zelf de jongeren beter kennen, maar kunnen ze ook elkaar beter leren kennen.
- Ga discreet om met persoonlijke informatie.
- Geef bij wijzigingen op tijd een seintje.
- Zorg voor een lijn in praktische afspraken
  - o Leg uit waarom bepaalde regels er zijn.
- Luister naar je deelnemers.
- Verwacht niet hetzelfde van iedereen (JWVA, 2021)

### **Begrijpbaarheid**

#### *Ouders*

Het werken met een vaste contactpersoon vergemakkelijkt het opbouwen van een vertrouwensband. Het voeren van gesprekken met ouders bij het ophalen van hun kinderen is cruciaal voor deze vertrouwensrelatie. Op die manier toon je aan de ouders waardering voor de kinderen.

Huisbezoeken of het organiseren van een ouderavond kan ouders helpen bij het nemen van de beslissing om hun kind deel te laten nemen aan de organisatie. Persoonlijke uitleg kan hierbij zeer verhelderend zijn aangezien ouders geneigd zijn om meer vragen te stellen waardoor de begrijpbaarheid verhoogt.

## *Jongeren*

Om de begrijpbaarheid voor de jongeren te vergroten kan er gewerkt worden aan de hand van een buddysysteem. Jongeren ondersteunen en begeleiden elkaar bij de activiteiten. Er wordt een vertrouwensband gecreëerd, waardoor de jongeren open kunnen spreken over hun gevoelens en gedachtes en samen een oplossing zoeken voor eventuele problemen. Een buddy is voor de jongeren een basis waarbij men op kan terugvallen.

Inzetten op het visualiseren van de communicatie met behulp van een infobord en een schematische voorstelling kan een hulpmiddel zijn voor de jongeren. Het visualiseren van informatie kan de jongeren ondersteunen en begrip bevorderen.

### **Tips voor begrijpbaarheid**

- Het is een meerwaarde om je boodschap te versterken met visuele elementen. Zo kan je werken met video's en illustraties.
- Herhaling kan ondersteunend zijn. Hoe meer een boodschap herhaald wordt, hoe beter ze blijft hangen.
- Toon dat iedereen welkom is door diverse jongeren te betrekken bij de beelden en communicatie.
- Maak een digitaal dagboek, zodat de ouders op de hoogte kunnen zijn. Dit zou een meerwaarde kunnen zijn in ons project, aangezien we graag op een manier de ouders willen betrekken.

Denk na over huisbezoeken. Een persoonlijke uitleg kan soms veel helderder zijn en geven de betrokkenen een duwtje in de rug om vragen te stellen. Op die manier krijg je meteen ook een beter beeld van de thuissituatie (JWVA, 2021).

### **Beschikbaarheid**

Om van een aanbod gebruik te maken, moet deze aanwezig zijn op een geschikt moment en binnen een haalbare of overbrugbare afstand. Dat laatste kan veranderen naargelang kinderen ouder worden. Aan de ene kant verbreden jongeren dan hun actieradius (de afstand die ze autonoom kunnen afleggen), maar anderzijds vergroot het ook hun wens om zich autonoom te verplaatsen. Wie zeventien is, laat zich niet meer zo graag met de auto vervoeren door mama en papa. Aanbod dat wel beschikbaar is zolang ouders instaan voor het vervoer, valt soms weg zodra dit niet naar wenselijkheid of mogelijkheid is. De beschikbaarheid van de begeleiding is relevant. Zo is het een goed idee om een duidelijke aanspreekfiguur te voorzien voor ouders of voor externe organisaties en dit zo goed mogelijk te communiceren. Een aanspreekfiguur is het vertrouwde gezicht van de werking naar de buitenwereld. De drempel om deze begeleid(st)er aan te spreken is dan

kleiner. De ouders weten dat ze bij hem/haar terecht kunnen met vragen, bedenkingen of zelfs klachten. Als die communicatie er niet is, dan evolueert een bedenking snel tot een frustratie en een reden om niet meer voor het aanbod te kiezen (De Ambrassade, z.d.).

### **Tips voor beschikbaarheid**

- Probeer een aanspreekpunt te bereiken. Een simpele babbel kan al veel oplossen. Zo kan het vervelend situaties voorkomen en een hart onder de riem steken.
- Maak jullie contactgegevens zichtbaar, zowel op de website, als op de flyers/posters.
- Wanneer er nieuwe deelnemers zijn, probeer deze dan met warmte te ontvangen.
- Wees voor ouders een toegankelijk aanspreekpunt.
- Duid iemand aan als aanspreekfiguur. Zo hebben de deelnemers steeds een vertrouwd gezicht.
- Wees bereikbaar via verschillende kanalen. Voor sommigen is het comfortabeler om een sms'je te sturen dan face-to-face of omgekeerd.
- Ga rustig om met moeilijke boodschappen.
- Schakel hulp in, vraag vrijwilligers of ondersteuning aan de gemeente (JWVA, 2021).

### **Bruikbaarheid**

Bruikbaarheid slaat op de (mis)match tussen het aanbod en de noden/behoefte/wensen/belangen van de potentiële deelnemers. Bruikbaarheid betekent dat ingaan op een aanbod een verandering oplevert, die door de betrokkenen als wenselijk en betekenisvol wordt gezien.

(De Ambrassade, z.d.)

### **Tips voor bruikbaarheid**

- Vertrek vanuit de noden van de jongeren.
- Evalueer activiteiten met de jongeren.
- Laat ze zelf beslissen.
- Deel verantwoordelijkheden uit.
  - Maak samen met de kinderen een lijst van alle taken.
- Sta open voor nieuwe ideeën.
- Denk na over je eigen talenten en interesses (JWVA, 2021).

## **Bekendheid**

### **Tips voor bekendheid:**

- Mond-aan-mondreclame is de beste reclame. Jongeren die zich kunnen uitleven, gaan niet aarzelen om hun enthousiasme te delen met leeftijdsgenoten.
- Het op verschillende locaties organiseren. Dan kunnen jongeren uit de buurt ook kennis maken met de organisatie.
- Bundel je krachten. Organiseer een activiteit met een andere organisatie. Zo kom je ook in contact met andere jongeren.
- Zet in op het welkomstmoment.
  - Stel nieuwe leden aan iedereen voor. Laat hem of haar iets vertellen over zichzelf en met iedereen kennismaken. Ga regelmatig een gesprekje aan.
  - Zet in op kennismakingsspelletjes. Een tof spel is de ideale manier om het ijs te breken en elkaar te leren kennen.
- Stel de organisatie voor in verschillende scholen (JWVA, 2021).

#### 3.1.2.4 Relatie tussen welzijn en sport

In functie van deze bachelorproef is het relevant om de relatie tussen welzijn, natuur en sport en deze effecten te analyseren. We onderzoeken het systeem van de buurtsportcoaches in Nederland. Er is een relatie tussen lichaamsbeweging en zelfmoordgedachten waar we bij stilstaan. De balans/ relatie tussen bewegen en mentale gezondheid kan een grote rol spelen bij de doelgroep waarvoor wij iets uitwerken.

#### **Buurtsportcoaches**

In Nederland wordt een initiatief toegepast waarbij buurtsportcoaches worden ingezet om de bevolking aan te moedigen om actiever te worden.

“Buurtsportcoaches hebben de taak om meer mensen te laten sporten en bewegen in de gemeente. Ze leggen verbinding tussen aanbieders van sport en bijvoorbeeld welzijn, gezondheidszorg, jeugdzorg, kinderopvang en onderwijs.” (Bakker & Aalbers, 2017)

De rol van de nationale overheid is belangrijk in het ondersteunen van gemeenten om buurtsportcoaches aan te nemen als onderdeel van gezondheids- en preventiebeleid.

Het beleid rond buurtsportcoaches is geëvolueerd om aan te sluiten bij veranderende maatschappelijke behoeften en politieke contexten met een toenemende focus op inclusief sporten en bewegen. Deze coaches zijn betrokken bij diverse doelstellingen, waaronder het bevorderen van een gezonde levensstijl en het stimuleren van een samenwerking met de gezondheidssector.

Hoewel de resultaten lokaal sterk verschillen, tonen betrokkenen over het algemeen tevredenheid over de inzet van buurtsportcoaches. Gemeenten en coaches benadrukken de waarde van lokale verbindingen en de positieve effecten op verschillende aspecten van gezondheid en welzijn. Het blijft een uitdaging om op nationaal niveau de effecten van de regeling te meten alsook er geen overtuigend bewijs gevonden werd voor de directe relatie tussen de inzet van buurtsportcoaches en sport- en beweegdeelname van burgers (Van Stam & Pulles, 2021).

## **Positieve effecten op fysieke en mentale gezondheid**

### *Bewegen in cijfers*

Voor de jeugd tussen vier en achttien wordt aanbevolen om dagelijks één uur matig intensief te bewegen en drie keer per week spier- en botversterkende activiteiten te doen. Volwassenen en ouderen worden geadviseerd om wekelijks 2,5 uur matig intensief te bewegen verspreid over meerdere dagen. Ten slotte raden ze aan om twee per week spier- en botversterkende activiteiten te doen, aangevuld met balansoefeningen voor ouderen.

Matig intensieve beweging houdt in dat de activiteit een verhoogde hartslag en versnelde ademhaling veroorzaakt, maar nog niet tot zweten en buiten adem leidt. Voorbeelden zijn wandelen, fietsen, en trampolinespringen. Spier- en botversterkende activiteiten omvatten krachttraining, activiteiten met het eigen lichaamsgewicht en balansoefeningen. (Ros, z.d.).

### *Effecten van bewegen op mentale en fysieke gezondheid*

Bewegen kan een positief effect hebben op zelfvertrouwen. Zelfvertrouwen bestaat uit verschillende domeinen zoals fysieke eigenwaarde en het geloof in eigen kunnen. Tijdens het sporten leer je nieuwe vaardigheden. Deze zorgen voor het bevorderen van fysieke eigenwaarde en het gevoel van controle. Dit kan een omgekeerd effect creëren. Als je de vaardigheden nog niet voldoende beheerst kan iemand zich onzeker voelen en is het lastiger om vol te houden.

Regelmatige lichaamsbeweging kan leiden tot positieve veranderingen in gemoedstoestand en emoties. Onder gemoedstoestand of stemming wordt verstaan hoe iemand zich voelt op dagelijkse basis. Mensen die vaak sporten blijken minder angstige en depressieve symptomen te ervaren. Deze positieve effecten zorgen ervoor dat iemand langer kan volhouden. Een kanttekening bij dit effect is dat het niet voor iedereen geldt. Mensen die het sporten en bewegen niet leuk vinden zullen deze effecten op emotie en gemoedstoestand minder snel ervaren. Zoals hier aangegeven is plezier een belangrijke motivatie om te sporten en te bewegen. Door regelmatig te bewegen en sporten zorgt dit ervoor dat mensen zich minder snel vermoeid voelen. Ze kunnen sneller in slaap vallen en slapen ook dieper.

Tijdens het sporten komen de stoffen adenosine en serotonine vrij. Adenosine is verantwoordelijk voor je slaapdruk en Serotonine speelt een rol bij ons slaap-waakritme.

Lichaamsbeweging kan helpen bij het reguleren van stresshormonen en het verminderen van gevoelens van stress, waardoor mensen beter kunnen omgaan met stressvolle situaties.

Bij jongeren en ouderen kan sport en beweging leiden tot verbeterd cognitief functioneren, wat kan helpen bij concentratie, leren en geheugen. Tijdens het bewegen stroomt er meer bloed door het hele lichaam. Er gaat dus meer bloed naar de hersenen, wat de werking en ontwikkeling van de hersenen stimuleert. Verder is er onderzoek dat laat zien dat hoge niveaus van lichamelijke activiteit samenhangt met een lagere kans op cognitieve achteruitgang.

Hoewel er nog discussie is over de methoden van onderzoek naar mentale effecten van beweging, tonen meeste studies positieve resultaten aan. Het artikel benadrukt het belang van beweging voor het mentale welzijn en moedigt aan om beweging op te nemen in het dagelijks leven, met het idee dat elke vorm van beweging telt. Willemsen, N., & Ros, M. (2021, oktober).

### **Bewegen en mentale gezondheid**

Bewegen heeft een positieve invloed op de mentale gezondheid, onder andere op het geheugen, concentratie, denkracht, creativiteit en zelfbeeld. Dit komt doordat bewegen diverse biologische processen in de hersenen activeert. Zo komen enerzijds neurotransmitters (dit zijn de signaalstofjes die zenuwimpulsen overdragen tussen zenuwcellen en/of kliercellen en spiercellen. Hersenletsel-uitleg (z.d.)) en anderzijds neurotrofines vrij (deze zorgen ervoor dat de neurotransmitters hun werk kunnen doen Pérez (2014)). Deze stoffen maken nieuwe hersencellen, verbindingen en bloedvaten. Dit zorgt voor een betere communicatie in je hersenen en er gaat meer voeding en zuurstof naar je hersencellen toe. Hierdoor ervaar je minder pijn, angst en stress.

Verschillende mentale klachten kunnen worden aangepakt door beweging zoals ADHD, angst, autisme, burn-out, stress, depressie, epilepsie, hoog sensitiviteit, PTSS en verslaving.

Om te weten hoeveel je moet bewegen kan je hiervoor de beweegrichtlijnen volgen, maar het is niet noodzakelijk om meteen aan deze richtlijnen te voldoen. Elke vorm van beweging, zelfs een kleine wandeling, heeft al een positief effect.

Matig intensief bewegen, zoals stevig wandelen of fietsen, is gunstig voor de mentale gezondheid. Spierversterkende en botversterkende activiteiten en balansoefeningen dragen ook bij aan het welzijn. Het is belangrijk om een bewegingsvorm te kiezen die je graag doet en eventueel met anderen samen sporten voor extra motivatie. Digitale hulpmiddelen zoals apps en smartwatches kunnen ook helpen bij het stimuleren en bijhouden van beweging.



## **Voordelen van buiten zijn**

Buiten zijn kan de stemming verbeteren en mentale helderheid bevorderen door de productie van endorfine te stimuleren. Ze vermelden het belang van vitamine D blootstelling, alsook de verbetering van concentratie en productiviteit door buiten te zijn. Bovendien wordt de sociale interactie en verbinding benadrukt, samen met stressvermindering en ontspanning die buitenactiviteiten bieden. Van Der Gun, J. (2023, juli).

Het aantal kinderen dat buiten speelt is in een periode van 25 jaar met maar liefst 50% gedaald. Sinds 2008 is er een duidelijke achteruitgang te zien. Momenteel spelen er 37% minder kinderen op straten, pleinen en in parken dan voorheen. Ouders blijken buitenomgevingen vaak als onveilig te beschouwen, met bijbehorende risico's, waardoor kinderen minder vrijheid krijgen. Tijdsdruk door georganiseerde activiteiten en verplichtingen draagt ook bij aan dit fenomeen. Daarnaast heeft de opkomst van technologie, zoals internet, televisie en sociale media, de aantrekkingskracht van buitenactiviteiten verminderd.

Toch zijn de voordelen van buiten zijn voor zowel volwassenen als kinderen evident. Groene omgevingen hebben een positieve invloed op de gezondheid, stressvermindering en sociale cohesie.

Groene speelruimtes zijn cruciaal voor de motorische vaardigheden, creativiteit en emotioneel welzijn van kinderen. Risicovol spel heeft tal van voordelen voor de ontwikkeling van kinderen zoals het stimuleren van motorische, sociale en cognitieve vaardigheden, zelfvertrouwen en onafhankelijkheid. Daarnaast zijn er ontmoedigende factoren.

Het is belangrijk om bewust te zijn van de rol die we spelen in het stimuleren van buiten spelen en het bieden van educatieve ondersteuning. Door veilige omgevingen te creëren waar kinderen vrij kunnen ontdekken en experimenteren, dragen we bij aan hun gezonde ontwikkeling en welzijn (Samyn, 2024).

### *3.1.3 Kansengroepen*

De groep koos ervoor om ons te verdiepen in de onderwerpen armoede en kansarmoede, omdat het belangrijk is te weten wie onze doelgroep precies is. Aansluitend zochten we een paar handelingsmethodieken op die gekend zijn bij de doelgroep.

#### 3.1.3.1 Armoede

Er zijn enkele definities die de betekenis van armoede weergeven, namelijk:

Armoede is de toestand van iemand die weinig of onvoldoende geld heeft om van te leven. Het is er armoe troef er heerst daar altijd grote armoede; in armoede leven; van armoe iets doen omdat je niets beters kunt bedenken. (Van Dale NEDERLAND, z.d.)

“Mensen in armoede zitten gevangen in een netwerk van sociale uitsluitingen dat zich uitstrekt over meerdere gebieden van het individuele en collectieve bestaan. Het scheidt de armen van de algemeen aanvaarde leefpatronen van de samenleving. Deze kloof kunnen ze niet op eigen kracht overbruggen. (Vranken & Gelof, 1991: 19; Vranken, 2012:36)”

### **Soorten armoede**

#### *Absolute armoede*

Mensen met absolute armoede leven onder de lage-inkomensgrens en beschikken bijvoorbeeld niet over voldoende voedsel, huisvesting, toegang tot gezondheidszorg en onderwijs (Cijfers En Feiten Over De Relatie Tussen Armoede En Gezondheid, z.d.).

#### *Relatieve armoede*

Mensen die leven in relatieve armoede hebben onvoldoende middelen om te kunnen voorzien in maatschappelijke erkende behoeften en te participeren in de samenleving (Cijfers En Feiten Over De Relatie Tussen Armoede En Gezondheid, z.d.).

Armoede varieert afhankelijk van tijd en plaats. De huidige maatschappij verschilt met die van 70 jaar geleden. Toen waren er andere normen voor de minimale noodzakelijke uitgaven.

Armoede verwijst naar een situatie die een langere tijd voortduurt. Iemand die eenmalig een verlaagd inkomen heeft, is niet meteen arm. Armoede wordt gemeten op basis van het jaarinkomen. Een persoon wordt als arm beschouwd als het jaarinkomen onder de armoedegrens bevindt.

De armoededrempel stijgt door inflatie, waarbij de Vlaamse armoedecijfers stagneert op 7,8% (Cijfers En Feiten Over De Relatie Tussen Armoede En Gezondheid, z.d.). Kansarmoede

bij jongeren blijft dalen in België. Het cijfer daalt al enkele jaren minimaal, maar desondanks zien we dat er een op tien Vlaamse kinderen opgroeit in armoede.

Volgens het Vlaams actieplan armoedebestrijding 2020-2024 wordt gewerkt aan het verminderen van kinderarmoede en het versterken van mensen in kwetsbare situaties. Dit bevat verschillende initiatieven, zoals het verbeteren van lokale samenwerkingen en het ontwikkelen van integrale aanpakken om kinderarmoede vroegtijdig te detecteren en aan te pakken. Daarnaast wordt de impact van verschillende programma's, zoals het Huis van het Kind, geëvalueerd op gezinnen in moeilijkheden. Het doel is om kinderen en jongeren in armoede meer kansen te bieden op het gebied van onderwijs, vrije tijd en maatschappelijke participatie, en hen actief te betrekken bij beleidsvorming. (Vlaams Actieplan, 2024)

### 3.1.3.2 Kansarmoede

Kansarmoede is een duurzame toestand waarbij mensen hun kansen beperkter zijn om voldoende deel te nemen aan de maatschappij zoals huisvesting, onderwijs en arbeid. (Kind & Gezin, 2012:107).

Kansarmoede gaat dus niet (alleen) over het financiële aspect. Het is eerder een opeenstapeling van uitdagingen op verschillende domeinen in het leven. Het leven van mensen in armoede wordt beperkt op sociaal, mentaal, cultureel, educatief en maatschappelijk vlak.

Er zijn zes indicatoren die nagaan of mensen met kansarmoede te maken hebben:

- Maandinkomen van het gezin
- Opleiding van de ouders
- Ontwikkeling van kinderen
- Arbeidssituatie van de ouders
- Huisvesting
- Gezondheid

Wanneer een gezin op drie indicatoren zwak scoort, kan het gezin als kansarm worden beschouwd.

Mensen in armoede vinden het moeilijk om een betaalbare en goede woning te vinden. Men stelt doktersbezoeken uit, ouders vinden moeilijk werk, de leerprestaties van kinderen verminderen, ze kunnen een lager zelfbeeld ontwikkelen, ze voelen zich soms minder goed in hun vel ...

Mensen die in armoede leven, vertonen vaak een minder gezonde levensstijl. Deze mensen hebben vaker overgewicht. Uit studies zien we dat mensen in armoede vaker vervallen in alcoholgebruik en roken. Deze verschillende problemen kunnen leiden tot psychosociale problemen of ziekten.

### **Link armoede en kansarmoede**

Vaak kunnen armoede en kansarmoede gelinkt worden aan elkaar, want het kan zijn dat armoede kansarmoede uitlokt. Kansarmoede kan van generatie op generatie doorgegeven worden. Hierbij is externe hulp belangrijk.

Iedereen kan te maken krijgen met armoede, maar op het plakkaat gezond leven kunnen we per levensfase onderscheiden waar armoede het meeste voorkomt.

- Risicogroep kinderen en jongeren
  - Kinderen en jongeren uit eenoudergezinnen
  - Kinderen met een niet- Westerse achtergrond
- Risicogroep volwassenen
  - Volwassenen die een bijstandsinkomen hebben kunnen meer kans hebben om in armoede terecht te komen.
- Risicogroep ouderen
  - Ouderen die alleen komen te staan kunnen vaak vervallen in armoede (Cijfers En Feiten Over De Relatie Tussen Armoede En Gezondheid, z.d)

Mogelijke methodieken en visies die bij deze doelgroepen kan worden toegepast is outreachend en emancipatorisch werken.

### *Outreachend werken*

Hulpverleners die op deze manier te werk gaan nemen zelf initiatief om hulp aan te bieden. Outreachend werken wordt gezien als een visie, waaronder je nog eens verschillende methoden hebt waaronder een ervan de huisbezoeken zijn. Het is een manier waarbij je actief contacten legt met de mensen die hier niet zelf naar op zoek zijn. Outreachers zijn actief bij verschillende doelgroepen.

Monstergolf gaf aan dat zij langsgingen in voorzieningen om zichzelf en hun diensten bekend te maken. Dit wordt gezien als een vorm van outreachend werken.

Om verder te verdiepen willen we de verschillende modellen toelichten.

- Verbindend model: Stimuleert sociale samenhang en betreft informele steun- en hulpbronnen van bewoners.
- Hulpmodel: Ondersteunt mensen in zorgelijke omstandigheden.
- Presentiemodel: Benadert cliënten respectvol en past zich aan hun situatie.

- Politiserende model: Kan worden ingezet om structurele oorzaken van sociale problematiek aan te pakken en de weerbaarheid te vergroten.

### *Emancipatorische houding*

Hierbij staat 'emancipatie' centraal. Bij deze houding sta je er op de zelfredzaamheid te verhogen en de individuele en maatschappelijke weerbaarheid te versterken. Het doel van deze methode is om ervoor te zorgen dat de afhankelijkheid van de hulpverlening minimaal wordt.

### *3.1.4 G-sport*

#### **Wat is G-sport?**

G-sport organiseert verschillende sporten voor personen met een beperking, een psychologische kwetsbaarheid of een chronische aandoening (G-sportvlaanderen, 2024) .

G-sport richt zich op een aantal specifieke doelgroepen.

- Personen met een verstandelijke beperking
- Personen met een psychische kwetsbaarheid
- Personen met een fysieke beperking (met of zonder rolstoel)
- Personen met een chronische aandoening
- Personen met autismespectrumstoornis
- Doven en slechthorenden
- Blinden en slechtzienden

Voor dit onderzoek richten wij ons op de doelgroep 'personen met een psychische kwetsbaarheid'.

De problemen die mensen kunnen ervaren met een psychische kwetsbaarheid kunnen zeer uiteenlopend zijn. Het zijn eigenlijk aspecten van gevoelens, gedachten en/of gedrag die voor de persoon in kwestie als vervelend worden ervaren. De duur en de ernst van de psychische klachten zijn afhankelijk van de persoon in kwestie en de ernst van de situatie. Ook kan het gebeuren dat deze problematieken niet continu aanwezig zijn, het fluctueert (awvn, 2024).

Er zijn zo een 700.000 Vlamingen die kampen met ernstige psychische problemen. Een derde van de Belgen wordt er rechtstreeks mee geconfronteerd en dan zijn er nog een aantal die er niet-rechtstreeks mee te maken krijgen. Denk maar aan een partner, ouder, collega, kind... die psychische kwetsbaarheden hebben. Daarnaast is het opmerkelijk dat veel mensen al op een jonge leeftijd worden geconfronteerd met een psychische

kwetsbaarheid. Zo zou er gemiddeld 31,4% van de jongeren tussen 14 en 25 jaar niet goed in zijn vel zitten. Waarbij er meer meisjes (22,1%) hiermee kampen, dan jongens (13%) (trimbos, 2024).

Er zijn een hele hoop positieve zaken aan sporten. Het is onder andere ook bewezen dat sporten kan helpen bij het verminderen van de psychische klachten. Het verbetert in hun geval ook de kwaliteit van leven. Voor elke doelgroep is sporten en bewegen dus relevant, maar het moet wel altijd op maat van de doelgroep georganiseerd worden (gezondleven, 2024).

### **Integratie van G-sport in de maatschappij**

Elk jaar moeten reguliere federaties het aantal geregistreerde G-sporters in hun federatie doorgeven. Zo kan G-sport Vlaanderen bijhouden hoeveel G-sporters erbij komen in de reguliere sportclubs. Met andere woorden of ze geïntegreerd worden in de sportclubs. Nu zijn er zo een 6552 G-sporters aangesloten bij reguliere federaties. Vorig jaar waren er 5777 G-sporters. Het valt op dat voetbal de meeste aantal geregistreerde G-sporters geeft. Wind en watersport Vlaanderen geeft maar 75 geregistreerde G-sporters. Deze sport is dus nog niet zo bekend met de G-sport in vergelijking met bijvoorbeeld de G-voetbal (vlaamsejeugdraad, 2024) (gsportvlaanderen, gsportvlaanderen, 2024) (gsportvlaanderen, gsportvlaanderen, 2024) .

### **Drempels om te starten met G-sport**

Jongeren die de stap willen zetten naar G-sport moeten een viertal drempels overwinnen. Deze drempels omvatten persoonlijke organisatie, fysieke omgeving, culturele en sociale aspecten, psychische, cognitieve en emotionele factoren.

#### *Persoonlijke organisatie*

Kinderen/jongeren kunnen niet deelnemen omwille van de kostprijs. Hieronder valt ook dat ze geen tijd hebben, omdat de jongeren bijvoorbeeld moeten gaan werken.

#### *Fysieke omgeving*

Hier gaat het dan eerder om een gebrek aan transport. De kinderen/jongeren raken niet makkelijk tot aan de sportclubs. Daarnaast kan het zijn dat ze geen sportclubs kennen.

#### *Cultureel en sociaal*

Hier gaat het over een gebrek aan een ondersteunend netwerk. Dit kan gaan over het feit dat er geen vrienden zijn die mee willen. Het moeilijk aanmaken van vriendschappen. Hierbij kunnen er angsten ontstaan voor sociale situaties, waardoor dit ook een grote drempel kan zijn om te starten aan G-sport.

### *Psychisch, cognitief & emotioneel*

Hier kunnen er verschillende zaken aan de orde zijn. Het kan gaan over het schamen van het lichaam, geen motivatie hebben, zichzelf moeilijk kunnen reguleren, angst voor reacties van anderen... (publitas, publitas, 2024).

### **Drempelverlagend werken**

Zoals hierboven vermeld is het duidelijk dat het moeilijk kan zijn om de stap te zetten naar een sportclubs. Een warm onthaal kan drempelverlagend werken. Hierbij is het belangrijk om duidelijk te communiceren, via flyers, een website... Er kan gebruik gemaakt worden van een verkennend eerste gesprek, voorafgaand op de trainingen. Daarnaast kan er een buddy aangesteld worden, diegene is dan de vertrouwenspersoon. Met een warm welkom verlaag je de drempel, maar het is belangrijk om elk kind/jongere op zijn of haar eigen tempo te laten ontwikkelen. Deze kinderen/jongeren zijn extra gevoelig aan erkenning en waardering. Hierbij is het belangrijkste aspect dat er geen competitie is tussen de leden onderling. Iedereen hoort erbij en iedereen doet wat hij kan (publitas, publitas, 2024).

### **Tips om een verbindende trainer te zijn**

De trainer is er om vaardigheden bij te leren aan de kinderen/jongeren. De trainer is een belangrijke factor voor de groep.

Als trainer kan je op verschillende manieren de groep verbinden met elkaar. Ten eerste kan de training starten met een verbindend gesprek. Dit hoeft niet lang te duren, maar zo heeft de trainer wel snel door wat er speelt bij de jongeren. Ten tweede kan een trainer realistische doelen vooropstellen. Voor kinderen en jongeren werkt het motiverender wanneer ze na elke training een (klein) succes hebben behaald. Ten derde is het van belang dat de leden wat verantwoordelijkheid krijgen. Op deze manier leren ze autonoom handelen en zijn ze achterna trots dat ze hun eigen stukje training hebben mogen geven. Als laatste moet de trainer alert zijn voor de zaken die anders verlopen in de groep. Iemand is plots stiller of luider, dit kan een teken zijn dat er iets aan de hand is. Wees er bewust van dat er altijd iets achter het gedrag zit van een kind of jongere. In deze situatie is het beter om eens af te toetsen of alles in orde is bij het kind of de jongere. Dergelijke vragen worden best gesteld op ooghoogte van het kind.

Het is de bedoeling dat de sporters op een positieve manier blijft benaderen. Daarnaast blijft het belangrijk om structuur, duidelijkheid en voorspelbaarheid aan te bieden aan de kinderen/jongeren. Heel belangrijk is dan om het gedrag te veroordelen en niet de persoon in kwestie. Blijf het kind of de jongere erkenning bieden. Een diagnose is bijvoorbeeld ook iets waar rekening mee moet worden gehouden. Natuurlijk is een kind zijn diagnose niet, elk kind is uniek en heeft een andere handleiding. Handel dus op maat van het kind of de jongere (publitas, publitas, 2024).

### 3.1.5 *Beleid & statistieken*

#### 3.1.5.1 Statistieken

Het algemeen welzijn van jongeren krijgt de laatste jaren meer aandacht. In een studie van 2022 van de Vlaamse Overheid, Universiteit van Gent en Health Behaviour in School-aged Children (HBCS) over het mentaal, sociaal en fysiek welzijn van jongeren nemen we enkele cijfers onder de loep. Bij het ‘Algemeen mentaal welzijn’ blijkt dat 20.3% van de jongeren een lage mate van algemene mentaal welzijn ervaren. Sterker nog 9,7% van de bevroegde jongeren vertonen risico op depressie, vrouwen scoren slechter op het algemeen welzijn dan mannen.

Vervolgens zullen we het hebben over de ‘psychologische klachten’. Dit bestaat uit verschillende deelthema’s zoals humeurigheid, zenuwachtigheid en slaapmoeilijkheden. Bij de zenuwachtigheid verklaren 31% van de bevroegden dat ze zich wel meermaals per week zenuwachtig voelen. Daarna is er, in vergelijking met 2018, een stijging vastgesteld van het aantal jongeren met slaapmoeilijkheden (Dierckens & Deforche, 2023).

#### 3.1.5.2 Subsidies, beleid & terugbetaling

We zien dat alle psychologische hulp, waar nodig bij jongeren welkom is. Hiervoor heeft de toenmalige Vlaamse minister van Volksgezondheid Wouter Beke en de overheid in 2021 beslist om de Centra voor Geestelijke Gezondheidszorg (CGG) extra subsidies toe te kennen. In dat jaar was dit 4.8 miljoen euro, in 2024 zou er nog eens 2,1 miljoen euro bijkomen. Wat de jongeren betreft krijgen de netwerken voor geestelijke gezondheid voor kinderen en jongeren opnieuw een subsidie om in te zetten op vroegdetectie en vroeginterventie van psychische problemen bij kinderen en jongeren. Het gaat om een subsidie van 2,3 miljoen euro voor het jaar 2021 (Centra Geestelijke Gezondheidszorg, 2021). Eind 2023 heeft de Vlaamse minister van Volksgezondheid Frank Vandenbroucke beslist om het remgeld, afhankelijk onder welke functie de psychologische ondersteuning valt, af te schaffen. Concreet gaat het om drie verschillende functies.

Functie één: ‘Gemeenschapsgerichte interventies’. Hier gaat men inzetten op veerkracht, psycho-educatie, gericht op zelfzorg, uitsluitend op vindplaatsen zoals het CLB/scholen, Overkophuizen, etc... Dit is voor groepssessies van minimum tien deelnemers. Hier moeten de kinderen, jongeren en volwassenen geen remgeld voor betalen.

Functie twee: ‘De eerstelijnspsychologische ondersteuning’. Dit is gericht op vraagverheldering, het bevorderen van de geestelijke gezondheid via psycho-educatieve interventies ter preventie van en/of (vroegtijdige) opsporing van (vermoedelijk) psychische problemen die zich nog in een vroegtijdig stadium bevinden en/of op de



kortdurende interventie in een vroegtijdig stadium, waarbij de ondersteuning van veerkracht van de kinderen en jongeren belangrijk is. Dit kan op de vindplaats (CLB, school ...), in de praktijk, per videoconferentie of thuis. Het moeten groepssessies van minimum vier deelnemers of individuele sessies met of zonder leden van het gezin zijn. Het aantal sessies moet gebaseerd zijn op de zorgnood, met een maximum van tien voor kinderen/jongeren en maximum acht voor volwassenen. Het remgeld voor de eerstelijnspsychologische ondersteuning (functie twee) valt weg voor kinderen en jongeren tot en met 23 jaar. Voor degene die ouder zijn dan 23 wordt het remgeld 11 euro en voor mensen met verhoogde tegemoetkoming wordt het 4 euro. De allereerst sessie bevat geen remgeld.

Functie drie: Deze functie gaat over 'De eerstelijnspsychologische behandeling van lichte tot matige problemen'. Dit gaat over kortdurende behandelingen voor mensen met lichte tot matige problemen. Deze behandelingen bestaan uit groeps- en individuele sessies. Het aantal sessies moet gebaseerd zijn op de zorgnood met als richtsnoer dat het gemiddeld aantal sessies niet hoger ligt dan tien voor kinderen en jongeren, acht voor volwassenen met een maximum van twintig sessies zowel voor volwassenen als kinderen en jongeren. Hier gelden dezelfde remgeldregels als bij functie twee (Vandenbroucke, 2023).

### 3.1.5.3 Conventie

De vzw Monstergolf valt binnen één van de drie opgesomde functies. Om deze functies te kunnen aanbieden is men aangesloten bij een conventie. Een conventie is een organisatie of netwerk die zich bezighoudt met de overeenkomsten, afspraken of samenkomsten van bepaalde organisaties met betrekking tot een bepaald onderwerp. Elk netwerk ontvangt een budget dat is berekend op basis van de bevolking in het werkgebied van het netwerk. Dat budget moet dus de toegankelijkheid en de beschikbaarheid van de psychologische zorg garanderen aan de bevolkingsgroep.

Er bestaan twee netwerken waar je gebruik kunt van maken. Het netwerk 'kinderen en adolescenten' en het netwerk 'volwassenen'. Het eerste netwerk is tot en met 26 jaar, het tweede is vanaf 15 jaar. Deze netwerken overlappen elkaar, omdat men zeker wil zijn van een passend aanbod voor kinderen van 15 jaar tot en met 23 jaar.

Binnen deze literatuurstudie zal de conventie WINGG binnen de eerstelijns therapie besproken worden, vzw Monstergolf is aangesloten bij deze conventie. Binnen de conventie staan het aanbieden van kwalitatieve therapie in de eerste lijn en het creëren van een duurzame werkomgeving voor de geconventioneerde centraal. Evidence based en cliëntgericht werken zijn de speerpunten van het kwalitatief aanbod. Om een passend aanbod te creëren voor elk kind of jongere worden er diverse methodieken aangeboden. Het is de therapeutische vrijheid en verantwoordelijkheid van elke geconventioneerde om zelf in te schatten wat hiervoor nodig is (WINGG, 2023).

### 3.1.6 Actuele uitdagingen

#### 3.1.6.1 Bekendmaking

##### **Online bekendmaking**

Het is van belang om enkele basisinformatie en basisbegrippen omtrent online bekendmaking te onderzoeken. Deze informatie is van belang wanneer er verder wordt ingezet op de bekendmaking van dit product aan de hand van promoting, via sociale media.

- Media: een middel om informatie over te dragen
- Medium: alles wat dient voor de overdracht van informatie
- Sociaal: verwijst naar zaken die betrekking hebben tot de maatschappij en haar welzijn
- Sociale media: omvat alle kanalen en platformen waarbij interacties tussen 2 of meerdere individuen mogelijk zijn.
- Communicatiemiddel: een drager van informatie voor communicatie
- Communicatie: er is verbale en non-verbale communicatie. Dit omvat de uitwisseling van de informatie.
- Influencer: Een influencer is iemand die een groot aantal volgers heeft online. Dit publiek luistert naar wat hij of zij zegt en neemt vaak over wat die persoon doet.

Influencers delen bepaalde producten en diensten, waarbij het doel is om invloed uit te oefenen op het gedrag van de doelgroep (de volgers). Bekende influencers hebben doorgaans veel volgers op social media. Het uitoefenen van invloed wordt ook wel 'influencen' genoemd.

##### *Tips om jongeren te bereiken*

- Deel regelmatig leuke en kwalitatieve filmpjes van je activiteiten om jongeren trots te laten zijn en deze te delen via WhatsApp voor directe communicatie.
- Maak gebruik van aantrekkelijke foto's en filmpjes op sociale media, zoals Instagram, waar jongeren graag korte en krachtige video's bekijken.
- Gebruik herkenbare, unieke en korte hashtags op Twitter, zoals #veranderingvanbinnenuit, om meer naamsbekendheid te genereren en deelbare berichten te creëren, zowel voor algemene updates als voor specifieke evenementen.

##### *Wettelijke leeftijd sociale media*

Facebook, Instagram, Snapchat, TikTok, whatsapp, twitter vanaf 13 jaar.

De minimumleeftijd in België voor applicaties zoals Facebook, Instagram, TikTok 13 jaar. Dit omdat kinderen nog niet kritisch genoeg kunnen nadenken. Wanneer je jonger bent moeten je ouders toestemming geven.

### *Mediaraven & apestaartjarenonderzoek*

Mediaraven richt zich op de digitale leefwereld van kinderen en jongeren. Hun missie is het bieden van experimenteerruimte voor media-creatie, het aanbieden van vormingen en ondersteuning voor professionals die met jongeren werken en het produceren van digitale tools en mediaproducten. Mediaraven werkt positief met digitale media en streven ernaar om mediawijsheid te bevorderen en jongeren te ondersteunen in het ontwikkelen van kritische en creatieve vaardigheden.

Het Apestaartjarenonderzoek, is een initiatief van Mediaraven. Dit brengt de digitale leefwereld en beleving van kinderen en jongeren in kaart. Het onderzoek wordt tweejaarlijks uitgevoerd in samenwerking met andere organisaties en omvat vragenlijsten en interviews met kinderen en jongeren van verschillende leeftijden. Het onderzoek biedt inzicht in hoe jongeren de digitale wereld ervaren en welke uitdagingen dit met zich meebrengt.

Uit verschillende artikelen blijkt dat Instagram een grote stijging in gebruik heeft doorgemaakt, terwijl Facebook en Twittergebruikers verliezen. Het gebruik van YouTube daalt, maar TikTok wordt steeds populairder vanwege de aantrekkelijkheid van korte video's en verhalen. In Nederland is 'direct messaging' populair, vooral via apps zoals WhatsApp en Instagram. De invloed van influencers blijft stijgen, met een groot aantal jongeren die hun aankoop- en volgggedrag laten beïnvloeden. TikTok en WhatsApp worden genoemd als opvallende stijgers in populariteit, vanwege hun eenvoudige en gratis communicatiemogelijkheden, inclusief emoji's, foto's en spraakberichten (Bouritius, 2022) (Sociale Media Gebruik Bij Jongeren: 5 Belangrijkste Inzichten., z.d.) (Social Media | MoodSpace, z.d.) (Oosterveer, 2023) (Mediaraven Grijpt De Kansen Van Digitale Media, z.d.) (CBS, 2020).

TikTok combineert sociale media en muziek en heeft in de loop der jaren verschillende functies toegevoegd, met een persoonlijk tintje. Hoewel de app oorspronkelijk bekend stond om het maken van playbackvideo's, wordt het nu vooral gebruikt voor het delen van dansfilmpjes en het promoten van muziek door artiesten.

Omtrent de timing en leesbaarheid van berichten, is het belangrijk om berichten op momenten te plaatsen wanneer volgers of gebruikers meer tijd hebben, zoals 's morgens en 's avonds. Lange posts kunnen minder goed worden gelezen, maar een duidelijke structuur en het gebruik van emoji's kunnen het lezen aangenamer maken.

Een mogelijke communicatie app kan TeamSnap zijn. TeamSnap is een app die oorspronkelijk is ontworpen voor sportteams, maar ook handig is voor andere groepsactiviteiten zoals vrijetijdsdiensten en jeugdorganisaties. Het biedt functies zoals

teamcommunicatie, het maken van roosters en planningen, het delen van documenten en bestanden, en het creëren van evenementenkalenders. Het is een populaire en veelgebruikte app voor het organiseren en communiceren binnen teams en groepen.

## **Offline bekendmaking**

### *De invloed van goede flyers*

Het verspreiden van flyers is een traditionele maar effectieve vorm van reclame, die ook in het digitale tijdperk relevant blijft. Bedrijven gebruiken het nog steeds als een belangrijk onderdeel van hun marketingstrategie. Het verspreiden van flyers wordt zelfs beschouwd als een van de beste manieren om offline reclame te maken. Het is een simpele en goedkope manier om nieuwe klanten te bereiken en snel resultaten te behalen.

Door flyers op strategische locaties te verspreiden, kun je nieuwe leads en klanten aantrekken. Het gebruik van kortingsbonnen op de flyers kan helpen om de effectiviteit van deze marketingactiviteit te meten. Flyers zorgen voor een persoonlijke benadering en een snelle respons van klanten, in tegenstelling tot digitale advertenties die vaak snel vergeten worden.

Klanten waarderen het ontvangen van flyers, omdat dit laat zien dat er moeite wordt gedaan om hen te bereiken. Het kan ook leiden tot interactie en gesprekken tussen jou en potentiële klanten, waardoor de kans groter wordt dat ze klant worden. Voor ondernemers met een beperkt budget kunnen flyers een waardevol en winstgevend marketinginstrument zijn.

Tegenwoordig is het eenvoudig om flyers te laten maken, deze kunnen gedrukt worden bij verschillende drukkerijen. Hierdoor zijn de mogelijkheden eindeloos (Haren de Krant, 2022).

Een effectieve manier om jongeren te benaderen met flyers is hen aanspreken in buurtcentra, jeugdhuizen, scholen, sportclubs... Dit zijn locaties waar veel jongeren samenkomen.

Het verspreiden van Flyers via sociale media kan heel waardevol zijn, omdat jongeren er vaak actief op zijn. Van de jongeren tussen 18 en 25 jaar besteedt 40 procent dagelijks drie uur of langer aan sociale media. 83% van de jongeren kijkt dagelijks naar Instagram. Ook populair zijn Youtube (70%), Snapchat (66%), TikTok (63%), en Facebook (59%). 87% van de jongeren volgt influencers op sociale media, vooral op Instagram (MoodSpace, z.d.).

### 3.1.6.2 Culturele diversiteit

Het begrip culturele diversiteit wijst op de aanwezigheid van verschillende culturele groepen binnen de samenleving. Dit kunnen verschillende aspecten zijn zoals de etniciteit, religie, taal, waarden en normen, gewoontes en andere culturele aspecten. Binnen de samenleving kunnen er verschillende culturele identiteiten, perspectieven en achtergronden naast elkaar bestaan. Deze diversiteit kan bijdragen aan een dynamische en rijkere samenleving (Hassani, 2023). Binnen die diversiteit is er tevens ook diversiteit dit wordt verduidelijkt met het begrip ‘superdiversiteit’. Het begrip superdiversiteit wil letterlijk zeggen dat het aantal mensen met een migratieachtergrond toeneemt, maar ook de diversiteit binnen die groepen zelf (Geldhof, 2019).

In Vlaanderen wonen er ondertussen meer dan 180 verschillende nationaliteiten, waaronder ook veel jongeren met een migratieachtergrond. Uit onderzoek blijkt dat 20% à 25% van de jongeren in Vlaanderen een migratieachtergrond heeft (Statbel, 2023).

Diversiteit binnen de samenleving kan tal van voordelen bieden, zoals het toenemen van innovatie, het stimuleren van sociale interacties en begrip. Toch kan diversiteit ook enkele uitdagingen met zich meebrengen. Uitdagingen zoals (sociale) inclusie en wederzijds respect tussen verschillende culturele groepen. Het is van groot belang dat de samenleving bewust kan omgaan met culturele diversiteit en werkt aan gelijkheid en rechtvaardigheid voor iedereen, ongeacht hun culturele achtergrond (cfr superdiversiteit M.Poeze).

“Je komt nog altijd weinig jongeren met migratieroots tegen bij jeugdbewegingen” is een uitspraak van Eva Vereecke, directeur van de ambassade van het ‘bureau van jonge zaken’. Deze ambassade ondersteunt het hele jeugdwerk in Vlaanderen en Brussel. Er wordt geschat dat een half miljoen jongeren actief is binnen het georganiseerde jeugdwerk, maar nog eens een half miljoen jongeren worden amper sporadisch bereikt. Er wordt gepleit voor het recht op vrije tijd, het maakt niet uit of dit nu een voetbalclub, jeugdbeweging zoals de Chiro of zelfs een surfclub is. Jongeren hebben recht om een veilige omgeving te vinden waar ze met vallen en opstaan leren, experimenteren en participeren (De heel, 2023).

Enkele factoren die de toegang tot jeugdorganisaties beperken voor jongeren met migratieroots zijn de angst voor vooroordelen of discriminatie. De toegankelijkheid van de organisatie kan ook tot een obstakel leiden zoals de taal of het niet hebben van informatie over de organisatie. Culturele barrières zoals het dragen van een hoofddoek kan jongeren doen aarzelen om deel te nemen aan bepaalde activiteiten (uit de marge vzw, 2024).

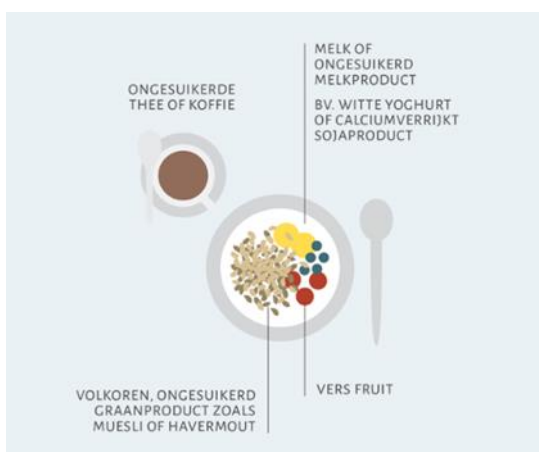
Om een inclusieve organisatie voor jongeren met migratieroots te bieden kunnen er verschillende stappen worden ondernomen (Koeleman, 2023).

- Het creëren van een veilige omgeving waar de jongere zichzelf kan zijn en wordt gerespecteerd.
- De ouders of de gemeenschap van de jongere betrekken kan helpen om de noden beter in kaart te brengen.
- Het hebben van een diverse organisatie met medewerkers of vrijwilligers waar de jongeren zich aan kunnen spiegelen.
- Trainingen of opleidingen over hoe je moet omgaan met diversiteit kunnen onbedoeld racisme of uitsluiting vermijden.
- Het vragen van feedback over de ervaringen in de organisatie aan de jongere zelf kan een belangrijke factor zijn. Op deze manier verkrijg je als organisatie rechtstreeks informatie over de eventuele moeilijkheden en verbeterpunten.

### 3.1.6.3 Seizoensgebonden activiteiten en voeding

#### Voeding

Het onderdeel voeding is erg relevant voor deze bachelorproef. De opdrachtgevers gaven mee dat de jongeren tijdens het surfen al nadenken over wat ze erna zullen eten. Daarnaast moet erbij stil worden gestaan dat niet elke jongere ontbeten heeft en/of voldoende maaltijden op een dag eet. Om de eetmomenten tijdens surftherapie gezond en seizoensgebonden te maken kan er gebruik worden gemaakt van een seizoensgebonden groenten- en fruitkalender. Het is van belang om op de hoogte te zijn welke drempels gezonde voeding heeft bij maatschappelijke kwetsbare jongeren en ouders/opvoedingsfiguren. Daarnaast heeft voeding invloed op het denken en handelen van jongeren.



Figuur 1: (Gezond Leven, z.d.)

Volgens het voedingsinformatiecentrum NICE en het Vlaams Instituut Gezond Leven is het belangrijk dat jongeren op regelmatige tijdstippen eten. De richtlijnen van de voedingsdriehoek zijn hierop gebaseerd en kunnen een leidraad zijn voor de jongeren. Er wordt aangeraden om drie hoofdmaaltijden en twee à drie gezonde tussendoortjes te eten. Deze spreiden ze best tijdens eetmomenten over de hele dag om honger te voorkomen. De meeste jongeren slaan het ontbijt over door verschillende redenen, waardoor men sneller kan vervallen in ongezonde voeding. Jongeren moeten een evenwichtig ontbijt binnenkrijgen om genoeg energie te krijgen om fit en geconcentreerd te zijn gedurende de hele dag. Vers seizoensgebonden fruit is dan zeker een aanrader om goed aan de dag te beginnen en als tussendoortje.



Figuur 2: (Gezond Leven, z.d.)

Er is door het Vlaams Instituut Gezond Leven een jaarkalender gemaakt met seizoensgebonden groenten en fruit. Alle seizoengroenten en fruit worden per maand weergegeven. Dit kan toegepast worden op de eetmomenten die georganiseerd zullen worden voor de jongeren. Seizoengericht aan de slag gaan met groenten en fruit heeft heel veel voordelen.

- Het zorgt voor gevarieerd eten. Dit zorgt er dan weer voor dat je niet elke dag dezelfde vitaminen, mineralen en bioactieve stoffen binnenkrijgt. Gevarieerd eten heeft dus veel gezondheidsvoordelen.
- Een betere prijs/kwaliteitsverhouding
- Een duurzame keuze op financieel vlak en milieuvlak.
- Streekeigen producten: vers en biologisch. Het zorgt er ook voor dat we ‘vergeten’ groenten of fruit leren herontdekken.

Er werd een overzichtstabel opgesteld om weer te geven wat de aanbevolen hoeveelheden voeding is per leeftijdsgroep.

Bij gezinnen in kansarmoede heersen er drempels omtrent gezonde voeding. Het Vlaams Instituut Gezond Leven beschrijft dit aan de hand van een gedragswiel met drie factoren om zicht te krijgen wat het gedrag positief of negatief kan beïnvloeden.

- Je hebt competenties nodig om te weten wat gezonde voeding is.
- Je moet willen en hebt drijfveren nodig.
- Het moet mogelijk zijn binnen de context waarin je leeft.

## **Competenties**

### *Voorkennis over voeding*

Bij mensen die in een maatschappelijke kwetsbare situatie leven is het vinden van informatie over gezonde voeding te moeilijk of ingewikkeld. Soms is er een overvloed aan informatie over gezonde voeding, wat kan zorgen dat men zich afsluit. De informatie over budgetvriendelijk winkelen is vaak beperkt wat gezond en betaalbaar eten moeilijk kan maken.

### *(Voedsel)vaardigheden*

De vaardigheden die hieronder vallen zijn boodschappen en maaltijden plannen en een gezonde maaltijd klaarmaken. Er zijn kritische vaardigheden die worden vernoemd zoals voedingsetiketten begrijpen en interpreteren, slogans en boodschappen begrijpen en inzicht hebben in reclames. Er is veel meer reclame voor ongezonde voeding, dan voor gezonde voeding. Dit zet vaak aan om meer ongezond te eten dan wat eigenlijk goed is voor hen. De kansarme doelgroep is hier gevoelig voor.

### *Zelfregulatie*

De persoonlijke doelen houdt wat je nodig hebt om te functioneren, zoals: gezonder eten, meer energie hebben, stemmen we af op onze gedachten, gevoelens en ons gedrag. Mensen met een minder sterke zelfregulatie hebben het moeilijker om te kunnen weerstaan aan ongezonde voeding. De maatschappelijke kwetsbare groep heeft minder mentale ruimte om zelfregulatie te kunnen ontwikkelen.

## **Drijfveren**

- Een maatschappelijke kwetsbare groep voelt zich minder aangesproken voor gezonde voeding.
- De focus ligt op korte termijn zorgen, bijvoorbeeld op financieel vlak, waarbij je de rekeningen nog moet betalen en niet op gezonde voeding.
- Weinig vertrouwen in jezelf
- Ongezonde voeding eten kinderen juist wel



- Het financieel vlak en tijdsdruk kan er ook voor zorgen dat andere voeding gekozen wordt.
- Verschillende houdingen tegenover voeding: plezier, afleiding, energie, troosten...
- Persoonlijke voorkeuren
- Behoeft, emotie (bv. stresseten), ethische overwegingen (bv. dierenwelzijn), kunnen aanzetten tot gezond eten, of juist niet. Dit hangt af van de context.

## **Context**

De voedselomgeving wordt bepaald door de fysieke, sociaal-culturele, economische en politieke aspecten.

Overal in de omgeving is wel iets om te eten of drinken. De eetgewoontes worden beïnvloed door het sociale en culturele aspect. Mensen die in armoede leven wonen vaak in een wijk waar er veel fastfood te vinden is of een kleine winkel met een beperkt aanbod.

- *Sociaal-economische context*

In een onderzoek in Vlaanderen (Storms en Hermans (2020) en Hermans (2019)) toont duidelijk aan dat het voor mensen met een leefloon of een vervangingsinkomen zeer moeilijk is om gezonde voeding te kopen met hun inkomen. Mensen met minder geld, een lager opleidingsniveau, onzekere werkomstandigheden en slechtere leefomstandigheden (bv. een ongezonde woning) ervaren meer voedselonzekerheid en hebben daardoor ook een groter risico op gezondheidsproblemen. (Friel, Hattersley & Ford; 2015). In Vlaanderen spenderen mensen met een lager inkomen meer uit aan voeding volgens het onderzoek van CEBUD (Centrum voor budgetadvies en -onderzoek van de Thomas More Hogeschool)

- *Thuisomgeving*

Om eten klaar te kunnen maken heb je de juiste apparatuur nodig, zoals een frigo, microgolf... Daar komt er dan ook water, gas en elektriciteit bij, want zonder deze drie kan je niet koken en het eten bewaren.

- *Gezinssituatie*

De gezinssituatie speelt ook mee. Het moet financieel haalbaar zijn om betaalbare voeding te kunnen kopen. Wanneer je in een groot gezin woont kan, dit al zorgen voor moeilijkheden of wanneer je bijvoorbeeld medische kosten hebt.

- *Bereikbaarheid*

Er moet natuurlijk rekening houden hoe iemand naar een winkel gaat, gaat deze te voet, met de auto, de bus.... Is er een supermarkt in de buurt of enkel een kleine winkel die vaak een beperkt aanbod heeft.

- *Beschikbaarheid van begrijpelijke informatie*

Zoals hierboven vermeldt bij competenties heeft de maatschappelijke kwetsbare groep minder toegang tot voldoende kennis over voeding.

- *Sociale en/of culturele context*

De context waarin mensen zich in bevinden kunnen de eetgewoonten positief of negatief beïnvloeden, bijvoorbeeld wanneer er weinig rolmodellen in de omgeving zijn of je geen sociale steun hebt. De sociale druk om gezond te gaan eten kan ertoe leiden dat dit een omgekeerd effect heeft op lange termijn. Alle soorten voeding en eetgewoonten van een cultuur of religie verschilt. Wanneer een gezin een moeilijke periode doorgaat kan stress er ook voor zorgen dat gezonde voeding het laatste is waar men aan denkt.

## **Voeding en de invloed op cognitie en schoolprestaties**

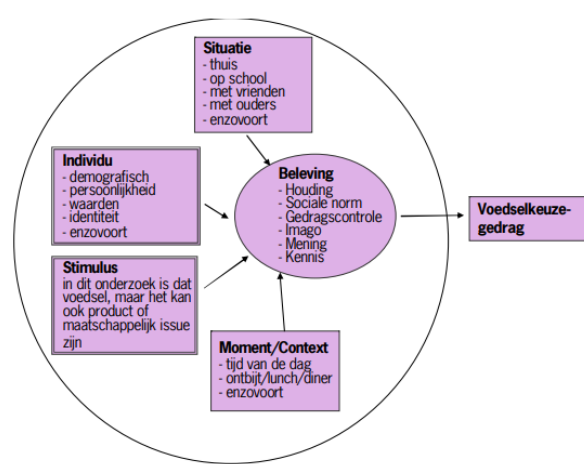
Het brein kan de cognitie en schoolprestaties beïnvloeden. Onder cognitie vallen de mentale processen die nodig zijn om bijvoorbeeld aandacht, geheugen, inhibitie, en plannen. Kinderen en jongeren hebben op school goede cognitieve vaardigheden nodig. Er zijn verschillende onderzoeken die men heeft onderzocht, waarbij er een conclusie is dat een gezondere levensstijl met betere kwaliteit van voeding ervoor zorgt voor een betere cognitie en dat dit de schoolresultaten positief beïnvloedt. (Henriksson 2017; Haapala, 2015; Cohen 2016; Esteban-Cornejo 2015). Aan de andere kant zijn er ook onderzoeken die laten zien dat ongezonde voeding en voedingspatroon kan gelinkt worden aan een slechtere cognitie en schoolprestaties (Cohen, 2016; Nyaradi, 2015; Florence, 2008).

Het is belangrijk om op te merken dat in de geraadpleegde bron vermeld wordt dat de meeste van de studies observationele studies zijn en dat hiermee geen effecten kunnen worden vastgesteld. Het gezond eten hangt ook samen met meer bewegen en bv. Niet roken, niet te veel alcohol drinken... (Van Der Wurff, 2021).

## Eetgedrag en beleving van eten door jongeren

Het eetgedrag en de afzonderlijke componenten van eetgedrag van jongeren krijgen al jarenlang (wetenschappelijke) aandacht. Zoals werd vermeld in de bron werd het eetpatroon van vooral Amerikaanse jongeren onderzocht wat laat zien dat er vooral zorgen bestaan over een te hoge energie-inname, te hoge vetgehaltenes, een tekort aan micronutriënten (zoals ijzer), onvoldoende vezels en een te groot aandeel fastfood, snoep... Het voedingscentrum NICE heeft in 2014 een peiling gedaan naar het voedingspatroon van jongeren. De knelpunten die in de voedingspatronen van jongeren zitten in zorgwekkend. Jongeren (13-17 jaar) drinken gemiddeld 848 ml niet-gesuikerde dranken, waarvan water maar 758 ml is. 92 procent van de jongeren haalt de aanbevolen dagelijkse hoeveelheid van 1,5 liter water niet. Groenten en fruit zijn ook minder populair volgens de peiling van het voedingscentrum NICE. Jongeren eten gemiddeld 110 gram groenten per dag, hierbij halen 99 procent van de jongeren de aanbevolen dagelijkse hoeveelheid van 300 gram groenten niet. Bij fruit inname zien we dat jongeren gemiddelde minder dan één portie fruit eten. Bijna alle Belgische adolescenten (99,6 procent) consumeren onvoldoende melkproducten. Bij het consumeren van brood geeft de peiling van het voedingscentrum NICE aan dat jongeren te weinig kiezen voor volkoren varianten en dat 45 procent enkel naar wit brood grijpt. 97 procenten van de jongeren nemen te veel calorieën binnen onder de vorm van de rode zone in de voedingsdriehoek, namelijk: koeken, zoetwaren en chocolade... Het voedingscentrum spreekt van een gemiddelde van 700 kcal en dit is veel te hoog.

Onderzoeken tonen aan dat er vele variabelen zijn die een invloed hebben op het eetgedrag en de beleving van voeding. Dit gaat zowel om het rationele als de emotionele aspecten. Een aangepast model van Jager et al. (2007) geeft inzicht op welke variabelen een rol spelen bij de beleving en het voedselkeuze gedrag van jongeren. (Tacken, G.M.L, M.A. De Winter, R. Van Veggel, S.J. Sijtsema, A. Ronteltap, L. Cramer en M. Reinders, 2010)



Figuur 3: (Tacken, G.M.L, M.A. De Winter, R. Van Veggel, S.J. Sijtsema, A. Ronteltap, L. Cramer en M. Reinders, 2010)

### 3.1.7 Mentale gezondheid

Aangezien er met een kwetsbare doelgroep aan de slag wordt gegaan is het thema mentale gezondheid heel relevant om op te nemen in deze literatuurstudie. Er wordt een definitie geschetst en een model dat wordt toegepast op de mentale gezondheid. De cijfers in België en Vlaanderen over de geestelijke gezondheid worden ook opgenomen om een beeld te schetsen hoe het hier gesteld is met de geestelijke gezondheid. Doordat mentale welbevinden een vaag concept is en dit neerslaat op geluk wordt dit opgenomen als een onderdeel in de literatuurstudie. De geluksdriehoek is een model dat ontwikkeld is door het Vlaams Instituut Gezond Leven en is relevant om in het achterhoofd te houden wanneer er met het kamp aan de slag wordt gaan. Als laatste wordt er gefocust op de mentale gezondheid van de doelgroep, kansarme jongeren.

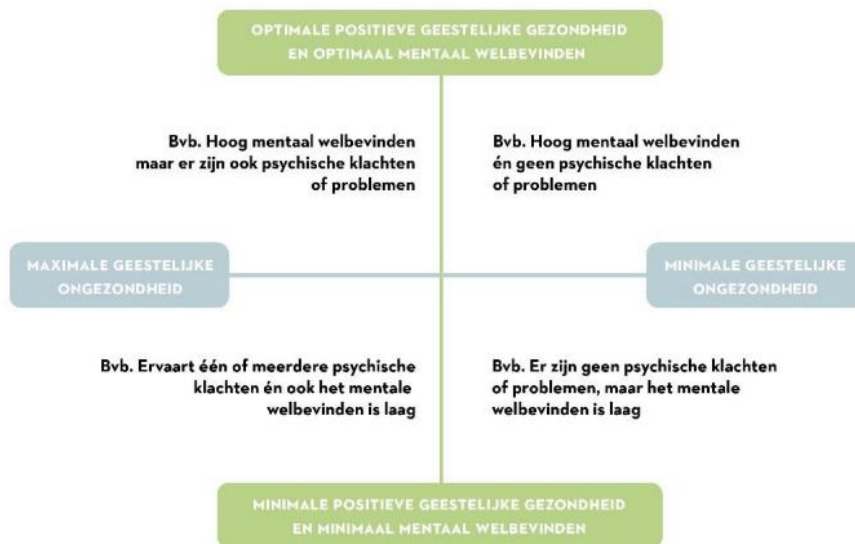
#### **Definitie**

De term ‘geestelijke gezondheid’ wil zeggen dat iemand geestelijk gezond is wanneer er geen symptomen aanwezig zijn die wijzen op ongezondheid. Geestelijk ongezondheid bevat meer dan enkel ziek zijn. Het biopsychosociaal model kan hieraan gelinkt worden, waarbij er niet alleen rekening moet gehouden worden met de medische toestand van een persoon. Er spelen zowel psychologische als sociale factoren mee in de medische toestand van een persoon. Het is belangrijk dat hier rekening wordt mee gehouden.

Er kan gesteld worden dat er sprake is van ‘optimale’ geestelijke gezondheid wanneer iemand enerzijds geen of slechts minimale psychische klachten heeft en aan de andere kant ook in positieve zin goed functioneert. De persoon heeft het gevoel dat haar of zijn capaciteiten en mogelijkheden kunnen ingezet worden, waarbij levensgebeurtenissen en andere stressvolle situaties kunnen geplaatst worden. De persoon kan zich op een nuttige manier bezighouden en kan op een positieve manier relaties met de mensen aangaan en dit dan ook onderhouden. Positieve geestelijke gezondheid komt tot uiting als mentaal welbevinden of geluk. (*Geestelijke Gezondheid: Een Definitie*, z.d.)

#### **Het tweevoudig continuüm model**

Het Vlaams Instituut Gezond Leven gebruikt dit tweevoudig continuüm model om te illustreren dat geestelijke gezondheid tot stand komt door een wisselwerking tussen twee continuüms. Het eerste continuüm (de verticale as) geeft de ‘positieve geestelijke gezondheid’ weer (je minimaal tot optimaal ‘goed in je vel voelen’). Het tweede continuüm (de horizontale as) toont de ‘geestelijke ongezondheid’, waarbij het over de maximale tot minimale aanwezigheid van psychische symptomen en klachten gaat. Het tweevoudig continuüm model van Correy Keyes (2005) illustreert hoe deze twee continuüms zich tot elkaar kunnen verhouden. Het model van Correy Keyes (2005) is aangepast en overgenomen uit Sottica et al (2017).



Figuur 4: (Vlaams Instituut Gezond Leven, 2020, z.d.)

Het continuüm van de positieve geestelijke gezondheid verwijst naar een toestand van welbevinden, een gevoel van geluk, van zelfverwezenlijking en/of positieve persoonlijke eigenschappen (optimisme, zelfrespect, weerstandsvermogen, gevoel van eigenwaarde, van zelfvervulling enz.). Het is een toestand van balans en harmonie tussen het individu en die van de context waaraan men zich moet aanpassen (Gisle, Van der Heyden, Drieskens, & Demarest, 2018). Het mentaal welbevinden is een maat voor positieve geestelijke gezondheid. Het geeft weer waar iemand zich op het continuüm van de positieve geestelijke gezondheid bevindt. Zowel op het continuüm voor positieve geestelijke gezondheid als op het continuüm voor geestelijke ongezondheid kan je verschuiven in beide richtingen mogelijk, afhankelijk van verschillende factoren levensgebeurtenissen. De wisselwerking laat toe dat het werken op één as kan leiden tot verschuivingen op de andere as. Het versterken van het mentaal welbevinden kan in zekere mate psychische klachten doen afnemen. Het mentaal welbevinden bestaat uit verschillende deelcomponenten en onderscheiden volgende drie deelcomponenten: een gevoelscomponent, een reflectieve component en een sociale component.

## **Geestelijke gezondheid in cijfers van België en Vlaanderen**

Op basis van een open bevraging concludeerde de Vlaamse jeugdraad in 2016 dat gemiddeld 31,4% van de jongeren tussen 14 en 25 jaar niet goed in zijn vel zit. 13% van de jongens en 22,1% van de meisjes tussen 11 en 15 jaar hebben al meerdere keren overwogen om een einde aan hun leven te maken. Deze prevalentie stijgt bovendien met een toenemende leeftijd en is vooral bij de jongens sterk uitgesproken. In het kader van de Gezondheidsenquête werden in 2018 voor het eerst ook problemen met de psychische gezondheid van Belgische kinderen en jongeren (2 tot 18 jaar) in kaart gebracht, a.d.h.v. rapportage door de ouders. Op basis van deze bevraging concluderen de auteurs dat de meest voorkomende aandoeningen relatiestoornissen met leeftijdsgenoten (20%, waarvan 11% pathologische problematiek), emotionele stoornissen (19%, waarvan 10% pathologische problemen), gedragsstoornissen (18%, waarvan 9% pathologische problemen), aandacht te kort -hyperactiviteit stoornissen (ADHD: 17%, waarvan 12% pathologische problemen), en prosociale gedragsstoornissen (13%, waarvan 7% pathologische problemen) zijn. 18% van de kinderen en jongeren vertoont tekenen van één enkele stoornis en bij 12% is er sprake van een comorbiditeit van stoornissen. (*(Positieve) Geestelijke Gezondheid: Cijfers*, z.d.)

In België zijn er 700.000 Vlamingen die te maken hebben met ernstige psychische problemen. 1/3 van de bevolking wordt doorheen de levensfase geconfronteerd met psychische problemen. Vergeleken met vroeger (2001-2008) waarneemt men een stijging van personen ouder dan 15 jaar die indicaties vertonen. De symptomen vertonen zich al op jonge leeftijd. Er zijn meer vrouwen die hiermee kampen, en meer laaggeschoolde mensen in vergelijking met hoogopgeleiden.

## **Geluk**

### *Definitie*

Mentaal welbevinden is een vaag concept, waardoor er van geluk wordt gesproken. Dit wil zeggen genot of genieten.

Er is een consensus dat geluk niet alleen te maken heeft met emotie en gevoelens, maar ook met cognitie en verbondenheid met andere mensen en de wereld rondom ons. Mentaal welbevinden wordt eigenlijk als een multifactorieel concept gezien: het is één concept met daaronder verschillende factoren die elkaar wederkerig beïnvloeden.

## Geluksdriehoek

Dit is het eerste Vlaamse geluksmodel, waarbij men inzichten integreert uit verschillende bestaande modellen en uit internationale literatuur. Het is bedoeld om visueel toegankelijk inzicht te verschaffen in de bouwblokken van geluk, maar ook aantonen hoe je deze bouwblokken kan versterken.

### De drie bouwblokken

Bij iedereen verschilt het belang van elke bouwblok, maar iedereen heeft deze nodig om zich goed te voelen. De bouwblokken zijn verbonden zoals een puzzelstuk:

- Jezelf kunnen zijn
  - Wat vind je belangrijk in het leven?
  - Waar ben je trots op?
  - Wat wil je (nog) bereiken? Wat motiveert je?
- Goed omringd zijn
  - Bij wie vind je steun?
  - Hoe betekenen jij iets voor de ander?
  - Waar ben jij dankbaar voor?
- Je goed voelen
  - Wat helpt je om jouw gedachten los te maken?
  - Ben je soms niet te streng voor jezelf?
  - Waar krijg je energie van?

Het is niet mogelijk dat iemand zich perfect gelukkig voelt, soms kan je uit balans geraken. Het is dan belangrijk dat je een goede emotie- en stressregulatie hebt. Leren omgaan met emoties en eventuele tegenslagen is belangrijk. Jezelf flexibel opstellen in bepaalde situaties of bij andere mensen is dan ook een heel belangrijk aspect om uiteindelijk weer een balans te vinden (*Mentaal Welbevinden: Een Maat van Geluk, z.d.*).



Figuur 5: (Vlaams Instituut Gezond Leven, 2020, z.d.)

## **De mentale gezondheid bij de doelgroep kansarme jongeren**

Het onderzoek van Gevaert (2018), samenwerken met kansarme gezinnen rond psychosociale problemen, een kwalitatief onderzoek bij de CLB-medewerkers in Ronse, werd geraadpleegd, waarbij het luikje sociaal-emotionele ontwikkeling bij kansarme jongeren zeer relevant is om even bij stil te staan.

Hierin staat beschreven dat er bijna altijd sprake is van een zeer laag zelfwaardegevoel door de veelheid aan negatieve ervaringen. Hoe langer een gezin in armoede leeft, hoe meer de gevoelens van stress, angst, afhankelijkheid en ongelukkig zijn kunnen toenemen. De belemmering van de sociale ontwikkeling start reeds van bij de geboorte door het klimaat, waarbij de hechting moeilijk loopt door de enorme stress van de dagelijkse problemen. De confrontatie met plaatsing zorgt er ook voor dat de ouders geen veilige gehechtheid gekend hebben en dit dus niet makkelijk kunnen doorgeven aan hun kinderen. Verder staat in het onderzoek dat kinderen uit armoede op school vaak worden ervaren als moeilijke kinderen, wat op zijn beurt weer leidt tot negatieve ervaringen en uitsluiting.

Alles wat bovenstaand werd vermeld heeft een invloed op de persoonlijkheidsontwikkeling van de kinderen/jongeren: het verwerven van basisvertrouwen, het leren van zich emotioneel te uiten, gezonde relaties aan te gaan... Hier kunnen we terugverwijzen naar het Vlaams Gezondheid Instituut Gezond Leven die het geluks-driehoek model heeft ontwikkeld. De bouwblokken verwijzen dan ook naar de moeilijkheden die men ervaart.

Wat nog belangrijker is wat in het onderzoek te lezen was, waren de sterktes die ontwikkeld kunnen worden door de moeilijke jeugd. De draagkracht kan groot zijn, waarbij men een grote motivatie heeft om hun eigen situatie te verbeteren en grote solidariteit toont om anderen in een vergelijkbare situatie te helpen. Door wat men allemaal heeft meegemaakt zijn ze erg goed in het aanvoelen van gevoelens en emoties bij anderen en hebben vaak een groot gevoel voor humor.



## **Aanbevelingen voor beweging bij kinderen en jongeren**

De doelgroep is tussen de zes en zeventien jaar oud. De aanbevelingen staan los van het geslacht, cultuur en achtergrond (ook voor kinderen en jongeren met een beperking).

### *Minder lang stilzitten*

- Zittende activiteiten: puzzelen, tekenen, muziek maken, lezen...

Het grootste deel van de dag moet er licht intensief bewogen worden. Dit verspreid over een week, minimaal 60 minuten per dag matig tot hoog intensief bewegen. Aangezien Monstergolf met de jongeren anderhalf tot twee uur surft, kan hier wel gesproken worden van een matige tot hoog intensieve beweging. Daarnaast kunnen er verschillende variaties van bewegen opgenomen worden, namelijk plezier maken, op ontdekking gaan, grenzen leren verleggen en spelen.

### *Voordelen aan bewegen*

- Je slaapt beter.
- Je ontwikkelt betere sociale vaardigheden.
- Je hersenen ontwikkelen sterker.
- Je versterkt je hart, botten en longen.
- Je hebt een verminderde kans op depressie.
- Je behaalt betere schoolresultaten.
- Je krijgt een gezonder gewicht.
- Je hebt een betere bloeddruk en bloedwaarden.

## **Yoga**

### *Definitie*

Het is een manier om je vitaal te voelen en meer te ontspannen in het leven. Er wordt gelet op de ademhaling, beweging (houding), waarbij je kracht, flexibiliteit en innerlijke rust ervaart. Het zorgt ervoor dat er meer balans bij en in jezelf is (*Wat Is Yoga? – Saja Yoga – Yoga Studio in Leuven, z.d.*).

### *Link met mentale gezondheid*

In het onderzoek van Westerman (2017) ging men onderzoeken wat het effect was van een kortdurende yoga sessie op klachten (stress en psychopathologie) en krachten (zelfcompassie en welbevinden). Uit de studie concludeerde Westerman (2017) dat een kortdurende yoga-interventie geschikt is om de geestelijke gezondheid van iemand te verbeteren. Het welbevinden en zelfcompassie verhoogt en vermindert

psychopathologie en stress. Daarnaast werd er beschreven dat yoga een aanvulling kan zijn die onder positieve psychologie valt om de geestelijke gezondheid te optimaliseren.

### **Alternatieve activiteiten**

Het is heel belangrijk om na te gaan welke activiteiten er allemaal mogelijk zijn om rekening te kunnen houden met alle seizoenen en de weersomstandigheden. De voorkeur gaat natuurlijk naar de interesses en de behoeften van de doelgroep. Er moet gekeken worden voor warme kledij en accessoires voor in de winter of bij slecht weer, zodat activiteiten toch kunnen doorgaan op het strand.

#### *Binnen*

- Zittende activiteiten
  - Puzzelen
  - Tekenen
  - Muziek maken
  - Lezen
    - Mentaal sterk, da's jeugdwerk – Jeugdwerk voor Allen
    - Gezelschap spel spelen
      - Is dat RAAR? – De Aanstokerij
      - Een steekje LOS? – De Aanstokerij
      - MindMaze – De Aanstokerij
  
- Maakactiviteiten
  - Seizoensgebonden eten maken
  - Terugverdien activiteiten
  
- Doe activiteiten
  - Puzzelen
  - Tekenen
  - Muziek maken
  - Gevechtssport
  - Yoga
  - Bewegen op muziek
  - Cirkelen
    - Safe space, brave space – Jeugdwerk voor Allen

*Buiten:*

- Zittende activiteiten
  - Puzzelen
  - Tekenen
  - Muziek maken
  - Gezelschap spel spelen
  
- Maakactiviteiten
  - Terugverdien activiteiten
  - Mooimakers actie
  
- Doe activiteiten
  - Puzzelen
  - Tekenen
  - Muziek maken
  - Gevechtssport
  - Yoga
  - Bewegen op muziek
  - Zoektocht in de duinen
  - Cirkelen
    - Safe space, brave space – Jeugdwerk voor Allen
    - Gezelschap spel spelen
    - Is dat RAAR? – De Aanstokerij
    - Een steekje LOS? – De Aanstokerij
    - MindMaze – De Aanstokerij

### 3.1.7.1 Thematieken binnen het welzijn

Tijdens het kamp dat er met deze bachelorproef zou komen, willen we de focus leggen op de verschillende soorten van welbevinden.

1. Werken rond emoties en emotioneel welzijn
  - Talenten
  - Geluk
  - Emoties
  - Negatieve emoties en gedachten
2. Kijk op zichzelf en ontwikkeling
  - Waarden en normen
  - Weerbaarheid
  - Sociale vaardigheden (empathie en onderhouden van relaties)
  - Zichzelf accepteren

#### **Werken rond emoties en emotioneel welzijn**

##### *Ontdekken en stimuleren van talenten*

Talenten worden zichtbaar wanneer iets vlekkeloos gaat. Deze activiteiten geven energie. De activiteit zelf is niet het talent, maar het talent zorgt ervoor dat iemand schittert in een activiteit. Dit verschilt van kind tot kind. “Kwaliteiten zijn eigenschappen die tot de kern van een persoon behoren. Kwaliteiten ‘kleuren’ een mens: het is de specifieke sterke opvallende kant van iemand”. (Samyn, 2024)

Talenten zijn iets relationeel. Het ontwikkelt zich wanneer er sprake is van een positieve relatie tot anderen. Het is in die relatie dat het talent ontstaat en ontwikkelt. Zo is het voor alle kinderen belangrijk dat ze mensen om zich heen hebben die in hen geloven. Zo helpen complimenten kinderen om zichzelf te ontplooien (Samyn, 2024).

Zo bestaan er een aantal tools waarmee we de jongeren kunnen ondersteunen bij het ontdekken van hun talenten en deze te stimuleren. Dit zal resulteren in positieve emoties en een verhoogt welzijn. Bijvoorbeeld met het grote kernkwaliteitenspel, ik kies voor mijn talent, positief roddelen... (Steunpunt Geestelijke Gezondheid, Kenniscentrum Eetexpert & Cera. (2020).

- Het grote kernkwaliteitenspel

Via spelende wijze leer je inzetten op het verlagen van je stress, leren keuzes maken en het ontdekken van jezelf en anderen. Door het spel kom je tot het beseft waarom sommige relaties wel of niet goed werken, welk werk bij je past... Dit betekent dat je met dit spel kennis krijgt over je kwaliteiten, uitdagingen, valkuilen en allergieën (Vertellis, z.d.).

Het spel van Daniel Ofman bevat veertig beschrijvingen van situaties waarmee je in het dagdagelijkse leven mee geconfronteerd wordt. Daarbij horen er 218 opdrachten, 80 levensmotto's, 80 kwaliteiten/uitdagingen en 80 valkuilen/allergieën (PMB Group, z.d.).

- Ik kies voor mijn talent

Dit is een toolbox voor jongtalent. Met deze box kunnen jongeren op een speelse wijze ontdekken wat hun talenten zijn. In deze box zitten veertig kaarten met talenten op die ze kunnen herkennen van op school, thuis, sportclub... Bijvoorbeeld: ideeënfontein, grenzenverlegger, meetrekker, groepsdier, kennispons, stille helper... Het ene talent zullen ze herkennen en een andere helemaal niet. Daarnaast zitten er in de box heel wat werkvormen voor zowel ouders als hulpverleners om de jongere te ondersteunen bij hun talenten, zodat deze maximaal kunnen ontwikkelen (BoekenBalie, z.d.).

- Positief roddelen

Bij positief roddelen is het de bedoeling dat je groepjes maakt van liefst drie personen. Nadat de groepjes gevormd zijn zullen er twee personen aangeduid worden als roddeltantes. De overige persoon is diegene waarover er positief geroddeld mag worden. Met positief roddelen wordt bedoeld dat er opzettelijk goed gesproken wordt over iemand terwijl diegene aanwezig is. De roddeltantes moeten één minuut lang complimenten uitdelen aan de andere persoon. De persoon die de complimenten ontvangt zit met zijn/haar rug naar de anderen toe. Als de minuut om is, dan wisselen de rollen tot dat iedereen complimenten heeft gekregen. Hierna is er ruimte voor nabespreking. Hierbij wordt er gereflecteerd over volgende vragen: 'Wat deed dit met jou?', 'Wist je deze talenten al?', 'Hoorde je iets nieuws?' en 'Ga je met deze informatie aan de slag?' (Latré, 2024).

De roddeltantes kunnen beroep doen op een toolkit met 80 complimentenkaartjes van Manon Ende en Daphne Hoogendoorn. Zij zijn de gezichten achter het complimentenspel (Ende & Hoogendoorn, z.d.).

### *Het zoeken van geluk*

Een gelukkig kind zie je stralen, spontaan praten, lachen, zingen... Het heeft een ontspannende uitstraling met een expressief gezicht. Daarnaast ervaart het kind plezier aan de dingen en degene rond zich. Vaak is het blij met de aandacht die het ontvangt door woorden en aanrakingen (Kind en Gezin, 2021).

Een ongelukkig kind (-12-jarigen) kan je herkennen aan volgende signalen:

- Geïrriteerd
- Doorlopend verdriet
- Minder of meer eetlust
- Zich terugtrekken
- Minder of meer slapen (gebrek aan energie)
- Mindere concentratie
- Fysieke verschijnselen (buikpijn, hoofdpijn, rugpijn...)
- Moeilijk relaties kunnen onderhouden
- Gevoel van waardeloosheid
- Suïcidale gedachten/zelfpijniging
- Laag zelfbeeld (Bachbloesemadvies, z.d.)

In de praktijk bestaan er tools waarmee we de nadruk kunnen leggen op het zoeken van geluk en dit in handen te nemen, bijvoorbeeld met de gelukzoekers.

#### - De gelukzoekers

Jongeren die zich in de puberteit bevinden zijn vaak onzeker. In deze fase van hun leven zijn ze zoekende naar hun identiteit. Dit zorgt ervoor dat ze met heel wat vragen zitten. 'De gelukzoekers' helpen de jongeren hiermee door hen te informeren om werk te maken van hun eigen geluk. Op spelende wijze krijgen ze inzicht over hoe ze hun geluk en veerkracht kunnen verhogen. Dit leidt tot een sterker mentaal welzijn. In het spel kan je zeven gelukslijnen terugvinden. Tijdens het spel kunnen de deelnemers gelukspunten verdienen door trajecten met de metro af te leggen. Wanneer het spel afgerond is, dan kan er een nabespreking gehouden worden. Hiermee moet je rekening houden met het feit dat de spelmakers 100 minuten rekenen voor het spelen. Deze heeft betrekking op zelfevaluatie en een toepassing in de praktijk (De Aanstokerij, z.d.).

### *(H)erkennen en omgaan van emoties*

Alle emoties behoren tot ons leven en zijn niet te negeren. Emoties hebben een functie, namelijk zorgen dat we kunnen reageren op belangrijke zaken in het leven. Ze geven dus zin aan het leven. We hebben vier basisemoties: boos, bang, blij en bedroefd. Geen van de vier is goed of fout, want ze hebben allen een functie. Boosheid leert ons om onze grens aan te geven. Blijheid werkt als een motivator. Verdriet ondersteunt ons om te rouwen. Angst alarmeert ons voor gevaar.

Aan elke leeftijd worden er standaarden verwacht op vlak van sociaal-emotionele ontwikkeling. Zo wordt er van een schoolkind (zes tot twaalf jaar) verwacht dat hij/zij kan omgaan met moties. Daarnaast zijn ze in staat om hun gevoelens af te tasten met hun omgeving. Bij adolescenten (twaalf tot achttien jaar) wordt er verwacht dat er meer zelfreflectie gebeurt. Vaak is er sprake van een identiteitsverwarring (Latré, 2024).

We vonden een passend citaat: “Gevoelens zijn als golven in de zee. Ze komen en worden steeds groter en sterker. Nadat de golven zijn omgeslagen, worden ze weer kleiner en ebben ze weg. Ook gevoelens gaan vanzelf weer weg, tenzij je ze tegenhoudt. Als je een golf tegenhoudt, komt er heel veel water op je af en heb je het gevoel dat je verdrinkt. Maar als je met de golf mee zwemt, drijf je er als het ware op en dan wordt de kracht vanzelf minder” (Struik, 2016) (Samyn, 2024, dia 4).

In onze groep zijn er enkele tools bekend die focussen op het (h)erkennen en omgaan van emoties. Bijvoorbeeld met een cirkel vol gevoelens, emotiememory en emotiethermometer. Daarnaast bestaan er enkele hulpmiddelen voor zelfregulatie: bodyscan en veilige plek.

#### - Een cirkel vol gevoelens

Deze oefening laat je bewust zijn van je eigen gevoelens. Hierbij staan we stil bij wat je voelt en hoe je ermee omgaat. Daarnaast krijg je zicht op hoe er thuis met emoties werden om gegaan. We starten met het tekenen van vijf cirkels. Vier van de vijf staan voor een gevoel, namelijk ‘blij’, ‘boos’, ‘bang’ en ‘bedroefd’. De vijfde cirkel is de cirkel van ‘praten over gevoel’. De volgorde van de cirkels mag de tekenaar zelf bepalen. De tekenaar mag gebruik maken van twee kleurpotloden. Elk kleur staat voor een ouder. Met dit kleurpotlood kleur je de cirkel in afhankelijk van de mate waarin dit gevoel van deze ouder aanwezig mocht zijn van die bepaalde ouder. In de cirkel van ‘praten over gevoel’ duid je aan welke hoeveelheid er hierover gesproken mocht worden (Latré, 2024).

- Emotiemory

Emotiemory is een laagdrempelig spel, waarmee we kinderen kunnen laten kennismaken met de verschillende emoties. Er kan gestart worden met de basisemoties en later eventueel uitbreiden. Dit spel is een makkelijke opstap om een gesprek te starten rond emoties (Latré, 2024).

- Emotiethermometer

Een emotiethermometer heeft verschillende functies. Het kan een middel zijn om kinderen te laten beseffen dat een emotie een opbouw kent. Daarnaast helpt het om over een situatie te reflecteren en na te gaan wanneer de emotie stijgt en daalt. Met de thermometer kan je samen met het kind zoeken naar een manier hoe we de sterk aanwezige emotie kunnen dalen. Het voordeel van deze tool is dat het visueel, concreet en tastbaar is (Latré, 2024).

- Bodyscan

Bij deze tool ga je ergens rustig liggen of zitten, waarbij je met je gedachten je hele lichaam gaat onderzoeken. Je gaat even stilstaan bij wat je voelt. Dit kan je helpen om je te ontspannen en minder stress of spanning te ervaren (Rustbox, 2020). Bijvoorbeeld <https://www.youtube.com/watch?v=h4F6MtTCwdw&t=377s>

- Veilige plek

Bij deze tool vragen we aan de jongere om te denken aan een plek waar hij/zij zich gelukkig en veilig voelt. Als het kind een beeld voor zich heeft, dan laat je dit door hem/haar beschrijven of tekenen. Daarna ga je verder brainstormen over dat beeld aan de hand van volgende vragen ‘Wat zie je?’, ‘Wat hoor je?’, ‘Wat ruik je?’ en ‘Wat voel je?’. Deze visualisatie sluiten we af met  n vraag, namelijk ‘Wanneer je dit beeld in je hoofd hebt, wat voel je en waar voel je dat?’ (Samyn, 2024).



### *Het aanvaarden van negatieve emoties en gedachten*

In het leven komen we vaak in aanraking met negatieve emoties en gedachten, zowel in vriendschappen, partnerrelaties, familierelaties, werkrelaties... Wanneer wij geen ruimte maken voor deze negativiteit, dan leven we in principe maar een half leven. Dit zorgt ervoor dat we minder weerbaar worden. Het leven gaat nu eenmaal met ups en downs. Als we kinderen leren om deze gevoelens te accepteren, dan vermindert de impact van de negativiteit. Dit zorgt ervoor dat de gevoelens minder lang aanwezig zijn. Door de jaren heen leren we onszelf beter kennen en hoe we met deze emoties en gedachten moeten omgaan. Als we de negativiteit kunnen accepteren, dan moeten we deze niet meer vermijden. “Het leven zit vol met verschillende kleuren: sommige zijn mooie en sommige zijn eenmaal wat grauwer. Maar uiteindelijk hebben we ze allemaal nodig om ons leven in te kunnen kleuren (Hosseini, 2023).

Daarnaast zijn er een aantal tools waarmee we het accent kunnen leggen op het aanvaarden van negatieve emoties en gedachten. Zo leren ze focussen op het hier en nu. Bijvoorbeeld met het boek ‘Mijn hoofd is vol lava’, de kaartenset boosheid, de methodiek ‘Door het lint’ en het kaartenspel donkere gedachten.

- Mijn hoofd is vol lava

Mijn hoofd is vol lava is gemaakt voor lagereschoolkinderen. Ouders of hulpverleners kunnen de kinderen ondersteunen met het overlopen van het werkboek. Normaal gezien kunnen kinderen vanaf tien jaar het werkboek zelfstandig invullen. In het boek kan je verschillende vragen en opdrachten vinden die de kinderen stimuleren om stil te staan bij boze gevoelens en hoe ze hiermee kunnen omgaan. “Het werkboek gaat op zoek naar triggers en frustraties om de dingen die het kind boos maken in kaart te brengen en te analyseren. Het daagt kinderen uit om signalen bij zichzelf te herkennen in het lichaam en gedrag en leert kinderen tijdig uit een escalatie van boosheid te stappen” (Zitzado, z.d.).

- De kaartenset boosheid

Via deze kaartenset leer je de jongeren op een speelse manier wat boosheid is. In principe kan je de jongeren laten kennismaken met de kaarten op verschillende manieren, namelijk via memory, elk om de beurt een kaart uitbeelden... Als begeleider laat je je verrassen over hoe dit gesprek zijn weg zoekt. Laat de jongeren zelf met ideeën komen. Bij het uitkiezen van de kaarten kan je bijvoorbeeld vragen ‘Op welke manier uit jij je boosheid?’ of ‘Hoe wil je je boosheid uiten?’ (Latré, 2024).

- Door het lint

Een aantal jongeren ervaren moeilijkheden bij het beheersen van hun kwaadheid en agressie. Met deze tool kan je de jongere helpen inzicht te krijgen op hun kwaadheidsopbouw aan de hand van informatie over de triggers, lichamelijke opbouw en het gedrag dat het aankondigt. Ten slotte wordt er meegegeven hoe ze deze agressie kunnen vermijden. Het zorgt ervoor dat agressie bespreekbaar wordt en met de kennis kunnen incidenten vermeden worden (Vonkenvisie, z.d.).

- Het kaartenspel donkere gedachten

Het kaartenspel telt 38 vragen die gebruikt kunnen worden als een gesprekstarter. Op deze manier kan er gecheckt worden hoe met iedereen gaat. Na de opstart kunnen de regels uitgelegd worden. In het spel bestaan er geen foute antwoorden. Eigenlijk zijn de regels heel ruim. Je mag antwoorden, maar het moet niet. Als je antwoordt mag het zowel een kort als lang antwoord zijn. Alleen moet je oppassen dat je enkel praat, wanneer je de praatstok in handen hebt. Het is evidentier om het gesprek te laten verlopen in cirkels. Degene met de praatstok neemt een kaart en leest deze luidop. Diegene met de praatstok mag zelf antwoorden of de praatstok doorgeven aan een groepsgenoot. Op het einde van het spel is het belangrijk om de functie van het spel uit te leggen, namelijk om als groep moeilijkere thema's bespreekbaar te maken (Latré, 2024).

## **Kijk op zichzelf en ontwikkeling**

### *Waarden en normen*

Normen zijn richtlijnen die betrekking hebben tot de gedragsregels. Ze tonen aan hoe je je sociaal gewenst hoort te gedragen. Waarden duiden aan wat iemand belangrijk vindt. Tegenwoordig lijkt het of dit aan de basis ligt van onze maatschappij, maar het is meer dan enkel de verwachtingen van onze maatschappij. Waarden heeft ook te maken met wat jij zelf belangrijk vindt. Beide sturen ons gedrag. Wat voor ons normaal voelt (de norm), ontstaat uit de motivatie die wij hebben (de waarde). Normen en waarden. (2023).

Het is belangrijk om rekening te houden met het feit dat de normen en waarden van elkaar kunnen verschillen. Wat wij als normaal zien, kan in een ander land, cultuur of maatschappij als niet normaal worden beschouwd. Hieruit kunnen we afleiden dat ieders normen en waarden persoonlijk bepaald is. Dit hangt af van heel wat beïnvloedende factoren, namelijk familie, opleiding, opvoeding, woonomgeving, werk en religie. (Normen en waarden, 2023)

Jongeren kunnen ondersteund worden in hun zoektocht naar welke waarden en normen ze belangrijk vinden aan de hand van verschillende tools. Op deze manier kunnen ze hun eigen identiteit vormen en te weten komen wat ze wel of niet graag mee bezig zijn. Bijvoorbeeld het normen en waardenspel, eigen wijsheden spel, levenskunstspel...

- Het normen en waardenspel

Het normen en waarden zet in om ruimte voor gesprek te creëren met betrekking tot normen en waarden. Hierdoor worden de jongeren bewust over welke waarden zij belangrijk vinden. Door in gesprek te gaan leren de jongeren elkaar begrijpen. Het is een hulpmiddel om tot een compromis te komen over welke waarden en normen ze als groep willen nastreven.

Het spel kan op verschillende manieren gespeeld worden. Het kan zowel gericht zijn op het individu als op een team of organisatie. Daarnaast kan het ingezet worden als hulpmiddel om elkaar beter te leren kennen of om als groep groepsnormen te bepalen (Gerrinckens, Verstage & van Du, 2017).

- Eigen wijsheden spel

Het is een hulpmiddel om met de jongeren in gesprek te gaan aan de hand van zes onderwerpen, namelijk 'communicatie', 'zingeving', 'verandering', 'persoonlijke ontwikkeling' en 'relaties'. Het spel bevat 144 kaarten. Op deze kaarten kan je een citaat vinden met een vraag. Als je dit als tool gebruikt moet je niet altijd een citaat of een vraag gebruiken, deze kunnen apart toegepast worden. Er zijn twee soorten vragen. Enerzijds zijn er laagdrempelige vragen. Deze vragen zijn normaal gezien gemakkelijk om te beantwoorden voor de jongeren. Anderzijds zijn er diepgaandere vragen. Deze vragen meer bedenktijd en kunnen voor discussie zorgen (Gerrinckens, Verstege, Kunen & Willemse, 2005).

- Levenskunstspel

Het is een hulpmiddel waarmee de jongeren te weten komen wat hen in balans brengt en hun energiegevers. Het spel ondersteunt het ontwikkelen van een eigen levenshouding. Hiermee bedoelen we dat het een kijk biedt op hoe de jongeren handelen met gebeurtenissen die op zijn/haar pad komen. "Levenskunst is niet alleen nodig om binnen jezelf een balans te vinden, maar ook om op een evenwichtige manier met je omgeving om te gaan" (Gerrinckens, Verstege & van Dun, 2014).

## Weerbaarheid

We vinden weerbaarheid een belangrijk begrip voor kinderen om meerdere redenen. Het is een ruim woord dat vele begrippen zoals: zelfvertrouwen, assertiviteit, zelfbewustheid, empathie, zelfbescherming en de mogelijkheid tot grenzen stellen. Weerbaarheid is relevant om veerkrachtig te worden. Een weerbaar kind is in staat om tegenstand te bieden. Het is in staat om op een correcte manier voor zichzelf op te komen en zijn/haar grenzen aan te geven. Kinderen die minder weerbaar zijn vaak subassertief (Kaptein, 2018). Daarnaast weten ze goed wat ze willen. Weerbare kinderen herkennen gedrag en zijn zich bewust van hoe ze hierop moeten reageren (Hosseini, 2023). Dit is relevant in onze literatuurstudie omdat kinderen met een laag zelfbeeld gepest kunnen worden, of pesters worden. Losstaand van het pesten bestaat de mogelijkheid ook dat kinderen met een lage weerbaarheid moeilijker vrienden maakt.

Een professional kan een kind met tekort aan weerbaarheid herkennen aan:

- Het kind is snel overspoeld.
- Het kind heeft fysieke klachten.
- Het kind heeft een laag zelfbeeld.
- Het kind ervaart bepaalde angsten.
- Het kind neemt gebeurtenissen vaak persoonlijk op.
- Het kind heeft bevestigingsdrang.

Tools die helpend kunnen zijn om jongeren weerbaarder te maken tegen de sociale druk. Zo ontwikkelen ze meer autonomie. Bijvoorbeeld met rots en water, e-cards, gek op...

### - Rots en water

Rots en water is een psychofysische weerbaarheidstraining, een actief programma waarbij fysieke oefeningen aan bod komen. Rots en water heeft als doel het bevorderen van de sociale en emotionele competenties en het voorkomen en/of verminderen van problemen op het intrapersoonlijk en interpersoonlijk domein. Rots gaat over Ik, Water gaat over wij. (Admin, 2024)

De weerbaarheid van de kinderen en jongeren wordt getraind. Men leert omgaan met moeilijke situaties, keuzes maken, zelfbeheersing, zelfvertrouwen en zelfreflectie.

Het programma rots en water is een wetenschappelijk bewezen effectieve methode. Het bevordert het sociaal-veilig klimaat en het sociaal welzijn. Onderzoek heeft aangetoond dat deelname aan de 'training rots en water' leidt tot afname van geweld, specifiek pesten en seksueel geweld. Het programma leert kinderen en jongeren positieve en sociale vaardigheden ontwikkelen en ondersteunt de sociaal emotionele ontwikkeling. Bovendien is het ook wetenschappelijk bewezen dat deze training helpt bij het

verminderen van depressieve gevoelens. Volgens onderzoek zou dit ook een positief effect hebben op de relaties tussen leraren en leerlingen, waardoor leerprestaties verbeteren.

Het hoofddoel is dat jongeren en meisjes leren steviger op hun voeten staan, dit zowel mentaal als fysiek. Met andere woorden met deze tool willen we mensen in hun kracht zetten.

De rots en water training bestaat uit 3 bouwstenen.

- Zelfbeheersing: leren energie beheersen en richten
- Zelfreflectie/evaluatie: kunnen nadenken over eigen handelingen en de gevolgen daarvan
- Zelfvertrouwen: zelfbeheersing en zelfreflectie leiden tot meer zelfkennis en zelfvertrouwen (Latré, 2024).

- E-cards

Er bestaan verschillende soorten E-cards in verband met weerbaarheid, hier wordt het 'grote weerbaarheidsspel voor pubers besproken'. Het spel kan pubers leren om weerbaar te zijn in lastige situaties, zoals conflictsituaties thuis, op school of bij vrienden. Het geeft inzicht in het eigen gedrag van de puber door te leren over oorzaak en gevolg.

Het spel maakt gebruik van 4 smileys die staat voor een manier om te reageren op een andere. Dit zijn: agressief, non- assertief, assertief of elegant je zin krijgen of elegant weerwoord geven. Hiernaast vind je 7 categorieën met kaartjes terug:

- Categorie 1: Wat is...?
- Categorie 2: Wat doe je op deze plek?
- Categorie 3: Wat past bij jou?
- Categorie 4: Wat doe je als...?
- Categorie 5: Observeren
- Categorie 6: Consequenties
- Categorie 7: Waar kies je voor?

Het is de bedoeling dat er 4 (denkbeeldige) vakken op de vloer worden gemaakt, hier leg je dan telkens één smiley in. Er worden vragen aan de puber gesteld en deze verplaats zich dan telkens naar de 'passende smiley'.

Het spel is afgerond wanneer de puber tot een bepaald inzicht of bewustzijn is gekomen. Hierna wordt dit met elkaar besproken. Hoe zullen ze dit toepassen in de toekomst? Wat zou je doen als er toch iets lijkt mis te gaan? Welke inzichten nemen ze mee in hun dagelijks leven (Semmie sprekend spel&training, 2024)?

## *Sociale vaardigheden*

Deze vaardigheden hebben betrekking op hoe personen op een positieve wijze met elkaar omgaan. Het leren van sociale vaardigheden begint al heel vroeg, namelijk in de basisschool. Hier leren ze rekening met elkaar houden. Daarnaast leert het kind zichzelf verdedigen op een assertieve manier. Wanneer het kind de overgang maakt naar de puberteit, dan zijn de sociale vaardigheden nog even cruciaal. In deze fase wordt de tiener zelfstandig en leert hij/zij zich los maken van zijn/haar ouders. Zo kunnen ze als tiener vrienden maken. Dit verhoogt hun zelfbeeld. (Opvoedenin, z.d.)

Tools die hen sociaal vaardiger kunnen maken zijn bijvoorbeeld belfedar, de kleine vrede, energize, meeting of minds for youth...Daarnaast zijn er ook tools die inzetten op empathie en het behouden van relaties zijn bijvoorbeeld de leefsleutels voor jongeren plus of vriend Ami. Deze worden in wat volgt verder toegelicht.

### - Belfedar

Dit coöperatieve spel is gericht om op een positieve manier conflicten aan te pakken. Vanaf 12 jaar kun je dit spel spelen, waarbij je jezelf en anderen beter leert kennen. Communicatie is hierbij ook belangrijk om te leren luisteren naar elkaar, omdat het spel de samenwerking stimuleert, waarbij je ideeën kunt uitwisselen. Aan de hand van sleutels en toverstokken moet de spelers proberen ontsnappen uit de poorten van de burcht van Belfedar. Doorheen het spel zijn er verschillende actieve en interactieve uitdagingen om te gebruiken. (De Aanstokerij, z.d.-c)

### - De leefsleutels voor jongeren plus

Dit is een lespakket dat focust op de sociale vaardigheden. Er worden verschillende thema's aangeboden. De belangrijkste zijn: Onze klas een uitdaging?, vertrouwen in jezelf, kiezen is een risico, gevoelens hebben, weerbaarheid, vriendschap, omgaan met verschillen en omgaan met relaties (vlaamselogo, 2024).

### - Vriend Ami

Dit spel is gebaseerd op het spel doen, durven en waarheid. Je moet minimum met twee spelers zijn. Het spel is te spelen vanaf 13 jaar. Dit spel werd ontworpen om rond vriendschap te werken bij kinderen en jongeren. Zo worden de jongeren bewuster van hun eigen handelen in een vriendschap. Het spel kan er ook voor zorgen dat er een veiligere band gecreëerd wordt tussen de spelers onderling. (spellenlab, spellenlab, 2024)

## Zelfacceptatie

Wanneer er sprake is van veilige zelfwaarde, dan is de jongere:

- Redelijk stabiel
- Alledaagse ervaringen zijn voor degene geen gevaar
- Heeft minder het gevoel dat hij/zij zich moet bewijzen
- Bij gevoel van teleurstelling is er geen spraken van een tekort aan eigen acceptatie
- Meer motivatie als moetivatie

Wanneer er sprake is van kwetsbare zelfwaarde, dan is de jongere:

- Ervaart dagelijkse schommelingen
- Voorwaardelijke zelfwaarde
- Voelt zich snel bedreigt
- Maakt vaak gebruik van zelf-beschermende reacties

Wanneer er sprake is van voorwaardelijke zelfwaarde, dan is de jongere:

- Vertoont meer depressieve verschijnselen
- Ervaart meer angst- en eetproblemen
- Heeft minder intrinsieke motivatie
- Reageert vaak defensief op feedback (Samyn, 2024)

In de praktijk bestaan er verschillende tools die we kunnen inzetten als het gaat over het accepteren van zichzelf met zowel hun positieve als negatieve eigenschappen: 'Body Talk' en 'He ik ben helemaal oké!'.

### - BodyTalk

Dit lespakket kan helpen om een positiever zelfbeeld te ontwikkelen. Ook om meer zelfvertrouwen te ontwikkelen. Daarnaast ook weerbaarder maken en ook de gevaren en de misleidingen van sociale media aankaarten. Dit is voor een leeftijd tussen 12 en 16 jaar (vlaamselogos, 2024).

### - He ik ben helemaal oké

Het is een spelboek, waarbij het zelfvertrouwen van de kinderen gestimuleerd wordt. De doelgroep is vanaf 8-12 jaar. In het boekje sta je stil bij allerlei vragen die de kinderen kunnen beantwoorden. Ook de ouders of naasten krijgen een onderdeelje in het spelboek, waarbij zij ook enkele vragen kunnen beantwoorden (Mloz, 2023).

## 4. Onderzoeksontwerp

Na de literatuurstudie volgt het onderzoeksontwerp. In dit onderzoek zal er gewerkt worden aan de hand van een kwalitatieve onderzoeksmethode, hierbij wordt er onderzocht in de diepte. Dit kan bijvoorbeeld aan de hand van interviews, focusgroepen, observaties en casestudy's. Met het onderzoek wil de groep zicht krijgen op de ervaringen, ideeën, denkwijzen, motieven, belevingen, gevoelens, gedragingen ... van personen met bepaalde expertise binnen een onderwerp, deze worden de sleutelfiguren genoemd (Neckebroeck et al., 2021). Om vervolgens een antwoord te kunnen bieden op de onderzoeksvraag: *'Hoe kan je surftherapie voor jongeren uit kansengroepen vormgeven en promoten?'* De centrale onderzoeksvraag wordt onderverdeeld in deelonderzoeksvragen.

*-In welke mate kan de organisatie jongeren bereiken?*

*-Hoe kan de organisatie jongeren motiveren, betrokkenheid aanscherpen en activeren tijdens een werking?*

*-In welke mate kan de organisatie praktische belemmeringen zoals financiële aspecten, het team en winteractiviteiten met betrekking tot de jongeren wegwerken?*



## 4.1 Wie: doelgerichte steekproef?

Bij de interviews wordt er gebruik gemaakt van een doelgerichte steekproef. Bij deze steekproef kiest de onderzoeker zelf zijn eenheden doelgericht uit, aan de hand van de expertise die een respondent bezit. In deze steekproef streven we ernaar om inzicht te krijgen in de ervaringen van vier belangrijke soorten eenheden.

### 4.1.1 Jongeren

Een eerste soort eenheden zijn de jongeren, specifiek kiezen we voor jongeren al dan niet in kansengroepen. Waarbij de focus wordt gelegd op jongeren die te maken hebben met armoedesituaties. Deze jongeren zijn van bijzonder belang, omdat we inzicht willen krijgen in hun uitdagingen en veerkracht. De doelgroep is moeilijk bereikbaar, hierdoor worden instellingen, jeugdbewegingen en OverKop-huizen aangeschreven om te fungeren als tussenpersoon. Bij de jongeren maken we gebruik van focusgroepen zie punt '4.2 Wat'.

(Organisatie) jongeren	Aantal jongeren	Gemiddelde leeftijd
M-studio focusgroep 1 (1 en 2)	16	12-14 jaar
M-studio focusgroep 2 (3)	15	14-16 jaar
M-studio focusgroep 3 (4)	12	16-18 jaar
Monstergolf 'Zeevonk'	4	13-15 à 16 jaar
Sint-Paulus Anzegem	5	14-15 jaar
De Trompet	6	10 jaar
<b>Totaal</b>	<b>58</b>	<b>10-18 jaar</b>

### 4.1.2 Jongerenorganisaties

De tweede soort eenheden zijn de experts uit organisaties die aan de slag gaan met jongeren uit kansengroepen. De experts hebben ervaring in het werken met deze jongeren en begrijpen beter de specifieke uitdagingen waarmee zij worden geconfronteerd. Het betrekken van organisaties biedt ook mogelijkheden voor samenwerking en het opbouwen van waardevolle partnerschappen.

Organisaties	Functie respondent
Jongeren voor jongeren	Ondervoorzitter
Jeugdhulp Don Bosco	Leefgroepbegeleider
Bizon vzw	Medewerker communicatie en vorming
Stad Oostende	Jeugdconsulent & directie vrijetijd
Oranjehuis	Begeleider Back On Track
JAC Oostende	Vormingswerker bij JAC
Play4peace	Youth Communicator
Ligand	Bemiddelaar, ontwikkelaar en opleider.

#### 4.1.3 Partnerorganisaties Monstergolf

Een derde soort eenheden zijn de partnerorganisaties. Dit zijn organisaties die verbonden zijn aan Monstergolf vzw. Deze hebben informatie met betrekking tot de praktische zaken van therapie of het doorsturen van jongeren. Hen bevragen kan een verrijkende inkijk bieden omtrent het beleid van therapie.

Naam partnerorganisatie	Functie respondent
WINGG	Coördinator van groepsaanbod binnen de eerstelijnsconventie
Koning Boudewijn Stichting	Project medewerker en teamcoach

#### 4.1.4 Surfclubs

Ten slotte zijn er de vierde soort eenheden namelijk de surfclubs. Deze sleutelfiguren kunnen waardevolle kennis en ervaring bieden op vlak van organisatie. Deze surfexperts hebben vaak ervaring met verschillende doelgroepen. Zij kunnen tips en best practices meegeven om een surfkamp te organiseren voor jongeren uit kansengroepen. Waardoor wij een andere kijk krijgen in de werking en doelgroepen.

Naam surfclub	Functie respondent
Stichting Surftherapie	Bewegingspedagoog, therapeut en surfinstructeur
Surfblend	Bussines developer
The surfing social worker	Sociaal werker en surfinstructeur
Surflclub skiffa	Surfinstructeur en oprichter

#### 4.2 Wat: welke aspecten komen aan bod?

Bij de 'wat' worden de topics besproken. Welke vragen krijgen de respondenten of sleutelfiguren? Dit gebeurt aan de hand van twee methodes, enerzijds interviews anderzijds focusgroepen, zie volgend punt '4.3 Hoe: afnamemodaliteiten en methode'. Voor zowel de interviews en focusgroepen zijn er interviewschema's opgesteld. Ieder schema heeft zijn eigen topics naargelang de respondent die bevroegd wordt. De interviewschema's staan uitgebreid in de bijlage van dit onderzoeksrapport.

##### 4.2.1 Topics interviews

De interviews werden onderverdeeld aan de hand van de verschillende soorten eenheden. In het totaal zijn er drie verschillende interviewschema's opgesteld; één voor de organisaties met algemene kennis inzake het onderwerp, één voor surfclubs en één voor organisaties die samenwerken met Monstergolf vzw.

##### 4.2.1.1 Topics jongerenorganisaties

Het eerste topic is '*surftherapie*'. Eerst en vooral wordt bevroegd of ze bekend zijn met surftherapie en van waar ze het zouden kennen. Er wordt ook gevraagd naar de manier waarop zij zo'n kamp zouden promoten bij jongeren (uit kansengroepen). Het laatste dat wordt bevroegd binnen dit topic is of ze nog tips hebben om jongeren (uit kansengroepen) te bereiken omtrent surftherapie.

Het tweede topic is '*jongeren in groepcontext*'. Hier wordt bevestigd hoe volgens hen de jongeren zich zouden gedragen in een groepscontext. Het volgende dat wordt bevestigd is welke uitdagingen zij ervaren met de doelgroep jongeren (uit kansengroepen) en welke positieve ervaringen hen zijn bijgebleven. Het volgende dat wordt bevestigd is op welke manier zij jongeren motiveren om te participeren bij bepaalde activiteiten en of ze al weerstand hebben ervaren van jongeren of ouders. Dan wordt bevestigd welke zaken een positief effect hebben op de cohesie binnen een groep jongeren en hoe zij een veilige omgeving creëren voor de jongeren.

Het derde topic is '*organisatorische factoren*'. Het eerste dat hier wordt bevestigd is welke tips zij hebben om goed te communiceren met de jongeren. Het tweede dat wordt bevestigd is of zij gebruik maken van financiële bronnen zoals sponsors of subsidies. Indien deze vraag positief wordt beantwoord, wordt er doorgevraagd naar welke financiële bronnen en hoe ze deze bronnen contacteren. Het derde dat wordt bevestigd is of zij moeilijkheden ervaren bij de jongeren met betrekking tot mobiliteit. Ten slotte wordt er bevestigd in welke mate zij gebruik maken van maatschappelijke hulpbronnen.

#### 4.2.1.2 Topics surfclubs

Volgende topics komen aan bod in het interviewschema: Surftherapie, doelgroep en de organisatorische factoren.

Het eerste topic dat aan bod komt is '*surftherapie*'. Eerst en vooral wordt bevestigd of ze bekend zijn Monstergolf vzw. Het volgende dat wordt er bevestigd of ze zelf al surftherapie aangeboden hebben. Verder wordt er ook bevestigd hoe ze zichzelf promoten en welk aanbod zij hebben in de winter.

Het tweede topic is de '*doelgroep*'. Hier wordt bevestigd met welke doelgroep zij in contact komen, alsook de ervaringen en bevindingen errond. Indien er uitdagingen zijn, is het ideaal om daarrond in gesprek te gaan. Een belangrijke vraag hier is hoe ze jongeren motiveren.

Het laatste topic gaat omtrent de '*organisatorische factoren*'. Er wordt bevestigd of de organisatie zelf al kampen heeft georganiseerd, alsook hoe het organiseren ervan verloopt. Het is interessant een beeld te hebben over, de aanwezigheid van een draaiboek, wat de kostprijs is, uitdagingen en hoe de bekendmaking verloopt. Ten slotte worden de financiële bronnen van de organisatie bevestigd.

#### 4.2.1.3 Topics partnerorganisaties Monstergolf vzw

Het eerste topic is *'surftherapie'*. Deze topic heeft hetzelfde verloop als bij '4.2.1.1 Topics organisaties'.

Het tweede topic is *'jongeren in groepscontext'*. Deze topic heeft hetzelfde verloop als bij '4.2.1.1 Topics organisaties'. Hierbij wordt nog extra bevraagd of er jongeren zijn binnen hun organisatie die eventueel interesse zouden hebben in een surfkamp.

Het derde topic is *'organisatorische factoren'*. Deze topic heeft hetzelfde verloop als bij '4.2.1.1 Topics organisaties'.

#### 4.1.2 Topics focusgroepen

Bij de focusgroepen is er gebruik gemaakt van één interviewschema met bijhorende topics, deze gaan als volgt: surfen, interesses, het kamp, de bekendmaking en tot slot de veiligheid.

Het eerste topic is *'surfen'*. Binnen deze topic wordt de bereidheid tot deelname bij de jongeren bevraagd.

Een tweede topic omvat *'interesse'*. Het eerste dat besproken wordt binnen deze topic zijn de binnen- en buitenactiviteiten. Het tweede gaat over de motivatie en participatie van de jongeren en hoe dit kan worden gestimuleerd. Ten slotte worden de jongeren wordt gevraagd aan de jongeren in welke mate ze meedoen aan georganiseerde activiteiten buiten school.

Een derde topic bestaat uit *'kamp'* dit topic omvat verschillende aspecten. Ten eerste wordt bevraagd wat voor hen een ideale kampdag is. Het tweede gaat over de bekendmaking van het kamp, hoe de jongeren zelf dit zouden aanpakken. De laatste vraag gaat over het kampmenu. Er wordt gevraagd wat ze zelf graag zouden koken.

Een vierde topic bestaat uit *'bekendmaking'*. Hierin wordt bevraagd welke sociale kanalen ze het vaakst gebruiken.

Een laatste topic is *'veiligheid'*. Hier gaat het over de noden om zich veilig te voelen in een groep, wat ze hiervoor zelf nodig zouden hebben. Er wordt ook gevraagd naar de moeilijkheid om zichzelf open te stellen voor een nieuwe groep.

#### 4.3 Hoe: methode en afnamemodaliteiten

De steekproef gaan we waarnemen aan de hand van twee verschillende methodes, enerzijds interviews en anderzijds focusgroepen. Binnen de interviews wordt er gebruik gemaakt van persoonlijke of online interviews als afnamemodaliteit. Bij de focusgroep is de afnamemodaliteit persoonlijk.

#### *4.3.2 Interviews*

Bij dit onderzoek wordt er gebruik gemaakt van interviews. Een interview is een dataverzamelmethode waarbij er wordt gepeild naar de ervaringen ideeën en gevoelens van de sleutelfiguren (Neckebroeck et al., 2021). Een interview is kwalitatief, wat wil zeggen dat er rekening moet gehouden worden met verschillende mogelijke biases. De interviewbias kan ervoor zorgen dat de interviewer de verkregen antwoorden gaat vertekenen of de antwoorden van de deelnemers stuurt. Om dit te vermijden worden de interviewvragen op een neutrale en niet-oordelende toon geformuleerd, zodanig dat de respondenten niet in een bepaalde richting worden gestuurd.

#### *4.3.1 Focusgroep*

Bij dit onderzoek zal gebruik gemaakt worden van focusgroepen. Dit zijn groepsgesprekken over bepaalde topics onder begeleiding van een of meerdere onderzoekers. Aan de hand van focusgroepen krijg je een beter zicht op de interacties onderling, en verkrijg je extra informatie omtrent ideeën en belevingen. Deze informatie is cruciaal om ons kamp op een goede manier samen te stellen.

De focusgroepen bevatten idealiter een 8-tal leden. De participanten zijn jongeren of jongeren die leven in (kans)armoede.

Er werd een interviewschema opgemaakt die dient als een houvast. De begeleiders gaan hier flexibel mee om, wat wil zeggen dat er ruimte is om in te gaan op antwoorden van de deelnemers. Dit schema is ingedeeld met een inleiding, kern en een slot. Er zijn twee à drietal begeleiders die naar het focusgesprek gaan.

## 5. Resultaten kwalitatief onderzoek

In dit deel van het onderzoek worden de resultaten van de bevestigingen of het kwalitatief onderzoek besproken. Zoals eerder vermeld in dit onderzoek zijn er verschillende soorten bevestigingen, we beginnen met de organisaties met betrekking tot jongeren. Daarna hebben we partnerorganisaties van Monstergolf vzw. Vervolgens worden de surfclubs besproken en ten slotte komen de jongeren aan bod.

### 5.1 Jongerenorganisaties

#### 5.1.1 Surftherapie

In dit onderdeel bevestigen we eerst in welke mate de personen bekend zijn met surftherapie en wat ze hierover weten. Vervolgens stellen we de vraag hoe men een kamp voor jongeren (uit kansengroepen) zou promoten. Tenslotte polsen we of er tips zijn om jongeren te kunnen bereiken omtrent surftherapie.

De meeste respondenten zijn niet bekend met surftherapie. Enkeligen hebben er wel van gehoord, en zijn ook bekend met Monstergolf vzw. Andere respondenten kennen soortgelijke initiatieven waarbij sport en therapie gecombineerd worden. De andere respondenten hebben geen weet van surftherapie.

*“Ik ben daar toevallig bekend mee.” (Interview nr. 6)*

*“Sinds corona zijn er veel projecten ontstaan voor jongeren.” (Interview nr. 8)*

*“Nee eigenlijk niet” (Interview nr. 11)*

*“Tot voor ik jullie vraag kreeg nog niet.” (Interview nr. 13)*

Vervolgens werden de bevindingen van surftherapie bij de respondenten bevestigd. De antwoorden van de respondenten zijn uiteenlopend. Zo zijn er die bekend zijn met surftherapie en zich bewust zijn van de effecten ervan. Het is laagdrempelig wat positief blijkt. De anderen zijn er niet bekend mee.

*“Ik vind het laagdrempelig wat ik belangrijk vind.” (Interview nr. 6)*

Daarna komt het promoten van surftherapiekampen aan bod. Het promoten van surftherapiekampen bij de jongeren vraagt om veelzijdige aanpak verklaren de respondenten. Effectieve methoden volgens de respondenten is het gebruik van verschillende communicatiemiddelen. Een samenwerking met gemeenschappen en jeugdorganisaties biedt een meerwaarde. De respondenten verklaren dat het belangrijk is om aandacht te besteden aan culturele verschillen om surftherapie begrijpelijk en toegankelijk te maken. Volgens de respondenten is het belangrijk om rekening te houden met de interesses van de jongeren als die persoonlijk benaderd worden. Voortdurende begeleiding en betrokkenheid van de ouders is essentieel voor succes.

*“We hebben daar ook wel last mee om de doelgroep te bereiken. We zetten veel op sociale media en hebben al wandelend materialen in de brievenbussen gestoken hier in Kortenberg.” (Interview nr. 3)*

*“Ten eerste zou ik op zoek gaan naar de interesses van de jongeren.” (Interview nr. 10)*

*“Ik denk dat je naar verschillende kanalen moet gaan kijken” (Interview nr. 13)*

Bijkomend geven respondenten enkele extra zaken aan. Zo is het belangrijk om de ouders te betrekken en kan het woord therapie een afschrikkend effect hebben voor de potentiële deelnemers.

*“Er is al omkadering bij jongeren in een instelling” (Interview nr. 8)*

*“Ik denk vooral dat het woord therapie vooral zowat afschrikt waarschijnlijk.” (Interview nr. 13)*

Ten slotte wordt er gepeild naar tips om de jongeren te bereiken. De meeste respondenten benadrukken het belang van sociale media als effectief middel om jongeren te bereiken. Er wordt gesuggereerd om samen te werken met partners die al contact hebben met de doelgroep en een vertrouwensband hebben, waardoor de drempel laag is. De respondenten zijn van mening dat bereikbaarheid via de telefoon cruciaal is. Het aanbod goed bekend maken en samenwerken met jeugdorganisaties helpt jongeren te informeren en te betrekken bij de activiteiten.

*“Wij doen dit vooral via sociale media.” (Interview nr. 3)*



*“Ik denk dat je gaat moeten werken met tussenpersonen” (Interview nr. 7)*

*“Vertel over jou waarom en niet over wat dat je doet” ... “Het is daarom dat de mensen in beweging geraken.” (Interview nr. 13)*

### 5.1.2 Jongeren in groepscontext

Met deze topic willen we een beter inzicht krijgen in hoe jongeren zich gedragen in een groepscontext. We bevragen de uitdagingen en de positieve ervaringen die zij ervaren, volgens de organisaties, in de groep. We bevragen ook op welke manier zij de jongeren motiveren om te participeren bij bepaalde activiteiten. Er wordt ook verdergegaan op het onderwerp ‘weerstand bij de jongeren’ en hoe zij hiermee omgaan. Tot slot bevragen we welke zaken een positief effect hebben op de groepscohesie en hoe een veilige omgeving te creëren.

Ten eerste worden de gedragingen van jongeren in een groepscontext bevragd. De meeste respondenten verklaren dat het gedrag van jongeren in een groepscontext varieert afhankelijk van de samenstelling en dynamiek van de groep. Het belang van individuele kennismaking, evenals het begrijpen van de persoonlijke achtergrond, helpt beter in te spelen op de groepsdynamiek. Volgens de respondenten is het hebben van een leider binnen de groep noodzakelijk om de andere groepsleden mee te trekken. Daarnaast is het opbouwen van vertrouwen en het onderhouden van een open communicatie essentieel. Het gebruik van theorieën over groepsontwikkelingen en het inzetten van begeleiders wordt als effectief beschouwd.

*“Het is wel belangrijk om een leider te hebben in de groep.” (Interview nr. 6)*

*“Je hebt de leiders, volgers, clowns, etc.. hier moet je rekening mee houden.” (Interview nr. 8)*

*“Iedereen heeft een nood om echt zichzelf te kunnen zijn binnen een groep.” (Interview nr. 13)*

*“Je moet tijd maken om met een groep samen te zitten en een groep te vormen, voldoende verbinding creëren onder elkaar.” (Interview nr. 13)*

Vervolgens worden de uitdagingen bij de jongeren uit kansengroepen bevragd. De respondenten benadrukken verschillende uitdagingen bij het werken met deze doelgroep. Het bereiken van de doelgroep wordt als een grote uitdaging gezien vanwege diverse achtergronden en mogelijkheden. Een belangrijk aspect is het bieden van vrijetijdsactiviteiten die toegankelijk zijn voor gezinnen uit kansengroepen. Daarnaast is het van belang kort op de bal te spelen maar ook de jongeren gemotiveerd te houden, wat

hun betrokkenheid vergroot. Een blijvend engagement en het creëren van motivatie en het omgaan met de groepsdynamiek is volgens één van de respondenten een voortdurende uitdaging. Een respondent geeft aan dat de mogelijkheid om het traject eender wanneer stil te zetten moet kunnen.

*“Ik denk dat het surfproject dus wel heel leuk en grensverleggend is omdat dat iets is dat ze thuis niet doen.” (Interview nr. 6)*

*“Het klassieke beeld van een kamp moeten leren van af stappen.” (Interview nr. 8)*

Daarna wordt er gepeild naar de positieve ervaringen van de jongeren bij de organisaties. Het merendeel van de respondenten zien positieve ervaringen waarbij de jongeren openbloeien. Er is volgens de geïnterviewden waardering van de ouders aan de begeleiders. Ze benadrukken de dankbaarheid en waardering die ze ontvangen wanneer jongeren succeservaringen behalen.

*“We zien kinderen openbloeien.” (Interview nr. 3)*

*“Hoh ja gebt dikwijls euh what you see is what you get.” (Interview nr. 11)*

Daaropvolgend wordt de werking rond de stimulatie en participatie van de jongeren bij de organisaties bevraagd. De meeste respondenten benadrukken het belang van actieve betrokkenheid en enthousiasme van de begeleiders bij het motiveren van de jongeren. Er zijn effectieve strategieën waarbij het betrekken van jongeren tijdens het kiezen van activiteiten en bieden van individuele aandacht effectief is. Verder is positieve bekrachtiging en het laten ontstaan van motivatie in de groep waardevol.

*“Ik denk dat je eigen, jezelf dat je als jeugdwerker dat enthousiasme moet aanwakkeren.” (Interview nr. 8)*

*“Als je authentiek bent zorgt dat voor vertrouwen en betrouwbaarheid.” (Interview nr. 13)*

Vervolgens wordt de weerstand van zowel jongeren als ouders bevroegd. Het merendeel van de respondenten heeft weerstand ervaren van zowel jongeren en ouders.

*“Zeker ja.” (Interview nr. 6)*

*“Massa’s constant” (Interview nr. 7)*

*“Ja zeker, ik heb dat al ervaren.” (Interview nr. 8)*

De weerstand varieert en heeft te maken met verschillende factoren. Er zijn respondenten die benadrukken dat begripvolle communicatie essentieel is, maar ook het erkennen van de weerstand. Andere respondenten benadrukken dat geduldig zijn en ruimte bieden essentieel is voor de individuele behoeften.

*“Je moet het benoemen als er iets gebeurt in de groep.” (Interview nr. 8)*

*“Je hebt wel nog gasten die je door geduld te hebben, door te motiveren, die dan toch die sprong wagen.” (Interview nr. 11)*

*“Elke weerstand wil iets zeggen he. Ergens niet aan mee willen doen toont ook iets.” (Interview nr. 13)*

De respondent geeft aan dat een organisatie bij weerstand moet vertrekken vanuit hetgeen wat de jongere graag doet en dat dit stapsgewijs moet opgebouwd worden.

*“Je gaat altijd wel gasten meekrijgen.” (Interview nr. 7)*

Vervolgens wordt gepeild naar de cohesie binnen een groep. De meerderheid van de respondenten benadrukt dat (gedeelde) activiteiten die samenwerking bevorderen als positief voor de groepscohesie. Het verdelen van verantwoordelijkheden en het bevorderen van een veilige en speelse sfeer is essentieel.

*“Samenhorigheid is wel heel belangrijk voor de kinderen wat zorgt voor structuur.” (Interview nr. 3)*

*“Het gaat over het ervaringsgerichte en tegelijk ook ruimte en tijd maken om elkaar beter te leren kennen als mens en als persoon en waar je voor staat” (Interview nr. 13)*

De respondenten merken op dat positieve effecten tot stand komen door actieve betrokkenheid van jongeren bij activiteiten. Het creëren van een veilige omgeving waarin ze zich vrij voelen en zichzelf kunnen zijn helpt.

*“In kleine groepen zitten maakt het al veiliger en tussendoor iets doen van beweging.” (Interview nr. 6)*

*“Hen in de verantwoordelijkheid zetten.” (Interview nr. 10)*

Ten slotte verklaren de respondenten dat er verschillende manieren zijn om een veilige omgeving te creëren. Volgende aspecten komen bij de respondenten aan bod: een luisterend oor bieden, kennismakingsdagen, werken in kleine groepen. Regels en afspraken maken is essentieel. Aan privacy moet er zeker aandacht worden besteed.

*“Jezelf kwetsbaar opstellen, zodat ze een voorbeeld hebben dat de drempel lager is en dat ze zien dat dit oké is.” (Interview nr. 6)*

*“Ik deel ook veel over mijn privé, omdat ik hen ook vraag dat ze veel over hunzelf delen met mij.” (Interview nr. 10)*

*“Dan moet je alleszins al hameren op privacy. Dat het niet de bedoeling is dat alles rondgebazuind wordt.” (Interview nr. 11)*

*“Een duidelijk kader scheppen creëert ook mee veiligheid en daarnaast heb je het hele stuk van verbinding.” (Interview nr. 13)*

### 5.1.3 Organisatorische factoren

Tenslotte bevrage we aan de personen of ze tips hebben om goed te kunnen communiceren met de jongeren. Vervolgens vragen we of er gebruik wordt gemaakt van financiële bronnen zoals, sponsors of subsidies en hoe je die contacteert. Daarnaast bevrage we of men moeilijkheden opmerkt bij de jongeren m.b.t. mobiliteit. Ten laatste stelden we de vraag of men gebruik maakt van maatschappelijke bronnen, zoals voedselbanken, kringloopwinkels, ...

Het merendeel van de respondenten gebruikt sociale media om te communiceren. Er wordt vastgesteld dat herhaling essentieel is, alsook het aanpassen van de communicatiestijl. Oprecht zijn en interesse tonen is nodig. Het trouw blijven aan jezelf en je eigen stijl als begeleider is essentieel.

*“Jezelf aanpassen aan de jongere (wel nog altijd jezelf blijven). Ze communiceren via die apps en ik bel ze elke dag tenminste 3 keer. Ze moeten echt het gevoel hebben van wow die kerel stopt niet.”(Interview nr. 10)*

*“Kpeist ook da je begeleidershouding en stijl hebt en dat dat dan ook een beetje aanvoelen is, maar dat je ook wel moet trouw blijven aan je eigen.”(Interview nr. 11)*

Er zijn verschillende bronnen van financiering en subsidies zoals gemeentesubsidies, subsidies van de Vlaamse Overheid en partnerschappen van andere organisaties. Sommige respondenten noemen ook specifieke projecten zoals Back on Track, gefinancierd door de Vlaamse overheid en fondsenwervingsevenementen. Europese trajecten, zoals AMIF en Erasmus-middelen, worden ook genoemd als potentiële financieringsbronnen, evenals samenwerkingen met organisaties zoals de Koning Boudewijnstichting en agentschappen voor natuur en bos.

*“Wij maken gebruik van subsidies van de gemeente. Daarnaast organiseren we activiteiten. We helpen met andere organisaties en zo ontvangen we een vergoeding, die we dan gebruiken binnenin de vzw. Er is maar één evenement in het jaar waarvoor we sponsors verzamelen.”(Interview nr. 3)*

*“We hebben sponsors, subsidies van Vlaamse Overheid en we hebben regelmatig een project voor Hart van Vlaanderen.”(Interview nr. 6)*

De bronnen worden gecontacteerd via verschillende kanalen zoals persoonlijk contact, e-mail en via bestaande netwerken.

*“Grote sponsors zoals coca cola is echt mailen. Een sponsor is altijd moeilijk te vinden. We sturen veel mails. Bij banken gaan we ook persoonlijk langs.” (Interview nr.3)*

Volgende vraag gaat over de moeilijkheden van jongeren en mobiliteit. De respondenten geven aan dat jongeren zelfredzaam zijn. Ze maken gebruik van het openbaar vervoer. De locaties zitten ook vaker op een toegankelijke plaats.

*“Het zijn plaatselijke kinderen van het dorp zelf. De mobiliteit valt dus goed mee. Het openbaar vervoer is een knooppunt hier dat is dus geen probleem.” (Interview nr.3)*

*“De mentale afstand is, het opzoeken hoe ga ik er geraken of op tijd geraken. Die mentale drempel kan al te veel zijn. Hetzelfde met de fiets, het regent dus ze hebben minder zin.” (Interview nr. 8)*

Ten slotte worden de maatschappelijke hulpbronnen bevraagd aan de jongerenorganisaties. Alle respondenten gaven aan gebruik te maken van maatschappelijke hulpbronnen.

*“Ik denk dat één van de belangrijkste voedselbank is Lichtbaken in Oostende, we krijgen daar groenten en fruit van en we mogen gezinnen hier naartoe sturen. We hebben ook een lokale kruidenier de Antenne.” (Interview nr. 6)*

*“We hebben samenwerkingen met foodsavers. Stad Oostende ondersteunt het project.” (Interview nr. 8)*

#### 5.1.4 Slot

In dit deel vragen we aan de geïnterviewden wat ze nog kwijt willen over dit onderwerp. De respondenten geven aan dat we niet mogen opgeven wanneer het moeilijker gaat. Er wordt bijkomend aangegeven dat we niet mogen overtherapeutiseren en niet overal labels op mogen plakken.

*“Niet opgeven! We hebben ook dieptepunten gekend, waarbij niemand ons zag of hoorde, maar dat duurt jaren. Of wel heb je een grote groep vrijwilligers en dan gaat dat snel, maar als je met 2 bent duurt het jaren. Niet opgeven en blijven doorgaan.”(Interview nr. 3)*

*“Ik zou zeggen, wat is het dat monstergolf ik zou zeker zeggen maak je kenbaar bij atoom 80, misschien kan er daar ooit wel een samenwerking uit voortvloeien.”(Interview nr.13)*

## 5.2 Partnerorganisaties Monstergolf vzw

### 5.2.1 Surftherapie

In deze sectie gaan we eerst bevrage in hoeverre de respondenten bekend zijn met surftherapie en wat hun kennis hierover is. Vervolgens stellen we de vraag hoe men een kamp voor jongeren (uit kansengroepen) zou promoten. Tenslotte polsen we of er tips zijn om jongeren te kunnen bereiken omtrent surftherapie.

De partnerorganisaties verklaren dat ze niet erg bekend zijn met de term surftherapie. Ze kennen het voornamelijk via Monstergolf vzw. De bevrageerden hebben dus nog geen ervaring in surftherapie.

*“Ik ben hier bitter weinig bekend mee.” (Interview nr.5)*

Volgens de meerderheid van de respondenten blijkt dat het promoten via sociale media weinig impact heeft op jongeren. Online reclame maken wordt als negatief ervaren bij de partnerorganisaties. Jongeren geven de voorkeur aan mond-tot-mondreclame boven online reclame en reageren meer op fysieke bekendmaking. De geïnterviewden vermelden dat vindplaats gericht werken een positief effect heeft op de bekendmaking van een organisatie. Ten slotte wordt meegegeven dat organisaties die psychologische hulpverlening aanbieden zichzelf toonbaar mogen maken, maar er mag geen reclame gemaakt worden.

*“Niet zo zeer gebruik maken van online reclame of flyers maar effectief naar scholen, instellingen, jeugdbewegingen, OverKop-huizen, etc... gaan. Fysiek de mensen gaan opzoeken.” (Interview nr.5)*

*“Het beste is dan eigenlijk nog om het contact te doen via iemand die de organisatie of school al kent. Zo zullen ze meer instaat zijn om achter het project te staan.” (Interview nr.4.a)*

Tot slot om jongeren effectief te bereiken voor surftherapie is het belangrijk dat jongeren het beste vrijblijvend bereikt worden. Volgens de respondenten moeten de jongeren een optie hebben om te kiezen of ze al dan niet deelnemen aan een therapieessie. Bijkomend verklaart de respondent dat een kamp niet uitsluitend voor de doelgroep kansarme jongeren mag zijn, dit moet veralgemeend worden tot jongeren in zijn algemeenheid.



*“Het is goed dat de jongeren de optie hebben om deel te nemen, maar dit mag niet alleen kansarme jongeren zijn.” (Interview nr.5)*

### 5.2.2 Jongeren in groepscontext

Bij deze topic willen we beter inzicht krijgen in hoe jongeren zich gedrag in een groepscontext. We onderzoeken zowel de uitdagingen als de positieve ervaringen die de respondenten ervaren in de groep. Daarnaast willen we in kaart brengen op welke manieren jongeren gemotiveerd worden om deel te nemen aan specifieke activiteiten. We besteden ook aandacht aan het onderwerp weerstand bij jongeren en hoe zij hiermee omgaan. Verder richten we ons op de factoren die een positieve invloed hebben, op de cohesie binnen de groep, als ook de strategieën om een veilige te creëren.

De respondent vermeldt dat er goed moet nagedacht worden over de groepssamenstelling. Bijkomend moeten de jongeren worden opgedeeld in subgroepen naargelang de leeftijd en de problematiek. De groep moet als veilig ervaren worden door alle individuen.

*“Als ze zich veilig voelen zullen ze losser zijn en komen de voordelen van een groep ook naar voor.” (Interview nr.5)*

Vervolgens benadrukken de respondenten verschillende uitdagingen bij het werken met deze doelgroep. Een van de belangrijkste uitdagingen die de respondent benoemt met betrekking tot de doelgroep van jongeren in kansengroepen. Is het gevoel van schaamte dat deze jongeren ervaren. De respondent beschrijft hoe jongeren en mensen in kansarmoede zich vaak schamen voor hun situatie en daardoor terughoudend zijn om hulp te vragen.

*“Schaamte, de jongeren of mensen ervaren veel schaamte. Deze doelgroep durft zelf niet altijd even rap hulp te vragen. Er heerst daar een stigma rond.” (Interview nr.5)*

Wanneer gevraagd wordt naar positieve ervaringen met de doelgroep, geeft de respondent aan dat er geen specifieke ervaringen zijn met jongeren in groepsaanbod. Desondanks merkt de respondent op bij collega's dat jongeren over het algemeen enthousiast zijn.

*“Ik hoor van veel collega's dat de jongeren meestal enthousiast zijn.” (Interview nr.5)*

Vervolgens worden motivatiefactoren bevroegd bij de respondenten. Het motiveren van jongeren om deel te nemen aan specifieke activiteiten blijft voor sommige respondenten een uitdagende taak. Een waardevolle aanpak is het inzetten van een coach vóór het kamp om jongeren te motiveren.

*“Bij (...)hebben we een coach om voor aanloop van het kamp de jongeren te begeleiden voor het kamp is.” (Interview nr.5)*

Daarnaast wordt door een minderheid van respondenten het belang van intakegesprekken benadrukt. Door middel van deze gesprekken kan de intrinsieke motivatie van jongeren worden gestimuleerd. Een aanvullende strategie die wordt genoemd, is het benaderen van sponsors die een connectie hebben met het thema van de zee.

*“Je kunt sponsors gaan zoeken die zelf iets te maken hebben met het thema of de zee.” (Interview nr.5)*

Hoewel deze benadering door een meerderheid van de respondenten wordt ondersteund, moeten we ook rekening houden met de mening van de minderheid. Een klein aantal geïnterviewden suggereert dat het opzetten van WhatsApp-groepen een effectieve manier kan zijn om jongeren en hun ouders betrokken te houden tijdens het kamp. Dit kan dienen als een direct communicatiekanaal voor het delen van belangrijke informatie en het beantwoorden van vragen.

*“De begeleiders moeten hen echt aan hun nekvel pakken om hen mee te krijgen om zich effectief in te schrijven.” (Interview nr.4.b)*

*“Online inschrijving bij de Youth start is vooral door begeleiders, OCMW, Overkop huis die de jongeren inschrijven.” (Interview nr.4.a)*

Daarnaast kan het organiseren van een ouderactiviteit zoals een koffiemoment een waardevolle gelegenheid zijn om ouders/ steunfiguren/ voogd(en) en jongeren te betrekken en belangrijke informatie over het kamp te communiceren. Een minderheid van de respondenten benadrukt echter dat het organiseren van meerdere koffiemomenten op verschillende locaties langs de kust de toegankelijkheid kan vergroten en meer ouders de mogelijkheid biedt om vragen te stellen. Een andere minderheid van de respondenten suggereert dat het organiseren van online sessies, zoals Zoom-momenten, een toegankelijke manier kan zijn voor ouders om vragen te stellen en informatie te ontvangen.

*“Wat ik doe bij Boost is digitaliseren, maar dat is ook een uitdaging.” (Interview nr.4.b)*

Wanneer gevraagd wordt naar jongeren binnen de organisatie die mogelijk interesse hebben in een surfkamp geeft de respondent aan dat er verschillende kanalen zijn om deze jongeren te bereiken en te betrekken. Allereerst wordt vermeld dat mobiele teams jongeren doorverwijzen naar het surfkamp. Hierna wordt aangegeven dat het contact met OverKop-huizen waardevol is. Tot slot verklaart een respondent dat jongeren kunnen worden aangeworven via CLB's (Centra voor Leerlingenbegeleiding) of scholen. De jongeren kunnen op een laagdrempelige manier worden bereikt en aangemoedigd om deel te nemen aan het surfkamp.

*“Er zijn wel mobiele teams die mogelijks jongeren zouden kunnen doorsturen” (Interview nr.5)*

Vervolgens wordt de weerstand van jongeren of ouders bij bepaalde activiteiten bevestigd. De respondent heeft weerstand ervaren bij partners. De respondent benadrukt het belang van weken binnen de leefwereld van jongeren. Daarnaast benadrukt de respondent het belang van communicatie met de ouders.

*“Je moet zo gericht mogelijk binnen de leefwereld van de jongeren werken. En je activiteiten daarop af stellen.” (Interview nr.5)*

Aansluitend wordt er gepeild naar de groepscohesie bij jongeren. Verschillende activiteiten kunnen een positief effect hebben op de cohesie binnen een groep jongeren verklaart de respondent. De respondent benadrukt dat het werken tot een gemeenschappelijk doel een krachtig middel is om de cohesie binnen de groep jongeren te versterken.

*“Het is belangrijk om tijdens een activiteit of een groep een gemeenschappelijk doel te vinden. Als je samen naar dit doel toewerkt heeft dit meestal een positief effect op de cohesie.” (Interview nr.5)*

### 5.2.3 Organisatorische factoren

In dit onderdeel gaan we op zoek naar tips om op een goede manier te kunnen communiceren met de jongeren. Daarnaast richten we ons op de financiële bronnen, zoals sponsors of subsidies. Hierbij vroegen we naar hun aanpak bij weinig respons van sponsors. Bovendien vroegen we aan de partners of zij merken dat de jongeren moeilijkheden ervaren met mobiliteit. Ten slotte bevragen we in welke mate de partners gebruik maken van maatschappelijke bronnen.

De meerderheid van de respondenten geeft aan dat ideeën uit de jongeren zelf moeten komen. Een kleine minderheid van de respondenten wijst erop dat een duidelijke en zichtbare planning zeer waardevol kan zijn bij de communicatie met de jongeren. Tenslotte benadrukt een kleine minderheid dat het waardevol is om sleutelfiguren, zoals zorgleerkrachten en jeugdwegingsleiders te hebben. Door zich actief te mengen in groepen en laagdrempelige ondersteuning te bieden, kunnen ze een belangrijke rol spelen in het begeleiden van jongeren.

*“Een indeling van jullie kamp, dat zeer duidelijk is, zichtbaar, zeer sik, dat voor geen interpretatie mogelijk is.” (Interview 4.b)*

*“Het is altijd interessant om sleutelfiguren te vinden zoals zorgleerkrachten, vrijetijdsbewegingen, jeugdbewegingen... iemand die de jongeren al kent en zij als een soort contactpersoon/tussenpersoon werken.” (Interview 5)*

Vervolgens worden subsidies en sponsoring bevraagd bij de partnerorganisaties. De partners geven aan dat een succesvol sponsordossier concreet en gedetailleerd moet zijn. Een bedrijf wil precies weten hoeveel deelnemers er zijn of er vrijwilligers meedoen, wanneer het kamp plaatsvindt en wat de kosten van het kamp zijn. De respondent vertelt dat de focus voor het sponsordossier moet liggen op wat het sponsorende bedrijf terugkrijgt. De partner deelt mee dat het verstandig is om gebruik te maken van ons netwerk om toegang te krijgen tot potentiële sponsors. De geïnterviewde raad aan om serviceclubs te benaderen als sponsors. Bijkomend ondervindt een partner dat als het surftherapiecamp in Nederland plaatsvindt, de kans groot is dat het niet gesubsidieerd zal worden.

*“Een bedrijf wil echt weten, hoeveel deelnemers, zijn er vrijwilliger, wanneer gaat het kamp door, hoeveel gaat dat kamp kosten. Zeer concreet!” (Interview 4.a)*

*“Welke reclame ga je maken voor dat bedrijf en de communicatie naar hen toe gaat hen meepakken?” (Interview 4.a)*

*“Ga kijken bij jullie ouders, vriendenkring. Je moet een bye-in hebben die al een voet binnen heeft.” (Interview 4.b)*

*“Weet ook als je naar Nederland gaat. Dan is het bye bye subsidies denk ik, want ze gaan jullie niet subsidiëren. Dat ben ik zo goed als zeker!” (Interview 4.b)*

Daarnaast benadrukken de respondenten dat het opzetten van crowdfunding en Trooper campagne kan uitdagend zijn, omdat het netwerk dat hiervoor wordt ingezet vaak beperkt is. De partner verklaart dat het sociaal kapitaal belangrijk is, personen inschakelen die bestaande connecties hebben, kan een grote bijdrage leveren aan het verkrijgen van steun.

*“Als je iemand hebt die daar al een voet binnen heeft, is gewoon zo verschrikkelijk belangrijk.” (Interview 4.b)*

*“De crowdfunding is ook moeilijk. Dat is een netwerk eigenlijk dat je dan inzet in jullie netwerk. (Interview 4.a)*

Alle partners vertellen dat zij zelf de rol van faciliteerder vervullen en dat zij niet direct ervaring hebben met het verkrijgen van maatschappelijke hulpbronnen. De meerderheid richt zich meer op het financieren van projecten van hun eigen middelen. Bovendien suggereren de geïnterviewden dat organisaties of initiatieven zoals Habbekrats of Overkop-huis meer in staat zijn om ons tips te geven over hoe middelen te verkrijgen. Daarnaast vermeldt de minderheid van de respondenten dat het verkrijgen van middelen in het buitenland, zoals Nederland moeilijkheden met zich mee kan brengen. De minderheid van de partners vermeldt dat eerstelijnszones vaak connecties hebben met de stad en op die manier gratis of tegen een verminderde prijs een locatie kunnen gebruiken.

*R4a: “Wij kennen het allemaal, maar wij zijn eigenlijk in onze rol meestal de faciliteerders hé. Dus wij gaan zelf nooit niet daar naartoe op zoek.”*

*R5: “Misschien dat dat iets is dat je eerder aan een Habbekrats of aan een Overkop-huis kan vragen”*

## 5.3 Surfclubs

### 5.3.1 Surftherapie

In dit onderdeel wordt er besproken of de geïnterviewde surfclubs al gehoord hadden van Monstergolf vzw. Hierbij bevroegen we of dat surftherapie tot hun aanbod behoort. Daarnaast peilden we naar de manier hoe zij hun surfclub promoten. Als laatste bespreken we hoe andere surfclubs zich in de winter organiseren.

De meeste surfclubs geven aan dat ze nog nooit gehoord hebben van Monstergolf vzw. De minderheid van de respondenten geeft aan Monstergolf vzw te kennen, dit omdat ze een samenwerking met hen willen.

*“Ik heb gisteren wel eens gezocht op internet naar Monstergolf, maar ik vond dit niet.” (Interview nr. 1)*

*“Ja, want wij contacteren verschillende surfclubs, winkels ... om te kijken of ze willen samen werken en eventuele sponsors. Ik heb jullie website bekeken en vindt het supercool wat jullie doen.” (Interview nr. 2)*

*“Nee is dat een programma?” (Interview nr. 14)*

Daarnaast verklaart de helft van de respondenten dat surftherapie in hun aanbod verwerkt is. De andere helft van de surfclubs zeggen dat ze geen surftherapie aanbieden.

*“Wij bieden al 5 jaar surftherapie aan.” (Interview nr. 1)*

*“Nee.” (Interview nr. 14)*

Alle surfclubs geven aan dat ze gebruik maken van sociale media. De helft van de respondenten werkt met mond-tot-mondreclame.

*“Na elke sessie posten we dan iets op onze socials.” (Interview nr. 1)*

*“Promoten? Poeh, via LinkedIn, Instagram. Mond tot mondreclame om mensen mee te nemen.” (Interview nr. 14)*

Vervolgens verklaren alle surfclubs dat ze in de zomer een aanbod voorzien en in de winter niets. De meerderheid wil in de toekomst wel dergelijke winter activiteiten voorzien.

*“Als het te koud is in het water, willen we toch dingen organiseren en dat kan dan bijvoorbeeld en zijn vliegeren op het strand.” (Interview nr.1)*

### 5.3.2 Doelgroep

In dit onderdeel wordt er besproken op welke doelgroep de surfclubs zich richten. Daarnaast bespreken we de uitdagingen bij de verschillende doelgroepen. Ten slotte bevragen we hoe men de jongeren blijft motiveren.

Alle surfclubs geven hier een verschillend antwoord op. Een surfclub geeft aan dat ze met jongeren werken met een niet- aangeboren hersenletsel, jongeren met een hersenbloeding en kinderen met het syndroom van Down. Een andere respondent verklaart dat ze werken met leeftijdsgroepen. Een andere surfclub richt zich op mensen met een verslavingsproblematiek, asielzoekers en kinderen met een beperking. Een laatste respondent vertelt dat ze werken met vrouwen die huishoudelijk-en seksueel geweld ervaren hebben.

*“Wij werken vooral met leeftijdsgroepen.” (Interview nr. 2)*

*“Mensen die met een verslaving, medische problematiek, kinderen met fysieke beperking, chronische ziekten, asielzoekers...” (Interview nr. 14)*

Een surfclub verklaart dat de organisatieproblemen ondervindt met de balans van de jongeren. Het is een uitdaging om hier de veiligheid te bewaren. Hierdoor vindt de club het moeilijk om hun grenzen te verleggen en dit is ook een uitdaging om te helpen met hun grenzen te verleggen. Een andere geïnterviewde verklaart dat de organisatie geen specifieke uitdagingen ondervinden, omdat ze niet werken met kwetsbare doelgroepen. Een laatste respondent geeft aan dat de grootste uitdaging regelmaat is, zowel in het terugkomen voor de sessies als zorgen voor zichzelf. Daarnaast geeft de laatste respondent aan dat geld verzamelen moeilijk is.

*“De conclusie is dus dat je met bewegen vooruitgaat en als je gewoon stil zit, dat je zelf achteruitgaat.” (Interview nr. 2)*

*“Finding consistency within their mental health and their availability and their ability to prioritize selfcare is really challenging ...” (Interview nr. 11)*



Vervolgens geeft een surfclub aan dat ze gemotiveerd raken doordat de ouders zo gemotiveerd zijn. Een andere respondent verklaart dat hierop antwoorden moeilijk is. De derde respondent verklaart dat de surfclub botst op verschillende uitdagingen, onder andere niet sterk zijn in zwemmen en risico op opname van een jongere. De laatste respondent spreekt niet vanuit jongeren, maar vanuit hun eigen doelgroep, vrouwen, en geven aan dat positief bekrachtigen belangrijk is. De respondenten gaven allen een divers antwoord, waardoor het moeilijk is om hier een geïntegreerde rapportage van op te stellen.

*“De jongeren raken gemotiveerd, doordat de ouders heel gemotiveerd zijn en interesse hebben voor hun kinderen te laten deelnemen.” (Interview nr. 1)*

*“Quite honestly after the therapy, even after one session, you can really feel the benefits, so once they done one, it is easier to get them back for more sessions.” (Interview nr. 11)*

*“Bepaalde uitdagingen zijn dat sommige niet of goed kunnen zwemmen dus moeten we het programma aanpassen. Heel specifiek ook met mensen met verslaving die op een dag uitvallen en je niet meer terugziet. Kinderen met beperking waarbij je specifiek materiaal moet voorzien. Het is heel divers en afhankelijk van groep ook. We kunnen er wel op toezien.” (Interview nr. 14)*

### 5.3.3 Organisatorische factoren

Bij dit onderdeel wordt nagegaan of de surfclubs al eerder kampen hebben georganiseerd en hoe dit proces verloopt. Het is belangrijk om inzicht te krijgen in zaken, zoals de beschikbaarheid van een draaiboek, de kosten, de uitdagingen en de manier waarop de kampen worden gepromoot. Ten slotte wordt er gevraagd naar de financiële bronnen van de organisatie.

De minderheid van de surfclubs hebben al een kamp georganiseerd. Eén van de bevraagde respondenten heeft dit eenmalig gedaan om dit uit te testen. De laatste surfclub verklaart nog geen kampen te hebben georganiseerd. De respondenten die nog geen kamp heeft georganiseerd, zouden dit eventueel willen doen in de toekomst.

*“We hebben één keer een kamp georganiseerd en dat was een testweek. “Het was een kort kamp van 4 à 5 dagen en dit werd georganiseerd met veel vrijwilligers.” (Interview nr. 1)*

*“Nee, zijn we wel mee bezig geweest. In de zomer hebben we wel terugkerende activiteiten met ‘s avonds kamperen erbij.” (Interview nr. 14)*

Vervolgens verklaren alle surfclubs dat subsidies en financiële bijdragen noodzakelijk zijn. Daarnaast geeft een respondent aan dat de testweek een kostenplaatje bevat van 20 000 euro door problemen met het weer. De overige surfclubs konden hier moeilijk op antwoorden, omdat ze hier geen zicht op hebben. Ten slotte maakte onze buitenlandse respondent een schatting van 2500-3000 pond.

*“Het varieert op welke locatie de vakantie is, voor welke doelgroep het is, welke activiteiten er worden georganiseerd, vol pension of enkel ontbijt ... het is echt verschillend” (Interview nr. 2)*

*“Ja, moet wel want anders lukt het niet. Subsidies en ook welbijdragen van deelnemers, wel laag bedrag maar wel iets. We werken ook op factuurbasis. We hebben niks vast.” (Interview nr. 14)*

Een surfclub geeft aan dat er concrete plannings moeten gecommuniceerd worden naar de deelnemers toe. De andere respondent geeft aan hier geen relevant antwoord op te kunnen bieden.

*“Wanneer je goed georganiseerd bent en de kleine dingen kunt delen en bespreken, krijg je structuur en dat is heel belangrijk.” (Interview nr. 1)*

De bevroegde surfclubs hebben hier verschillend op geantwoord. Eén van de respondenten benadert de cliënten persoonlijk en maakt een bijdrage vrij bij familie en vrienden. De overige respondent doet dit op vele manieren van e-mail tot sponsorships. De respondent vertelt dat het een groot en goed bedrijf is.

*“We hebben cliënten persoonlijk benaderd.” (Interview nr. 1)*

*“Ook worden kortingscodes uitgedeeld die we op flyers afdrukken.” (Interview nr. 2)*

Daarnaast maken de geïnterviewde surfclubs gebruik van financiële bronnen. Het opzoek gaan naar sponsors is volgens één van de surfclubs vriendjespolitiek, waarbij het belangrijk is om binnen te raken in het groot netwerk. Eén van de andere bevroegde clubs vertelt dat het niet uitmaakt op welke manier je je bronnen zoekt en dat dit moet groeien. De laatste respondent maakt gebruik van zowel financiële als materiële bronnen.

*“Om sponsors aan te pakken is het echt vriendjespolitiek, wanneer je iemand kent en je raakt binnen in een groot netwerk is dit zo belangrijk om dit te onderhouden.” (Interview nr. 1)*

*“In principe zijn we zelf ook een sponsor en we zouden inderdaad iets kunnen betekenen voor jullie.” (Interview nr. 2)*

De minderheid van de respondenten maken geen gebruik van een draaiboek. Eén van de surfclubs geeft aan dat dit afhankelijk is per doelgroep. Het draaiboek kan aangepast worden voor vragen naar specifieke activiteiten. Een andere club geeft aan dat een draaiboek moeilijk is, aangezien ze moeten inspelen op situaties die ze niet kunnen voorspellen.

*“Soms kan het zelf gebeuren dat we ons draaiboek moeten aanpassen, omdat de personen vragen naar specifieke activiteiten.” (Interview nr. 2)*

*“It’s really about creating a space that isn’t judgmental.” (Interview nr. 11)*

Ten slotte geven de bevroegde surfclubs aan dat er in een draaiboek een vast schema aanwezig moet zijn, dit zowel voor de taakverdeling als dagverdeling, waarbij er vermeld wordt wanneer er gegeten en gesurft wordt. Eén van de bevroegde respondenten vermeldt dat de veiligheid ook belangrijk is wanneer surftherapie doorgaat.

*“Vooral hoe kan je ervoor zorgen dat alles veilig verloopt.” (Interview nr. 1)*

*“Je moet zeker op voorhand een vast schema hebben.” (Interview nr. 2)*

*“Het moet dus voor iedereen bekend en helder zijn.” (Interview nr. 2)*

## 5.4 Jongeren

Om de privacy van de respondenten te garanderen staan de letters a, b, c, etc... bij de citaten van de focus groep telkens voor een andere respondent.

### 5.4.1 Surfen

In dit deel bevragen we de interesse naar surfen bij de jongeren.

De meerderheid van de respondenten hebben nog geen surfervaring, maar staan wel open om het eens te ervaren. Ze geven wel aan dit te doen bij goed surfweer of een locatie in het buitenland. De minderheid van de jongeren hebben al gesurft onder begeleiding. Als laatste hebben we nog een klein deel van de respondenten die helemaal niet open staan voor het surfen.

*“Ik heb dat al een keer gedaan in Portugal toen ik zes jaar was. Ik was super klein en stond niet recht op de surfboard.” (Focusgroep, 1.b)*

*“Ik sta open om alles te doen. Als dit helpt om je hoofd te legen, dan wil ik dit wel proberen.” (Focusgroep, 3.a)*

*“Ik heb nog nooit gesurft, maar zou dit toch graag eens willen doen. Ik denk dat dit wel leuk is. In België misschien niet, door het weer, maar op vakantie zou ik dit eens willen doen.” (Focusgroep, 3.d)*

*“Nee, ik wil dat niet doen.” (Focusgroep, 3.f)*

### 5.4.2 Interesse

Vervolgens bevragen we de jongeren welke interesses zij hebben. Dit heeft betrekking tot hun favoriete binnen- en buitenactiviteiten en georganiseerde activiteiten. Ten slotte onderzochten we hoe we de jongeren het best motiveren om aan een kamp deel te nemen.

Ten eerste verklaart de meerderheid van de respondenten dat hun favoriete buitenactiviteit sporten is. De minderheid van de respondenten heeft een voorkeur om zich buiten creatief bezig te houden.

*“Wandelen, dansen.” (Focusgroep, 3.e)*

*“Dansen, basketten, springtouwen, stoep krijten en hoelahoepen en voetballen, tikkertje, verstoppertje en opruimen van takken, volleyballen en dierennestjes maken.” (Focusgroep, 6.f)*

Daarnaast verklaren de jongeren dat hun favoriete activiteit aan zee zwemmen is. Volgens de meerderheid is voetbal de leukste balsport om aan zee te spelen. De minderheid van de jongeren kiest ervoor om creaties te maken met het zand.

*“Gewoon een beetje voetballen.” (Focusgroep, 5.e)*

*“Met het zand om zandkastelen te bouwen en een kasteel met een dam en dan maak ik een put en een streep die naar die dam gaat dat het water in de dam komt en als ik dan in het water ga dan spring ik graag over de golven.” (Focusgroep, 6.a)*

De respondenten vermelden dat ze verschillende binnen activiteiten leuk vinden. Activiteiten die vaak terugkomen zijn: gamen, tv kijken, dansen en bakken.

*“Koken, bakken.” (Focusgroep, 3. e)*

*“Gamen en binnenfietsen, zo op de rollen.” (Focusgroep, 4.a)*

Een groot deel van de respondenten geeft aan dat ze gemotiveerder zouden zijn als ze vrienden kunnen meenemen. Sommige respondenten willen veel variatie in de activiteiten. Bijkomend verklaren de respondenten dat keuzevrijheid bij de activiteiten een meerwaarde is. De minderheid van de geïnterviewden geven aan dat ze hun gsm willen meenemen en dat ze af en toe gebruik mogen maken van hun gsm. Daarnaast zijn er nog een aantal respondenten die aangeven dat hun interesse in de activiteiten een invloed heeft op de motivatie.

*“Vrienden meebrengen.” (Focusgroep, 1.a)*

*“Bij mij is het gewoon als ik het leuk vind. Als het mij interesseert ga ik naar daar gaan.” (Focusgroep, 3.a)*

*“Dingen die me interesseren, zoals gamen, halve kilo spaghetti eten, om elf uur naar bed” (Focusgroep, 6.b)*

Vervolgens geeft de meerderheid aan buitenschoolse activiteiten te volgen. Een klein deel van de jongeren geeft aan geen hobby's te hebben.

*“Scouts.” (Focusgroep, 3.c)*

*“Ik doe ballet.” (Focusgroep, 5.c)*

*“Ik heb geen hobby's.” (Focusgroep, 6.e)*

De jongeren verklaren dat ze enkele moeilijkheden ervaren bij het deelnemen aan georganiseerde activiteiten. Sommige jongeren ervaren het financiële stuk als een drempel bij het deelnemen aan een georganiseerde activiteit. Anderen benoemen dat de mobiliteit naar de activiteit een drempel is.

*“Bij mij is het vervoer naar de activiteit toe.” (Focusgroep, 5.d)*

*“Mijn moeder zegt dat het soms te veel kost. Da kost driehonderd euro.” (Focusgroep, 6.a)*

Ten slotte geven de respondenten aan dat ze de Uitpas gebruiken, maar dat ze nog steeds moeten betalen.

*‘Ja ik heb dat. Je moet nog steeds iets betalen, maar wel veel minder.’ (Focusgroep, 4.b)*

### 5.4.3 Kamp

In dit onderdeel wordt er besproken hoe een ideale kampdag er zou uitzien voor de jongeren. Daarnaast ook het bekendmaken van het kamp en welke voeding de jongeren prefereren om zelf klaar te maken.

Iedere jongere stelde zijn eigen ideale kampdag op. Zaken die vaak terugkomen zijn: lang uitslapen, rust momentje inplannen, zwemmen, lekker eten, keuze tussen de activiteiten, ...

*“Rustig wakker worden, eten en veel leuke activiteiten doen zoals zwemmen ofzo of andere dingen. Of een avondactiviteit. Niet om zeven uur opstaan, eerder laat om tien uur. Of een keer naar het buitenland gaan zonder je ouders.” (Focusgroep, 1.c)*

*“Ik zou zeggen: keuze. Zodat je niet verplicht bent om naar iets te gaan dat je niet wil doen. Zodat je een keuze hebt in dat of dat. Bijvoorbeeld ik wil liever gaan fietsen dan gaan wandelen. Dus eigenlijk meerdere activiteiten, waarbij je kan kiezen aan wat je zou deelnemen. Zodat je ervoor kunt gaan met volle enthousiasme en niet tegen je zin.” (Focusgroep, 3.k)*

Daarnaast gaven de jongeren ons een beeld over wat voor hen een ideale manier lijkt om een kamp bekend te maken. Voor de meerderheid is dat Instagram en Tiktok. Vervolgens verklaren ze dat het zou werken met flyers en mond-tot-mondreclame.

*“Mond aan mondreclame is erg belangrijk. Ik ben van sommige kampen te weten gekomen via mijn tante en zei vertelde het dan aan mijn moeder.” (Focusgroep, 1.e)*

*“Instagram, TikTok.” (Focusgroep, 3.g)*

*“Ik zou vragen aan scholen of ze posters willen ophangen dan heb je daar meer publiek en sociale media.” (Focusgroep, 5.b)*

Om af te sluiten rond het onderdeel kamp geven de jongeren hun voorkeur van maaltijd mee. De meerderheid van de respondenten prefereert de maaltijd frietjes. Daarnaast kwam de maaltijd macaroni of spaghetti vaak aan bod.

*“Een keer frietjes ofzo, iets wat ieder kind lust.” (Focusgroep, 1.b)*

*“Spaghetti.” (Focusgroep, 5.b)*

*“Macaroni met kaas en ham en extra veel kaas met broccoli.” (Focusgroep, 6.b)*

#### 5.4.4 Bekendmaking

In dit onderdeel wordt besproken welke sociale kanalen de jongeren het vaakst raadplegen om te communiceren.

Het blijkt dat de meerderheid van de jongeren het vaakst communiceert via snapchat. De kanalen Instagram, Tiktok, Whatsapp en Messenger zijn antwoorden die naast snapchat vaak voorkomen.

*“Snapchat, TikTok, Instagram zo van die dingen.” (Focusgroep, 1. a)*

*“WhatsApp, Mesenger en Snapchat.” (Focsugroep, 5. a)*

#### 5.4.5 Veiligheid

Naast het onderdeel bekendmaking, is er het onderdeel veiligheid. Wat hebben de jongeren nodig? Dit onderdeel bespreekt welke moeilijkheden jongeren ervaren tijdens het openstellen in een nieuwe groep.

Een meerderheid van de respondenten geeft aan dat ze vooraleer ze zich veilig voelen in de groep mensen nodig hebben die ze kennen en al vertrouwen. Elkaar leren kennen door bijvoorbeeld kennismakingsactiviteiten komt aan bod bij enkele respondenten. Om zich veilig te voelen in de groep zijn enthousiaste begeleiders voor de respondenten tot slot belangrijk.

*“Personen die je al kent en kan vertrouwen.” (Focusgroep, 1.c)*

*“Een begeleider die zelf ook enthousiasme uitstraalt.” (Focusgroep, 3.i)*

*“Ik zou gewoon kennismakingsspelletjes doen. Aan elkaar vragen wat je hebt gedaan.” (Focusgroep, 5.e)*



#### 5.4.6. Slot

In dit deel gaat het over wat de jongeren na de focusgroep kwijt willen over dit onderwerp.

De meerderheid van de respondenten wil niets meer kwijt over het onderwerp. Enkele respondenten willen een groep van maximum 20 personen.

*“Ik ben wel van het gedacht dat ik wil proberen. Ik zou een maximumgroep willen van 20.” (Focusgroep, 5.a)*

## 6. Geïntegreerde conclusie en discussie

### 6.1 Conclusie

Wij zijn dit onderzoek gestart met de centrale onderzoeksvraag: *‘Hoe kan je surftherapie voor jongeren uit kansengroepen vormgeven en promoten?’* We deden verschillende inzichten op van experts en jongeren die ons hebben geholpen om een conclusie te formuleren. Deze onderzoeksvraag hebben we onderverdeeld in verschillende deelonderzoeksvragen.

In de probleemstelling zien we dat de opdrachtgevers verschillende uitdagingen hebben. De **jongeren bereiken** is hier één van. Om een antwoord te geven op deze vraag hebben wij verschillende sleutelfiguren bevroegd, waaronder ook jeugdwerkers. Dat maakt dat ons kwalitatief onderzoek relevante antwoorden biedt, en een beter zicht geeft op de realiteit en hoe zij de jongeren bereiken. Tijdens de literatuurstudie zochten we op wat jeugdwerk precies inhoudt. Jeugdwerkers bevinden zich tussen de jongeren, midden in de doelgroep.

Uit het onderzoek is gebleken dat de organisaties jongeren effectief bereiken door een veelzijdige benadering te hanteren. Het gebruik van sociale media-kanalen zoals Instagram & TikTok blijken effectief. Deze kanalen worden het meest gebruikt en bieden mogelijkheden voor interactieve en visueel aantrekkelijke communicatie. In de literatuurstudie onderzochten we deze aspecten, en onze bevindingen werden bevestigd tijdens het onderzoek. Naast sociale media is mond-tot-mondreclame, ondersteund door het verspreiden van flyers, een andere effectieve methode.

In de literatuurstudie onderzochten we wat effectieve handelsmethoden zijn voor begeleiders bij deze doelgroep. De theorie van ‘outreaching werken’, die het creëren van een vertrouwensrelatie benadrukt, bleek relevant. Sommige respondenten gaven aan dat ze de jongeren opzoeken op plaatsen waar zij zich bevinden. We kunnen concluderen dat een vertrouwensband met de begeleiders helpt om de jongeren aan te trekken. Herhaling in de communicatie naar de jongeren toe helpt, evenals het aanpassen van de communicatiestijl aan de doelgroep. Uit het onderzoek bleek dat sleutelfiguren zoals jeugdwerkers een belangrijke rol spelen door zich actief te mengen in de gemeenschappen waar jongeren vertoeven.

Een tweede uitdaging van de organisatie is hoe ze de jongeren kunnen **motiveren, betrekken** en **activeren** tijdens een dergelijke werking. In de literatuurstudie concluderen wij dat het organiseren van ouderavonden en het vastleggen van intakegesprekken de betrokkenheid bij de jongeren kan verhogen. Deze inzichten zijn bevestigd in onze interviews door de bevrageden. Daarin vertelt de meerderheid van zowel de partners als de surfclubs dat een intakegesprek en de ouders bereiken helpend kan zijn.

Vervolgens kan er gewerkt worden met een buddysysteem, zodat de jongeren bij een vertrouwenspersoon terecht kan. Dit komt overeen met wat het merendeel van de jongeren uit de focusgroepen vertelden. Zij geven aan een vriend of vriendin te willen meenemen naar een kamp. Zo zouden ze zich veiliger voelen en zou de betrokkenheid hoger zijn, een vertrouwenspersoon blijkt dus zeer waardevol te zijn. Daarnaast vertelt het merendeel van de partners dat je een coach kan inzetten vooraleer het kamp van start gaat, zodat het vertrouwen opgebouwd kan worden vooraleer het kamp begint. Als laatste gaf de meerderheid van de organisaties die werken met jongeren aan dat de leider een actieve en betrokken houding moet aannemen. Zo zouden de jongeren meer gemotiveerd blijven tijdens de activiteiten.

Uit de literatuurstudie blijkt dat de jongeren de activiteiten moeten kunnen evalueren. Zo zou je de betrokkenheid, de motivatie en de activatie van de jongeren verhogen. Uit ons kwalitatief onderzoek blijkt niet anders. Zo vertelde de meerderheid van onze partners dat we de jongeren kunnen blijven motiveren door ze zelf te laten kiezen welke activiteit ze willen doen. De meerderheid van de jongeren bij de focusgroep gaf aan dat ze gemotiveerd blijven indien ze geïnteresseerd zijn in de activiteiten. Tot slot verklaarden de meerderheid van de organisaties die met jongeren werken aan dat je de jongeren voldoende vrijetijdsactiviteiten moet aanbieden. Zo blijven ze betrokken en gemotiveerd.

Een derde uitdaging zijn de **praktische** en **organisatorische** belemmeringen van de organisatie. Deze bestaan uit de **financiële aspecten, het team** van de organisatie en **winteractiviteiten met betrekking tot de jongeren**.

Om op de vraag hoe we de belemmering van de **winter en/of slecht** weer kunnen wegwerken, hebben we **activiteiten** onderzocht die onder alle seizoenen en weersomstandigheden kunnen worden uitgevoerd. In de literatuurstudie kunnen we terugvinden dat de balans/relatie tussen bewegen en mentale gezondheid een grote rol

speelt. Bewegen en actief bezig zijn, desondanks het slechte weer, heeft verschillende voordelen voor de mentale gezondheid van de jongeren. Bij de alternatieve activiteiten kwamen allerlei verschillende activiteiten die zowel binnen- als buiten gespeeld kunnen worden aan bod. In het kwalitatief luik bevroegden we de jongeren in focusgroepen, deze informatie over hun interesses namen we op in onze aanbeveling: het gemaakte draaiboek. De verkregen informatie zorgt er dan ook voor dat we een ruim aanbod hebben die kan dienen tijdens alle seizoenen en weersomstandigheden.

Omtrent de uitdaging van **het team** hadden we verschillende organisaties en partners bevroegd. Uit de rapportage konden we opmaken dat de meerderheid werkt met vrijwilligers om te helpen bij de werking en taken op zich te kunnen nemen. Samenwerken met andere organisaties kan leiden tot sponsoring en voordelen voor Monstergolf vzw. In de rapportage hadden we organisaties die te maken hebben met de doelgroep jongeren uit kansengroepen. Organisaties die eenzelfde visie delen kunnen belangrijk zijn om mee samen te werken, omdat men elkaar kan ondersteunen, advies geven, ... Het werken met intermediaires, begeleiders uit instellingen, kunnen de jongeren motiveren en activeren om deel te nemen aan het kamp.

In dit onderzoek werd het **financiële aspect** bij verschillende respondenten bevroegd en onderzocht. In het kwalitatieve onderzoek werden **financiële drempels** opgemerkt voor ouders, voogden, steunfiguren en jongeren om deel te nemen aan jeugdwerk en andere georganiseerde activiteiten.

De drempels omvatten financiële belemmeringen zoals hoge kosten tot inschrijven, vervoer, bijdragen extra activiteiten en uniform. Daarnaast worden ook psychologische barrières genoemd, zoals een gebrek aan zelfvertrouwen, gevoelens van schaamte, het ontwikkelen van een negatief zelfbeeld, stress en angst. Tijdens dit onderzoek zien we dat het gevoel van schaamte, ervoor zorgt dat men terughouden is om hulp te vragen.

In de lijn hiermee vanuit de literatuurstudie werd opgemerkt dat ouders, die weinig tot geen ervaring hebben met jeugdwerk, de perceptie hebben dat jeugdwerk een grote financiële last met zich meebrengt. Deze veronderstelling kan hen ontmoedigen door transparante en toegankelijke informatie daaromtrent te verspreiden. Zodat hun kinderen aangemoedigd worden om zich te aan te sluiten bij jeugdwerkorganisaties.

In de literatuurstudie werd aangehaald dat transparantie over de kosten en het aanbieden van financiële ondersteuning belangrijk is om de betaalbaarheid van jeugdwerk te vergroten. Initiatieven zoals fiscale aftrekbaarheid, tegemoetkoming van de mutualiteit zijn cruciaal om gezinnen uit kansengroepen te ondersteunen.

Daarnaast wordt in de literatuurstudie een positieve ontwikkeling vermeld. De Vlaamse minister van Volksgezondheid schaft remgeld voor psychologische ondersteuning af. Hierdoor wordt therapie toegankelijk voor iedereen, ongeacht de financiële situatie.

Zo gaan we over tot het volgende luik van het financieel aspect, namelijk de **subsidies**.

De respondenten suggereren verschillende bronnen van financiering en subsidies zoals gemeentesubsidies, subsidies van de Vlaamse Overheid en partnerschappen van andere organisaties. Sommige respondenten noemen ook specifieke projecten zoals Back on Track, gefinancierd door de Vlaamse overheid, en fondsenwervingsevenementen. Europese trajecten, zoals AMIF en Erasmus-middelen, worden ook genoemd als potentiële financieringsbronnen, evenals samenwerkingen met organisaties zoals de Koning Boudewijnstichting en agentschappen voor natuur en bos. In het onderzoek zien we dat een succesvolle subsidieaanvraag concreet en gedetailleerd moet zijn. Dit geldt ook voor sponsors.

Zo gaan we over tot het volgende deel van het financieel aspect, **sponsors**. Uit het kwalitatief onderzoek adviseren de respondenten om lokale sponsors aan te trekken voor het surftherapiecamp via persoonlijk contact, e-mail. Enkele respondenten benadrukken dat het vinden van een sponsor kwestie van netwerken is. Een respondent suggereert het benutten van lokale bronnen, zoals sponsoring voor het gebruik van een bus. Daarnaast wordt het zoeken naar sponsors met een link met het zee-thema benoemd. Bovendien benadrukt een partner dat een sponsordossier concreet en gedetailleerd moet zijn, met informatie over deelnemers, vrijwilligers, periode en kosten. De focus moet liggen op wat de sponsor terugkrijgt. Het benaderen van serviceclubs als sponsor wordt ook aangeraden door een partner.

Daarnaast wijzen respondenten erop dat het opzetten van crowdfunding en Trooper-campagnes uitdagend kan zijn vanwege beperkte netwerken.

Ten slotte komen we aan het laatste luik van het financieel aspect namelijk de **maatschappelijke hulpbronnen**. Tijdens het onderzoek geven respondenten aan gebruik te maken van maatschappelijke hulpbronnen zoals voedselbanken Lichtbaken Oostende, samenwerkingen met organisaties zoals Foodsavers, de lokale kruidenier. De geïnterviewden suggereren dat organisaties zoals Habbekrats of Overkop-huis waardevolle tips kunnen bieden voor het verkrijgen van middelen. Daarnaast wijzen ze erop dat eerstelijnszones vaak connecties hebben met de stad en gratis of tegen een verminderde prijs locaties kunnen aanbieden.

## 6.2 Discussie

Eerst benoemen we enkele positieve aspecten van het onderzoek en vervolgens bespreken we enkele aandachtspunten binnen dit onderzoek.

Om de basis van dit onderzoek te vormen is er een relevante en uitgebreide literatuurstudie uitgevoerd. Er is gebruik gemaakt van een breed scala aan wetenschappelijke bronnen, wat heeft bijgedragen aan een diepgaand begrip van het onderwerp. Daarnaast werden tijdens het onderzoek internationale bronnen geraadpleegd, dit heeft geholpen om een breder perspectief te ontwikkelen over het onderwerp.

Er werden grote inspanningen geleverd om tot een betrouwbare en valide resultaat te komen. Er zijn voldoende respondenten gecontacteerd die aan de hand van focusgroepen en interviews een representatieve steekproef kunnen waarborgen.

(Bovendien werden experts bevroegd, deze experts brachten ons waardevolle inzichten.)

Daarnaast is er een professionele aanpak gehanteerd omtrent de rapportage en de conclusie. Het team heeft op een efficiënte manier samengewerkt om tot een geïntegreerde conclusie te komen.

Naast de positieve aspecten van onderzoek kunnen we ook enkele aandachtspunten van het onderzoek bespreken.

Tijdens het opstellen van ons onderzoek zijn we te snel overgegaan naar de uitwerking van het draaiboek. In toekomstig onderzoek zouden we ons meer kunnen focussen op het zorgvuldig contacteren van relevante organisaties. Deze stap is nu enigszins overhaast uitgevoerd, dit zou de kwaliteit van ons onderzoek negatief kunnen beïnvloeden.

Om de relevantie van ons onderzoek in de toekomst te verhogen kunnen we naast inzetten op het kwalitatief luik bij de focusgroepen, ook inzetten op een kwantitatief luik. Dit kan ons in staat stellen om een breder aantal jongeren te bereiken en te betrekken bij het onderzoek. Maar dit is wel minder diepgaand.

We merkten op dat veel organisaties en instellingen terughoudend wanneer het aankomt op interviews. Dit vanwege het gebrek aan een vertrouwensband. Dit werd ervaren als een obstakel bij het afnemen van interviews.

Voorafgaand aan de interviews werd een informed consent- formulier opgesteld en per e-mail naar de respondenten gestuurd. Echter, de meerderheid van de respondenten hebben deze niet ondertekend. Voor het vervolgonderzoek is het essentieel om tijdens het interview dat online plaatsvindt opnieuw te benadrukken of de respondenten akkoord gaan met de voorwaarden van het informed consent. Tijdens een live interview is het van belang om dit formulier mee te brengen en te laten ondertekenen. In gevallen waarin het interview al heeft plaatsgevonden zonder een ondertekend informed consent-formulier, moesten we achteraf alsnog het formulier via e-mail naar de respondenten sturen. Dit moet in het vervolg vermeden worden.

Het advies voor het vervolgonderzoek is de tijdsperiode van de gegevensverzameling te verlengen, zodat we een uitgebreide data verkrijgen en diepgaande analyses uitvoeren. Een langere periode biedt vervolgens meer inzicht in het onderwerp en helpt mogelijke beperkingen van het huidige onderzoek aan te pakken.

Dit onderzoek vond plaats gedurende de laatste acht weken van het academisch schooljaar. Dit bleek een zeer drukke periode te zijn voor de respondenten. Het kiezen van een alternatieve periode tijdens het schooljaar zou vermoedelijk gunstiger zijn.

Een belangrijke aanbeveling voor toekomstig onderzoek om te overwegen is het niet rapporteren voordat alle interviews zijn afgenomen. Door te wachten tot alle interviews voltooid zijn, vermindert het risico op tegenstrijdige of verwarrende resultaten.



## 7. Aanbevelingen

### 7.1. Aanbevelingen m.b.t. het draaiboek

Na onderzoek hebben we verschillende aanbevelingen kunnen formuleren, deze werden verwerkt in het draaiboek. De aanbevelingen hebben betrekking tot het financieel plan, overzicht van het kamp, uitgewerkte activiteiten, evaluatiespel, mogelijke maaltijden, paklijst, inhoud van EHBO-koffer, groepsadministratie en de noodzakelijke formulieren. Hieronder volgt een korte beschrijving van de aanbevelingen, die we hebben geïntegreerd in het uitgewerkte draaiboek.

#### *7.1.1. Motiveren & participeren van de jongeren*

##### 7.1.1.1. De groepssamenstelling

Na onderzoek kwamen wij tot het inzicht dat we in de organisatie van het kamp geen onderscheid mogen maken tussen jongeren uit de verschillende lagen van de maatschappij. Zo mag er geen onderscheid gemaakt worden tussen een kamp voor kansarme jongeren en niet-kansarme jongeren. Organisaties raden aan om doelgroepen, zoals jongeren met een fysieke beperking, verslaving, chronische ziektes... wel te onderscheiden. Elke doelgroep heeft een andere begeleidingsstijl nodig. Om het kamp soepel te laten verlopen wordt er het best gewerkt met kleine groepen, na ons onderzoek kunnen wij een aantal van maximum tien deelnemers aanbevelen.

##### 7.1.1.2. Inspraak en interesses

Het is belangrijk om de jongeren verantwoordelijkheid te bieden, omdat dit hun motivatie vergroot. Door hen verantwoordelijkheden aan te bieden, zoals zelfstandig een maaltijd te bereiden, leren ze belangrijke vaardigheden te ontwikkelen. Wanneer jongeren de kans hebben om zelfstandig taken uit te voeren, kan dit een positief effect hebben op hun zelfvertrouwen.

Daarnaast hebben we in ons onderzoek ook gepeild naar de interesses van de jongeren omtrent binnen- en buiten activiteiten. Op basis van hun antwoorden hebben we activiteiten in het draaiboek afgestemd op hun voorkeuren. Na onderzoek bleek dat de meeste jongeren een voorkeur hebben voor een sportactiviteit. Wij raden Monstergolf aan om zwemmen in de zee te integreren in de planning.

Daarnaast geven we de jongeren de mogelijkheid om te kiezen uit themakaarten, activiteiten. Wanneer er activiteiten gespeeld of uitgevoerd worden uit de interesses van de jongeren, kunnen zij al meer intrinsiek gemotiveerd zijn om actief deel te nemen.

Ten slotte bieden wij in het kamp inspraak aan de jongeren door een evaluatiespel te integreren in het draaiboek. Op deze manier kunnen jongeren hun stem laten horen over hoe zij het volgende kamp zouden organiseren.

### *7.1.2. Promoten van de organisatie & bereiken van de jongeren*

Na onze bevraging bevelen wij aan om het kamp via verschillende communicatiekanalen te promoten. De respondenten zijn van mening dat bereikbaarheid via de telefoon cruciaal is. Daarnaast raden we het aan om mond tot mondreclame zeker niet te vergeten, heel wat organisaties hechten hier belang aan. Als de vzw in aanraking komt met jongeren die geen mogelijkheid hebben tot online inschrijven gaat vzw Monstergolf fysiek langs om, samen met deze jongeren en hun ouders/vertrouwensfiguur, de jongere in te schrijven voor het vijfdaags surftherapiecamp. De respondenten geven bovendien aan dat fysiek langs gaan, een band kan creëren met de ouders/verzorgingsfiguur.

Daarnaast werd aanbevolen om een flyer te maken en deze op te hangen op specifieke locaties waar kansarme jongeren samenkomen, zoals buurthuizen en jeugdcentra.

Uit onze interviews en focusgroepen kwam het resultaat dat Instagram zowel door jongeren als organisaties het vaakst gebruikt worden. Hierdoor integreerden we verschillende instagrumsjablonen voor Monstergolf vzw. Wanneer zij het kamp zouden realiseren, dan bevelen wij aan om deze sjablonen te plaatsen op hun Instagramaccount.

We hebben bij het opstellen van de flyer en instagrumsjablonen rekening gehouden met de boodschap, zodat deze duidelijk en aantrekkelijk is. Bovendien hebben we ervoor gezorgd dat de inhoud goed aansluit bij de interesses en behoeften van de jongeren. Je moet ervoor zorgen dat jullie contactgegevens zichtbaar blijven en terug te vinden zijn op zowel de flyers, als op de sociale media.

Ten slotte kan je ook je krachten bundelen met andere organisaties. Zo kom je in contact met andere jongeren/organisaties en kan je je eigen kamp promoten.

### *7.1.3. Verbinding creëren aan de hand van activiteiten*

#### *7.1.3.1. De themakaarten*

De meerderheid van de jongeren die we bevroegden benadrukken dat het gedrag van jongeren in een groepscontext varieert afhankelijk van de samenstelling en dynamiek van de groep. Op basis daarvan raden wij aan om in te zetten op de verbindingsactiviteiten. Hiervoor integreerden we verschillende thema's met bijhorende (verbindings-)activiteiten om de persoonlijke ontwikkeling van de jongeren te stimuleren.

Jongeren kunnen te maken krijgen met diverse psychologische barrières, zoals gebrek aan zelfvertrouwen, gevoelens van schaamte, het ontwikkelen van een negatief

zelfbeeld, stress en angst. Op basis van aanbevelingen uit kwalitatief onderzoek en literatuurstudie blijkt dat groepstherapiesessies tijdens een surftherapiecamp een krachtig middel kunnen zijn om psychologische barrières bespreekbaar te maken en te overwinnen. Tijdens deze sessies worden jongeren gestimuleerd om te reflecteren over wie ze zijn en wie ze willen zijn. Het geloof in hun eigen kunnen wordt versterkt, men ontwikkelt een dieper begrip van hun eigen gevoelens en emoties.

#### 7.1.3.2. Samen koken

Door samen te koken zetten we in op verbinding. Monstergolf vzw hanteerde deze methode al en vonden deze effectief. Het draaiboek/ weekverloop is hieraan aangepast en is er tijd ingepland om voor de maaltijd deze gezamenlijk voor te bereiden. Tijdens het samen koken zetten we in op gezonde voeding. Wij raden dit aan, doordat dit belangrijk is om de groei voor de fysieke en mentale ontwikkeling van de jongeren te bevorderen.

#### 7.1.3.3. Het groepsaanbod

Het vijfdaags surftherapiecamp bestaat uit surfen en verschillende buiten- en binnen activiteiten onder diverse thema's. Tijdens het surfen leren de jongeren hun sterktes en zwaktes beter kennen. Uit onderzoek is gebleken dat deze activiteiten zorgen voor meer verbinding tussen de groepsleden. Inzetten op verbinding helpt de jongeren ook op een andere manier om te gaan met hun sterktes en zwaktes. Tevens helpt dit dan ook de persoonlijke groei ondersteunen.

#### 7.1.3.4. Het kamp

Wij raden Monstergolf vzw aan om een kamp te organiseren, want uit het onderzoek blijkt dat jongeren een langere tijd nodig hebben om open te bloeien.

### 7.1.4. *Praktische belemmeringen*

#### 7.1.4.1. De weeromstandigheden

Na de vraag van Monstergolf vzw, hebben we onderzocht welke alternatieven ze als organisatie kunnen aanbieden wanneer er niet gesurft kan worden. Deze alternatieven hebben we geïntegreerd in het draaiboek.

#### 7.1.4.2. Het financieel vlak

Uit ons kwalitatief onderzoek is gebleken dat er diverse financieringsbronnen beschikbaar zijn voor jeugdwerk en georganiseerde activiteiten. Onze aanbevelingen,

gebaseerd op deze bevindingen, benadrukt het benutten van gemeentesubsidies als subsidies van de Vlaamse Overheid zoals "Iedereen Verdient Vakantie", subsidies voor jongerenprojecten in Oostende. We integreerden subsidieaanvraagformulieren in het draaiboek.

Bovendien raden we na het onderzoek aan dat Monstergolf vzw actief blijft zoeken naar sponsors. Dit blijkt cruciaal te zijn voor het organiseren van het kamp en het realiseren van de doelstellingen. Volgens onderzoek is het belangrijk om sponsors te benaderen die connectie hebben met het thema van de zee. Deze sponsors kunnen benaderd worden via een sponsordossier. Daarnaast kunnen we aanbevelen vanuit het kwalitatief onderzoek dat naast bedrijven ook serviceclubs kunnen worden benaderd als sponsor. Bovendien kunnen we vanuit het onderzoek aanbevelen dat het sponsordossier concreet en gedetailleerd moet zijn, dit hebben we meegenomen tijdens de uitwerking van het dossier.

Om ervoor te zorgen dat alle jongeren de kans krijgen om deel te nemen aan surftherapie, wordt op basis van kwalitatief onderzoek aangeraden om ondersteunende maatregelen in te zetten. Het is cruciaal dat ouders, voogden en andere steunfiguren op de hoogte worden gebracht van de beschikbare financiële ondersteuning en kortingen. Gezinnen met meerdere kinderen moeten kunnen profiteren van een speciale broer- en zuskorting. Informeer ouders/ voogd(en)/ steunfiguren over de mogelijkheden van tegemoetkomingen voor de kosten van jeugdactiviteiten via instanties zoals het ziekenfonds. Licht ouders/ voogd(en)/ steunfiguren in dat de kostprijs van surftherapie fiscaal aftrekbaar is voor kinderen jonger dan 14 jaar. Bovenstaande ondersteunende maatregelen werden opgenomen in het kampboek.

## 7.2. Aanbevelingen voor de organisatie

Na het kwalitatief onderzoek kunnen we verschillende aanbevelingen formuleren, deze werden verwerkt in het onderzoeksrapport. De aanbevelingen hebben betrekking tot het team en de brugfiguur. Hieronder volgt een korte beschrijving van de aanbevelingen die we hebben geïntegreerd in het onderzoeksrapport.

### 7.2.1 Team

Verschillende experts hebben aangegeven dat ze werken met (externe) vrijwilligers binnen hun organisatie. Het kan dus een extra kracht zijn om de jongeren te bereiken en de werking te promoten bij Monstergolf vzw.

Het wordt aanbevolen dat Monstergolf vzw in de toekomst met vrijwilligers samenwerkt. Zo kunnen de vrijwilligers de jongeren meer ondersteuning bieden en de vzw helpen bij administratieve taken.

### 7.2.2 Brugfiguur

Uit het kwalitatief onderzoek is gebleken dat het hebben van een brugfiguur essentieel is. Het zorgt ervoor dat dat jongeren al minstens één persoon hebben die ze kennen en mogelijk ook vertrouwen. Dit vertrouwen stelt de jongere in staat om zich sneller open te stellen naar de andere leden van de groep.

Daarnaast is het van belang dat de groep laagdrempelig is, zodat de jongere zich veilig voelt in de groep. Dit gevoel van veiligheid is cruciaal voor de participatie en integratie van de jongere.

### 7.2.3. De begeleidingsstijl

Het is noodzakelijk om een veilige plek voor de jongeren te creëren. Om dit te realiseren, werden enkele aanbevelingen gedaan. Het is belangrijk om een duidelijke planning op te stellen en deze consequent te volgen. In het draaiboek hebben we het verloop van het kamp vastgelegd om de structuur te waarborgen. Uit de literatuurstudie kunnen we aanbevelen dat het van belang is om eventuele wijzigingen tijdig aan de jongeren te communiceren. Daarnaast wordt vastgesteld dat herhaling van de planning/opdracht cruciaal is.

Het hanteren van duidelijke regels en afspraken is eveneens een aanbeveling uit het onderzoek. In het draaiboek hebben we kampregels opgenomen, die ook vooraf worden gecommuniceerd aan de jongeren, ouders en ondersteunende figuren via het kampboek. Kort op de bal spelen is noodzakelijk volgens de respondenten, terwijl je ze gemotiveerd houdt. Dit is een voortdurende uitdaging voor de begeleiders.

Er wordt voldoende tijd gereserveerd voor vrije momenten, waarbij we ook specifieke activiteiten hebben gepland om tijdens deze ontspanningsperiodes uit te voeren in ons draaiboek. Dit biedt niet alleen ruimte voor ontspanning, maar stelt jongeren ook in staat elkaar beter te leren kennen en banden te smeden.

Uit het onderzoek komt naar voren dat het kwetsbaar opstellen van de begeleider een positieve invloed kan hebben op de deelnemers. Dit kan een sfeer van openheid en vertrouwen bevorderen, waardoor de jongeren zich meer op hun gemak voelen om zichzelf te uiten en hun eigen kwetsbaarheid te tonen.

Daarnaast is het van belang dat de begeleider niet dezelfde verwachtingen heeft voor iedereen. Elke jongere heeft zijn of haar eigen achtergrond, capaciteiten en behoeften. Als begeleider is het belangrijk om dit te erkennen en te respecteren.

Echt luisteren naar de jongeren is ook van cruciaal belang. Door actief te luisteren en empathie te tonen, kan de begeleider een sterke band opbouwen met de jongeren. Zo geeft de meerderheid van de jongeren aan dat ze vooraleer ze zich veilig voelen in de groep mensen nodig hebben die ze kennen en al vertrouwen.

Indien jongeren succeservaringen behalen tonen ze volgens de respondenten dankbaarheid naar de begeleiders toe. Het behalen van deze positieve ervaringen zorgt ervoor dat de jongeren openbloeien. We bevelen dan ook aan dat het benoemen en de jongeren ondersteunen bij het behalen van succeservaringen nodig is.

Tenslotte is het belangrijk om aandacht te besteden aan privacy. Om hieraan tegemoet te komen, hebben we een privacyverklaring opgesteld in het draaiboek.

#### *7.2.4 Mobiliteit*

De respondenten geven aan dat jongeren zelfredzaam zijn. Vaak maken ze gebruik van het openbaar vervoer. Een aanbeveling die we geven is dat het kamp best doorgaat op een plaats die toegankelijk is met het openbaar vervoer.

Een andere aanbeveling die wordt voorgesteld door een respondent is het benutten van lokale bronnen, zoals sponsoring zoeken voor het gebruik van een bus.

#### *7.2.5 Maatschappelijke bronnen*

Het onderzoek beveelt aan om gebruik te maken van maatschappelijke bronnen zoals Voedselbank Lichtbaken in Oostende, de plaatselijke kruidenier De Antenne en het initiatief Foodsaver Stad Oostende. Daarnaast kunnen we uit onderzoek suggereren organisaties of initiatieven zoals Habbekrats of Overkop-huis in staat zijn om tips te geven over hoe maatschappelijke middelen te verkrijgen.

## Bijlagen

### Bijlage 1: Interviewschema focusgroepen

# Interviewschema focusgroepen

Dag, wij zijn acht studenten van het sociaal-agogisch werk te VIVES Kortrijk. Wij voeren een kleinschalig onderzoek naar surftherapie voor jongeren en kansengroepen. Onze onderzoeksvraag luidt als volgt: 'Hoe kan je surftherapie voor kansarme jongeren aan de hand van een kamp vormgeven en promoten?' Bijkomend vroegen wij ons af of we dit interview mogen opnemen voor de transcriptie? Wij willen u alvast bedanken voor uw medewerking, uw antwoorden zijn erg relevant omwille van uw expertise en functie. Alles wat hier wordt gezegd zal vertrouwelijk en in kader van dit onderzoek verwerkt worden.

Naam respondent:

Organisatie:

### **Inleiding**

We gaan ons kort voorstellen.

### **Topic 1) Surfen**

VRAAG 1: Zijn jullie al eens gaan surfen? Zou je dit graag eens willen doen?

(Surftherapie uitleggen)

VRAAG 2: Als jullie deze uitleg nu horen, zouden jullie hiervoor open staan?

### **Topic 2) Interesses**

VRAAG 1: Welke buitenactiviteiten vinden jullie leuk?

VRAAG 1A: Welke buitenactiviteiten bij de zee vinden jullie leuk?

VRAAG 2: Welke binnen activiteiten vinden jullie leuk?

VRAAG 3: Hoe zouden we jullie kunnen blijven motiveren om deel te nemen aan de activiteiten?

VRAAG 4: Nemen jullie nu al deel aan georganiseerde activiteiten buiten de school/ verblijf?

VRAAG 4a: Zo nee, merk je moeilijkheden om hieraan te kunnen deelnemen?

VRAAG 4b: Wat maakt het moeilijk?

### **Topic 3) Kamp**

VRAAG 1: Hoe zou een ideale kampdag er voor jullie uitzien?

VRAAG 2: Als jullie een kamp willen organiseren, hoe zouden jullie deze bekend maken?

VRAAG 3: Wat zouden jullie graag zelf koken op een kamp?

### **Topic 4) Bekendmaking**

VRAAG 1: Welke sociale kanalen gebruiken jullie het vaakst om te communiceren?

### **Topic 5) Veiligheid**

VRAAG 1: Wat hebben jullie nodig om jullie veilig te voelen in een groep?

VRAAG 2: Vinden jullie het moeilijk om je open te stellen voor een nieuwe groep?

VRAAG 2a: Wat heb je nodig?

### **Slot**

Zijn er nog bepaalde zaken die jullie kwijt willen over dit onderwerp?

Dan willen wij jullie alvast bedanken voor jullie tijd, interesse en expertise inzake dit onderwerp. Alle informatie zal vertrouwelijk en in kader van dit onderzoek verwerkt worden.



## Coderen focusgroepen

### Topic 1) Surfen

#### **VRAAG 1: Zijn jullie al eens gaan surfen? Zou je dit graag eens willen doen?**

##### Focusgroep 1:

F1a: Ik heb dit wel al een keer gedaan maar heb mijn arm gebroken.

F1b: Ik heb dat al een keer gedaan in Portugal toen ik zes jaar was. Ik was super klein en stond niet recht op het surfboard.

F1c: Niet echt gesurft als drie jarige op een surfbord gaan liggen en mijn papa heeft mij voortgeduwd.

##### Focusgroep 2:

F2a: Nee.

F2b: Nee.

F2c: Nee.

F2d: Nee.

F2e: Nee.

F2f: Nee.

F2g: Nee.

F2h: Nee.

F2i: Nee.

F2j: Nee.

F2k: Nee.

F2l: Nee.

F2m: Nee.

F2P: Nee.

##### Focusgroep 3:

F3a: Ja, ik ben ooit al eens tijdens een schooluitstap gaan surfen. Ik kon dit helemaal niet, ik stond op die surfplank en viel direct om. Ik denk dat we te weinig informatie hebben gekregen hoe we dit moesten doen. Ze zeiden 'oké doe maar', maar ik had dit nog nooit gedaan.

F3b: Ik heb al eens gesurft op reis.

F3c: Op een kamp met vriendinnen, maar het was hier in België, dus we hadden niet zoveel golven en niet zo'n mooi weer.

F3d: Ik heb nog nooit gesurft, maar zou dit toch graag eens willen doen. Ik denk dat dit wel leuk is. In België misschien niet, door het weer, maar op vakantie zou ik dit eens willen doen.

F3e: Ik wil graag eens gaan surfen. Maar ik weet het niet, ik heb al gehoord dat dit gevaarlijk is. Toch wil ik het graag eens proberen, maar niet in België. In Bali of zo.

F3f: Nee, ik wil dat niet doen.

F3g: Ik zou dit ook graag eens doen, ik vind dat wel nog cool. Ik wil dit wel doen in een zee waarbij je onder je voeten kan kijken, want ik ben bang van vissen.

F3h: Dit lijkt me leuk om eens te doen, om het gewoon eens gedaan te hebben.

##### Focusgroep 4:

F4a: Ja.

F4b: Ja.

Focusgroep 5:

F5a: Nee.

F5b: Nee.

F5c: Nee.

F5d: Nee.

F5e: Nee.

Focusgroep 6:

F6a: Nee.

F6b: Nee.

F6c: Nee.

F6d: Nee.

F6e: Nee.

F6f: Nee, ook niet graag doen.

F6g: Graag, ik zou da wel doen.

F6h: Nee.

**VRAAG 2: Als jullie deze uitleg nu horen, zouden jullie hiervoor open staan?**

Focusgroep 1:

F1a: Ja eigenlijk wel.

F1b: Ja dat lijkt met leuk.

F1c: Ja het is met surfen en niet gewoon binnen.

F1d: Het is goed voor de sportieve kinderen, die hebben soms wel sport nodig. De kinderen kunnen indien nodig eens zwemmen.

F1e: Ik vind dat wel leuk, als je de hele tijd moet stilzitten in een witte kamer is dat wat saai.

F1f: Ik zou niet deelnemen, maar ik snap het concept. Het is goed voor jongeren met psychische problemen.

Focusgroep 2:

F2a: Ja omdat het mij wel leuk lijkt, het is op een speelse manier iets leren.

F2b: Ik zou daar ook voor openstaan omdat het iets avontuurlijk is waarbij je je gedachten kunt verzetten.

Focusgroep 3:

F3a: Ik sta open om alles te doen. Als dit helpt om je hoofd te legen, dan wil ik dit wel proberen.

F3b: Ik denk niet dat ik daar nood aan heb. Bijvoorbeeld mocht surfen niet direct lukken, zou ik mij daar heel de tijd op vast leggen dat het niet lukt. Ik denk dat dit voor mijn hoofd niet kalmerend zou zijn.

F3c: Ik ook een beetje zoals 'B'. Ik weet het niet. Ik denk dat praten met anderen meer gaat helpen dan surfen. Maar goed, dit is voor iedereen anders.

Focusgroep 4:

Niet van toepassing.

Focusgroep 5:

F5a: Nee.

F5b: Nee.

F5c: Nee.

F5d: Nee.

F5e: Nee.

Focusgroep 6:

F6a: Saai liever surfen en naar huis gaan eten en wassen.

F6b: Liever geen therapie en naar huis gaan.

F6c: Ja.

F6d: Ja ik wil dat doen.

F6e: Ja.

F6f: Ja.

F6g: Ja.

## Topic 2) Interesses

### **VRAAG 1: Welke buitenactiviteiten vinden jullie leuk?**

Focusgroep 1:

F1a: Op de trampoline springen.

F1b: Voetballen.

F1c: Lightsaber trainingen.

F1d: Als het mooi weer is skeeleren.

F1e: Zwemmen.

F1f: Springtouwen.

Focusgroep 2:

F2a: Zonnen als dit een activiteit is.

F2b: De KSA.

F2c: De Chiro.

F2d: Zwemmen.

F2e: Beachvolleybal.

F2f: Lopen.

F2g: Deadrides.

F2h: Tennis.

*Bijkomende vraag: welke activiteiten vinden jullie leuk bij jeugdbeweging?*

F2a: De parraproeven.

F2b: De doop.

F2c: Voetbal.

F2d: Waterspelletjes.

Focusgroep 3:

F3a: Zwemmen, hockey, tennis.

F3b: Fietsen.

F3c: Paintballen.

F3d: Rugby.

F3e: Wandelen, dansen.

F3f: Padellen.

F3g: Badminton.

F3h: Lopen.

F3i: Tussen vier vuren.

F3j: Voetballen.

Focusgroep 4 en 5:  
Niet van toepassing.

Focusgroep 6:

F6a: Schommelen, touwtje springen, trampoline en fietsen en rolschaatsen.

F6b: Schommelen, trampoline, step en fietsen.

F6c: Voetbal, tennissen, skaten, fietsen, free runnen.

F6d: Fietsen en steppen.

F6e: Voetbal.

F6g: Steppen, loopfiets, trampoline, schommelen, skaten en tennissen.

F6f: Dansen, basketten, springtouwen, stoep krijten en hoelahoepen en voetballen, tikkertje, verstoppertje en opruimen van takken, volleyballen en dierennestjes maken.

### **VRAAG 1A: Welke buitenactiviteiten bij de zee vinden jullie leuk?**

Focusgroep 1, 2, 3, 4:

Niet van toepassing.

Focusgroep 5:

F5a: Misschien een beetje zo ja, met muziek op het strand. Het is eerder de zee dat ons afschrikt, in helder water zou ik dit wel doen.

F5b: Op het strand zitten en rondkijken.

F5c: Zwemmen in de zee maar het moet warm zijn.

F5d: Beetje zonnebaden.

F5e: Gewoon een beetje voetballen.

Focusgroep 6:

F6a: Met het zand om zandkastelen te bouwen en een kasteel met een dam en dan maak ik een put en een streep die naar die dam gaat dat het water in de dam komt en als ik dan in het water ga dan spring ik graag over de golven.

F6b: Voetbal, volleybal en spelen in het zand, zwemmen met een vlieger spelen.

F6c: Soort van zwembad maken, put graven tot helemaal vanonderen en zo naar de zee scheppen en het water gaat er dan automatisch in, fietsen op een surfboard.

F6d: Kleine riviertjes en graven van een put naar het grote water en ik zwem en voetbal, volleybal, snel lopen omdat mijn zus ook wegloupt.

F6e: Putten maken met water.

F6f: Spelen en blijven slapen aan de zee.

F6g: Ik hou van volleyballen op het strand, diepe putten graven en zonnen, zwemmen en met mijn broers spelen, ik hou van gocarts en bouwen.

### **VRAAG 2: Welke binnen activiteiten vinden jullie leuk?**

Focusgroep 1:

F1a: Tv-kijken.

F1b: M-studio.

Focusgroep 2:

F2a: Theater.

F2b: Theater.

F2c: Volleybal.  
F2d: Sportschool.  
F2e: Gitaar.  
F2f: Rusten.

Focusgroep 3:

F3a: Tekenen.  
F3b: Slapen, knutselen.  
F3c: TV kijken.  
F3d: Dansen.  
F3e: Tiktokken.  
F3f: Gamen.  
F3g: Koken, bakken.  
F3h: Eten.  
F3i: Piano spelen.

Focusgroep 4:

F4a: Gamen en binnenfietsen, zo op de rollen.  
F4b: Gamen, schaken en karten.

Focusgroep 5:

F5a: Gewoon beetje chillen of zo. Ik ben meestal, zo ik teken. Leuke gezelschapsspellen.  
F5b: Voetbal.  
F5c: Gewoon spelletjes, als ik kamp geef werken we meestal met thema's. Maar ik geef niet altijd kamp. Wij werken een thema uit. Bv. een achtbaan voor de kleutertjes.

Focusgroep 6:

F6a: Loombandjes maken, tekenen/knutselen, roblox spelen.  
F6b: Op de tablet, knutselen, tekenen en in de Trompet in het poppenhuis en in de stoei en slijm maken en met de barbies spelen.  
F6c: Op de tablet op Roblox, minecraft op de tablet.  
F6d: De cinema gaan, spelen op de laptop, voetbaltafel, pingpong en wiskunde oefeningen maken en naar indoor gaan.  
F6e: Ik bouw graag en speel graag met mijn kat. Ik ga graag naar een indoor. Ik speel tafelfootbal. Ik rolschaats graag. Helpen koken. Plantjes water geven, tv kijken met mijn broers spelen.

**VRAAG 3: Hoe zouden we jullie kunnen blijven motiveren om deel te nemen aan de activiteiten?**

Focusgroep 1:

F1a: Vrienden meebrengen.  
F1b: Als er veel variatie is.  
F1c: Dat je kan kiezen tussen dingen, je kan ook eens met andere mensen iets doen waar je niet veel mee praat.  
F1d: Dat je een doel hebt waar je naar toewerkt.

Focusgroep 2:

F2a: Omdat het mij interesseert.  
F2b: Omdat het meestal in groep is.  
F2c: Misschien een keer iets nieuws proberen, iets georganiseerd.

F2d: Voor de tijd te doven als je niet weet wat je moet doen.  
F2e: Om nieuwe mensen te leren kennen.

Focusgroep 3:

F3a: Bij mij is het gewoon als ik het leuk vind. Als het mij interesseert ga ik naar daar gaan.  
F3b: Vrienden (*veel jongeren gingen hiermee akkoord*).  
F3c: Competitief.  
F3d: Omdat je het wil kunnen.  
F3e: Om eens iets nieuws te doen.  
F3f: Leeftijdsgenoten.  
F3g: Familie.

Focusgroep 4:

F4a: Lekker eten in het restaurant  
F4b: In het buitenland surfen, ja naar Frankrijk. In Parijs gaan surfen in de grachten daar.  
F4c: In een open zee gaan kajakken, met een boot gaan varen in Frankrijk of Engeland.

Focusgroep 5:

F5a: Misschien achteraf dan zeggen dat we een beetje vroeger stoppen, gewoon een keer vragen. Schermtijd werkt wel goed.  
F5b: Iets aan vast hangen, als je speelt dat je iets kunt winnen of zo.

Focusgroep 6:

F6a: Als er wordt gezegd dat ik onderaan mag slapen en ik mijn knuffels mee mag nemen. Als het ook een leuk kamp. Niet vroeg naar bed  
F6b: Dingen die me interesseren, zoals gamen, halve kilo spaghetti eten, om elf uur naar bed  
F6c: Als ik vanboven mag slapen in het stapelbed, als we leuke activiteiten doen, lekker eten, niet vroeg bed naar moeten  
F6d: Als we leuke activiteiten buiten doen en lekker eten zoals bqq  
F6e: Gsm meebrengen

**VRAAG 4: Nemen jullie nu al deel aan georganiseerde activiteiten buiten de school/verblijf?**

Focusgroep 1:

F1a: Ja M-studio.  
F1b: Dansen.  
F1c: Muziekschool.  
F1d: Tennis.  
F1e: Legobeurs.  
F1f: KSA.

Focusgroep 2:

F2a: Ja de Chiro.  
F2b: Dictie.  
F2c: Volleybalploeg.  
F2d: Dansen.  
F2e: Zwemmen in de zwemclub.  
F2f: Piano.

Focusgroep 3:

F3a: M-Studio (*alle jongeren gingen hiermee akkoord*).

F3b: Voetbal.

F3c: Scouts.

F3d: Chiro.

F3e: KSA.

F3f: Speelpleinwerking.

F3g: Sport.

F3h: Turnen.

F3i: Buitenspeeldagen.

Focusgroep 4:

F4a: Wat is dat? Ja, surfen en BMX.

F4b: Surfen. Naast het surfen wil ik American football spelen.

Focusgroep 5:

F5a: Ik dans.

F5b: Ik doe voetbal.

F5c: Ik doe ballet.

F5d: Rondwandelen.

F5e: Vroeger ging ik naar de fitness.

Focusgroep 6:

F6a: Zwemmen met school

F6b: Zwemmen met school

F6c: Ik turn elke week.

F6d: Ik voetbal en zwem met school.

F6e: Ik heb geen hobby's.

F6f: Ik ook niet.

**VRAAG 4a: Zo nee, welke moeilijkheden ervaren jullie om hieraan te kunnen deelnemen?**

Focusgroep 1:

F1a: Ik merk niet echt moeilijkheden op maar ben wel iets aan het zoeken.

F1b: Ja soms als je van jongs af aan start is het niet meer nieuw. Maar als je naar ergens nieuw gaat is dit soms wat moeilijke.

F1c: Meestal als ik een hobby doe stop ik daar mee na een jaar omdat ik het niet meer leuk vind. Het is belangrijk dat het leuk is.

F1d: In het middelbaar is het erg moeilijk om een nieuw activiteit te beginnen. Omdat je niemand kent.

F1e: Ik vind het moeilijk om ergens bij aan te sluiten omdat ik de groep niet ken.

F1f: Als je pas ergens bijkomt is dat soms wel moeilijk. Je moet op voorhand weten of je het lang gaat doen, ik vind het moeilijk. Ik voel dat ik bij theater op tijd ben bijgekomen.

F1g: Ik wou eerst trampoline doen, de training begon als theater begon. Maar nu heb ik daar toch vrienden kunnen maken. Je kunt wel vrienden maken bij een sport waar je niemand kent. Ik doe dit nu ook in de klas.

F1h: Soms als je naar een dansschool gaat, ga je daar naar toe omdat alles erg goed is.

Focusgroep 2:

F2a: Dat je dat liever alleen bent of moet starten.

F2b: Ja als ik nu nog een activiteit willen doen, iedereen is al in groep en zo, dan vind ik dat eng om daarbij te komen.

F2c: Soms weet ik niet of het mij ligt of zo, en dan betalen je ouders dat dan.

F2d: Als je bij een ploeg komt bij een nieuwe sport ben ik bang dat andere mensen dat wel al goed kunnen en dat jij gaat achter komen.

F2e: Bang zijn wat dat mensen van je zullen denken, je weet nooit dat ze commentaar gaan geven.

#### Focusgroep 3:

F3a: Nee (de meeste jongeren stemden hierin mee).

F3b: Als ik een vriendin heb niet. Als je het alleen moet doen, dan is dat super moeilijk. Omdat je dan denkt van 'oei'. Als je op een kamp gaat en je kent niemand, dan denk ik 'oei, wat denken die allemaal over mij' en 'hoe moet ik hier vrienden maken'. Bijvoorbeeld hier (M Studio) naar toe komen naar een kampje helemaal alleen? Sorry ik wist niet wat ik moest doen.

F3c: Ik vind dat dit vroeger vlotter ging dan nu (*veel jongeren stemden hierin mee*).

F3d: Vroeger had ik meer sociale skills.

F3e: Hoe ouder ik word, hoe minder en minder kampjes ik doe.

F3f: Het is toch moeilijk om heel de tijd sociaal te zijn.

#### Focusgroep 4:

F4a: Er zijn weinig mogelijkheden. Het is superduur. Mijn BMX kost al 300 euro in totaal.

F4b: Omdat het niet gratis is.

#### Focusgroep 5:

F5a: Ja euhm dat ik het soms moeilijk heb om in een grotere groep te zijn, ik moet iemand mee hebben waar ik me veilig voel. Dan bloei ik open in de groep.

F5b: Het is altijd gemakkelijker als je iemand kent dan als je helemaal alleen bent.

F5c: Ik vind het lastig als mijn team op trainingen niet serieus is, soms zegt mijn trainer iets en luistert niemand van de groep.

F5d: Bij mij is het vervoer naar de activiteit toe.

#### Focusgroep 6:

F6a: Mijn moeder zegt dat het soms te veel kost. Da kost driehonderd euro.

F6b: Ja

F6c: Mama zegt dat nooit voor mij want thuis klimmen kost geen geld. Ik heb daar geen zin.

F6d: Nee

F6e: Nooit

*Bijkomende vraag: "Kunnen jullie iets met de uitpassen doen?"*

F4a: Ja, maar dan moet je nog steeds betalen. Ik heb dat zelf bij mijn pas.

F4b: Ja ik heb dat. Je moet nog steeds iets betalen, maar wel veer minder.

## Topic 3) Kamp

### **VRAAG 1: Hoe zou een ideale kampdag er voor jullie uitzien?**

#### Focusgroep 1:

F1a: Met mijn vrienden.



F1b: Zo in de ochtend rustig kunnen opstaan en met je vrienden redelijk veel activiteiten kunnen doen.

F1c: Rustig wakker worden, eten en veel leuke activiteiten doen zoals zwemmen ofzo of andere dingen. Of een avondactiviteit. Niet om zeven uur opstaan, eerder laat om tien uur. Of een keer naar het buitenland gaan zonder je ouders.

F1d: Het is belangrijk dat het niet altijd in groepjes is of gekozen groepjes zijn. Je moet samen gaan met een gehele groep. Zo krijg je andere inzichten van bepaalde mensen in een groep.

F1e: Het is ook altijd leuk om zelf een activiteit te kiezen.

#### Focusgroep 2:

F2a: Wat later mogen opstaan, geen afwas en dan zo op uitstap gaan met je eigen groep. Bij ons is dat tweedaagse en daar doe je allemaal coole activiteiten waarvoor je hebt gespaard. En dan goed eten en laat in bed.

F2b: Niet zo wc's kuisen op kamp een doop enzo ik vind dat jammer dat dit maar één keer gebeurt. Want ik vind dat eigenlijk wel leuk. Er zijn geen grenzen en je mag alles vuilmaken en doen. En in de avond nog een feestje.

F2c: Ook een beetje hetzelfde en meer douchen.

F2d: Eigenlijk hetzelfde maar op het einde een kampvuur, een plek waar we allemaal samenzitten en dan gewoon kijken hoe dat het vuur fonkelt.

F2e: Op scoutskamp wassen we ons in de rivieren en dat vind ik wel tof met de vriendinnen.

F2f: Veel spelletjes doen met eten, ja met heel veel eten.

#### Focusgroep 3:

F3a: Uitslapen (*dit kwam meerdere keren terug*).

F3b: Wakker worden in de zon.

F3c: Goed ontbijten.

F3d: Een actieve namiddagactiviteit, zodat je een goede nachtrust hebt, zodat je vermoeid bent.

F3e: Rust in de ochtend.

F3f: Geen boterham eten als middagmaal. Ik haat dit echt.

F3g: 's avonds een avondactiviteit om de dag af te sluiten.

F3h: Een kampvuur 's avonds met marshmallows.

F3i: Geen saaie film 's avonds waarvan je in slaap valt.

F3j: Vrij geven.

F3k: Ik zou zeggen: keuze. Zodat je niet verplicht bent om naar iets te gaan dat je niet wil doen. Zodat je een keuze hebt in dat of dat. Bijvoorbeeld ik wil liever gaan fietsen dan gaan wandelen.

Dus eigenlijk meerdere activiteiten, waarbij je kan kiezen aan wat je zou deelnemen. Zodat je ervoor kunt gaan met volle enthousiasme en niet tegen je zin.

F3l: De namiddag vrij.

#### Focusgroep 4:

F4a: Leuke groep, buitenland Frankrijk ofzo dat is niet ver of Nederland, avontuurlijk, kamperen gewoon sowieso een keer in een tent slapen en dan moet er iemand wel met de auto voor alle kampeerspullen bijvoorbeeld en dan kan iemand in een beek ofzo gaan surfen of in een rivier en dan zo surfend naar een plaats gaan of suppen of kajakken, in het buitenland, Nederland is saai, Frankrijk is leuk man, Frankrijk heeft mooie stranden.

F4b: Lekker eten, buiten samen buiten ontbijten. Je staat op en gaat samen buiten ontbijten en dan ga je gewoon direct naar de zee. Daar doe je dan een opwarming ofzo zoals tikkertje ofzo en dan ga je eerst een keer in het water, gewoon een zwemmetje doen. Dan pak je je plank en ga je het water in en lekker gaan surfen en als je het beu bent kan je ook gewoon zwemmen in dat

water. Als je klaar bent met zwemmen dan kunnen we gewoon gaan barbecueën. Das ook heel leuk. Ja das wel gezellig. Euh, dan kunnen we samen gewoon een gezellige avond doen, een gezelschapsspelletje spelen ofz. Dat is het.

#### Focusgroep 5:

F5a: Ik zou zeggen met allemaal verschillende activiteiten en modderparcours, zo avontuurlijke dingen.

F5b: Gewoon zo rustig aan beginnen een beetje activiteiten en een film doen of zo en ja dan naar huis, maar niet blijven slapen.

F5c: Gewoon rustig, niet te veel actief. Een film kijken.

F5d: Dat er verschillende groepjes zijn met verschillende activiteiten en dan na een paar uur moet je dan doorschuiven zodanig dat je activiteiten hebt gedaan. Daarna een activiteit kiezen met de groep. De activiteit met de meeste stemmen doen we dan nog een keer.

F5e: Voor mij een hele dag voetbal. Maar bij warm weer zou ik eerder waterspellen doen.

Tijdens het eten mag je naar buiten of op de PlayStation spelen.

#### Focusgroep 6:

F6a: Leuke activiteiten in het bos, zwemmen en geen ruzies

F6b: Met L spelen, in tenten slapen en roblox spelen

F6c: In een camper slapen en leuke dingen doen en op een rustige plek

F6d: Iets heel leuks, springen op de bedden

F6e: Relaxen op je bed en een film te kijken met wat snacks

F6f: Leuk; zwemmen

### **VRAAG 2: Als jullie een kamp willen organiseren, hoe zouden jullie deze bekend maken?**

#### Focusgroep 1:

F1a: Een goeie website maken en veel op sociale media plaatsen, zoals TikTok, Instagram. Ik zie dit zelf veel via sociale media.

F1b: Gebruik maken van flyers of posters. Je kan dit ophangen bij mensen.

F1c: Of kleine flyers maken.

F1d: Op Instagram ga je rapper klikken op een bepaalde video van een kamp.

F1e: Mond aan mond reclame is erg belangrijk. Ik ben van sommige kampen te weten gekomen via mijn tante en zei vertelde het dan aan mijn moeder.

F1f: Mijn oma ziet veel in de krant en stuurt dit dan door naar mij of ze zegt dat is iets voor jou.

#### Focusgroep 2:

F2a: Online? Via een post Instagram of Facebook.

F2b: Flyers uitdelen.

C: Aan vrienden vertellen zodat zij dit ook kunnen vertellen aan hun kennissen.

D: Een beetje mond-aan-mond reclame maken bij iedereen. Reclame maken bij andere kampen.

#### Focusgroep 3:

F3a: Sociale media.

F3b: Instagram.

F3c: Flyers in de brievenbussen steken in de omgeving.

F3d: Naar scholen gaan.

F3e: Posters hangen langs de weg.

F3f: Naar influencers gaan.

- F3g: TikTok.
- F3h: Facebook voor de ouders.
- F3i: Reclamespot op TV.
- F3j: Pop-up reclames op de computer.

Focusgroep 4:  
Niet van toepassing.

Focusgroep 5:

- F5a: Ik zou het simpel maken, waar je heel film hebt in het kamp en een trailer maakt van de activiteiten.
- F5b: Ik zou vragen aan scholen of ze posters willen ophangen dan heb je daar meer publiek en sociale media.
- F5c: Ik denk ook sociale media.
- F5d: Flyers uitdelen en sociale media.
- F5e: Reclame door met te delen met iemand.

Focusgroep 6:

- F6a: Via twitter, snapchat, instagram, facebook
- F6b: Tiktok, instagram en facebook
- F6c: Facebook, flyers en nog keer vertellen op scholen als ze willen en als ze langskomen bij elke school en kijken of er kinderen willen en dan ga ik een briefje geven ja ik wil of ik wil niet
- F6d: Ik zou een super mooie flyer maken en aan mensen hun huis bellen en uitleg geven. Ik maak een XXXXL posters en ik ga vragen ana mensen dat ze ze willen ophangen.
- F6e: Flyers maken

### **VRAAG 3: Wat zouden jullie graag zelf koken op een kamp?**

Focusgroep 1:

- F1a: Typische hotdogs, spaghetti, frietjes.
- F1b: Een keer frietjes ofzo, iets wat ieder kind lust.
- F1c: Een taartje maken of een chocolade boterham of gewoon een keer een eitje.
- F1d: Iedere dag is het een ander land en dan doen we en keer American pancakes.
- F1e: Wij doen dat ook op kamp iedere dag is het iets anders.
- F1f: Soms ook eens boterham met choco, croque monsieur.
- F1g: Je hebt ook wel kinderen die lactose intolerant zijn en daar moet je ook rekening houden.

Focusgroep 2:

- F2a: Wraps met gehakt en groentjes en saus.
- F2b: Kip curry met rijst.
- F2c: Wentelteefjes.
- F2d: Macaroni.
- F2e: Frietjes met frikandel.
- F2f: Niet te veel groentjes.
- F2g: Pizza.

Focusgroep 3:

- F3a: Balletjes in tomatensaus.
- F3b: Simpele dingen.
- F3c: Belgische kost.

F3d: Spaghetti, fishsticks met spinazie en puree.  
F3e: WAP.  
F3f: Macaroni, ijs.  
F3g: Frieten met stoofvlees, biefstuk met frietjes.  
F3h: Zelf pizza maken, kroketten.  
F3i: Kip curry, croque monsieur.  
F3j: Wentelteefjes, poffertjes.  
F3k: Moelleux.  
F3l: Eitjes met spek.

#### Focusgroep 4:

F4a: Croque-monsieurs.  
F4b: Bokka maken, dat is tomatenroomsaus met kaas der in en een beetje spek en dezelfde pasta, lekker.  
F4c: Ik kan veel maken, maar gewoon makkelijk spaghetti bologanaise, das wel lekker.  
F4d: Hete bliksem; das aardappelpuree met appelmoes en gehakt allemaal in laagjes op elkaar, das lik een ovenschotel.

#### Focusgroep 5:

F5a: Ik zou dingen van thuis meenemen, frietjes, spaghetti.  
F5b: Spaghetti.  
F5c: Frietjes.  
F5d: Spaghetti.  
F5e: Pizza.

#### Focusgroep 6:

F6a: Pannenkoeken.  
F6b: Macaroni met kaas en ham en extra veel kaas met broccoli.  
F6c: Een heel groot desserts; ik kan niet kiezen.  
F6d: Een snoeptaart.  
F6e: Pudding.  
F6f: Macaroni met broccoli.

## Topic 4) Bekendmaking

### **VRAAG 1: Welke sociale kanalen gebruiken jullie het vaakst om te communiceren?**

#### Focusgroep 1:

F1a: Snapchat, TikTok, Instagram zo van die dingen.  
F1b: Snapchat en WhatsApp.  
F1c: Snapchat, TikTok, Instagram, Outlook.  
F1d: Snapchat, BrawlStars.

#### Focusgroep 2:

F2a: Snapchat.  
F2b: TikTok.  
F2c: Instagram.  
F2d: WhatsApp.  
F2e: Mesenger.

#### Focusgroep 3:

- F3a: Snapchat (elke jongere was hiermee akkoord).
- F3b: Instagram.
- F3c: TikTok.
- F3d: Whatsapp, eerder om naar ouderen te sturen of in de klasgroep.
- F3e: Bellen met de telefoon

#### Focusgroep 4:

- F4a: Tiktok, snapchat en als je veel geld hebt en de kans krijgt Instagram.
- F4b: Tinder en ik heb veel volgers op Tiktok dus ik kan wel een mooie sponsering maken.
- F4c: Arktos als die genoeg geld heeft.

#### Focusgroep 5:

- F5a: WhatsApp, Mesenger en Snapchat.
- F5b: Snapchat en WhatsApp.
- F5c: Snapchat en WhatsApp.
- F5d: Snapchat en WhatsApp.
- F5e: Snapchat, Instagram en TikTok.

#### Focusgroep 6:

- F6a: Gmail, Messenger, snapchat, discord.
- F6b: Snapchat en Instagram.
- F6c: Snapchat en Messenger.
- F6d: Snapchat, ik doet dat stiekem via mijn zus en ik stuur dingen die ze niet weet.
- F6e: WhatsApp en snapchat.
- F6e: Snapchat.

## Topic 5) Veiligheid

### **VRAAG 1: Wat hebben jullie nodig om jullie veilig te voelen in een groep?**

#### Focusgroep 1:

- F1a: Veel mensen en niet in het donker en volwassenen, mensen die je kent.
- F1b: Een klein groepje waar iedereen overeenkomt, ik denk ongeveer aan een vier-tal.
- F1c: Personen die je al kent en kan vertrouwen.
- F1d: Ook geen marginale mensen waarvan je weet die zouden wel durven.
- F1e: Een groep dat zo kijken naar interesses en wie het beste bij wie past.

#### Focusgroep 2:

- F2a: Iemand dat ik weet als er iets is dat ik terecht kan bij die persoon.
- F2b: Vertrouwen.
- F2c: De band dat je kan vormen met elkaar.
- F2d: Dat je jezelf kunt zijn.

#### Focusgroep 3:

- F3a: Vrienden.
- F3b: Mensen dat niet judgen.
- F3c: Screening.
- F3d: Screening van de mensen die zich inschrijven om zo groepen samen te stellen van mensen die dezelfde interesses hebben.
- F3e: Een monitor of iemand die begeleid die ervaring heeft.

F3f: Een begeleider die niet te heftig is, anders zou ik mij teruggetrokken voelen.

F3g: Geen begeleiders die het enkel doen voor het geld.

F3h: Een monitor die jong is of jong uitstraalt.

F3i: Een begeleider die zelf ook enthousiasme uitstraalt.

#### Focusgroep 4:

F4a: Lekker eten, veel jongens en niet veel meisjes, meisjes zijn onbetrouwbaar, het zijn maar rare wezens, dat is een algemene feit meisjes komen van mars.

F4b: Vertrouwen, eerlijkheid en liefdadigheid en geduldig zijn en zorgend, ik denk dat geen enkel meisje inschrijft omdat ze bang zijn dat het allemaal jongens zijn.

F4c: Respect

#### Focusgroep 5:

F5a: Misschien zo over de middag zo me-time en zo ook rond 10u en 18u gewoon 10 minuten een keer rusten zo alleen.

F5b: Als je in een nieuwe groep zit niet altijd in dezelfde deelgroepen zitten zodanig dat je anderen leert kennen.

F5c: De groep moet wat rustig kunnen zijn.

F5d: Iedereen leren kennen allemaal in een cirkels staan. Om de beurt stel je een vraag en als je die kan beantwoorden ga je naar het midden gaan staan.

F5e: Ik zou gewoon kennismakingsspelletjes doen. Aan elkaar vragen wat je hebt gedaan.

#### Focusgroep 6:

F6a: Knuffels want dan voel ik me veilig, niet wordt uitgelachen en niet uitgesloten

F6b: Jouw groot knuffelbeer of Angel knuffel

F6c: Knuffel

F6d: Een camera en knuffels

F6e: Dat we niet worden uitgelachen en dat je de omgeving kent

F6f: Altijd voel ik me goed

### **VRAAG 2: Vinden jullie het moeilijk om je open te stellen voor een nieuwe groep?**

#### Focusgroep 1:

Niet van toepassing

#### Focusgroep 2:

F2a: Ja ik vond dat redelijk moeilijk, maar hier viel dat allemaal wel mee.

F2b: Ja als je in een groep komt of zo, dan vertel je eerst je naam en dan wacht ik de reacties af van anderen.

F2c: Ja ik heb het daar wel moeilijk mee, omdat ik niet weet hoe ik mij moet voordoen.

Misschien krijg ik dan een foute reactie of zo of krijg ik daar commentaar op.

F2d: .... Zei als dat ze altijd wel commentaar gaan hebben, maar zo soms ben ik bang om dingen fout te doen en dat ze commentaar gaan geven. Dus daarom doe je jezelf anders voor dan je eigenlijk echt bent om commentaar te vermijden.

F2e: Het is soms ook moeilijk als er geen toffe groep is.

#### Focusgroep 3:

F3a: Het is te zien hoe die mensen zijn, de eerste indruk, als je u al direct goed voelt bij die mensen dan ga ik mij sneller openstellen, dan bij mensen waarbij ik denk 'nee'.

F3b: Ik vind het juist moeilijker om je open te stellen. Het is een beetje zoals 'A' zei, omdat je niet weet die persoon is en inderdaad als die een toffe vibe weergeven ga je gemakkelijker ook socialer gaan zijn. Het hangt echt af van de mensen.

F3c: Ik zou eerst wat ontmoetingsspelletjes doen, zodat iedereen er wat inzit (hier waren veel jongeren niet mee akkoord).

F3d: Ik vind een ontmoetingsspel veel te geforceerd.

F3e: Ik denk dat dit wel kan werken als je het super creatief aanpakt.

F3f: Een origineel kennismakingsspel.

#### Focusgroep 4:

F4a: Neen, helemaal niet, ik ben al helemaal opengesteld.

F4b: Neen, als er mensen zijn die ik al ken niet, als ik nu een of twee personen ken dan ja boei.

F4c: Als ik mensen nog nooit gezien heb, natuurlijk hoor.

#### Focusgroep 5:

F5a: Ik wel, ik ben meer zo, niet zo ik ga niet rap aansluiten. Ik wacht eerst veilig af. Maar tijdens de dansshow was dat beter. Het moet precies in de flow zitten, niet geforceerd ik heb een positieve sfeer nodig. Ik zou wel graag zelf naar hun gaan. Als je een vriendin meehebt gaat dit makkelijker.

F5b: Het is te zien als er al groepen zijn gemaakt dan is dat makkelijker. Maar als je zelf toegewezen bent ga ik wat eerder afwachten.

F5c: Ik ben heel erg.

F5d: Het is te zien welke situatie, ik ben niet iemand die altijd de eerste stap zet.

F5e: Ik ben meestal verlegen maar het is te zien wanneer. Ik ga eerst de groep observeren. Als de groep anders is dan mij dan doe ik dit minder.

#### Focusgroep 6:

Niet van toepassing.

### **VRAAG 2a: Wat heb je nodig?**

#### Focusgroep 1:

F1a: Ja omdat je mensen wel kunt leren kennen maar soms moet je te veel babbelen.

F1b: Vroeger vond ik dat moeilijk, ik vind dat iedereen wat harder tegen elkaar aan het worden is. Ik moet zeker weten of het een goeie groep is.

F1c: Zelfvertrouwen is belangrijk.

F1d: Je moet mensen hebben waar je goed mee overeenkomt, want iedereen is veel harder voor elkaar aan het worden.

F1e: Ik vind dat niet zo erg maar heb even wat tijd nodig om te wennen.

F1f: Zo bij toneel is het heel raar om van groep te wisselen. Ik vind dat heel jammer en vervelend.

F1g: Als je niemand kent maar komt er een beetje mee overeen ben ik bang dat ze gaan roddelen.

#### Focusgroep 2:

F2a: Minstens één zelfde interesse.

F2b: Dat ze je echt betrekken en je je op je gemak laat voelen.

F2c: Dat ze je je op je gemak laten voelen en dat het gevoel dat het oké is om alles te doen en dat ze het niet erg vinden.

F2d: Iedereen die een beetje op hetzelfde niveau zit. Hier bij theater kan iedereen zot doen of zijn.

F2e: Vragen of er iets is als ze zien als er iets is.

F2f: Als je nieuw bent en dan gaan ze naar jou en vragen ze je interesses en vragen achter je hobby, als ze interesse tonen is dat wel erg leuk.

F2e: Soms moeten ze je echt betrekken en zelf je best doen om deel te nemen aan de groep.

#### Focusgroep 3:

F3a: Alcohol.

F3b: Vrienden.

F3c: Het is belangrijk hoe de mensen zijn.

F3d: Als je alleen bent en er is een volledige bende die elkaar al kennen, dan is dit moeilijk om daarbij te komen (veel jongeren waren hiermee akkoord).

#### Focusgroep 4:

F4a: Uitleg van hun, groepsverband.

F4b: Activiteiten samendoen dan gaat dat gewoon rapper komen.

F4c: Gewoon communicatie stellen en samen een band vormen als jullie verbinding gaan doen, bv. een escaperoom of een dropp off.

#### Focusgroep 5:

Niet van toepassing

#### Focusgroep 6:

F6a: Zelfvertrouwen, mij aanmoedigen.

F6b: Dat ze zichzelf voorstellen en dat ze soort van tonen waar het is en wie ze zijn.

F6c: Vragen hoe ze noemen en tegen jou praten.

F6d: Dat ze eerst zeggen wie ze zijn.

F6e: Aandacht krijgen.

## Slot

### **Zijn er nog bepaald zaken dat jullie kwijt willen over dit onderwerp?**

#### Focusgroep 1:

F1a: Gaan jullie een kamp maken?

#### Focusgroep 2:

Niet van toepassing?

#### Focusgroep 3:

Niet van toepassing

#### Focusgroep 4:

F4a: Neen

F4b: Welk onderwerp? Hoger budget vragen, jetski en een deftige tv

F4c: Hoger budget en meer mensen

#### Focusgroep 5:

F5a: Ik ben wel van het gedacht dat ik wil proberen. Ik zou een maximumgroep willen van 20.

F5b: Subben heb ik al gedaan, als het niet in de zee is ga ik wel surfen omdat ik weet dat je ergens kunt stoppen. Je bent omringd.

F5c: Maximum 20 minimum 10



Focusgroep 6:

F6A: Nee

F6B: Ja waar kan ik dat doen

F6C: Nee

# Interviewschema organisaties (partners)

Dag, wij zijn acht studenten van het sociaal-agogisch werk te VIVES Kortrijk. Wij voeren een kleinschalig onderzoek naar surftherapie voor jongeren en kansengroepen. Onze onderzoeksvraag luidt als volgt: 'Hoe kan je surftherapie voor kansarme jongeren aan de hand van een kamp vormgeven en promoten?' Bijkomend vroegen wij ons af of we dit interview mogen opnemen voor de transcriptie? Wij willen u alvast bedanken voor uw medewerking, uw antwoorden zijn erg relevant omwille van uw expertise en functie. Alles wat hier wordt gezegd zal vertrouwelijk en in kader van dit onderzoek verwerkt worden.

Naam respondent:

Functie respondent:

Organisatie:

## **Inleiding**

VRAAG 1: Wat houdt uw functie of organisatie in?

VRAAG 2: Wat maakt uw functie interessant?

## **Topic 1) Surftherapie**

VRAAG 1: In welke mate bent u bekend met surftherapie?

VRAAG 1A: Zo ja, wat weet u erover? Waarvan kent u het?

VRAAG 2: Op welke manier zou u een surftherapie kamp promoten bij jongeren of kansarme jongeren?

VRAAG 3: In hoeverre heeft u tips om jongeren of kansarme jongeren te bereiken omtrent surftherapie?

## **Topic 2) Jongeren in groepscontext**

VRAAG 1: Hoe gedragen jongeren zich in een groepscontext volgens u?

VRAAG 2: Welke uitdagingen ervaart u met de doelgroep (kans)arme jongeren?

VRAAG 3: Welke positieve ervaringen bleven je bij, deze doelgroep?

VRAAG 4: Op welke manier motiveert u jongeren om te participeren bij bepaalde activiteiten?

VRAAG 5: Zijn er jongeren binnen uw organisatie die eventueel interesse hebben in een surfkamp?

VRAAG 6: Heeft u al weerstand ervaren van jongeren of ouders bij bepaalde activiteiten?

VRAAG 6A: Zo ja, hoe ging dit?

VRAAG 7: Welke zaken hebben een positief effect op de cohesie binnen en groep jongeren? (bv. samen koken)

VRAAG 8: Hoe creëren jullie een veilig omgeving voor de jongeren?

## **Topic 3) Organisatorische factoren**

VRAAG 1: Welke tips geef je ons mee om goed te kunnen communiceren met de jongeren?

VRAAG 2: Hebben jullie financiële bronnen zoals, sponsors of subsidies waar jullie gebruik van maken?

VRAAG 2A: Zo ja, welke financiële bronnen? Hoe contacteer je deze bronnen?

VRAAG 3: Merken jullie bij deze jongeren moeilijkheden op m.b.t. mobiliteit? (pendelen, ergens geraken)

VRAAG 4: In welke mate maken jullie gebruik van maatschappelijke hulpbronnen? (voedselbanken, kringloopwinkel, vzw's, etc..)

**Slot**

Zijn er nog bepaald zaken dat u kwijt wilt over dit onderwerp?

Heeft u enkele tips voor dit interview of ziet u mogelijke verbeterpunten?

Dan willen wij u alvast bedanken voor uw tijd, interesse en expertise inzake dit onderwerp. Alle informatie zal vertrouwelijk en in kader van dit onderzoek verwerkt worden.

# Interviewschema surfclubs

Dag, wij zijn acht studenten van het sociaal-agogisch werk te VIVES Kortrijk. Wij voeren een kleinschalig onderzoek naar surftherapie voor jongeren en kansengroepen. Onze onderzoeksvraag luidt als volgt: 'Hoe kan je surftherapie voor kansarme jongeren aan de hand van een kamp vormgeven en promoten?' Bijkomend vroegen wij ons af of we dit interview mogen opnemen voor de transcriptie? Wij willen u alvast bedanken voor uw medewerking, uw antwoorden zijn erg relevant omwille van uw expertise en functie. Alles wat hier wordt gezegd zal vertrouwelijk en in kader van dit onderzoek verwerkt worden.

Naam respondent:

Functie respondent:

Organisatie:

## **Inleiding**

VRAAG 1: Wat houdt uw functie of organisatie in?

VRAAG 2: Wat maakt uw functie interessant?

## **Topic 1) Surftherapie**

VRAAG 1: Zijn jullie al bekend met vzw Monstergolf?

VRAAG 1a: Hebben jullie zelf al dergelijke surftherapie aangeboden?

VRAAG 2: Hoe promoten jullie jezelf?

VRAAG 3: Welk aanbod hebben jullie in de winter?

## **Topic 2) Doelgroep**

VRAAG 1: Met welke doelgroepen krijgen jullie te maken?

VRAAG 2: Welke uitdagingen hebben jullie met bepaalde doelgroepen?

VRAAG 3: Hoe blijven jullie de jongeren motiveren?

### **Topic 3) Organisatorische factoren**

VRAAG 1: Organiseren jullie al kampen?

VRAAG 1a: Hoeveel dagen?

VRAAG 1b: Welk kostenplaatje?

VRAAG 1c: Welke uitdagingen zijn er?

VRAAG 1d: Hoe maken jullie het bekend?

VRAAG 2: Maken jullie gebruik van financiële bronnen, zoals sponsors, subsidies ... ?

VRAAG 3: Maken jullie gebruik van een draaiboek?

VRAAG 3a: Wat is belangrijk om hierin te vermelden?

### **Slot**

Zijn er nog bepaald zaken dat u kwijt wilt over dit onderwerp?

Heeft u enkele tips voor dit interview of ziet u mogelijke verbeterpunten?

Dan willen wij u alvast bedanken voor uw tijd, interesse en expertise inzake dit onderwerp. Alle

## Bibliografie

- Aanstokerij. (2023). *Materialenpakket: Kwinkslag, een spel over omgaan met verschillen*. Vlaanderen. <https://www.opgroeien.be/kennis/toolbox/materialenpakket-kwinkslag-een-spel-over-omgaan-met-verschillen>
- Admin. (2024, januari). *Wat is het Rots en Water programma? - Rots & Water*. Rots & Water. <https://www.rotsenwater.nl/algemeen/wat-is-het-rots-en-water-programma/>
- ArmenTeKort vzw (2023, oktober). *Wat is kansarmoede?* ArmenTeKort vzw. <https://www.amentekort.be/blog/wat-is-kansarmoede/#:~:text=Het%20cruciale%20verschil%20tussen%20armoede,culturele%20educatieve%20en%20maatschappelijke%20vlakken>
- Bakker, R., & Aalbers, M. (2017, augustus). *Alles over de buurtsportcoachregeling*. Alles Over Sport. <https://www.allesoversport.nl/thema/beleid/alles-over-de-buurtsportcoachregeling/#:~:text=Buurtsportcoaches%20hebben%20de%20taak%20om,%20jeugdzorg%20kinderopvang%20en%20onderwijs>.
- Bil, P. de & Bil, M. de (2013). *Praktijkgerichte ontwikkelingspsychologie. Van wieg tot hangplek: de ontwikkeling van 0- tot 18-jarigen*. Amsterdam, Uitgeverij Boom Nelissen.
- Bodyscan voor kinderen*. (2017). [Video]. Youtube. <https://www.youtube.com/watch?v=h4F6MtTCwdw&t=377s>
- Borgmans, C., De Chaffoy, J., De geest, R. & Magnus, K. (z.d). *De impact van jeugdwerk in Mechelen*. (pp. 1–17). Karavaan. <https://irp.cdn-website.com/d2f7fb8a/files/uploaded/De%20impact%20van%20jeugdwerk%20JvA%203.0%20rapport.pdf>
- Bruyninckx, D. (z.d.). *Geestig gezond sporten* (pp. 14-15). Geestig Gezond Sporten. <https://view.publitas.com/geestiggezondsporten/geestig-gezond-sporten/page/14-15>
- Bruyninckx, D. (z.d.). *Geestig gezond sporten* (pp. 34-35). Geestig Gezond Sporten. <https://view.publitas.com/geestiggezondsporten/geestig-gezond-sporten/page/34-35>
- Bruyninckx, D. (z.d.). *Geestig gezond sporten* (pp. 36-37). Geestig Gezond Sporten. <https://view.publitas.com/geestiggezondsporten/geestig-gezond-sporten/page/36-37>
- Carpentier, M., Sempels, Y. & Desmedt, E. (2022, oktober). *Learnings uit tien coronaprojecten 'outrachend bereiken van gezinnen in armoede'*. Kinderarmoede fons. <https://media.kbs->

[frb.be/nl/media/10006/NL\\_KAF\\_Outreachend%20bereiken%20van%20gezinnen%20in%20armoede](https://frb.be/nl/media/10006/NL_KAF_Outreachend%20bereiken%20van%20gezinnen%20in%20armoede)

- CGG. (2021). Vlaanderen investeert fors in geestelijke gezondheidszorg. <https://www.centrageestelijkegezondheidszorg.be/nieuws/vlaanderen-investeert-fors-geestelijke-gezondheidszorg-0>
- CJG Leiden. (z.d.). *Opvoeden en opgroeien: Archief | Migratie/Puber/Ontwikkeling/Sociaal-emotionele ontwikkeling/Sociale vaardigheden*. <https://www.cjgleiden.nl/pagina/puber/ontwikkeling/sociaal-emotionele-ontwikkeling/sociale-vaardigheden/566704#:~:text=Vaardigheden%20ontwikkelen&text=Je%20puber%20wil%20dat%20anderen,stuk%20zekerder%20van%20zichzelf%20voelen>
- De Aanstokerij. (z.d.). *De gelukzoekers*. <https://shop.aanstokerij.be/58-de-gelukzoekers.html>
- De Aanstokerij. (z.d.). *Het originele babbelspel*. <https://shop.aanstokerij.be/159-het-originele-babbelspel.html>
- De Ambrassade. (z.d.). *#Jeugdwerkwerkt, vandaag en in de toekomst*. <https://ambrassade.be/nl/kennis/artikel/jeugdwerkwerkt-vandaag-en-in-de-toekomst>
- De Ambrassade. (z.d.). *Drempels verlagen*. <https://ambrassade.be/nl/toolbox-diversiteit/laagdrempelig-jeugdwerk/drempels-verlagen>
- De Ambrassade. (z.d.). *Good practices: mentaal welzijn bij kinderen en jongeren*. <https://ambrassade.be/nl/kennis/artikel/good-practices-mentaal-welzijn-bij-kinderen-en-jongeren>
- De Ambrassade. (z.d.). *Wat is jeugdwerk?* <https://ambrassade.be/nl/basiswerk-jeugdwerk/landschap/wat-is-jeugdwerk>
- De bijdrage van jeugdwerk tot de preventie van marginalisering en gewelddadige radicalisering. (2017). [Book]. In departement Cultuur, Jeugd en Media (Ed.), & team Vertalingen van de Vlaamse overheid (Trans.), EU-werkplan voor jeugdzaken voor 2016-2018 (pp. 5–48). Bureau voor publicaties van de Europese Unie. <https://doi.org/10.2766/154599>
- De Cocon Jeugdhulp aan huis. (z.d.). *Emancipatorisch en netwerkgericht werken*. De Cocon. <https://decocon.be/emancipatorisch-en-netwerkgericht-werken#:~:text='Emancipatorisch%20werken'%20betekent%20dat%20onze,tot%20een%20minimum%20herleid%20wordt>
- Denuwelaere, M. (2024). Groen en risicovol spel [Presentatieslides; Powerpoint].
- Dewulf, L., & Beschuyt, P. (2012). *Ik kies voor mijn talent: Toolbox voor jong talent*. Boeken Balie. <https://boekenbalie.nl/ik-kies-voor-mijn->



[talent/9789401403191?channable=414ca069640034393133303131393395&utm\\_campaign=channable&utm\\_content=studie+en+cursus&utm\\_source=Merchant+Center&utm\\_medium=referral&utm\\_term=Ik+kies+voor+mijn+talent&gad\\_source=1&gclid=CjwKCAjwouexBhAuEiwAtW\\_Zx\\_f6y0\\_kp\\_9m6ZoHVPIG\\_7zNQyn\\_eFtPCBUMJy3dL\\_hjlp7lLtS7Y7hoCyP?cQAvD\\_BwE](https://www.dms-educatief.eu/thema/de-multiculturele-samenleving)

DMS educatief lesmateriaal. (2024). *De multiculturele samenleving*. DMS Educatief Lesmateriaal. <https://www.dms-educatief.eu/thema/de-multiculturele-samenleving>

Donker, M. (z.d.). *Seksuele ontwikkeling van pubers*. Nji. <https://www.nji.nl/seksualiteit-en-gender/seksuele-ontwikkeling-van-pubers#seksuele-ontwikkeling-tussen-12-en-18-jaar>

*Door het lint*. (z.d.). Vonkenvisie. <https://www.vonkenvisie.be/aanbod/onderwijs/door-het-lint>

Dumon, E., Vanleirberghe, K. & Stessens, M. (2009). *Bank vooruit! Op naar een holebivriendelijke school*. Çavaria. [https://www.schooluitdekast.be/sites/default/files/methodiek/bijlage/bankvooruitfinaal\\_0.pdf](https://www.schooluitdekast.be/sites/default/files/methodiek/bijlage/bankvooruitfinaal_0.pdf)

Dunne, A., Ulicna, D., Murphy, I., Golubeva, M., & ICF GHK. (2014). Working with young people: The value of youth work in the European Union (European Commission, Ed.). [https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/study/youth-work-report\\_en.pdf](https://ec.europa.eu/assets/eac/youth/library/study/youth-work-report_en.pdf)

Ende, M. & Hoogendoorn, D. (z.d.). *Complimentenkaarten uit het complimentenspel*. Complimentenspel. [Complimenten-toolkit-complimentenkaartjes\(1\).pdf \(kuleuven.be\)](https://www.kuleuven.be/complimentenspel/complimenten-toolkit-complimentenkaartjes(1).pdf)

Factor-E (z.d.). Werkmodel Kohlberg, morele ontwikkeling. Verkregen op 16 juli 2015, van <http://www.factor.nl/saw/images/stories/Mondriaan/Werkmodellen/Cursus/Kohlberg%20Morele%20ontwikkeling.pdf>

Formaat vzw. (2023). Drempels onderweg naar meer en sterker open jeugdwerk: 5 sleutels tot succes. In S. Belmans, Formaat. [https://formaat.be/uploads/publications/Drempels\\_folder.pdf](https://formaat.be/uploads/publications/Drempels_folder.pdf)

G-sport Vlaanderen. (z.d.). *Onderzoek en G-sport*. <https://www.gsportvlaanderen.be/onderzoek-en-G-sport#:~:text=De%20positieve%20effecten%20van%20sport%20en%20beweegen,-Rond%20de%20positieve&text=Zo%20heeft%20onderzoek%20reeds%20aange-toond,zelfbeeld%20en%20voor%20meer%20voldoening>

G-sport Vlaanderen. (z.d.). *Wat is G-sport?* <https://www.gsportvlaanderen.be/wat-is-G-sport>

- Gemeente Weert. (2020). *Armoedebeleid*.  
<https://www.weert.nl/Downloads/Armoedebeleid/Armoedebeleid%202021-2024.pdf>
- Gerrickens, P., Verstege, M & van Dun, Z. (2017). *Speelwijze waarden- en normenspel*.  
 Gerrickens. [Speelwijze-Waarden--en-Normenspel-8-2017.pdf](https://www.dagelijksleren.be/Speelwijze-Waarden--en-Normenspel-8-2017.pdf)  
 (dagelijksleren.be)
- Gerrickens, P., Verstege, M., Kunen, J. & Willemse, G. (z.d.) *Eigen Wijsheden spel*.  
 CREATE Depuydt & Partners.  
[SPEELWIJZE\\_EigenWijshedenSpel\\_downloadversie.pdf](https://www.createpartners.com/SPEELWIJZE_EigenWijshedenSpel_downloadversie.pdf) (createpartners.com)
- Gevaert, L. (2018b). *Samenwerken met kansarme gezinnen rond psychosociale problemen, een kwalitatief onderzoek bij de CLB medewerkers in Ronse*. [Master na masterproef, Universiteit Brussel].  
[https://www.vwvj.be/sites/default/files/import/manama\\_jeugdgezondheidszorg\\_kansarmoede\\_-\\_linde\\_gevaert.pdf](https://www.vwvj.be/sites/default/files/import/manama_jeugdgezondheidszorg_kansarmoede_-_linde_gevaert.pdf)
- Gezond Leven. (z.d.). *(Positieve) geestelijke gezondheid: cijfers*.  
<https://www.gezondleven.be/themas/mentaal-welbevinden/cijfers#:~:text=Ongeveer%20700.000%20Vlamingen%20kampen%20met,in%20zijn%20of%20haar%20levensloop>
- Gezond Leven. (z.d.). *Geluksdriehoek*. <https://www.gezondleven.be/themas/mentaal-welbevinden/geluksdriehoek>
- Gezond Leven. (z.d.). *Voedingsadvies voor jongeren*.  
<https://www.gezondleven.be/themas/voeding/voedingsadvies-op-maat/levensfase/voedingsadvies-voor-jongeren>
- Gezond Leven. (z.d.). *Wat en hoeveel eten jongeren tussen 12 en 18 jaar het best?*  
<https://www.gezondleven.be/themas/voeding/voedingsadvies-op-maat/levensfase/voedingsadvies-voor-jongeren/wat-en-hoeveel-eten-jongeren-tussen-12-en-18-jaar-het-best>
- Gezond Leven. (z.d.). *Wat is voedselongelijkheid?*  
<https://www.gezondleven.be/themas/voeding/voedselongelijkheid/wat-is-voedselongelijkheid#schaarste>
- Gielis, S. (2020, juni). *Mijn hoofd is lava!* Zitdazo.  
<https://www.zitdazo.be/mijnhoofdislava>
- Hbscbelgium. (2023, 23 mei). *Vlaamse jongeren rapporteren meer seksueel grensoverschrijdend gedrag*. HBSO Vlaanderen (Jongeren en Gezondheid).  
<https://www.jongeren-en-gezondheid.ugent.be/2023/05/23/vlaamse-jongeren-rapporteren-meer-seksueel-grensoverschrijdend->



- JWVA. (2021). *De 7 B's van toegankelijke jeugdwerking*. Vlaanderen. [https://www.uitdemarge.be/wp-content/uploads/2021/04/7Bs-toegankelijk-jeugdwerk\\_JwVA.pdf](https://www.uitdemarge.be/wp-content/uploads/2021/04/7Bs-toegankelijk-jeugdwerk_JwVA.pdf)
- K., Dierckens, M. & Deforche B. (2023). Studie Jongeren en Gezondheid, Mentaal, sociaal en fysiek welzijn [Factsheet]. [https://www.jongeren-en-gezondheid.ugent.be/wordpress/wp-content/uploads/2023/08/3\\_Factsheet\\_MentaalSociaalFysiekWelzijn.pdf](https://www.jongeren-en-gezondheid.ugent.be/wordpress/wp-content/uploads/2023/08/3_Factsheet_MentaalSociaalFysiekWelzijn.pdf)
- Kaptein, M. (2018, 11 december). *Weerbaarheid*. De Psycholoog. <https://www.depsycholoog.nl/weerbaarheidstraining/>
- Kieckens, L. (2006). Jeugdwerk vanuit het perspectief van ouders die in armoede leven. In F. Coussée, Universiteit Gent. [https://demos.be/sites/default/files/jeugdwerk\\_vanuit\\_het\\_perspectief\\_van\\_ouders\\_die\\_in\\_armoede\\_leven.pdf](https://demos.be/sites/default/files/jeugdwerk_vanuit_het_perspectief_van_ouders_die_in_armoede_leven.pdf)
- Kind en gezin. (2021, 18 juni). *Gelukkig zijn*. Vlaanderen. <https://www.kindengezin.be/nl/thema/ontwikkeling-en-gedrag/sociale-en-emotionele-ontwikkeling/gelukkig-zijn>
- Komaf. (2024, maart). *Armoedebaarometer 2024*. Decenniumdoelen. [https://www.komafmetarmoede.be/wp-content/uploads/2024/03/Armoedebaarometer\\_DCD\\_2024\\_07032024-1.pdf](https://www.komafmetarmoede.be/wp-content/uploads/2024/03/Armoedebaarometer_DCD_2024_07032024-1.pdf)
- Komaf. (z.d.). *Kinderen en jongeren in armoede vandaag zijn de ouders in armoede van morgen*. <https://komaf.be/nl/themas/artikel/kinderen-en-jongeren-in-armoede-vandaag-zijn-de-ouders-in-armoede-van-morgen>
- Latré, L (2024). *Tool een cirkel vol gevoelens*
- Latré, L (2024). *Tool Positief Roddelen*
- Latré, L. (2024). *Tools Kinderen Emoties* [Presentatieslides; Powerpoint].
- Lievens. (n.d.). *Drempels - Synthese eindrapport Blind Date*. <https://www.speelplein.net/Download/INC-synthese%20blind%20date.pdf>
- Lisbeth Latré. (2024, March). PPT Rots en water [Slide show; Powerpoint]. [www.rotsenwater.nl](http://www.rotsenwater.nl).
- Liv. (n.d.). *Hoe ga je om met emotieregulatie bij jongeren?* <https://www.mijnliv.nl/artikelen/hoe-ga-je-om-met-emotieregulatie-bij-jongeren>
- MIND. (z.d.). *Bewegen en mentale gezondheid*. Wij Zijn MIND. <https://wijzijnmind.nl/psychische-klachten/psychipedia/bewegen-en-mentale-gezondheid>
- Moerman, E. (2024, maart). Integratie en inclusie G-sport blijven toenemen: stijging van 13% in 2023. *G-sport Vlaanderen*. <https://www.gsportvlaanderen.be/nieuws/integratie-en-inclusie-G-sport-blijven-toenemen-stijging-van-13-in-2023>

- Nederlands Jeugdinstituut. (z.d.). *Puber | Vriendschap: vrienden steeds belangrijker* <https://www.nji.nl/ontwikkeling/vriendschappen-en-leeftijdsgenoten>
- Nederlands Jeugdinstituut. (z.d.). *Vrije tijd en de ontwikkeling* <https://www.nji.nl/vrije-tijd/vrije-tijd-en-de-ontwikkeling#:~:text=Bij%20georganiseerde%20vrijtijdsbesteding%20ontmoet%20kinderen,zijn%20en%20krijgen%20meer%20zelfvertrouwen.>
- Nice. (z.d.). *De voordelen van seizoensgroenten en -fruit.* <https://www.nice-info.be/voedingsmiddelen/groenten-en-fruit/seizoensgroenten-en-fruit>
- Nice. (z.d.). *Voedingspatroon jongeren is zorgwekkend.* <https://www.nice-info.be/per-leeftijd/voeding-bij-adolescenten/voedingspatroon-jongeren-zorgwekkend>
- Nji. (z.d.). *Puber | De puberteit: volwassen worden.* <https://www.nji.nl/ontwikkeling/de-puberteit>
- Normen en waarden. (2023). *Normen en waarden.* Normen en Waarden. <https://www.normenenwaarden.org/>
- Odisee kenniscentrum hoger instituut voor gezinswetenschappen. (n.d.). *Pubers en adolescenten. Gids Voor Gezinnen.* <https://www.gidsvoorgezinnen.be/ontwikkeling-van-kinderen/de-ontwikkeling-van-kinderen-2/pubers-en-adolescenten-2>
- Ofman, D., & Heemeijer, A. (2009). *Stel je eens voor: Het grote kernkwaliteitenspel.* Utrecht: Kosmos. [https://budef.mil.be/index.php?lvl=notice\\_display&id=242848](https://budef.mil.be/index.php?lvl=notice_display&id=242848)
- Ondersteuningsaanbod outreachend werken. (z.d.). CAW. Geraadpleegd op 29 april 2022, van <https://www.caw.be/hoe-wij-helpen/preventie/ondersteuningsaanbod-outreachend-werken/#:~:text=De%20term%20outreachend%20werken%20duidt,de%20verbetering%20van%20het%20welzijn>
- OpenAI. (2023). *ChatGPT* [Large language model]. chat.openai.com/chat.
- Praktische drempels wegwerken. (2022, September 8). Wereldspelers. <https://www.wereldspelers.be/voor-jeugdwerkers/praktische-drempels-wegwerken>
- Op zijn plek. (z.d.). *Joukie Emotie memory.* Op Zijn Plek. <https://www.opzijnplek.nl/emotie-memorie.html>
- Pérez, N. (2014, november). *Hoe luiheid en sleur het brein sneller verouderen.* Scientias. <https://scientias.nl/hoe-luiheid-en-sleur-het-brein-sneller-verouderen/#:~:text=Neurotrofines%20zijn%20stofjes%20in%20de,te%20krijgen%20in%20het%20brein.>
- Physiopedia contributors. (2023, oktober). *Biopsychosocial Model.* Physiopedia. [https://www.physio-pedia.com/index.php?title=Biopsychosocial\\_Model&oldid=342552](https://www.physio-pedia.com/index.php?title=Biopsychosocial_Model&oldid=342552)

- Prodia. (2015). *Bijlage 5: De sociaal-emotionele ontwikkelingstaken per leeftijdsfase*, 1–3. [https://prodiagnostiek.be/wp-content/uploads/2023/10/ADP\\_De\\_sociaal-emotionele\\_ontwikkelingstaken\\_leeftijdsfase.pdf](https://prodiagnostiek.be/wp-content/uploads/2023/10/ADP_De_sociaal-emotionele_ontwikkelingstaken_leeftijdsfase.pdf)
- Profi-leren (z.d.). Morele ontwikkeling en opvoeding. [http://www.profi-leren.nl/files/saw\\_dc67\\_morele\\_ontwikkeling.pdf](http://www.profi-leren.nl/files/saw_dc67_morele_ontwikkeling.pdf)
- Pubers van nu! (2009, mei). *Praktijkboek Voor Iedereen Die Werkt Met Pubers*. <file:///C:/Users/sarah/Downloads/978-90-313-7482-3.pdf>
- Redactie. (2022, februari). Algemeen informatief: De invloed van goede flyers en folders op je eigen onderneming. *Haren de Krant*. <https://www.harendekrant.nl/nieuws/algemeen-informatief-de-invloed-van-goede-flyers-en-folders-op-je-eigen-onderneming/>
- Rijksinstituut voor volksgezondheid en milieu. (z.d.). *Cijfers en feiten over de relatie tussen armoede en gezondheid*. Loket Gezond Leven. <https://www.loketgezondleven.nl/gezondheidsthema/armoede-schulden-en-gezondheid/relatie-armoede-en-gezondheid#:~:text=Volwassenen%20met%20een%20bijstandsuitkering%20lev en,inkomen%20en%20risico%20op%20armoede>
- RIZIV. (2021, juli). *Start van een toegankelijker psychologisch zorgmodel met geleidelijke uitrol in het hele land*. <https://www.inami.fgov.be/nl/nieuws/start-van-een-toegankelijker-psychologisch-zorgmodel-met-geleidelijke-uitrol-in-het-hele-land>
- RIZIV. (2023). *Nationaal akkoord artsen-ziekenfondsen 2024-2025*. RIZIV. [https://www.riziv.fgov.be/SiteCollectionDocuments/overeenkomst\\_convention\\_medicomut\\_artsenziekenfondsen.pdf](https://www.riziv.fgov.be/SiteCollectionDocuments/overeenkomst_convention_medicomut_artsenziekenfondsen.pdf)
- RIZIV. (z.d.). *Klinische psycholoog en/of orthopedagoog*. <https://webapps.riziv-inami.fgov.be/silverpages/Psychologist/>
- Ros, M. (z.d.). *Bewegen en mentale gezondheid*. Trimbos Instituut. <https://www.trimbos.nl/kennis/mentale-gezondheid-preventie/expertisecentrum-mentale-gezondheid/bewegen-en-mentale-gezondheid/>
- Sam. (z.d.). *Outreachend werken*. <https://www.samvzw.be/thema/outreachend-werken>
- Samyn, M. (2024). *Zelfontplooiing* [Presentatieslides; Powerpoint].
- Samyn, M. (2024). *Zelfregulatie* [Presentatieslides; Powerpoint].
- Semmie sprekend spel&training. (2024, Mei 8). *Het grote weerbaarheidsspel voor pubers*. <https://www.semmie.net/Het-grote-weerbaarheidsspel-voor-pubers#>
- Signalen dat je kind ongelukkig is. (z.d.). Bachbloesemadvies. <https://www.bachbloesemadvies.be/infohoek/actueel/signalen-dat-je-kind-ongelukkig-is.htm>



- Smith, B. (2016). *Gemeenten en mensen met een psychische kwetsbaarheid*. LPGGZ. <https://www.awvn.nl/app/uploads/2018/09/LPGGZ-Gemeente-en-mensen-met-een-psychische-kwetsbaarheid.pdf>
- Sonneveld, J., Metz, J., Manders, W., & Hogeschool van Amsterdam, Lectoraat Youth Spot. (2019). De preventieve kracht van het jongerenwerk. Bijdrage aan de transformatiedoelen van de Jeugdwet. [https://pure.hva.nl/ws/portalfiles/portal/6253365/HvA\\_A4\\_brochure\\_De\\_preventieve\\_kracht\\_van\\_het\\_jongerenwerk\\_web.pdf](https://pure.hva.nl/ws/portalfiles/portal/6253365/HvA_A4_brochure_De_preventieve_kracht_van_het_jongerenwerk_web.pdf)
- Sterkmakers in autisme. (z.d.). *AutismeBelevingsCircuit: De koffer (volgens recente inzichten)*. Sterkmakers in Autisme. <https://www.autisme.be/categorie/publicaties-en-producten/autismebelevingscircuit-de-koffer-volgens-recente-inzichten>
- Steunpunt Geestelijke Gezondheid, Kenniscentrum Eetexpert & Cera. (2020). *Take Off: Lessenpakket over geestelijke gezondheid voor het secundair onderwijs*. Karakters Bvba. [Complimenten-toolkit-complimentenkaartjes\(1\).pdf \(kuleuven.be\)](https://www.kuleuven.be/complimenten-toolkit-complimentenkaartjes(1).pdf)
- Struik, A. (2016). *Slapende honden? Wakker maken! Een behandelmethodede voor chronisch getraumatiseerde kinderen*. Tweede druk. Amsterdam: Pearson.
- Tacken, G.M.L., de Winter, M.A., van Veggel, R., Sijtsema, S.J., Rontelap, A., Cramer, L. & Reinders, M. (2010, december). *Voorbij het broodrommeltje: hoe jongeren denken over voedsel*. LEI. <https://edepot.wur.nl/160694>
- Tijdschrift Persoonsgerichte Experiëntiële Psychotherapie. (z.d.). *Individuatie en binding: De emotionele ontwikkeling van adolescenten in de therapiegroep met leeftijdsgenoten*. <https://www.tpep.nl/download/466>
- Triangel. (z.d.). *Autisme belevingscircuit*. <https://www.triangel-vzw.be/autisme-belevingscircuit/>
- Trimbos. (z.d.). *Mentale klachten*. <https://www.trimbos.nl/begrippenlijst/mentale-klachten/#:~:text=Mentale%20klachten%2C%20ook%20wel%20psychische,zelf%20als%20vervelend%20worden%20ervaren>
- Tumult vzw. (z.d.). *Kinderen en jongeren met een vluchtverhaal*. In Tumult Vzw. [https://bataljong.be/sites/default/files/2022-06/sessie\\_1\\_tumult\\_tips\\_tricks\\_van\\_tumult.pdf](https://bataljong.be/sites/default/files/2022-06/sessie_1_tumult_tips_tricks_van_tumult.pdf)
- Uit de marge. (z.d.). *Wij tellen mee! Leren uit de werkingen met kinderen en jongeren in armoede*. [https://www.uitdemarge.be/wp-content/uploads/2019/05/wijtellennmee\\_0.pdf](https://www.uitdemarge.be/wp-content/uploads/2019/05/wijtellennmee_0.pdf)
- Van Dale NEDERLAND. (z.d.). *Van Dale NEDERLAND*. <https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/armoede>

- Van Dale NEDERLAND. (z.d.). Van Dale NEDERLAND. <https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/armoede>
- Van de Aart, L. (2021, april). *Weerbaarheid en veerkracht*. NCJ. <https://www.ncj.nl/inspiratie/weerbaarheid-en-veerkracht/>
- Van Der Gun, J. (2023, juli). Blog 19: The Benefits of Being Outdoors: How being outside can Enhance your Mental Well-being. *Like Charlie*. <https://www.likecharlieclothing.com/en-eu/blogs/mental-health/voordelen-van-buiten-zijn>
- Van Der Wurff, I. (2021, november). *Voeding en de ontwikkeling van het brein*. Open Universiteit. <https://www.ou.nl/-/voeding-ontwikkeling-brein>
- Van Leirberghe, K. (2012, augustus). *Bank Vooruit!: Op naar een holebivriendelijke school*. KlasCement. <https://www.klascement.net/downloadbaarlismateriaal/28429/bank-vooruit-op-naar-een-holebivriendelijke-school/>
- Van Roest, S. (2024, 10 januari). Zelfacceptatie: 7 manieren om jezelf te leren accepteren. Proudly Imperfect. <https://www.proudlyimperfect.nl/zelfacceptatie-7-manieren-om-jezelf-te-leren-accepteren/>
- Van Stam, W., & Pulles, I. (2021, juli). *De buurtsportcoach: sport, bewegen en gezondheid verbonden*. <https://link.springer.com/article/10.1007/s12508-021-00303-0>
- Van Voorst Van Beest, M. (2021). Medeopvoeders in de Vrije Tijd: Begeleiders in de Sport en Cultuursector en Scouting over hun Opvoedende Rol. In P. Baar, T. Scheffers-van Schayck, Nederlands Jeugdinstituut, & Universiteit Utrecht, Masterthesis Youth, Education and Society [Thesis]. Faculteit Sociale Wetenschappen, Universiteit Utrecht. <https://studenttheses.uu.nl/bitstream/handle/20.500.12932/40579/Masterthesis%20Voorst%20van%20Beest%2c%20MCvan-5646251.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Vandamme An (z.d.). *Bodyscan voor kids*. Rustbox. [https://www.rustbox.be/blok/rustbox/0.1/public/rustzoeken\\_page.php?page\\_id=116](https://www.rustbox.be/blok/rustbox/0.1/public/rustzoeken_page.php?page_id=116)
- Vandeputte, F. (2016). *MasterScriptie Socialezekerheidsrecht: "De sociale verzekering van psychosociale risico's"* [Masterscriptie, KU Leuven]. [https://repository-teneo-libis-be.kuleuven.e-bronnen.be/delivery/DeliveryManagerServlet?dps\\_pid=IE7043473&](https://repository-teneo-libis-be.kuleuven.e-bronnen.be/delivery/DeliveryManagerServlet?dps_pid=IE7043473&)
- Vertellis. (2023). *Het Kernwaarden Spel: Ontdek wat jou écht drijft in het leven*. [https://vertellis.nl/products/het-kernwaarden-spel?variant=39967402295375%C2%A4cy=EUR&utm\\_medium=product\\_sync&utm\\_source=google&utm\\_content=sag\\_organic&utm\\_campaign=sag\\_organic&](https://vertellis.nl/products/het-kernwaarden-spel?variant=39967402295375%C2%A4cy=EUR&utm_medium=product_sync&utm_source=google&utm_content=sag_organic&utm_campaign=sag_organic&)



- [ad\\_source=1&gclid=CjwKCAjwouexBhAuEiwAtW\\_ZxxkVTGAHtilo0xNh-Vt6279ptN1UH5JtdpZrwhoiDnJwHCY5OtJpixoCsPcQAvD\\_BwE](#)
- Vlaams actieplan armoedebestrijding 2020-2024. (n.d.). [www.vlaanderen.be](http://www.vlaanderen.be).  
<https://www.vlaanderen.be/publicaties/vlaams-actieplan-armoedebestrijding-2020-2024>
- Vlaams Instituut Gezond Leven. (2020). *De geluksdriehoek: hoe en waarom?*  
[https://www.gezondleven.be/files/geestelijke-gezondheid/Geluksdriehoek/Geluksdriehoek\\_hoe\\_en\\_waarom-Gezond-Leven-2020.pdf](https://www.gezondleven.be/files/geestelijke-gezondheid/Geluksdriehoek/Geluksdriehoek_hoe_en_waarom-Gezond-Leven-2020.pdf)
- Vlaams Instituut Gezond Leven. (2021). Tips om een gezond weekmenu op te stellen. In *Vlaams Instituut Gezond Leven*.  
<https://www.gezondleven.be/files/voeding/Gezond-Leven-2017-gezond-weekmenu.pdf>
- VLAAMS INSTITUUT GEZOND. (2017). BEWEGEN EN STILZITTEN: AANBEVELINGEN. In *VLAAMS INSTITUUT GEZOND*.  
<https://www.gezondleven.be/files/beweging/aanbevelingen/aanbevelingen-jongeren.pdf>
- Vlaamse Jeugdraad. (z.d.). *Goed in je vel*. <https://vlaamsejeugdraad.be/nl/goed-in-je-vel>
- Vlaanderen. (2021). *Conventie Eerstelijnspsychologische Zorg*. Zorg en Gezondheid.  
<https://www.zorg-en-gezondheid.be/conventie-eerstelijnspsychologische-zorg>
- VLESP. (2023, augustus). *Een gezonde geest in een gezond lichaam: Is er een link tussen bewegen en zelfmoordgedachten?* Zelfmoord 1813.  
<https://www.zelfmoord1813.be/nieuws/een-gezonde-geest-in-een-gezond-lichaam-is-er-een-link-tussen-bewegen-en-zelfmoordgedachten#:~:text=Regelmatig%20bewegen%20kan%20een%20aantal,de%20hersenen%20en%20kwaliteitsvollere%20slaap.>
- Vng. (n.d.). *Jongeren op weg naar zelfstandigheid*. (pp. 16-27).  
[https://vng.nl/sites/default/files/publicaties/2017/201711124\\_jongeren-factsheetdef.pdf](https://vng.nl/sites/default/files/publicaties/2017/201711124_jongeren-factsheetdef.pdf)
- Vogels, N. (2023, September 29). Hoe werkt het puberbrein? Helderopvoeden.nl.  
<https://www.helderopvoeden.nl/opvoeden/hoe-werkt-het-puberbrein>
- Wat Wat. (z.d.). *Bestaat er armoede in België?* Vlaanderen.  
<https://www.watwat.be/armoede/bestaat-er-armoede-belgie>
- Wat Wat. (z.d.). *Kaartspel donkere gedachten*.  
<https://shop.watwat.be/products/kaartspel-donkere-gedachten>
- Westerman, M. (2017). THE POWER OF YOGA [Master Thesis]. In K. M. G. Schreurs, L. E. Van Zyl, & Universiteit Twente, *Universiteit Twente*.  
[https://essay.utwente.nl/74282/1/Westerman\\_MA\\_PositivePsychologyTechnology.pdf](https://essay.utwente.nl/74282/1/Westerman_MA_PositivePsychologyTechnology.pdf)

Willemsen, N., & Ros, M. (2021, oktober). *De effecten van sport en bewegen op mentale gezondheid*. Alles Over Sport. <https://www.allesoversport.nl/thema/gezonde-leefstijl/de-effecten-van-sport-en-bewegen-op-mentale-gezondheid/>

WINGG. (2019). *Over WINGG*. <https://wingg.be/>

Wytema, M. (2024, maart). Luie puber? Of serieus probleem? Hersenstichting. <https://www.hersenstichting.nl/nieuws/luie-puber-of-serieus-probleem/>