



VIVES studiegebied sociaal-agogisch werk

Doorniksesteenweg 145

B-8500 Kortrijk

Tel.:056 26 41 50

Stilt voedselhulp alle honger?

**Een participatief en kwalitatief onderzoek naar hoe het aanbod
van sociale kruidenier De Antenne (Oostende) raakt aan
de levenskwaliteit van hun klanten**

Bachelor Sociaal werk- Maatschappelijk werk

Student: Pijliser Tessa

Bachelorproef begeleider: Sonnevile Katrien

Academiejaar 2025-2026

0.1. Dankwoord

Dit onderzoeksrapport vormt het sluitstuk van een intense periode van zelfrealisatie, die ik nooit had kunnen nastreven zonder de liefde, steun, expertise en betrokkenheid van vele mensen.

In de eerste plaats wil ik mijn BP-begeleidster, Katrien Sonnevile, bedanken voor haar warme begeleiding, haar kritische blik en haar steeds snelle en waardevolle feedback. Daarnaast wil ik ook Julie Vandewalle bedanken voor haar persoonlijke bijdrage aan de wetenschappelijke onderbouwing van dit onderzoeksrapport.

Mijn oprechte dank gaat ook uit naar De Antenne. In het bijzonder wil ik de opbouwwerkers Gilles en Andy bedanken voor hun ondersteuning, en Ewoud Dutellie, coördinator, voor het helpen verdiepen van de link tussen theorie en praktijk. Maar bovenal wil ik de klanten en vrijwilligers bedanken die mij hun vertrouwen schonken en hun verhalen met mij wilden delen. Zonder hun openheid en bereidheid om mee te werken, was dit onderzoek onmogelijk geweest.

Verder wil ik de VVSG bedanken voor de kans om deel te nemen aan de studiedag, die een belangrijk reflectiemoment vormde en waarvan de uitwisseling van ervaringen en ideeën een duidelijke invloed heeft gehad op de verdere uitwerking van dit rapport.

Ook wil ik Ignace De Block, verbonden aan de sociale kruideniers in Oost-Vlaanderen, bedanken voor zijn enthousiasme en de bevestiging dat dit onderzoek relevant en zinvol is.

Mijn dank gaat eveneens uit naar De Sociale Kruidenier RSL, en in het bijzonder naar Inge Obyn en Filip Carpentier, voor hun oprechte interesse en de waardevolle medewerking tijdens de testfase van de praatkaarten.

Daarnaast wil ik ook nog Inge Vervaecke bedanken, die mij in een vroeg stadium inspireerde met een bijzonder waardevolle bron en mij het vertrouwen gaf in mijn themakeuze. Ook de partners uit Oudenburg, Torhout en Nieuwpoort wil ik bedanken, omdat ook zij, mee richting gaven aan de aanpak en noodzaak van dit onderzoek binnen het werkveld.

Verder wil ik mijn collega's en mijn vriendinnen met expertise in het werkveld; Stefanie De Ceuninck en Brigitte Verburg, bedanken voor hun inzichten, hun betrokkenheid en hun aanmoedigingen doorheen dit traject. Ook al mijn andere vrienden en vriendinnen verdienen een woord van dank voor hun geduld, begrip en aanmoedigingen.

Persoonlijk wil ik mijn lief David bedanken voor zijn onvoorwaardelijke steun, zijn geloof in mij en de bewondering die hij benoemde aan de hand van praatkaarten tijdens onze laatste autorit; een moment dat voor mij de cirkel rondmaakte.

Aan mijn kinderen Sky, Joy en Fem; ik hoop dat ik jullie heb kunnen inspireren met mijn inzet en toewijding aan dit studietraject, zonder jullie onvoorwaardelijke liefde was dit weliswaar onmogelijk geweest!

Tot slot draag ik dit werk op aan mijn ouders en in het bijzonder mijn moeder, die altijd heeft geloofd dat ik dit kon, en die doorheen dit alles, mijn rots en mijn grootste fan is geweest.

0.2. Samenvatting

“Je bent wat je eet”, maar wat betekent dat wanneer toegang tot voeding niet vanzelfsprekend is? Deze bachelorproef onderzoekt hoe klanten van sociale kruidenier De Antenne in Oostende de werking beleven en hoe dit raakt aan hun levenskwaliteit. De groeiende structurele rol van voedselhulp in Vlaanderen en het beperkte centraal stellen van de stem van gebruikers vormen de aanleiding voor dit kwalitatief en participatief onderzoek. Hoewel sociale kruideniers inzetten op keuzevrijheid, participatie en menswaardigheid, blijft vaak onduidelijk hoe klanten dit aanbod ervaren en welke betekenis zij eraan geven.

Het onderzoek vertrekt vanuit een brede interpretatie van de werking, waarbij naast voedselhulp ook toegankelijkheid, begeleiding, ontmoeting en sociale contacten centraal staan. De centrale onderzoeksvraag luidt: “Welke betekenis geven klanten aan het aanbod van De Antenne, en hoe raken hun ervaringen aan verschillende aspecten van hun levenskwaliteit?” Daarbij werd aandacht besteed aan ervaringen, drempels, de afstemming van de werking op de leefwereld van klanten en het gebruik van praatkaarten als participatieve gespreksmethodiek.

Het literatuuroverzicht situeert voedselhulp binnen een historisch, maatschappelijk, beleidsmatig en mensenrechtelijk kader, waarin toegang tot voeding beschouwd wordt als een fundamenteel recht. De resultatenanalyse steunt op het WHOQOL-kader van de Wereldgezondheidsorganisatie en de capability approach van Amartya Sen en Martha Nussbaum.

Methodologisch werd gekozen voor semigestructureerde interviews. Tijdens de gesprekken werd vertrokken vanuit een open startvraag, waarna praatkaarten in de vorm van beeld- en emotiekaarten werden ingezet om gevoelens en ervaringen toegankelijker bespreekbaar te maken. De interviews werden opgenomen, getranscribeerd en aangevuld met observaties. Om de kwaliteitszorg van het onderzoek te bewaken werd gewerkt met een vast draaiboek, gestandaardiseerde kaartensets en een voorafgaande testfase.

De resultaten tonen dat De Antenne voor veel klanten meer betekent dan enkel een plaats waar betaalbare voeding aangeboden wordt. Respondenten beschrijven de werking als een plek van rust, ontmoeting en sociale verbondenheid. De warme sfeer, het respectvolle contact met medewerkers en vrijwilligers en de mogelijkheid om zelf keuzes te maken worden sterk gewaardeerd. Tegelijkertijd kwamen ook drempels naar voren, zoals schaamte, taalbarrières en gevoelens van afhankelijkheid. Kleine elementen zoals een warme ontvangst, duidelijke communicatie en een rustige sfeer blijken een belangrijke invloed te hebben op hoe klanten de werking beleven.

Er kwamen waardevolle aanbevelingen naar voren rond toegankelijkheid, taaldiversiteit en participatie. Ook de praatkaarten werden positief geëvalueerd omdat ze hielpen om gesprekken op gang te brengen en ervaringen bespreekbaar te maken. Tegelijk bleek dat hun meerwaarde sterk afhangt van de manier waarop ze door de interviewer worden ingezet en door respondenten worden geïnterpreteerd.

Deze bachelorproef besluit dat voedselhulp een complexe en persoonlijke invloed heeft op levenskwaliteit. Levenskwaliteit hangt niet enkel samen met toegang tot voeding, maar ook met waardigheid, keuzevrijheid, sociale relaties en de manier waarop hulp ervaren wordt. Daarom bepleit dit onderzoek het belang van écht luisteren naar klanten en hen actief te betrekken binnen voedselinitiatieven.

0.3. Inhoudstabel

0.1. Dankwoord	2
0.2. Samenvatting.....	3
0.3. Inhoudstabel.....	4
1 Inleiding	7
1.1 Maatschappelijke context.....	7
1.2 Verkennend onderzoek binnen het werkveld.....	7
1.3 Ontstaansgeschiedenis van het onderzoek	8
2 Probleemstelling	9
2.1 Doelstelling en afbakening.....	9
2.2 Hoofd- en deelvragen	10
3 Literatuuroverzicht	11
3.1 Voedselhulp	11
3.1.1 Begripsbepaling	11
3.1.2 Mensenrechtenperspectief	11
3.1.3 Voedselhulp in een historisch en cultureel perspectief	11
3.1.4 Beleidskader van voedselhulp van Europees naar lokaal niveau	12
3.1.5 Sociale kruideniers in Vlaanderen	13
3.1.6 Belang voedselhulp	13
3.1.7 Kritische kijk	14
3.2 De Antenne Oostende: een casestudy.....	15
3.2.1 De Antenne als sociale kruidenier	15
3.2.2 Missie en visie	16
3.2.3 Doelgroep.....	16
3.2.4 Medewerkers	16
3.2.5 Werking	17
3.2.6 Samenwerkingen.....	17
3.3 WHOQOL als kader voor het begrip levenskwaliteit.....	18
3.3.1 Levenskwaliteit als subjectief en multidimensionaal concept	18
3.3.2 De levensdomeinen binnen WHOQOL en WHOQOL-BREF.....	18
3.3.3 Gebruik van WHOQOL binnen dit onderzoek.....	18
3.4 Capability-benadering.....	19

3.4.1	Middelen, capabilities en keuzevrijheid	19
3.4.2	Capabilities en functionings	19
3.4.3	Conversion factors en ongelijkheid	20
3.4.4	Well-being en agency	20
3.4.5	Betekenis voor dit onderzoek.....	20
3.5	Praatkaarten als visuele ondersteuning in kwalitatief praktijkonderzoek.....	21
3.5.1	Praatkaarten als ondersteuning van het gesprek.....	21
3.5.2	Kaarten als uitnodiging tot betekenisgeving	21
4	Onderzoek ontwerp en –verloop.....	22
4.1	Onderzoeksopzet	22
4.2	Onderzoekspopulatie en steekproefstrategie	22
4.3	Dataverzameling: interviews met ondersteunende praatkaarten.....	22
4.3.1	Beeldkaarten	23
4.3.2	Emotiekaarten	24
4.4	Interviewverloop.....	24
4.4.1	Ontvangst en informed consent.....	24
4.4.2	Open startvraag.....	25
4.4.3	Ondersteunend gebruik van beeldkaarten	25
4.4.4	Verdiepende fase	25
4.4.5	Evaluatie	26
4.4.6	Nazorg en afsluiting.....	26
4.5	Testfase en methodische aanpassing	26
4.5.1	Doelstellingen.....	26
4.5.2	Inzichten en bijsturing methodiek.....	27
4.6	Dataverwerking.....	28
4.7	Kwaliteitsbewaking	28
4.8	Beperkingen van het onderzoek	29
5	Onderzoeksresultaten.....	31
5.1	Respondenten.....	31
5.2	Thematische analyse van de resultaten.....	31
5.2.1	Thema 1: Eerste toegangservaring	32
5.2.2	Thema 2: Ondersteuning in basisbehoeften	33
5.2.3	Thema 3: Ontmoetingsplek	34

5.2.4	Thema 4: Veiligheid, verbondenheid en persoonlijke groei.....	34
5.2.5	Thema 5: Drempels en uitsluiting.....	35
5.2.6	Thema 6: Rol van personeel en vrijwilligers	36
5.2.7	Thema 7: Invloed van taal en diversiteit	37
5.2.8	Thema 8: Praatkaarten	38
5.3	Resultatenanalyse volgens theoretische kaders	39
5.3.1	Opzet van de theoretische analyse	39
5.3.2	Analyse van levenskwaliteit volgens WHOQOL-kader.....	39
5.3.3	Analyse vanuit de capability approach.....	40
5.3.4	Voedselhulp in perspectief: beleid, visies en mensenrechten	41
5.3.5	Spanningen en samenhang tussen kaders	41
5.4	Resultaten per onderzoeksvraag	42
5.4.1	Hoofdvraag: betekenis van het hulpaanbod voor klanten	42
5.4.2	Deelvraag 1 en 2: ervaringen, gevoelens en drempels.....	42
5.4.3	Deelvraag 3: aanknopingspunten voor verbetering	42
5.4.4	Deelvraag 4: ervaring met praatkaarten als methodiek.....	43
6	Conclusie	44
7	Reflectie op doelstellingen, afbakening en methodologie	46
8	Toekomst en aanbevelingen.....	48
8.1	Aanbevelingen voor de praktijk	48
8.2	Aanbevelingen voor verder onderzoek.....	50
9	Literatuurlijst.....	51
10	Bijlagen.....	54
10.1	Informed consent.....	54
10.2	Afkortingen	55
10.3	Beeldkaarten sets	56
10.4	Flowchart	60
10.5	Draaiboek.....	61
10.6	Voorbeeldvragen	62
10.7	Al-Annex.....	63

1 Inleiding

1.1 Maatschappelijke context

“Liefde gaat door de maag”, zegt men weleens, maar hoe geliefd voelen mensen zich wanneer ze genoodzaakt zijn om beroep te doen op voedselhulp?

Voedselhulp, ooit ontstaan vanuit liefdadigheid, is vandaag niet langer een randverschijnsel in Vlaanderen, maar een structureel onderdeel van het armoedebelid (Vlaamse overheid, 2025). Ondanks het bestaande welvaartsysteem, economische groei en uitgebreide sociale voorzieningen blijft voedselonzeekerheid voor duizenden mensen een dagelijkse realiteit. In 2023 deden bijna 214.000 mensen in België beroep op voedselhulp via de voedselbanken, wat neerkomt op een stijging van 27% ten opzichte van 2019 (Belgische Federatie van Voedselbanken, 2024).

Deze evolutie maakt het nodig om kritischer te kijken naar de structurele rol van voedselhulp: biedt ze een opstap naar participatie en zelfredzaamheid, of bestendigt ze, misschien onbedoeld, afhankelijkheid en sociale uitsluiting? (Briels & Grymonprez, 2022).

Waar voedselbanken vroeger noodhulp boden aan een beperkte groep, zien we vandaag een groeiend netwerk van sociale kruideniers die proberen armoede op een meer duurzame en waardige manier aan te pakken. Binnen deze visie van sociale kruideniers op voedselhulp staat vraaggericht werken centraal, waarbij klanten actief betrokken worden in het aanbod en de werking. Wanneer die betrokkenheid ontbreekt, dreigt voedselhulp terug te vallen op een louter liefdadigheidsmodel in plaats van empowerment ((Briels & Grymonprez, 2022; Sociale Kruideniers Vlaanderen, z.d.).

Tijdens een studiedag van de VVSG werd dit belang verder benadrukt: het systematisch verzamelen van gebruikerservaringen is cruciaal om voedselinitiatieven beter af te stemmen op de noden en leefwereld van mensen in armoede (VVSG, 2025). In de praktijk blijkt dit echter niet vanzelfsprekend, onder meer omdat organisaties niet altijd over voldoende of toereikende manieren en middelen beschikken om die ervaringen structureel te bevragen en mee te nemen in hun werking. Belangrijk hierbij is om te erkennen dat veel sociale kruideniers in hun dagelijkse werking ook aangewezen zijn op voedseloverschotten, Europese steun of vaste leveranciers, waardoor het aanbod vaak (deels) aanbodgestuurd blijft. Daardoor vormt het tegemoetkomen aan de noden en vragen van klanten in de praktijk een zeer grote uitdaging (VVSG, 2025; Ewoud Dutellie coördinator Antenne, persoonlijke communicatie, maart 2026; Sociale Kruideniers Vlaanderen, z.d.).

“Kaas is het antwoord. Wat was de vraag ook alweer?”

1.2 Verkennend onderzoek binnen het werkveld

De ervaringen die ik eerder in mijn loopbaan opdeed, worden in mijn huidige functie als mobiel ambulant begeleidster bij Duinhelm vzw opnieuw bevestigd en verdiept. In het contact met cliënten rond voedselhulp merk ik dat deze ondersteuning niet alleen praktische voordelen biedt, maar soms ook gepaard gaat met beperkingen, frustraties en gevoelens van schaamte, afhankelijkheid en verlies aan autonomie.

Verkennde gesprekken met coördinatoren van verschillende sociale kruideniers zoals De Antenne (Oostende), De Kommisje (Torhout), 't Klein Gewin (Nieuwpoort), en Thope (Oudenburg) tonen aan dat deze spanning sterk leeft in de praktijk. Tegelijk blijft de stem van mensen die beroep doen op

voedselhulp vaak onderbelicht. Nochtans zijn het net hun ervaringen die cruciaal zijn om voedselinitiatieven beter af te stemmen op hun noden en leefwereld. (Persoonlijke communicatie, 2025).

Vanuit deze praktijkervaringen groeide bij mij in de eerste plaats de wens om de klanten van voedselinitiatieven een stem te geven. Hun ervaringen, twijfels en behoeften blijven, naar mijns inziens, nog te vaak ongehoord, terwijl ze net essentieel zijn om hulpverlening beter te begrijpen en op een menswaardige manier vorm te geven.

1.3 Ontstaansgeschiedenis van het onderzoek

Tijdens mijn schrijf- en onderzoeksseminarie binnen het vak sociologie van de sociale problemen kreeg mijn werkveldervaring extra verdieping. Vanuit de onderzoeksvraag “Hoe beïnvloedt armoede de toegang tot gezonde voeding?” interviewde ik gebruikers van de voedselbedeling van het OCMW van Middelkerke. Klassieke enquêteformulieren bleken hierbij vaak een drempel: antwoorden bleven oppervlakkig of sociaal wenselijk ingevuld. Veel deelnemers verwachtten impliciet dat de vragen samen overlopen zouden worden. Door hierin mee te gaan en bijkomende vragen te stellen, ontstond ruimte voor persoonlijke verhalen en inzichten die niet binnen de vragenlijst pasten. Het verschil lag dus niet in wat mensen wilden vertellen, maar in de manier waarop ruimte werd gecreëerd om dit te delen. Daarnaast viel op dat deelnemers zichtbaar deugd haalden uit het gevoel gehoord te worden en vrijuit over hun ervaringen te kunnen spreken.

Later kreeg dit inzicht een betekenisvolle parallel in een andere context. Tijdens een lange autorit gebruikte ik praatkaarten uit *Vraag maar! Moeder & kind* van Van Vliet (z.d.) in gesprekken met mijn jongste dochter. Waar dagelijkse vragen vaak korte en voorspelbare antwoorden opleverden, zorgden de kaarten voor meer openheid, verbinding en diepgang. Net zoals in Middelkerke bleek dat niet de bereidheid om te delen ontbrak, maar wel een veilige, indirecte en ontspannen gespreksvorm.

Deze ervaring kreeg verdere onderbouwing binnen het vak 21ste-eeuwse professionalisering, waar ik een praktijkgericht eindproduct ontwikkelde op basis van signalen uit het werkveld. Hieruit groeide het idee van een praatkaartenspel als laagdrempelige methodiek om met klanten in gesprek te gaan en thema's zichtbaar te maken die anders minder snel benoemd worden. Tijdens de verkennende fase bezocht ik het SpellenLab van VIVES Brugge, waar een gesprek plaatsvond met Jef Suyckerbuyck, medewerker van het VIVES SpellenLab en onderzoeker Inclusive Learning. Tijdens dit overleg werd het belang benadrukt van een eenvoudige, toegankelijke en visueel aantrekkelijke opzet die aansluit bij de doelgroep. Inspiratie werd er aangereikt in de vorm van kaartenspellen die tonen hoe visuele en speelse werkvormen gesprekken rond beleving en betekenisgeving kunnen stimuleren.

Deze inzichten vormden de basis voor de verdere ontwikkeling van praatkaarten die uitnodigen tot vertellen in plaats van het beantwoorden van gerichte vragen. Om deze aanpak in de praktijk te verkennen, werd een samenwerking opgezet met De Antenne in Oostende. Tijdens het verkennend gesprek viel op hoe hun werking vertrekt vanuit een duidelijke visie op participatie en mensgericht werken. Hun 'good practice'-status binnen het werkveld van sociale kruideniers, gecombineerd met een open en enthousiaste bereidheid tot samenwerking, vormden mee de basis van dit onderzoek.

2 Probleemstelling

De huidige maatschappelijke context, mijn persoonlijke observaties, de verkennende interviews met coördinatoren van 4 verschillende sociale kruideniers en de VVSG-inspiratiedag “Voedselhulp als hefboom” (27 november 2025), bevestigden allemaal het groeiende belang van vraaggericht werken. Voedselinitiatieven willen beter aansluiten bij de noden en leefwereld van hun klanten. In de praktijk blijkt dit echter niet vanzelfsprekend, omdat het aanbod vaak mee bepaald wordt door voedseloverschotten, logistiek, beleidskeuzes en bredere historische en culturele invloeden, waardoor het niet altijd volledig aansluit bij wat mensen nodig hebben.

Alle projecten en visies benadrukten het belang van meer participatie en inspraak van hun klanten. Om deze participatie betekenisvol vorm te kunnen geven, is het echter belangrijk om beter zicht te krijgen op hoe voedselhulp hun levenskwaliteit raakt. Vandaag ontbreken daarvoor nog vaak laagdrempelige en niet-stigmatiserende manieren om ervaringen zichtbaar te maken en te vertalen naar beleid en praktijk.

2.1 Doelstelling en afbakening

In samenwerking met De Antenne wil dit onderzoek op een participerende manier, inzicht bieden in hoe gebruikers het aanbod ervaren, hoe dit hun levenskwaliteit beïnvloedt, in welke mate het aansluit bij hun noden en of er aanknopingspunten zijn om hun werking vraaggerichter te maken.

Het primaire doel is om inzicht te krijgen in de invloed van het aanbod van de sociale kruidenier De Antenne op de levenskwaliteit van klanten. Daarbij wordt gefocust op de beleving van het winkelaanbod, de toegankelijkheid, de begeleiding en de bredere context van ontmoeting en ondersteuning binnen de werking.

Daarnaast heeft het onderzoek de ambitie om na te gaan hoe praatkaarten kunnen bijdragen als participatief en evaluerend instrument, en zo aan te sluiten bij de visie van sociale kruideniers Vlaanderen, waarin vraaggericht werken en het betrekken van klanten centraal staat. Vanuit die gedachte wil dit onderzoek niet alleen ervaringen verzamelen, maar ook verkennen hoe deze methodiek klanten op een toegankelijke manier kan betrekken.

Het onderzoek wil daarbij een beeld vormen van de ervaringen van klanten, wil hun stem op een verbindende manier versterken en hoopt daarmee de kloof tussen beleid en praktijk te verkleinen en participatie te ondersteunen. De ambitie is dat De Antenne haar werking verder kan afstemmen op de noden van hun eigen klanten, en zo kan bijdragen aan een meer mensgerichte en holistische vorm van voedselhulp.

Bij uitbreiding hoopt het onderzoek ook andere sociale kruideniers te inspireren om nog mens- en vraaggerichter te werken en om hen te stimuleren in het gebruik van participatieve methodieken, zoals praatkaarten, om zo op een meer persoonlijke en betekenisvolle manier inzichten te verzamelen.

2.2 Hoofd- en deelvragen

Hoofdvraag:

“Welke betekenis geven de klanten aan het hulpaanbod van sociale kruidenier De Antenne (Oostende), en hoe raken hun ervaringen aan verschillende aspecten van hun levenskwaliteit?”

Deelvragen:

- **Welke ervaringen, gevoelens en betekenissen brengen klanten naar voren wanneer zij spreken over hun beleving van het hulpaanbod van De Antenne?**
- **Welke drempels, moeilijkheden of spanningen ervaren klanten in hun relatie tot De Antenne?**
- **Welke aanknopingspunten voor verbetering van de werking van De Antenne komen naar voren vanuit de ervaringen en verhalen van klanten?**
- **Hoe ervaren klanten het gebruik van praatkaarten als gespreksmethode om hun ervaringen en beleving van De Antenne te verwoorden?**

3 Literatuuroverzicht

3.1 Voedselhulp

3.1.1 Begripsbepaling

Voedselhulp verwijst naar georganiseerde vormen van ondersteuning die toegang tot voeding garanderen voor mensen in armoede. In Vlaanderen maakt voedselhulp deel uit van een bredere sociale aanpak, waarbij lokale besturen en partners samenwerken om mensen te ondersteunen en hun maatschappelijke participatie te versterken. Ze kan verschillende vormen aannemen, zoals noodpakketten, sociale kruideniers, sociale restaurants en voedselbanken, en richt zich zowel op het aanpakken van voedselonzeekerheid als op het bieden van waardige ondersteuning (VVSG, 2026a).

3.1.2 Mensenrechtenperspectief

Voedselhulp kan niet enkel begrepen worden als een kwestie van afstemming of kwaliteit van hulpverlening, maar raakt aan fundamentele mensenrechten. Artikel 25 van de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens stelt dat iedereen recht heeft op een levensstandaard die gezondheid en welzijn waarborgt, waaronder toegang tot voeding. Dit impliceert dat mensen op een stabiele, waardige en toegankelijke manier in hun basisbehoeften moeten kunnen voorzien. Wanneer toegang tot voeding echter afhankelijk wordt van voedselhulp die onzeker, aanbodgestuurd of tijdelijk is, komt dit recht onder druk te staan. (United Nations, 1948).

Daarnaast worden ook andere rechten geraakt. De principes van waardigheid en gelijkheid uit artikel 1 komen in het gedrang wanneer mensen geen autonome toegang hebben tot voeding en geconfronteerd worden met schaamte en afhankelijkheid. Artikel 2 garandeert non-discriminatie, terwijl in de praktijk mensen in armoede niet dezelfde toegang hebben tot kwaliteitsvolle voeding als anderen. Ook artikel 22, dat het recht op sociale zekerheid en de realisatie van sociale grondrechten benadrukt, wordt hierdoor onder druk gezet.

Vanuit dit perspectief is voedselhulp niet louter een uiting van solidariteit, maar ook een indicatie van structurele tekortkomingen in de realisatie van mensenrechten (United Nations, 1948).

3.1.3 Voedselhulp in een historisch en cultureel perspectief

Het delen van voedsel is één van de oudste sociale gewoontes van de mens. In jager-verzamelaarsgroepen was het vanzelfsprekend om voedsel te delen om elkaar te beschermen en als groep sterker te staan (Sahlins, 1972). Toch krijgt voedselhulp in Vlaanderen pas vanaf de middeleeuwen een meer georganiseerde vorm. Steden en parochies richtten toen initiatieven op zoals gasthuizen en broodbeurzen, waar mensen in armoede terechtkonden (Van Damme, 2015).

In de 19e eeuw zorgden industrialisatie en verstedelijking voor meer armoede, waardoor voedselhulp verder werd uitgebouwd via bijvoorbeeld volksgaarkeukens en armenhuizen. In de 20e eeuw volgden voedselbanken en later sociale kruideniers, die vandaag nog steeds een belangrijke rol spelen (Van Damme, 2015; Briels & Grymonprez, 2022).

De vraag naar voedselhulp nam recent opnieuw sterk toe tijdens de COVID-19-pandemie. Veel mensen verloren (een deel van) hun inkomen en zochten ondersteuning. Ook daarna bleef de vraag

hoog door de energiecrisis en stijgende levensduurte. Voedselhulp lijkt daardoor steeds meer een blijvend onderdeel van het sociaal beleid te worden (VVSG, 2026a).

Tegelijk krijgt voedselhulp verschillende betekenissen afhankelijk van iemands culturele achtergrond. In veel samenlevingen is voedseldeling sterk verbonden met solidariteit en zorg voor anderen. Binnen de islam spelen bijvoorbeeld *zakat* (verplichte aalmoes) en *sadaqa* (vrijwillige liefdadigheid) een belangrijke rol, waarbij het ondersteunen van mensen in nood als een morele verantwoordelijkheid wordt gezien (Weiss, 2002). Wanneer zulke tradities aanwezig zijn in Vlaanderen, beïnvloeden ze ook hoe voedselhulp wordt georganiseerd en beleefd. In superdiverse steden nemen religieuze en gemeenschapsorganisaties vaak een rol op in het aanbieden van voedselhulp (Van Wymeersch, 2024).

Voedselhulp is niet enkel een praktische oplossing voor tekorten. Ze is ook historisch gegroeid en krijgt verschillende betekenissen afhankelijk van de culturele context.

3.1.4 Beleidskader van voedselhulp van Europees naar lokaal niveau

Voedselhulp in Vlaanderen maakt deel uit van een breder beleidskader dat zich uitstrekt van Europees tot lokaal niveau. De Europese Unie voorziet daarbij het financiële en beleidsmatige fundament via programma's zoals het Europees Sociaal Fonds Plus (ESF+), dat inzet op sociale inclusie en ondersteuning van mensen in materiële deprivatie. De EU organiseert zelf geen voedselhulp, maar biedt middelen en een kader waarbinnen lidstaten deze hulp vormgeven (European Commission, 2024). Dit komt onder meer tot uiting in de aanwezigheid van de vroegere FEAD-producten, te herkennen aan hun logo met Europese vlag, die met Europese middelen worden gefinancierd, maar nationaal worden aangekocht en lokaal verdeeld (Fonds voor Europese Hulp aan de Meest Behoeftigen (FEAD, 2024)).

In België krijgt voedselhulp vorm via een netwerk van organisaties die instaan voor inzameling en verdeling van voedsel, aangevuld met geloof gebonden en vrijwilligersinitiatieven die parallel blijven bestaan. Het concept van georganiseerde voedselhulp vindt zijn oorsprong in de Verenigde Staten, waar John Van Hengel in 1967 voedseloverschotten begon te verzamelen en te herverdelen naar mensen in armoede. Dit model verspreidde zich internationaal en werd in 1985 ook in België geïntroduceerd. Vandaag wordt voedselhulp gedragen door een samenwerking tussen verschillende actoren, die werken met zowel Europese middelen als gedoneerde goederen uit de voedingsindustrie, supermarkten en landbouwsector (Belgische Federatie van Voedselbanken, z.d.).

Aanvullend zijn er initiatieven die inzetten op logistieke ondersteuning en een efficiëntere herverdeling van voedseloverschotten, zoals Foodsavers. Deze platformen verzamelen en verdelen producten naar lokale organisaties, waardoor de druk op (vrijwilligers)-werkingen vermindert en voedsel sneller en gericht terechtkomt bij mensen in armoede (Foodsavers, z.d.).

In Vlaanderen en op lokaal niveau krijgt voedselhulp concreet vorm in een samenspel van verschillende actoren. Lokale besturen en OCMW's spelen hierin een centrale rol en werken samen met sociale organisaties om ondersteuning af te stemmen op de noden van mensen in kwetsbare situaties. Daarbij wordt voedselhulp steeds minder uitsluitend benaderd als noodhulp, en meer als onderdeel van een bredere sociale aanpak gericht op inclusie, participatie en waardigheid. Initiatieven zoals sociale kruideniers bieden niet alleen toegang tot voedsel, maar creëren ook ruimte voor keuzevrijheid, ontmoeting en begeleiding. Zo wordt voedselhulp ingebed in een ruimer sociaal beleid,

waarin samenwerking, afstemming en aandacht voor de leefwereld van klanten centraal staan (VVSG, 2026a; VVSG, 2026b; Briels & Grymonprez, 2022).

3.1.5 Sociale kruideniers in Vlaanderen

Sociale kruideniers zijn vandaag een belangrijke en waardige vorm van voedselhulp in Vlaanderen. Het zijn winkels waar mensen met een beperkt inkomen zelf hun boodschappen kunnen kiezen tegen verlaagde prijzen. Dit winkelmodel doorbreekt het klassieke beeld van voedselbedeling en zet in op waardigheid, autonomie en keuzevrijheid (VVSG, 2024; Sociale Kruideniers Vlaanderen, z.d.).

In Vlaanderen ondersteunt de koepelorganisatie Sociale Kruideniers Vlaanderen deze initiatieven door kennisdeling, vorming en samenwerking te stimuleren. Sociale kruideniers worden daarbij bekeken als meer dan een winkel: het zijn ontmoetingsplaatsen waar mensen niet enkel geholpen worden, maar ook actief betrokken worden. Vanuit deze visie verschuift voedselhulp van liefdadigheid naar participatie en empowerment (Sociale Kruideniers Vlaanderen, z.d.).

Sociale kruideniers werken volgens een aantal gedeelde uitgangspunten die richting geven aan hun werking. Zo hanteren ze het winkelmodel, waarbij klanten zelf producten kunnen kiezen, en zetten ze in op een laagdrempelige en respectvolle omgeving. Via Sociale Kruideniers Vlaanderen kunnen initiatieven zich laten erkennen op basis van minimale criteria die de kwaliteit en visie van de werking bewaken. Deze erkenning stimuleert onder meer een consistente aanpak rond toegankelijkheid, klantgerichtheid en organisatorische professionalisering, terwijl er tegelijk ruimte blijft voor lokale invulling (Sociale Kruideniers Vlaanderen, z.d.).

Toch blijven sociale kruideniers in de praktijk botsen op beperkingen, zoals afhankelijkheid van voedseloverschotten en donaties. Hierdoor sluit het aanbod niet altijd volledig aan bij de noden van klanten, waardoor sociale kruideniers voortdurend balanceren tussen het beschikbare aanbod en wat klanten daadwerkelijk nodig hebben (Sociale Kruideniers Vlaanderen, z.d.; Foodsavers: Sociaal Aan de Slag met Voedseloverschotten, 2024).

Daarnaast is voedselhulp de voorbije jaren geëvolueerd naar een bredere praktijk, waarin ook sociale cohesie, gezondheid en participatie centraal staan. Sociale kruideniers maken vaak deel uit van lokale partnerschappen tussen sociale economie, welzijnsorganisaties en besturen, en functioneren als laagdrempelige plekken waar mensen niet alleen voedsel krijgen, maar ook ondersteuning en toegang tot hulpverlening (Briels & Grymonprez, 2022; Vandekinderen, 2023).

3.1.6 Belang voedselhulp

Voedselhulp in Vlaanderen is vandaag meer dan alleen eten voorzien. Ze maakt ondertussen deel uit van een bredere sociale aanpak waarin participatie, welzijn en sociale inclusie centraal staan.

Tegelijk blijft de nood groot door stijgende levensduurte en financiële kwetsbaarheden. Hierdoor is voedselhulp voor veel mensen een onderdeel van hun dagelijks leven. Binnen dit spanningsveld nemen sociale kruideniers een bijzondere plaats in. Via hun winkelmodel krijgen klanten een vorm van keuzevrijheid, wat bijdraagt aan autonomie en waardigheid. Daarnaast bieden de initiatieven vaker ruimte voor ontmoeting en ondersteuning, waardoor ze als minder stigmatiserend worden

ervaren dan klassieke voedselbedeling (VVSG, 2026a; Belgische Federatie van Voedselbanken, 2024; Sociale Kruideniers Vlaanderen, z.d.).

Naast deze sociale en ervaringsgerichte dimensies wijst ook kwantitatief onderzoek op het belang van voedselhulp. Uit een Belgische studie blijkt dat voedselhulp een belangrijke kostenbesparende rol kan spelen voor gezinnen met een leefloon, doordat zij minder moeten uitgeven aan voeding en zo meer budget overhouden voor andere noodzakelijke uitgaven. Tegelijk toont dit onderzoek aan dat voedselhulp onvoldoende is om de structurele ontoereikendheid van het leefloon op te vangen. Zelfs met voedselhulp blijft het inkomen van veel gezinnen onder de armoedegrens en de referentiebudgetten die nodig zijn voor een menswaardig leven (Hermans & Penne, 2019).

Tegelijk is voedselhulp geen eenduidig verhaal. Omdat het aanbod vaak afhankelijk is van voedseloverschotten en externe partners, sluit het niet altijd goed aan bij wat mensen echt nodig hebben. Dat kan frustraties geven, bijvoorbeeld wanneer producten niet bruikbaar zijn of er weinig keuze is. Dit maakt duidelijk dat voedselhulp niet alleen draait om het voorzien van basisnoden, maar ook om hoe die hulp in de praktijk wordt aangeboden en ervaren door mensen zelf (Sociale Kruideniers Vlaanderen, z.d.; Foodsavers: Sociaal Aan de Slag met Voedseloverschotten, 2024; VVSG, 2026a; Briels & Grymonprez, 2022).

3.1.7 Kritische kijk

Hoewel voedselhulp voor veel mensen een noodzakelijke steun vormt, wijzen verschillende auteurs op de beperkingen en spanningen binnen het huidige systeem. Zo stellen Briels en Grymonprez (2022) dat voedselhulp vaak de gevolgen van armoede opvangt, maar de oorzaken, zoals lage inkomens, hoge woonkosten en beperkte toegang tot sociale rechten, onvoldoende aanpakt. Daardoor bestaat het risico dat voedselhulp een structureel parallel circuit wordt, terwijl de echte oplossingen eigenlijk op vlak van inkomensbeleid en sociale bescherming liggen.

Daarnaast blijft er het spanningsveld tussen hulp en waardigheid. Ondanks de sterke inzet van sociale kruideniers en andere initiatieven, ervaren sommige gebruikers nog steeds schaamte, schuldgevoelens of afhankelijkheid wanneer ze voedselhulp ontvangen. Briels en Grymonprez (2022) pleiten er daarom voor om voedselhulp altijd te koppelen aan bredere ondersteuning, zodat het geen eindpunt wordt maar een opstap naar meer stabiliteit en participatie.

Een andere belangrijke kritische noot gaat over de afhankelijkheid van voedseloverschotten. Het redden van voedsel is ecologisch waardevol, maar mag geen basis worden waarop sociale bescherming rust. Het Jaarboek Armoede en Ongelijkheid 2024 (Coene et al., 2024) benadrukt dat armoede en sociale uitsluiting in België hardnekkig blijven, waardoor toegang tot kwaliteitsvolle voeding niet afhankelijk zou mogen zijn van toevallige overschotten of donaties. Structurele rechten, niet toevallige reststromen, moeten centraal staan in armoedebestrijding.

Tot slot wint de overtuiging terrein dat voedselhulp slechts één stukje is van een ruimer sociaal beleid. Zowel lokaal als nationaal wordt benadrukt dat voedselhulp alleen werkt als ze ingebed is in trajecten rond inkomensversterking, hulpverlening, gezondheid en participatie. Zo blijft voedselhulp een waardevol instrument, zonder te verhullen dat echte armoedebestrijding nog andere en structurele maatregelen vereist.

3.2 De Antenne Oostende: een casestudy

De Antenne is een sociaal project van de Stad Oostende dat fungeert als buurthuis voor iedereen. De sociale kruidenier wordt daarbij ingezet als middel om mensen met een (tijdelijk) laag inkomen of een kwetsbaarheid te bereiken. Het initiatief combineert voedselhulp met ontmoeting, participatie en doorverwijzing, en positioneert zich bewust als meer dan een distributiekanaal voor voeding (Stad Oostende, 2024; Stad Oostende, 2025).

Volgens de opbouwwerkers maakt de sociale kruidenier deel uit van een bredere buurthuiswerking, met als doel mensen zichtbaar te maken, naar hen te luisteren en hen opnieuw te verbinden met de buurt en de stad. Zo fungeert de kruidenier niet alleen als voedselhulp, maar ook als hefboom om mensen in beweging te brengen en hun veerkracht te versterken (Opbouwwerkers De Antenne, persoonlijke communicatie, 10 oktober 2025; Stad Oostende, 2025).

Sinds 2016 is de werking officieel erkend als sociale kruidenier binnen het netwerk Sociale Kruideniers Vlaanderen (Stad Oostende, 2025). In het kader van deze bachelor proef werd een samenwerking aangegaan met De Antenne omwille van de geïntegreerde aanpak en de duidelijke focus op levenskwaliteit. De werking wordt bovendien door de VVSG beschouwd als een 'goede praktijk', wat blijkt uit de vele studiebezoeken die jaarlijks plaatsvinden.

De uitwerking van dit hoofdstuk is gebaseerd op een documentanalyse van de website, de brochure en het jaarverslag 2024 van De Antenne (Stad Oostende, 2025), aangevuld met een semigestructureerd interview met de opbouwwerkers (Opbouwwerkers De Antenne, persoonlijke communicatie, 10 oktober 2025).

3.2.1 De Antenne als sociale kruidenier

De Antenne biedt inwoners van Oostende met een laag inkomen, na doorverwijzing, toegang tot een betaalbaar aanbod van voedings- en verzorgingsproducten, aangevuld met voedseloverschotten (Stad Oostende, z.d.). In tegenstelling tot klassieke voedselbedeling werkt De Antenne als een winkel, waarbij keuzevrijheid centraal staat en gebruikers zelf hun producten kiezen binnen een bepaald budget (Opbouwwerkers De Antenne, persoonlijke communicatie, 10 oktober 2025).

Om gebruik te kunnen maken van de sociale kruidenier heeft elke klant een 'Antennepas' nodig. Die wordt toegekend via doorverwijzing en is gekoppeld aan een tijdelijk zorgtraject in samenwerking met sociale diensten (Stad Oostende, 2025). De aanmelding verloopt via een breed netwerk van partners, zoals CAW, straathoekwerk en OCMW-diensten. (Stad Oostende, 2024; Stad Oostende, 2025).

Het budget hangt af van de gezinssamenstelling: 50 euro per volwassene per maand, aangevuld met 15 euro voor kinderen onder de 14 jaar en 25 euro voor kinderen boven de 14 jaar. De pas is doorgaans zes maanden geldig en kan verlengd worden na sociaal onderzoek. Producten worden aangeboden aan sterk verlaagde prijzen, gemiddeld 15 tot 20 procent goedkoper dan in een gewone supermarkt. Ook FEAD-producten zijn beschikbaar en kunnen vrij gekozen worden via een apart tegoed, zodat keuzevrijheid behouden blijft. In 2024 werd ongeveer 155 ton voedsel herverdeeld, goed voor een waarde van meer dan 1,1 miljoen euro. Naast de winkel biedt De Antenne ook noodvoedselpakketten en een mobiele sociale kruidenier aan huis (Stad Oostende, 2025; Opbouwwerkers De Antenne, persoonlijke communicatie, 10 oktober 2025).

3.2.2 Missie en visie

De Antenne vertrekt vanuit het idee dat voedselhulp meer moet zijn dan enkel honger stillen. Voedsel wordt ingezet als middel om mensen te verbinden, te laten participeren en hen sterker te maken. Daarom is De Antenne ook geen klassieke voedselbedeling, maar een laagdrempelige ontmoetingsplek waar klanten, vrijwilligers en partners elkaar kunnen versterken.

In de praktijk werkt De Antenne als een buurthuis, waar naast voedselhulp ook ruimte is voor ontmoeting, activiteiten en het versterken van ieders eigen kracht (Stad Oostende, 2025). Voedselhulp maakt deel uit van een breder aanbod met aandacht voor sociale activering, vrijwilligerswerk en participatie. Het wordt bewust gekoppeld aan rechtenverkenning en kansen om mee te doen (Stad Oostende, 2025; Opbouwwerkers De Antenne, persoonlijke communicatie, 10 oktober 2025).

3.2.3 Doelgroep

De doelgroep van De Antenne bestaat uit inwoners van Oostende met een laag inkomen of in een kwetsbare leefsituatie, waardoor hun recht op een menswaardig bestaan onder druk staat (Stad Oostende, 2024). Het gaat om een diverse groep, waaronder mensen met een leefloon, werkzoekenden, personen met een ziekte-uitkering, werkenden met een laag loon, gepensioneerden en in beperkte mate ook mensen zonder inkomen of dakloze personen.

Volgens de opbouwwerkers waren er op 10 oktober 2025 ongeveer 688 geregistreerde gebruikers, waarvan ongeveer de helft een migratieachtergrond heeft. Ook op vlak van gezinssamenstelling en hulpvragen is er veel variatie (Stad Oostende, 2024; Opbouwwerkers De Antenne, persoonlijke communicatie, 10 oktober 2025).

Deze diversiteit maakt het moeilijk om de doelgroep in één profiel te vatten, wat mee verklaard wordt door de brede instroom via verschillende doorverwijzende partners.

3.2.4 Medewerkers

De werking van De Antenne wordt gedragen door een combinatie van professionele medewerkers van Stad Oostende en een diverse groep vrijwilligers. Het professionele team bestaat uit ongeveer 6,8 VTE en enkele medewerkers in een tijdelijk werkervaringstraject. Binnen het team zijn de rollen verdeeld over onder meer coördinatie, administratie, projectwerking, onthaal, winkelwerking en logistieke ondersteuning (Stad Oostende, 2025).

Vrijwilligers zijn onmisbaar binnen de werking. In 2024 waren er ongeveer 48 vrijwilligers actief, die taken opnemen zoals onthaal, bar, kassa, stock, keuken en de mobiele sociale kruidenier. De groep is divers samengesteld: een deel zijn (voormalige) gebruikers, naast mensen uit sociale organisaties en burgers die zich engageren. Ook ervaringsdeskundigen maken deel uit van het team, wat de toegankelijkheid en herkenbaarheid verhoogt (Stad Oostende, 2025; Opbouwwerkers De Antenne, persoonlijke communicatie, 10 oktober 2025).

Opvallend is dat sommige gebruikers doorgroeien naar een vrijwilligersrol. Dit wordt als waardevol gezien omdat het bijdraagt aan hun gevoel van betrokkenheid en verantwoordelijkheid, en tegelijk verschillende perspectieven samenbrengt binnen de werking. Door deze mix van professionele ondersteuning en vrijwilligerswerk blijft De Antenne laagdrempelig (Opbouwwerkers De Antenne, persoonlijke communicatie, 10 oktober 2025).

3.2.5 Werking

De Antenne bestaat uit verschillende initiatieven die samen één geïntegreerde werking vormen: de sociale kruidenier, de ontmoetingsruimte, de vrijwilligerswerking en de projectwerking. De sociale kruidenier werkt op afspraak met vaste tijdsloten, wat zorgt voor rust en overzicht. Klanten kunnen ongeveer om de veertien dagen langskomen en winkelen binnen een budget op maat van hun gezinssamenstelling. Wekelijks maken ongeveer 250 klanten gebruik van de winkel, die zo een belangrijke toegangspoort vormt tot de bredere werking. Door te werken met tijdsloten worden zo'n 270 winkelmomenten georganiseerd, waardoor er ook ruimte is voor begeleiding waar nodig (Stad Oostende, 2025; Opbouwwerkers De Antenne, persoonlijke communicatie, 10 oktober 2025).

Naast de winkel is er een vrij toegankelijke ontmoetingsruimte, waar bezoekers zonder afspraak kunnen binnenlopen voor een koffie, een babbel, informatie of hulp bij praktische en administratieve vragen. Deze ruimte wordt intensief gebruikt en trekt wekelijks ongeveer 520 bezoekers (Stad Oostende, 2025).

Bezoekers en vrijwilligers komen hier samen in een warme en informele sfeer. Ook activiteiten en projecten maken deel uit van de werking, zoals kookworkshops met voedseloverschotten, praatgroepen Nederlands, creatieve sessies en ontmoetingsactiviteiten. Daarnaast zijn er initiatieven rond gezondheid en informatie, zoals samenwerking met een community health worker of het Digipunt. Gemiddeld nemen zo'n 160 mensen per week deel aan deze activiteiten. De Antenne is daarmee niet alleen een plek voor voedselhulp, maar ook een sociale ontmoetingsplek waar participatie en engagement worden gestimuleerd (Stad Oostende, 2025; Coördinatoren De Antenne, persoonlijke communicatie, 10 oktober 2025).

3.2.6 Samenwerkingen

De Antenne werkt samen met een breed netwerk van partners die mensen toeleiden en mee opvolgen in hun traject. Toegang tot de sociale kruidenier verloopt onder andere via het OCMW, CAW, MSOC, wijkgezondheidscentra, straathoekwerk en scholen, maar ook via organisaties zoals I-mens, Duinhelm en andere. In totaal gaat het om een sterk uitgebouwd netwerk van interne en externe diensten, waardoor mensen vanuit verschillende situaties de weg naar De Antenne vinden (Stad Oostende, 2025; Opbouwwerkers De Antenne, 10 oktober 2025).

Naast doorverwijzing zijn er ook heel wat samenwerkingen rond activiteiten en ondersteuning. Denk aan taalinitiatieven, ontmoetingsmomenten en projecten zoals Zomerpraat. Op vlak van gezondheid en welzijn zijn er bijvoorbeeld kookworkshops en ondersteuning door een community health worker. Ook organisaties zoals ONA (Covias) en De Katrol bieden er activiteiten rond vrije tijd, mentaal welzijn en gezinsondersteuning (Stad Oostende, 2024).

Bezoekers kunnen ook terecht in het Digipunt voor hulp bij digitale en administratieve vragen, zoals Itsme of online formulieren. Daarnaast stelt De Antenne haar ruimtes open voor partners, zodat activiteiten makkelijk ter plaatse kunnen doorgaan. Dat maakt de werking extra toegankelijk en versterkt de samenwerking.

Tot slot zijn er ook partners betrokken bij het verwerken van voedseloverschotten. In de keukenwerking gaan bezoekers en vrijwilligers samen aan de slag, wat duurzaamheid combineert met ontmoeting en sociale activering (Stad Oostende, 2025).

3.3 WHOQOL als kader voor het begrip levenskwaliteit

3.3.1 Levenskwaliteit als subjectief en multidimensionaal concept

Binnen onderzoek naar levenskwaliteit ontstond nood aan een gedeelde en internationaal toepasbare definitie. Daarom ontwikkelde de World Health Organization in de jaren 1990 het WHOQOL-kader, dat levenskwaliteit benadert vanuit de beleving van mensen zelf en rekening houdt met culturele en sociale contexten (Kuyken, 1995).

De WHO definieert levenskwaliteit als: “Individuals’ perception of their position in life in the context of the culture and value systems in which they live and in relation to their goals, expectations, standards and concerns” (Kuyken, 1995, p. 1405). Levenskwaliteit wordt hierbij gezien als een subjectieve en multidimensionale ervaring, die ontstaat uit de samenhang tussen verschillende levensdomeinen.

Omdat wat mensen als waardevol ervaren verschilt naargelang cultuur, sociale positie en levensfase, werd WHOQOL ontwikkeld in vijftien cultureel diverse landen via focusgroepen en participatief onderzoek (Kuyken, 1995).

3.3.2 De levensdomeinen binnen WHOQOL en WHOQOL-BREF

Binnen het WHOQOL-kader wordt levenskwaliteit benaderd als een multidimensionaal begrip. Om deze complexiteit hanteerbaar te maken, onderscheidt WHOQOL verschillende levensdomeinen die toelaten om gericht stil te staan bij specifieke ervaringen binnen het dagelijks leven (Kuyken, 1995).

Oorspronkelijk omvatte WHOQOL zes levensdomeinen. In latere toepassingen, zoals de WHOQOL-BREF, werden deze samengebracht tot vier bredere domeinen: fysieke gezondheid, psychologisch welbevinden, sociale relaties en omgeving (Harper et al., 1998). Deze domeinen bieden een houvast om levenskwaliteit op een gestructureerde manier te benaderen, zonder de onderlinge samenhang uit het oog te verliezen.

Het domein fysieke gezondheid verwijst naar lichamelijk functioneren, zoals energie, vermoeidheid, pijn en zelfstandigheid. Psychologisch welbevinden omvat de mentale en emotionele beleving, waaronder gevoelens, zelfbeeld en zingeving. Sociale relaties hebben betrekking op verbondenheid, persoonlijke contacten en sociale steun. Het domein omgeving verwijst naar de bredere leefcontext, zoals financiële middelen, woonomgeving, veiligheid en toegang tot diensten.

Binnen dit onderzoek worden deze levensdomeinen niet gebruikt als meetinstrument via gestandaardiseerde vragenlijsten, maar als inhoudelijk en analytisch kader. Deze toepassing sluit aan bij de visie van WHOQOL, waarin de subjectieve beleving van mensen centraal staat (Kuyken, 1995; Harper et al., 1998).

3.3.3 Gebruik van WHOQOL binnen dit onderzoek

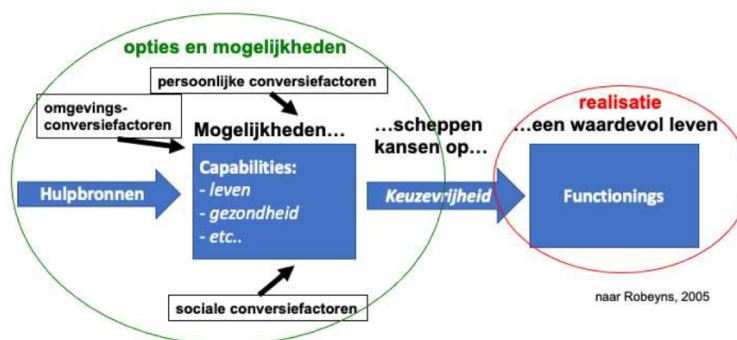
In dit onderzoek vormen de WHOQOL-levensdomeinen de basis voor de ontwikkeling van visuele praatkaarten, die gebruikt worden als gespreks- en analysekader om ervaringen van klanten te structureren en te interpreteren.

Door deze levensdomeinen op een visuele en laagdrempelige manier te vertalen naar praatkaarten, ontstaat ruimte voor persoonlijke verhalen en interpretaties, zonder gebruik te maken van scores of

kwantitatieve metingen. Deze keuze sluit aan bij de visie van WHOQOL, waarin levenskwaliteit vertrekt vanuit hoe mensen hun eigen leven ervaren en betekenis geven binnen hun context (Kuyken, 1995; Harper et al., 1998).

3.4 Capability-benadering

De capability approach, ontwikkeld door Amartya Sen en verder uitgewerkt door Martha Nussbaum en Ingrid Robeyns, biedt een aanvullende manier om naar levenskwaliteit te kijken. In deze benadering staat niet enkel centraal wat mensen hebben of doen, maar vooral wat zij daadwerkelijk kunnen zijn en doen in hun dagelijks leven. De focus ligt dus op de mogelijkheden waarover mensen beschikken om hun leven vorm te geven op een manier die zij zelf waardevol vinden (Robeyns, 2017; Nussbaum, 2012).



Figuur 1.
Schematische weergave van het conversieproces (zie ook Robeyns, 2017).

(Jansen & Van der Veen, 2021).

3.4.1 Middelen, capabilities en keuzevrijheid¹

De capability approach vertrekt vanuit het idee dat levenskwaliteit niet volledig te begrijpen is op basis van 'resources' (hulpbronnen) of omstandigheden alleen. Twee mensen kunnen over gelijkaardige resources beschikken, maar toch een verschillende levenskwaliteit ervaren. Doorslaggevend is in welke mate mensen deze resources kunnen omzetten in 'capabilities' (mogelijkheden), rekening houdend met hun persoonlijke situatie en context.

Daarbij maakt deze benadering een duidelijk onderscheid tussen resources en de doelen die mensen daarmee kunnen bereiken. Resources, zoals inkomen of ondersteuning, zijn op zich niet bepalend voor levenskwaliteit. Ze krijgen pas betekenis wanneer ze bijdragen aan reële capabilities om het dagelijks leven vorm te geven en keuzes te maken (Nussbaum, 2012).

3.4.2 Capabilities en functionings

Een centraal onderscheid binnen deze benadering is dat tussen 'functionings' en capabilities. Functionings verwijzen naar wat mensen effectief doen of ervaren, zoals voldoende en gezond eten, sociale contacten hebben of deelnemen aan activiteiten. Capabilities verwijzen naar de keuze die mensen hebben om deze functionings te realiseren.

¹ In dit volledige onderzoeksrapport worden de Engelstalige kernbegrippen uit de capability approach (zoals capabilities, functionings, resources en conversion factors) behouden. Deze termen worden in de literatuur vaak niet eenduidig vertaald naar het Nederlands en verwijzen naar specifieke theoretische concepten.

Het verschil ligt in de aanwezigheid van keuzevrijheid: niet alleen wat iemand doet is van belang, maar ook of iemand de mogelijkheid heeft om andere keuzes te maken. Levenskwaliteit gaat dus niet enkel over zichtbare uitkomsten, maar ook over de mate waarin mensen zelf richting kunnen geven aan hun leven (Nussbaum, 2012).

3.4.3 Conversion factors en ongelijkheid

Niet iedereen kan beschikbare resources op dezelfde manier benutten. Dit hangt samen met zogenaamde '*conversion factors*': factoren die bepalen in welke mate iemand *resources* kan omzetten in concrete mogelijkheden. Deze factoren, de zogenaamde conversiefactoren, kunnen persoonlijk zijn, zoals gezondheid, vaardigheden of zelfvertrouwen, maar ook sociaal, zoals regels, normen en waarden, of structureel, zoals taal of toegankelijkheid van voorzieningen (Robeyns, 2017).

Hierdoor kan eenzelfde voorziening voor verschillende mensen een andere betekenis en impact hebben. Waar de ene persoon er nieuwe kansen en mogelijkheden uit haalt, kan een ander er minder gebruik van maken door drempels of beperkingen. De capability approach maakt deze verschillen zichtbaar en helpt om ongelijkheid in levenskwaliteit beter te begrijpen.

3.4.4 Well-being en agency

Binnen de capability approach wordt soms een onderscheid gemaakt tussen '*well-being*' en '*agency*', een onderscheid dat vooral teruggaat op het werk van Sen. *Well-being* verwijst naar de gerealiseerde *functionings* en geeft weer in welke mate iemand een leven leidt dat voor hem of haar waardevol is.

Agency verwijst naar het vermogen van mensen om zelf keuzes te maken en doelgericht te handelen, in functie van wat zij belangrijk vinden. Het gaat hierbij om de mate waarin iemand zijn of haar leven actief kan sturen en vormgeven.

Hoewel Nussbaum dit onderscheid minder expliciet maakt, sluit haar benadering hier nauw bij aan door sterk te benadrukken dat mensen moeten beschikken over reële *capabilities* en keuzevrijheid om hun leven volgens eigen waarden in te richten.

Levenskwaliteit wordt binnen de capability approach dan ook niet enkel bepaald door wat mensen realiseren, maar ook door hun mogelijkheid om deze realisaties zelf te kiezen en na te streven (Robeyns, 2017; Jansen & Van der Veen, 2021).

3.4.5 Betekenis voor dit onderzoek

De capability approach biedt in dit onderzoek een bruikbaar kader om verder te kijken dan wat mensen krijgen of ervaren, en aandacht te hebben voor wat zij daar in hun dagelijks leven effectief mee kunnen. De benadering helpt om kansen en beperkingen zichtbaar te maken en legt de link tussen levenskwaliteit en de context waarin mensen leven (Jansen & Van der Veen, 2021).

Binnen dit onderzoek wordt de capability approach op een verkennende en praktijkgerichte manier gebruikt om ervaringen van gebruikers beter te begrijpen, met aandacht voor factoren die hun mogelijkheden versterken of beperken. Dit sluit aan bij het idee dat levenskwaliteit samenhangt met de vrijheid om een leven te leiden dat men zelf waardevol vindt (Nussbaum, 2012).

Tegelijk is het belangrijk te erkennen dat de capability approach een veel ruimer en complexer theoretisch kader vormt dan de beperkte toepassing binnen dit onderzoek (Robeyns, 2017; Jansen &

Van der Veen, 2021). Daarom wordt hier bewust gekozen voor een afgebakende en praktische invulling, gericht op het verkennen van capabilities en beperkingen in relatie tot de toegang tot De Antenne.

3.5 Praatkaarten als visuele ondersteuning in kwalitatief praktijkonderzoek

3.5.1 Praatkaarten als ondersteuning van het gesprek

In dit onderzoek worden praatkaarten gebruikt als ondersteunende gespreksmethodiek om ervaringen toegankelijker bespreekbaar te maken en gesprekken op een participatieve manier te voeren. De kaarten nodigen klanten uit om hun eigen verhaal te brengen en bieden ondersteuning bij het structureren van gesprekken.

Binnen kwalitatief en praktijkgericht onderzoek worden praatkaarten ingezet om gevoelige of complexe thema's bespreekbaar te maken. Onderzoek binnen een huisartsenwachtpost toont aan dat visuele ondersteuning kan helpen bij het structureren en verduidelijken van informatie. De meerwaarde ligt daarbij vooral in het ondersteunen van het gesprek, eerder dan in het geven van volledige informatie (Louagie & Delvaux, 2025). Daarnaast kan de combinatie van woord en beeld taal- en cognitieve drempels verlagen en gesprekken toegankelijker maken (Pharos, 2022).

3.5.2 Kaarten als uitnodiging tot betekenisgeving

Ook binnen gezondheidsbevordering en educatie worden praatkaartspelen gebruikt als uitnodiging tot gesprek. Bij methodieken zoals *Waar of raar?!* staat niet het juiste antwoord centraal, maar herkenning, uitwisseling en persoonlijke betekenisgeving (Reijs, z.d.).

Wat deze toepassingen gemeen hebben, is dat praatkaarten functioneren als een flexibel hulpmiddel dat aangepast wordt aan de praktijkcontext en ervaringen van deelnemers. Deze inzichten vormen de basis voor het gebruik van praatkaarten in dit onderzoek, waarbij beelden ingezet worden om gesprekken rond beleving en betekenisgeving op een laagdrempelige manier te ondersteunen.

4 Onderzoek ontwerp en –verloop

4.1 Onderzoeksopzet

In dit onderzoek wordt gekozen voor een kwalitatieve, participatieve en verkennende aanpak. Het doel is om inzicht te krijgen in hoe klanten van de sociale kruidenier van De Antenne het aanbod ervaren en welke betekenis zij hieraan geven in relatie tot hun levenskwaliteit.

Het onderzoek vertrekt vanuit de totale ervaring van klanten, in lijn met de geïntegreerde werking van De Antenne, waar voedselhulp, ontmoeting en participatie verweven zijn. De WHOQOL-domeinen worden hierbij niet expliciet bevraagd, maar gebruikt als inspiratie in de ontwerpfase en als analytisch kader tijdens de analyse.

Het onderzoek wordt opgevat als een casestudy binnen De Antenne (Oostende), met als doel dieper inzicht te krijgen in de ervaringen van klanten en aanknopingspunten te formuleren voor de verdere ontwikkeling van de werking.

4.2 Onderzoekspopulatie en steekproefstrategie

De onderzoekspopulatie bestaat uit klanten van De Antenne die gebruikmaken van de sociale kruidenier en hiervoor beschikken over een geldige Antennepas.

De deelnemers aan dit onderzoek zijn 18 jaar of ouder, nemen vrijwillig deel en bevinden zich in een kwetsbare socio-economische situatie waarin voedselhulp deel uitmaakt van hun ondersteuningstraject. In dit onderzoek wordt bewust de term ‘klanten’ gehanteerd, in lijn met de terminologie van De Antenne en vanuit het streven naar een niet-stigmatiserende en gelijkwaardige benadering van de deelnemers.

Er wordt gewerkt met een doelgerichte steekproef, waarbij in overleg met de opbouwwerkers van De Antenne respondenten worden geselecteerd met het oog op een zo goed mogelijke afspiegeling van de gebruikerspopulatie. Klanten zullen ook rechtstreeks ter plaatse aangesproken worden door de onderzoeker om de selectie niet uitsluitend via de opbouwwerkers te laten verlopen en mogelijke selectiebias te beperken. Het streefdoel is om een tiental individuele interviews af te nemen, wat binnen kwalitatief onderzoek doorgaans volstaat om inhoudelijke verzadiging te bereiken.

4.3 Dataverzameling: interviews met ondersteunende praatkaarten

De dataverzameling gebeurt via individuele, semigestructureerde interviews, waarbij praatkaarten ondersteunend kunnen worden ingezet. Het gesprek staat centraal en vertrekt vanuit een open vraag naar de beleving van de klant. Pas wanneer het eerste verhaal op gang is gekomen, wordt bekeken of kaarten een meerwaarde kunnen zijn, dit om sturing te vermijden.

Bij het ontwikkelen van deze praatkaarten werd bewust gekozen voor een eenvoudige, visueel ondersteunde methodiek. In plaats van te werken met vooraf vastgelegde vragen, wordt ingezet op beelden als vertrekpunt voor het gesprek. Deze keuze vertrekt vanuit het uitgangspunt dat de kracht van de methodiek ligt in wat deelnemers zelf vertellen naar aanleiding van een beeld, eerder dan in het beantwoorden van directe vragen.

De opbouw van de kaartenset werd geïnspireerd door inzichten uit de verkennende fase en aangevuld met theoretische kaders. Zo werd onder meer inspiratie gehaald uit de benadering van Autisme

Centraal, waarin verschillende niveaus van abstractie worden onderscheiden. In dit onderzoek werd bewust gekozen voor beelden op het niveau van concrete foto's, eerder dan pictogrammen of geschreven taal. Dit verlaagt de cognitieve en talige drempel en maakt de kaarten toegankelijker voor een diverse doelgroep.

De praatkaarten bestaan uit een set van 54 beeld- en 5 emotiekaarten. Deze combinatie maakt het mogelijk om zowel situaties en ervaringen op te roepen als gevoelens te benoemen en te nuanceren. Deelnemers worden uitgenodigd om beelden te kiezen die voor hen betekenisvol zijn, waarna het gesprek vertrekt vanuit hun interpretatie. Op die manier ontstaat ruimte voor storytelling en persoonlijke betekenisgeving.

De beeld- en emotiekaarten kunnen het gesprek ondersteunen en verdiepen. Ze kunnen helpen bij het benoemen en nuanceren van gevoelens en kunnen, indien relevant, gebruikt worden om accenten in de beleving te verkennen. In de ontwerpfase werd bovendien bewust gekozen om het aantal kaarten te structureren en te werken met standaardformaten, zodat het materiaal overzichtelijk en praktisch hanteerbaar blijft. In de testfase werd daarnaast gewerkt met een brede variatie aan beelden, om na te gaan welke soorten afbeeldingen het meest uitnodigen tot gesprek en herkenning.

De inzet van de kaarten verloopt flexibel en wordt afgestemd op het gesprek. De interviewer maakt telkens een afweging of en wanneer de kaarten ondersteunend zijn, zonder het gesprek over te nemen. Deze aanpak heeft de intentie mogelijkheden te scheppen die ervaringen rond voedselhulp op een laagdrempelige en participatieve manier bespreekbaar maken, met aandacht voor diversiteit, taalverschillen en het beperken van sociaal wenselijke antwoorden.

4.3.1 Beeldkaarten

De beeldkaarten bestaan uit foto's die situaties, ervaringen of sferen oproepen en die zouden kunnen aansluiten bij hoe klanten het hulpaanbod van De Antenne beleven.

Er werden zes sets van telkens negen kaarten samengesteld, omdat dit volgens de testfase het meest overzichtelijk en werkbaar bleek. Elke set bevat een gevarieerde mix van beelden die aansluiten bij verschillende aspecten van de ervaring van klanten. (zie bijlage 10.3)

De beelden verwijzen zowel naar de WHOQOL-levensdomeinen (zoals sociale relaties en leefomgeving) als naar het concrete aanbod van De Antenne (zoals de winkel, ontmoetingsruimte en activiteiten). Ook thema's zoals toegankelijkheid, oriëntatie en gevoelens van nabijheid komen aan bod. Door deze variatie kan het gesprek zich op een natuurlijke manier ontwikkelen, afhankelijk van wat voor de klant betekenisvol is.

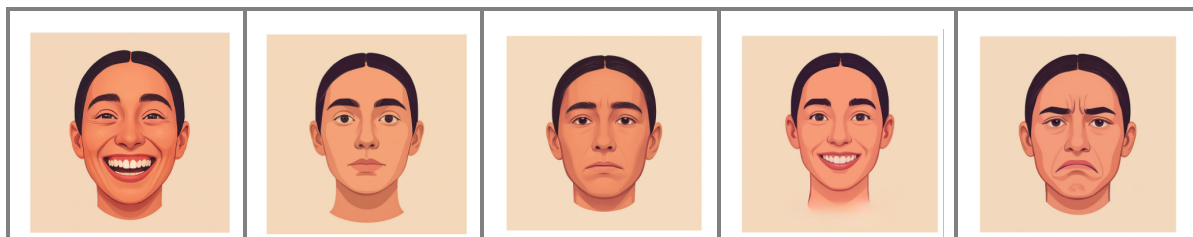
De beelden werden gegenereerd met Leonardo AI, via ChatGPT(OpenAI) en Canva en afgetoetst tijdens de testfase de bij maatschappelijk werkers van OCMW Roeselare en de opbouwwerkers van De Antenne. Op basis van hun feedback werden, waar nodig, beelden aangepast om uniformiteit, herkenning, neutraliteit en open interpretatie te waarborgen.

4.3.2 Emotiekaarten

De emotiekaarten bestaan uit vijf AI-beelden die een brede waaier aan emoties weergeven, en niet louter een schaal van ontevreden naar tevreden.

Er werd bewust gekozen voor neutrale gezichten zonder duidelijke gender- of etnische kenmerken, zodat deze de interpretatie zo min mogelijk beïnvloeden. De expressies zijn gebaseerd op basisemoties van Paul Ekman; zoals blijdschap, verdriet, angst, woede en walging.

Deze opzet maakt het voor klanten makkelijker om zich te herkennen in de emoties en hun eigen beleving eraan te koppelen. De kaarten hebben de ambitie om gevoelens te benoemen zonder veel taal en toe te laten om ervaringen te nuanceren en te vergelijken. Ze dienen niet expliciet om te meten, maar om het gesprek te verdiepen en betekenis te geven aan wat mensen ervaren.



4.4 Interviewverloop

Het interview verloopt volgens een gefaseerd draaiboek met informele ontvangst, het informed consent, een open startvraag, gevolgd door een eventuele inzet van beeld- en emotiekaarten om het gesprek te verdiepen, en een gerichte verkenning van ervaringen en betekenis. Gaat op zoek naar verbeterpunten voor de werking en wordt afgesloten met een evaluatie van zowel de kaarten methodiek als van het gesprek, daarbij is ook oog voor de nodige nazorg. Dit verloop biedt houvast, maar laat ruimte voor het tempo en de noden van de respondent.

4.4.1 Ontvangst en informed consent

Het interview start met een informele ontvangst, waarbij de respondent op zijn of haar gemak wordt gesteld en de interviewer zich kort voorstelt. In samenspraak met De Antenne wordt gezorgd voor een warme ontvangst, bijvoorbeeld met koffie of soep. Vervolgens wordt het doel van het onderzoek toegelicht en benadrukt dat deelname vrijwillig is, geen invloed heeft op het hulpaanbod en dat er geen juiste of foute antwoorden zijn. Ook wordt vermeld dat het gesprek kan worden ondersteund met praatkaarten en, mits toestemming, een audiobestand wordt opgenomen ter ondersteuning van de verwerking.

Voor de start van het interview wordt het informed consent kort overlopen. Er wordt gewerkt met een informele versie (Bijlage 10.1), op maat van de doelgroep en de methodiek, zodat dit een zo klein mogelijke drempel vormt om deel te nemen. Het wordt mondeling toegelicht en ook schriftelijk bevestigd. Daarbij wordt uitgelegd hoe het interview zal verlopen en duren, dat er eventueel een audio-opname wordt gemaakt en hoe de gegevens vertrouwelijk worden verwerkt. Deelnemers kunnen ook, naar wens, hun e-mailadres achterlaten om later de resultaten te ontvangen. Het interview en de opname starten pas wanneer de deelnemer hiervoor duidelijk toestemming geeft.

4.4.2 Open startvraag

Het gesprek start met een open vraag, zoals: “Kan je wat vertellen over jouw ervaring met De Antenne?” Indien nodig wordt deze vraag aangepast aan de taal en leefwereld van de klant. Mogelijke variaties op deze openingsvraag zijn opgenomen in bijlage 10.6.

De bedoeling is om de klant vrij te laten vertellen, met ruimte om zelf te bepalen wat belangrijk is en hoe uitgebreid het verhaal wordt. In deze fase worden nog geen kaarten gebruikt; de focus ligt op luisteren en het verkennen van het eerste verhaal.

4.4.3 Ondersteunend gebruik van beeldkaarten

Wanneer het helpend lijkt voor het gesprek, kunnen er na de openingsvraag beeldkaarten als ondersteuning worden ingezet. De onderzoeker legt een vaste set van 9 kaarten op tafel. De beelden worden open aangeboden, zonder uitleg, en de klant wordt uitgenodigd om vrij te kijken en eventueel een beeld te kiezen dat aansluit bij zijn of haar ervaring.

De gekozen beelden vormen geen antwoord op een vaste vraag, maar een aanleiding om verder te vertellen, bijvoorbeeld via vragen als: “Waarom koos je deze kaart?” of “Wat zegt dit beeld voor jou?” Indien relevant kunnen meerdere beelden naast elkaar gelegd worden om verschillen, accenten of veranderingen in de beleving te verkennen. Mogelijke variaties op deze verdiepende vragen zijn eveneens opgenomen in bijlage 10.6.

Hoewel de beelden gebaseerd zijn op bredere levensdomeinen en het aanbod van De Antenne, worden deze tijdens het gesprek niet benoemd. De kaarten blijven een ondersteunend hulpmiddel, zodat de klant maximaal kan vertrekken vanuit zijn of haar eigen beleving en betekenisgeving.

4.4.4 Verdiepende fase

Na de eerste verkenning met beeldenkaarten volgt een verdiepende fase, waarin ervaringen verder worden uitgediept en genuanceerd. Deze fase maakt deel uit van het interviewopzet, maar wordt flexibel toegepast, afhankelijk van het tempo en de draagkracht van de respondent.

Eerst kunnen op dezelfde manier tot 5 extra sets beeldenkaarten worden ingezet om het perspectief te verbreden. Dit kan helpen om andere invalshoeken, verschillen of spanningen zichtbaar te maken en het gesprek verder open te trekken.

Aanvullend kunnen extra vragen worden gesteld zoals: “Welke kaart zou iemand anders kiezen om De Antenne te beschrijven?” of “Zie je een kaart die een ander gevoel weergeeft dan wat we al bespraken?” Deze vragen hebben de intentie om perspectiefname te stimuleren en uitspraken te depersonaliseren, zodat deelnemers oordelen of alternatieve interpretaties kunnen verkennen zonder deze expliciet als hun persoonlijke standpunt te hoeven innemen.

Ook kan er, waar relevant, dieper ingegaan worden op thema's die aansluiten bij de onderzoeksvragen of die tijdens het gesprek naar voren komen. De interviewer kan hier doorvragen wanneer er signalen zijn dat er onderliggende ervaringen of betekenissen spelen.

Emotiekaarten kunnen als een extra laag worden ingezet om gevoelens verder te verkennen en te benoemen, of om de algemene beleving van De Antenne samen te vatten.

4.4.5 Evaluatie

Na het inhoudelijke gesprek volgt een evaluerende fase, waarin wordt stilgestaan bij hoe de respondent het gesprek en het gebruik van de kaarten heeft ervaren. De onderzoeker bevestigt dit op een open en toegankelijke manier aan de hand van vragen zoals: “Hoe vond je het om met de kaarten te werken tijdens dit gesprek?” of “Hielpen de beelden of emotiekaarten om je verhaal te vertellen?”

Zie bijlage 10.6 voor mogelijke variaties op deze evaluatieve vragen. De antwoorden bieden inzicht in hoe respondenten het gebruik van de praatkaarten en de interviewaanpak ervaren, en dragen bij aan de reflectie over de bruikbaarheid van deze methode voor de doelgroep.

4.4.6 Nazorg en afsluiting

Na het gesprek wordt de respondent bedankt voor het delen van zijn of haar verhaal en wordt kort nagegaan hoe het gesprek is verlopen.

De respondent krijgt hier nog de kans om vragen te stellen of iets toe te voegen dat niet aan bod kwam. Er wordt toegelicht wat er verder met het onderzoek gebeurt en dat alle antwoorden vertrouwelijk worden verwerkt. Tot slot wordt meegegeven dat, mocht het gesprek iets hebben losgemaakt, de respondent steeds terecht kan bij de medewerkers van De Antenne voor verdere ondersteuning. Wie dit selecteerde op het informed consent, kreeg nadien via e-mail, een toegankelijke en informele samenvatting van het onderzoek, die op vraag ook in het Frans werd voorzien.

4.5 Testfase en methodische aanpassing

4.5.1 Doelstellingen

Tijdens de studiedag ‘Voedselhulp als hefboom’, georganiseerd door de VVSG en Foodsavers, lichtte de auteur het voornemen toe om een praatkaartenmethodiek te ontwikkelen. Sociale Kruidenier RSL toonde hierin interesse en stelde een samenwerking voor om de kaarten later uit te testen. Dit vormde de aanleiding voor een testfase in Roeselare, voorafgaand aan de dataverzameling.

De ontwikkeling van de praatkaarten verliep vervolgens stapsgewijs. In een eerste verkennende fase werd gewerkt met bestaande kaartenspellen en voorbeeldmateriaal, die samen met sociaal werkers en personen uit de doelgroep werden uitgetest. Hierbij werd inspiratie gehaald uit *Beeld en Box* (OMJS, z.d.), *Samen in Beeld* (Werkgroep Continuïteit en Participatie van OROJ West-Vlaanderen, z.d.) en *Aankaarten* (De Aanstokerij, z.d.).

Op basis van deze inzichten werd een eigen kaartenset ontwikkeld, die later getest werd in de sociale kruidenier in Roeselare. De testfase had als doel om na te gaan of het interview en het gebruik van de praatkaarten in de praktijk vlot en haalbaar waren, en om de methodiek verder te verfijnen.

Concreet werd in deze testfase aandacht besteed aan:

Gebruik en impact van de kaarten:

- Welk aantal beelden tegelijk overzichtelijk blijft en geen gevoel van overdaad oproept
- Hoe deelnemers reageren op de ondersteunende beeld- en emotiekaarten
- Welke beelden spontaan het vaakst gekozen worden

- Of beelden die expliciet verwijzen naar voedsel, winkelen of de supermarkt sneller gekozen worden en waardevolle info over beleving opleverenden

Verloop en werkbaarheid van het interview:

- Hoeveel tijd een volledig interview in de praktijk vraagt
- Of het vooropgestelde draaiboek logisch en werkbaar aanvoelt
- Of het bijhouden van het draaiboek en de voorbeeldvragen door de interviewer als storend of net ondersteunend wordt ervaren

Ervaring van deelnemers:

- Of de informed consent als informeel, storend of als drempel ervaren wordt
- Of deze manier van werken ook bruikbaar is bij anderstalige deelnemers of deelnemers met beperkte taalvaardigheid
- Welke onvoorziene reacties of ervaringen naar voren komen

Kwaliteit en waarde van de data:

- In welke mate de verhalen over hun ervaringen waardevol zijn voor de eventuele bijsturing van de werking
- In welke mate mogelijks sociaal wenselijke antwoorden voorkomen

Tijdens de testfase werd ook ruimte gemaakt om deelnemers feedback te laten geven op de kaarten zelf, bijvoorbeeld of er beelden zijn die verwarrend, ongepast of weinig relevant aanvoelen.

Daarnaast werd aandachtig geluisterd naar de ervaringen en bedenkingen van coördinatoren en begeleiders. Hun perspectief was belangrijk om te beoordelen of deze manier van werken haalbaar is binnen de dagelijkse werking en of de gesprekken inzichten opleveren die ook voor de praktijk betekenisvol zijn.

4.5.2 Inzichten en bijsturing methodiek

De testfase leverde verschillende inzichten op die hielpen om de methodiek verder te verfijnen. In het algemeen bleek dat de beelden- en emotiekaarten goed werkten als ingang tot het gesprek. Daarom wordt deze werkwijze behouden in de effectieve dataverzameling binnen De Antenne.

Tijdens de testfase bleek dat het aanbieden van te veel kaarten tegelijk snel onoverzichtelijk werd. Daarom wordt gewerkt met kaartensets waarbij telkens negen kaarten tegelijk worden aangeboden. Deelnemers kozen vaak spontaan beelden rond voedsel of het aanbod. Hoewel deze veel gesprek op gang brachten, stuurden ze soms te sterk naar praktische aspecten. Daarom wordt gekozen voor meer variatie: de eerste set bevat geen rechtstreeks naar voedsel verwijzende beeldkaarten, terwijl de volgende sets telkens maximaal één dergelijke kaart bevatten. Om de interviews vergelijkbaar te houden, wordt steeds met dezelfde kaartensets en volgorde gewerkt. Om de transcripties te vergemakkelijken, werden de kaarten gecodeerd (Bijlage 8.3).

Wat het verloop van de interviews betreft, bleek dat de duur sterk varieerde, van 12 tot 40 minuten. Langere gesprekken leverden vaak meer diepgang op, maar vroegen ook meer tijd voor verwerking. Daarnaast werd duidelijk dat waardevolle informatie soms pas naar voren kwam na het beëindigen van de opname. Daarom wordt ervoor gekozen om na elk interview kort eigen indrukken en informele uitspraken te noteren.

Ook de procedure rond de informed consent werd bijgestuurd. Tijdens de testfase bleek dat een te formele aanpak een drempel kon vormen. Daarom werd het document vereenvoudigd en visueel duidelijker gemaakt, onder meer door het toevoegen van het logo van VIVES.

Daarnaast kwam een belangrijk aandachtspunt naar voren rond de rol van de onderzoeker. In sommige gesprekken was het niet altijd evident om strikt in de onderzoekersrol te blijven, omdat bepaalde verhalen spontaan een hulpverlenersreflex konden oproepen. Dit werd nadien bewust meegenomen, met extra aandacht voor het luisteren naar ervaringen en betekenissen, eerder dan het zoeken naar oplossingen.

Tot slot bleek dat de emotiekaarten, ingezet op het einde van het interview, een duidelijke afsluitende meerwaarde bieden. Ze sluiten aan bij wat al verteld is, helpen om gevoelens verder te benoemen en zorgen vaak voor een rustige en luchtige afronding van het gesprek.

4.6 Dataverwerking

Voor de transcriptie van de 14 interviews werd gebruikgemaakt van de app 'Spiik', die de respectievelijke audio-opnames automatisch omzette naar geschreven tekst. Dit versnelde het proces aanzienlijk. Tegelijk bleef manuele controle noodzakelijk, aangezien automatische transcriptie minder nauwkeurig is bij dialectgebruik of wanneer respondenten anderstalig zijn.

Daarom werden alle interviews opnieuw volledig beluisterd en waar nodig gecorrigeerd. Op die manier konden foutieve interpretaties van woorden of zinnen rechtgezet worden. Fragmenten die geen verband hielden met de Antenne of de onderzoeksvragen werden bewust niet opgenomen in de transcripties, zodat de focus bleef liggen op relevante informatie.

Meteen na elk interview werden ook korte notities gemaakt om eerste indrukken en opvallende elementen vast te leggen. De transcripties werden eveneens aangevuld met beschrijvingen van relevante handelingen tijdens het interview. Zo werd genoteerd wanneer de interviewer een specifieke set kaarten inbracht in het gesprek, evenals welke kaarten door de respondenten gekozen werden. Daarnaast werden, waar relevant, stiltes, lichaamshouding en andere niet-verbale signalen mee opgenomen.

De verdere verworven data werden telkens gestructureerd uitgewerkt aan de hand van vaste aandachtspunten, zoals de setting (lokaaltje of ontmoetingsruimte), houding (positief, neerslachtig...) en spreekpositie van de respondent (directe relatie tot Antenne, als klant, breder levensverhaal...), non-verbale signalen, de relatie tot de interviewer (open, gesloten, argwanend...) en de diepgang van het gesprek. Ook de invloed van de methode, mogelijke biases en opvallende dynamieken werden meegenomen.

4.7 Kwaliteitsbewaking

Om de kwaliteit van het onderzoek te bewaken, werd gewerkt met een vast draaiboek, een gestandaardiseerde werkwijze en vaste kaartensets, zodat interviews op een vergelijkbare en overzichtelijke manier verliepen, met ruimte voor de inbreng van de respondent. Interviews vonden plaats in een veilige gespreksomgeving naar keuze van de respondent.

Daarnaast werd tijdens en na de interviews gereflecteerd op de rol van de onderzoeker, onder meer in functie van mogelijke beïnvloeding en sociaal wenselijke antwoorden. De methodiek werd vooraf

getest en bijgestuurd op basis van de testfase. Verder werd aandacht besteed aan een zorgvuldige transcriptie, vertrouwelijke verwerking van gegevens en het waarborgen van de anonimiteit van de respondenten.

4.8 Beperkingen van het onderzoek

Dit onderzoek kent enkele beperkingen die belangrijk zijn om mee te nemen bij het lezen van de resultaten.

Het onderzoek vond plaats binnen één specifieke context, De Antenne, waardoor de resultaten niet zomaar te veralgemenen zijn. Een deel van de respondenten werd geselecteerd via coördinatoren, wat mogelijk invloed had op de samenstelling en antwoorden. In combinatie met de kleine, gerichte groep kan dit de resultaten kleuren.

Daarnaast namen twee respondenten deel als klant-vrijwilliger, wat hun perspectief kan beïnvloeden. Personen die recht hebben op de dienstverlening maar geen gebruik maken van De Antenne, werden niet bevraagd en blijven daardoor onderbelicht.

De data zijn gebaseerd op persoonlijke ervaringen en blijven dus per definitie subjectief. Tijdens de interviews werd aangevoeld dat respondenten het gesprek vaak “goed wilden doen”, wat de kans op sociaal wenselijke antwoorden vergrootte. Tegelijk werden er vaak persoonlijke en kwetsbare ervaringen gedeeld.

Ook de rol van de interviewer speelde hierin een rol. Vanuit een eerder hulpverlenende houding werd soms bevestigend of aanmoedigend gereageerd (zoals “ja”, “mooi” of “goed gezegd”), wat onbedoeld sturend kon werken. Daarnaast werd het gesprek soms gevoelsmatig aangepast om het vlot en warm te houden, wat mogelijk ten koste ging van verdere verdieping op bepaalde thema's. Ook werd niet altijd consequent expliciet benoemd dat er geen juiste of foute antwoorden zijn, wat mogelijk invloed had op hoe vrij respondenten zich voelden om hun ervaringen te delen. Ondanks het gebruik van een draaiboek blijft interviewerbias een mogelijke beperking.

De manier van rekruteren had eveneens invloed op het verloop van de interviews. Wanneer respondenten ter plaatse werden aangesproken, was er soms sprake van terughoudendheid, bijvoorbeeld bij het ondertekenen van de informed consent. Tijdens sommige gesprekken werd ook verwezen naar de opname, bijvoorbeeld met opmerkingen zoals “dat vertel ik als dit uitstaat” of door zichtbaar aandacht te hebben voor het opnameapparaat. Dit kan een invloed hebben gehad op hoe open mensen spraken.

Daarnaast speelde tijdsdruk soms een rol. Sommige deelnemers hadden weinig tijd of wilden snel afronden, terwijl anderen net uitgebreid hun verhaal deden. Beide situaties hadden invloed op de diepgang en focus van de gesprekken.

Ook de context en omgeving speelden een rol. Interviews vonden deels plaats in de ontmoetingsruimte en deels in een apart lokaal. In de ruimte zelf konden respondenten door rond te kijken makkelijker ervaringen oproepen, maar achtergrondlawaai kon ook storend zijn, zeker wanneer het drukker was. Het aparte lokaal bood meer privacy, maar had een eerder kale en sobere uitstraling, wat soms een meer formele of ondervragende sfeer gaf.

Taalbarrières en anderstaligheid vormden soms een uitdaging. Niet alle respondenten konden hun ervaringen even vlot verwoorden, wat de diepgang van sommige gesprekken beperkte. Bij Franstalige

respondenten verliepen de gesprekken doorgaans vlotter, mogelijk door de tweetaligheid van de interviewer.

Op sommige thema's kwamen gelijkaardige ervaringen terug, wat wijst op een zekere mate van verzadiging. Op andere vlakken bleef het eerder bij éénmalige of sterk persoonlijke ervaringen. Daardoor is niet voor alle thema's evenveel diepgang of herhaling bereikt.

Tot slot boden de zelf ontwikkelde praatkaarten houvast tijdens de gesprekken, maar konden ze ook een sturende rol spelen. De keuze van thema's en beelden, de positie van de kaarten ten opzichte van elkaar of hoe ze op de tafel werden gelegd, maken dat verdere nuancering nodig is.

De dataverzameling gebeurde voornamelijk via interviews. Hoewel er tijdens de gesprekken ook geobserveerd werd, gebeurde dit niet systematisch en werden geen andere databronnen, zoals eerder onderzoeken meegenomen. Daardoor blijft het onderzoek beperkt tot één perspectief.

5 Onderzoeksresultaten

5.1 Respondenten

De spreiding van de respondenten is gebaseerd op persoonlijke communicatie met de opbouwwerkers van De Antenne en weerspiegelt in grote lijnen de doelgroep van de werking. Zo is het aandeel vrouwen groter en is er een evenwichtige verdeling tussen Nederlandstalige en anderstalige respondenten. Daarnaast bestaat de groep voornamelijk uit alleenstaanden, al dan niet met kinderen, en is er variatie in leeftijd en duur van hulpverlening, met zowel recente als langdurige gebruikers.

Om ook de mate van betrokkenheid in kaart te brengen, werden naast klanten eveneens twee vrijwilligers geïnterviewd. Zes van de veertien respondenten werden geselecteerd door de opbouwwerkers, terwijl de overige acht ter plaatse spontaan werden aangesproken, waarbij bewust werd gestreefd naar variatie in profielen. Uit de gesprekken bleek dat veel respondenten zich in een kwetsbare situatie bevinden, maar desondanks bereid waren om hun ervaringen te delen.

<u>Geslacht</u>	Vrouwen	10
	Mannen	4
<u>Moedertaal</u>	Anderstalig	7
	Nederlandstalig	7
<u>Burgerlijke staat / gezinssituatie</u>	Alleenstaand zonder kinderen	7
	Alleenstaand met kinderen	6
<u>Leeftijd</u>	Leeftijd 25–35	2
	Leeftijd 35–45	5
	Leeftijd 45–55	3
	Leeftijd 55+	4
<u>Betrokkenheid</u>	Vrijwilliger	2
<u>Duur hulp</u>	Korte duur hulp (<1j)	6
	Lange duur hulp (>1j)	8

5.2 Thematische analyse van de resultaten

In dit onderdeel worden alle interviews geanalyseerd aan de hand van 7 thema's. Tijdens het analyseren werd gezocht naar terugkerende ervaringen en opvallende patronen in wat respondenten vertelden. Deze inzichten werden samengebracht in de verschillende thema's, die aansluiten bij de onderzoeksvragen en de theoretische interpretatie. De thema's volgen een logische opbouw en volgen de onderzoeksvragen: van de eerste kennismaking met de Antenne, over het gebruik en de beleving, tot de impact en ervaren drempels. Aanvullend wordt in thema 8 stilgestaan bij de gebruikte methodiek, namelijk de praatkaarten, en de ervaring daarmee tijdens de interviews. Waar nodig worden citaten gebruikt om de analyse verder te verduidelijken en te onderbouwen met concrete uitspraken van respondenten.

5.2.1 Thema 1: Eerste toegangservaring

Voor veel respondenten is een eerste bezoek aan de Antenne geen evidente stap en wordt deze toegang als moeilijk en emotioneel beladen ervaren. Verschillende respondenten geven aan dat ze het in het begin lastig hadden om deze stap te zetten. Zo beschrijft een respondent dat ze het *“heel erg”* vond om naar de Antenne te moeten komen. Een andere respondent vertelt dat ze met een *“kloppend hart”, “lood in de schoenen”* en *“een hele aarzeling”* deze drempel ervaarde. Ook wordt het eerste bezoek omschreven als *“confronterend”*. Voor sommigen gaat dit nog dieper: twee respondenten geven aan dat ze (bijna) moesten wenen bij het eerste bezoek. *“Ik heb het een eerste keer een beetje gebleit (geweend) en dan is het toch gelijk gepasseerd.”* Of nog: *“Dan sta je daar met tranen in de ogen”*, wat de emotionele zwaarte van dit moment illustreert.

Deze **drempel** hangt sterk samen met de **persoonlijke situatie** van de respondenten. Vaak gaat het om mensen die door ingrijpende gebeurtenissen, zoals een scheiding, ziekte of financiële problemen, in een **kwetsbare situatie** terechtkomen. De stap naar de Antenne betekent voor velen ook het erkennen dat het moeilijk gaat, wat gepaard gaat met gevoelens van schaamte, falen of een gekrenkt zelfbeeld. Zo verwijst een respondent expliciet naar het *“ego”* dat het moeilijk maakt om hulp te aanvaarden, ondanks het besef dat men er recht op heeft.

Daarnaast speelt **onbekendheid met de werking** een rol. Het eerste bezoek wordt omschreven als *“even aanpassen”* en *“wennen”*, waarbij mensen aangeven dat ze niemand kennen en niet goed weten wat hen te wachten staat. Dit versterkt gevoelens van **onzekerheid** en **aarzeling** bij de eerste toegang. Tegelijk blijkt dat deze emotioneel moeilijke eerste stap vaak niet blijvend is. Eens respondenten de stap gezet hebben, neemt de drempel relatief snel af. Zo wordt aangegeven dat het eerste moeilijke gevoel *“gewoon gepasseerd is”* en dat men zich nadien meer op zijn gemak voelt, wat wijst op een proces van **gewenning** waarbij de Antenne geleidelijk een meer vertrouwde plek wordt.

De interviews tonen ook welke **ondersteunende factoren** deze eerste stap mogelijk maken. Meerdere respondenten geven aan dat ze zich bij hun eerste bezoek laten vergezellen door iemand uit hun omgeving, zoals een vriend, buur, kennis of hulpverlener. Deze **sociale ondersteuning** verlaagt de drempel zowel praktisch als emotioneel. Ook het kennen van iemand die al gebruikmaakt van de Antenne zorgt voor **herkenning** en **vertrouwen**.

Daarnaast speelt het **gevoel van recht op hulp** een belangrijke rol. Een respondent verwoordt dit als: *“Een mens heeft er recht aan, je moet pakken waar je recht aan hebt.”*, wat helpt om schaamte te doorbreken en de stap te zetten. Ook andere respondenten verwijzen in gelijkaardige bewoordingen naar dit idee van legitimiteit. Verder blijkt de **manier van onthaal** van belang: sommige respondenten geven aan dat ze zich bij hun eerste bezoek goed opgevangen voelden, onder meer door duidelijke uitleg en een vriendelijke ontvangst.

De eerste toegang wordt gekenmerkt door een emotionele drempel, verbonden aan schaamte, kwetsbaarheid en onbekendheid, die echter afneemt naarmate gewenning optreedt en ondersteund wordt door sociale begeleiding, een gevoel van recht op hulp en een warm onthaal.

5.2.2 Thema 2: Ondersteuning in basisbehoeften

Voor veel respondenten speelt de Antenne als sociale kruidenier in de eerste plaats een rol in het voorzien van basisbehoeften. Deze praktische ondersteuning vormt voor velen een belangrijke reden om er gebruik van te maken. Respondenten geven aan dat de Antenne hen helpt om financieel rond te komen. Zo beschrijft een respondent dat het winkelen er *“een grote last van mijn schouders”* neemt. De lage prijzen maken dat mensen met een beperkt budget toch noodzakelijke aankopen kunnen doen, wat door sommigen concreet wordt ervaren in vergelijking met reguliere winkels.

Daarnaast biedt de Antenne toegang tot **essentiële producten**, zoals voeding, hygiëneproducten en huishoudelijke artikelen. Tegelijk wordt duidelijk dat deze ondersteuning niet altijd volledig afgestemd is op de noden. Respondenten geven aan dat er **beperkingen op hoeveelheden** zijn, wat in bepaalde situaties als onvoldoende wordt ervaren, bijvoorbeeld bij grotere gezinnen. Een respondent verwoordt dit als: *“Ik snap dat er regels zijn, maar voor mijn gezin is het gewoon niet genoeg.”* Ook blijkt dat wat als “basisproducten” wordt beschouwd niet voor iedereen hetzelfde is. Bepaalde producten die voor respondenten belangrijk zijn, zoals specifieke rijstsoorten of “Canderelles”, ontbreken, wat wijst op een **spanningsveld tussen een vast aanbod en diverse individuele noden**.

Verder wordt het aanbod als **variabel en onvoorspelbaar** ervaren. Respondenten geven aan dat wat beschikbaar is sterk afhangt van het moment. Het winkelen wordt omschreven als een kwestie van *“chance hebben”*, waarbij men de ene keer veel kan meenemen en op andere momenten (bijna) niets. Ook wordt aangegeven dat bepaalde producten, zoals vlees of specifieke voedingswaren, soms volledig ontbreken. Deze onzekerheid vraagt flexibiliteit van klanten, maar kan ook leiden tot frustratie.

Daarnaast komen signalen naar voren van ervaren **onrechtvaardigheid** in het gebruik van het aanbod. Sommige respondenten geven aan dat anderen zich niet altijd aan de regels houden en meer nemen dan toegestaan. Dit leidt tot frustratie en het gevoel benadeeld te worden. Zo beschrijft een respondent hoe anderen *“maar grijpen”* en geeft aan dat dit gedrag soms leidt tot het zelf ook overschrijden van grenzen, vanuit een gevoel van *“als zij het doen, mag ik het ook”*. Dit wijst op spanningen in het omgaan met gedeelde en schaarse middelen.

Tegelijk zijn er ook positieve ervaringen met de manier waarop de ondersteuning georganiseerd is. Respondenten geven aan dat ze voldoende tijd krijgen om te winkelen en zich niet opgejaagd voelen, en dat ze steeds vriendelijk te woord worden gestaan. De werking wordt door sommigen als goed georganiseerd ervaren, wat bijdraagt aan een gevoel van rust tijdens het winkelen.

Tot slot blijkt dat deze praktische ondersteuning gepaard kan gaan met **gevoeligheid rond zichtbaarheid en stigma**. Het gebruik van een boodschappentrolley wordt bijvoorbeeld als confronterend ervaren omdat men zich daardoor herkenbaar voelt als gebruiker. Tegelijk wordt dit ook gezien als noodzakelijk en praktisch, wat wijst op een spanning tussen het vervullen van basisbehoeften en de manier waarop men door anderen wordt gezien.

De Antenne ondersteunt in belangrijke mate basisbehoeften, maar deze ondersteuning blijft niet zonder spanningen. Afstemming op noden, beschikbaarheid, rechtvaardigheid en stigma beïnvloeden samen hoe klanten het aanbod ervaren en waarderen.

5.2.3 Thema 3: Ontmoetingsplek

Voor veel respondenten is de Antenne niet enkel een plaats van praktische ondersteuning, maar ook een plek waar mensen samenkomen. Verschillende respondenten geven aan dat ze naar de Antenne komen om andere mensen te ontmoeten en een babbeltje te doen. Daarbij wordt expliciet benoemd dat **eenzaamheid** een groot probleem is voor veel bezoekers. De Antenne biedt een omgeving waar mensen elkaar kunnen tegenkomen en contact kunnen leggen, wat door sommigen als een belangrijke meerwaarde wordt ervaren.

Voor een aantal respondenten gaat deze sociale functie verder dan oppervlakkig contact. Zij geven aan dat er binnen de Antenne ook **duurzame en betekenisvolle relaties** kunnen ontstaan. Zo vertelt een respondent dat hij via de Antenne iemand heeft leren kennen met wie hij intussen een hechte band heeft opgebouwd: *“Het is een heel goeie vriendin geworden. Een beste vriendin.”* Dit illustreert dat de Antenne voor sommige klanten een context kan bieden waarin hechte vriendschappen groeien.

Daarnaast wordt de Antenne ervaren als een **laagdrempelige ontmoetingsplek**. Respondenten verwijzen naar het samen een tas soep drinken, praten of deelnemen aan activiteiten. Zo wordt aangegeven dat men er *“ontspannend een glas koffie”* kan drinken en dat mensen samenkomen om te zitten, praten of eten. Ook georganiseerde activiteiten, zoals uitstappen, dragen bij aan het versterken van verbondenheid en groepsgevoel.

Tegelijk blijkt dat deze sociale functie niet door iedereen op dezelfde manier wordt ingevuld. Sommige respondenten komen voornamelijk om **praktische redenen** en houden het contact eerder beperkt. Zo geeft een respondent aan: *“Ik kom hier enkel voor mijn boodschappen.”* Voor hen blijft de Antenne vooral een functionele plek, zonder uitgesproken nood aan sociale interactie.

Daarnaast spelen ook **persoonlijke drempels** een rol. Voor sommige respondenten is het niet vanzelfsprekend om contact te leggen, zelfs wanneer de mogelijkheid er is. Zo geeft iemand aan dat het deelnemen aan sociale activiteiten opnieuw een stap vraagt, ondanks dat men zichzelf als sociaal beschouwt. Dit wijst erop dat sociale participatie niet automatisch volgt uit aanwezigheid, maar ook afhankelijk is van individuele bereidheid en comfort.

Verder worden ook **taalbarrières en culturele verschillen** aangehaald als factoren die deelname aan het sociale leven kunnen beïnvloeden (zie thema 7).

De Antenne fungeert voor veel respondenten als ontmoetingsplek waar sociale contacten en relaties kunnen ontstaan, maar de mate van deelname varieert en wordt beïnvloed door praktische motieven en persoonlijke drempels.

5.2.4 Thema 4: Veiligheid, verbondenheid en persoonlijke groei

De Antenne wordt door veel respondenten ervaren als een plek van **veiligheid en comfort**, waar men zich goed voelt en graag komt. Voor sommige respondenten gaat dit verder en wordt de Antenne ervaren als een plek van thuiskomen. Zo wordt het omschreven als *“een tweede thuis”*, wat wijst op een sterke emotionele verbondenheid en het ervaren van de Antenne als een vertrouwde en stabiele plek in het dagelijks leven.

Dit gevoel hangt samen met het feit dat mensen er zichzelf kunnen zijn en zich **geaccepteerd** voelen. Ook de omgang met medewerkers speelt hierin een belangrijke rol: **(h)erkenning** en een respectvolle benadering dragen bij aan een gevoel van waardigheid en geruststelling. Daarnaast wordt de sfeer

omschreven als **rustgevend en positief**, wat voor sommige respondenten belangrijk is in contrast met hun vaak moeilijke leefsituatie.

Voor een aantal respondenten heeft de Antenne ook betekenis in hun **persoonlijke groei**. Zo wordt de werking omschreven als een “*lichtpunt*” in een moeilijke periode, wat aangeeft dat de Antenne kan bijdragen aan het hervinden van houvast en perspectief. Vooral bij respondenten die sterker betrokken zijn, bijvoorbeeld als vrijwilliger, komt dit naar voren. Zij ervaren de Antenne als een plek waar ze zich opnieuw nuttig en competent voelen.

Tegelijk blijkt dat dit gevoel niet voor iedereen even sterk aanwezig is. Sommige respondenten blijven de Antenne eerder **functioneel** benaderen. Daarnaast tonen enkele ervaringen dat spanningen tussen klanten het gevoel van veiligheid soms onder druk kunnen zetten.

De Antenne wordt vaak ervaren als een veilige en ondersteunende plek die kan bijdragen aan persoonlijke groei, maar deze beleving varieert afhankelijk van betrokkenheid en context.

5.2.5 Thema 5: Drempels en uitsluiting

Hoewel de Antenne door veel respondenten als ondersteunend en toegankelijk wordt ervaren, blijven er verschillende **drempels** bestaan die maken dat niet iedereen op dezelfde manier gebruik kan maken van de werking.

De **Antennepas** vormt een belangrijke toegangsvoorwaarde tot het aanbod. Het recht op deze pas wordt bij een eerste aanvraag toegekend via een doorverwijzende dienst, maar voor elke verlenging na 6 maanden, is een sociaal onderzoek bij het OCMW vereist. Uit verschillende getuigenissen blijkt dat deze herschatting als belastend en stressvol wordt ervaren. De onzekerheid die gepaard gaat met deze periodieke evaluaties vormt daardoor een belangrijke drempel voor (potentiële) gebruikers.

Daarnaast wordt gewezen op **structurele uitsluiting** van bepaalde groepen. Zo geeft een respondent aan dat mensen zonder vast adres vaak geen toegang hebben tot het aanbod, gebaseerd op eigen ervaringen uit het verleden: “*Als je geen adres hebt, voldoe je niet aan de voorwaarden om hier te mogen winkelen.*” Dit wijst op mechanismen waarbij net de meest kwetsbare groepen moeilijk toegang krijgen tot deze vorm van ondersteuning.

Ook **praktische drempels** komen naar voren. Sluitingsdagen en beperkte openingsuren maken het voor sommige mensen lastig om langs te gaan, zeker wanneer ze afhankelijk zijn van de Antenne. Een respondent verwoordt dit als: “*Soms is die 3 dagen gesloten... naar waar moet je dan naartoe gaan?*” Meerdere respondenten geven aan dat ruimere openingsuren het gebruik toegankelijker zouden maken.

Daarnaast werkt de Antenne met een individueel **maandbudget** dat slechts een beperkte periode geldig is. Wanneer het niet lukt om tijdig langs te komen, gaat het resterende bedrag verloren, wat als frustrerend wordt ervaren. Zoals een respondent aangeeft: “*Tegen dat je een afspraak hebt, is het soms al te laat.*” Dit systeem kan, ondanks de ondersteuning, ook leiden tot stress en een gevoel van verlies.

Verder worden **drukke en wachttijden** benoemd als drempels. Op bepaalde momenten kan het “*propvol*” zijn, wat het winkelen minder toegankelijk maakt. Ook omgevingslawaaï wordt door sommige respondenten als storend ervaren.

Ook **taalbarrières en culturele verschillen** spelen een rol in de toegankelijkheid (zie thema 7).

Daarnaast vormt het **aanbod** een mogelijke drempel. Respondenten geven aan dat dit sterk kan variëren, waardoor men niet altijd vindt wat nodig is en moet uitwijken naar andere winkels. Zo geeft een respondent aan: *“De ene keer kan je veel meenemen (...) en de andere keer is er niks.”*

Verder zijn er signalen van **spanningen en ervaren onrechtvaardigheid** tussen klanten. Sommige respondenten geven aan dat anderen zich niet aan de regels houden en meer nemen dan toegestaan, wat leidt tot frustratie.

Daarnaast blijkt dat niet iedereen zich even goed **wegwijs** voelt in het volledige aanbod. Bepaalde voorzieningen of activiteiten zijn minder gekend en worden daardoor minder gebruikt. Zo geeft een respondent aan: *“Ik heb dat nog niet gedaan... dat is ook weer een stap zetten.”* Ook wordt gezegd: *“Ik denk niet dat er veel mensen weten dat je hier ook kan douchen.”* en *“Pannenkoeken, ik weet daar niks van.”*

Tot slot speelt ook **schaamte en stigma** een rol. Zo blijkt dat de douche weinig gebruikt wordt, waarbij het zich moeten melden een drempel vormt: *“De gêne, ik denk dat wel... je moet je daar melden.”* Zoals ook in een eerder thema naar voren kwam, speelt deze gevoeligheid rond zichtbaarheid eveneens bij het gebruik van een boodschappentrolley. Dit wijst op een onderliggende drempel die het gebruik van bepaalde voorzieningen kan bemoeilijken en kan bijdragen aan (zelf)uitsluiting.

De toegankelijkheid en het gebruik van de Antenne worden beïnvloed door verschillende drempels, waaronder toegangsvoorwaarden, praktische organisatie, variaties in het aanbod, ervaren onrechtvaardigheid, beperkte kennis van het ruimere aanbod, taal- en cultuurfactoren en gevoelens van schaamte en stigma.

5.2.6 Thema 6: Rol van personeel en vrijwilligers

Personeel en vrijwilligers spelen een centrale rol in hoe de Antenne wordt ervaren en beïnvloeden niet alleen de praktische werking, maar ook de manier waarop klanten de ondersteuning beleven en benutten. Verschillende respondenten spreken zich positief uit over het personeel en beschrijven hen als **behulpzaam, toegankelijk en betrokken**. Zo wordt hun houding omschreven als warm en ondersteunend: *“Goede mensen zijn hier ook, het personeel die hier werkt”* en *“Ze helpen me heel goed.”* Ook het bieden van een luisterend oor wordt als belangrijk ervaren, wat wijst op een ondersteuning die verder gaat dan louter praktische hulp en ook een relationele dimensie heeft.

Daarnaast komt een sterk gevoel van **dankbaarheid** naar voren. Respondenten geven aan dat ze concrete hulp ontvangen die een directe impact heeft op hun leven. Zo vertelt een respondent dat een medewerker een woningadvertentie had doorgestuurd en voegt toe dat hij die persoon *“ongelooflijk dankbaar”* is. Dit toont aan dat de rol van personeel in sommige gevallen verder reikt dan de basiswerking en kan bijdragen aan belangrijke veranderingen in het dagelijks leven.

Medewerkers nemen ook een actieve rol op in het **betrekken van klanten** bij de werking. Respondenten geven aan dat ze worden aangesproken en uitgenodigd om deel te nemen aan activiteiten, wat de drempel verlaagt om mee te doen. Zo beschrijft een respondent hoe ze werd aangesproken om mee te gaan op uitstap: *“Ik zei, oh ja, waarom niet?”* Dit wijst op een brugfunctie tussen het aanbod en de klanten.

Ook **vrijwilligers** spelen een belangrijke rol binnen de Antenne. Opvallend is dat sommige klanten doorgroeien naar een meer actieve rol en zelf bijdragen aan de werking. Hierdoor ontstaat een vorm

van gedeeld engagement, waarbij de grens tussen klant en vrijwilliger soms vervaagt en mensen niet enkel ondersteuning ontvangen, maar ook bijdragen en elkaar ondersteunen.

Tegelijk brengt deze nabijheid ook een zekere **complexiteit** met zich mee. De doorgroei van klant naar vrijwilliger gaat gepaard met een verschuiving in rollen en betrokkenheid. Dit kan uitdagingen met zich meebrengen in hoe mensen hun plaats binnen de werking ervaren. Verschillende perspectieven en niveaus van betrokkenheid kunnen daarbij leiden tot uiteenlopende verwachtingen ten aanzien van de werking. Deze dynamiek vraagt afstemming en maakt de werking gelaagd, maar weerspiegelt tegelijk het engagement en de betrokkenheid van mensen bij de Antenne.

Daarnaast worden ook enkele drempels in het **contact met personeel** benoemd. Zo kan taal een rol spelen, waardoor sommige respondenten minder snel vragen stellen of ondersteuning zoeken (zie thema 7). Een respondent verwoordt dit als volgt: “Ja, maar ja. Ze verstaat het toch niet dus ja ...”

Ook **de drukte binnen de werking** lijkt invloed te hebben op hoe toegankelijk medewerkers worden ervaren. Respondenten beschrijven medewerkers als mensen die “altijd rondlopen” en verwijzen naar “tijdgebrek of zoiets” wanneer ondersteuning niet onmiddellijk mogelijk is. Daarnaast wordt benoemd dat medewerkers vaak “druk bezig” zijn met administratieve taken: “Die computer staat er ook niet voor niks, dat is ook werken voor hem”. Dit kan de indruk geven dat personeel weinig tijd heeft, waardoor klanten minder snel geneigd zijn om hen aan te spreken of bijkomende ondersteuning te vragen.

Personeel en vrijwilligers blijken een belangrijke rol te spelen in hoe klanten de Antenne ervaren. Hun betrokkenheid draagt niet alleen bij aan praktische ondersteuning, maar ook aan ontmoeting, vertrouwen en participatie. Tegelijk tonen de ervaringen van respondenten dat factoren zoals taalbarrières, tijdsdruk en wisselende rollen binnen de werking invloed kunnen hebben op hoe toegankelijk en ondersteunend deze contacten worden beleefd.

5.2.7 Thema 7: Invloed van taal en diversiteit

Taal en diversiteit spelen een duidelijke rol in hoe de Antenne wordt beleefd. De werking brengt mensen met verschillende achtergronden samen, wat zowel kansen als uitdagingen met zich meebrengt.

Voor anderstalige klanten en vrijwilligers vormt de Antenne niet alleen een plek voor praktische ondersteuning, maar ook een omgeving waar ze **taal kunnen oefenen**. Zo geeft een respondent aan: “Ik luister altijd om de taal te leren.” De informele context en het contact met anderen maken het mogelijk om op een laagdrempelige manier Nederlands te oefenen.

Tegelijk vormt taal ook een **drempel in communicatie en toegang**. Respondenten geven aan dat ze niet altijd alles begrijpen of zich moeilijk kunnen uitdrukken, wat het stellen van vragen en het begrijpen van informatie bemoeilijkt. Zo wordt aangegeven dat men minder snel iets vraagt omdat “ze verstaan niet veel... dus ja...”. Dit kan ertoe leiden dat mensen minder vlot gebruikmaken van het aanbod of afhankelijk blijven van anderen.

Daarnaast beïnvloedt taal ook de **mate van participatie**. Respondenten geven aan dat mensen die de taal minder machtig zijn vaker op de achtergrond blijven en vooral komen voor de praktische ondersteuning. In sommige gevallen leidt dit tot het niet deelnemen aan activiteiten. Zo geeft een Franstalige respondent aan: “Si je suis entourée de flamands (...) je ne saurais pas venir.” (Wanneer ik enkel

omringd ben door Vlamingen (...) zou ik niet kunnen meekomen) Ook in de dagelijkse werking wordt beschreven dat sommige mensen vooral kort aanwezig zijn en daarna vertrekken zonder deel te nemen aan het sociale gebeuren: *“Die komen hier gewoon efkes zitten tot dat ze winkel in mogen en daarna zijn ze terug weg.”*

Naast taal speelt ook **diversiteit in achtergrond en cultuur** een rol. Verschillende gewoontes en verwachtingen beïnvloeden hoe mensen deelnemen aan de werking. In sommige gevallen worden deze verschillen gelinkt aan culturele factoren, bijvoorbeeld rond genderrollen of deelname aan activiteiten. Zo wordt aangegeven dat deelname voor sommige vrouwen niet vanzelfsprekend is, afhankelijk van hun thuissituatie.

Tegelijk wordt deze diversiteit door veel respondenten ook als positief en **verrijkend** ervaren. Mensen komen samen in dezelfde ruimte, drinken koffie en delen momenten, ook al spreken ze niet altijd dezelfde taal. Voor sommigen volstaat deze gedeelde aanwezigheid al als waardevolle ervaring.

Taal en diversiteit binnen De Antenne functioneren zowel als brug als barrière: ze bieden kansen voor ontmoeting en leren, maar vormen tegelijk drempels in communicatie en participatie, waardoor hun impact op de beleving van de werking contextafhankelijk is.

5.2.8 Thema 8: Praatkaarten

In dit onderzoek werd gebruikgemaakt van praatkaarten als methodisch hulpmiddel om het gesprek met respondenten te ondersteunen. Uit de interviews blijkt dat deze kaarten op verschillende manieren een rol speelden in hoe respondenten hun verhaal vertelden en hoe het gesprek verliep.

Voor een aantal respondenten vormden de kaarten in eerste instantie een lichte **drempel**. Het gebruik ervan was nieuw en riep onzekerheid op over wat er precies verwacht werd. Zo geeft een respondent aan: *“Wat moet ik nu nog vertellen?”* Tegelijk blijkt dat deze aarzeling vaak snel verdwijnt zodra het gesprek op gang komt. Respondenten geven aan dat ze gaandeweg meer comfort ervaren en dat het praten vlotter verloopt eens ze *“erin komen”*. Dit wijst op een proces van **gewenning**, waarbij de kaarten bijdragen aan het openstellen van respondenten.

Daarnaast werden de kaarten ervaren als een vorm van **houvast**. Ze bieden structuur en helpen het gesprek op gang te brengen en gaande te houden, zonder het volledig te sturen. Bepaalde respondenten gebruikten de kaarten als vertrekpunt en gaven zo zelf richting aan hun verhaal.

Verder tonen de interviews dat de kaarten bijdragen aan het oproepen van **herinneringen en persoonlijke ervaringen**. Visuele elementen zetten aan tot associatie, waardoor respondenten spontaan linken leggen met hun eigen leven en beleving. Tegelijk blijkt dat niet iedereen de kaarten op dezelfde manier interpreteert: sommigen gaan eerder letterlijk met de beelden om, terwijl anderen er een meer persoonlijke of symbolische betekenis aan geven. Dit onderstreept het subjectieve karakter van de methodiek.

Ook op het vlak van **gespreksverloop** hebben de kaarten een duidelijke invloed. Ze creëren ruimte voor het delen van ervaringen en ondersteunen respondenten in het verwoorden van hun verhaal. Opvallend is dat de interviewer in bepaalde gevallen de indruk heeft dat respondenten meer of anders vertellen, ook wanneer zij dit zelf niet expliciet benoemen. Dit kan wijzen op een impliciete invloed van de kaarten, al dient deze interpretatie voorzichtig benaderd te worden gezien mogelijke onderzoeker bias.

Binnen de methodiek nemen ook de **emotiekaarten** een specifieke plaats in. Deze kaarten maken het mogelijk om ervaringen te benoemen vanuit gevoel, wat voor sommige respondenten een laagdrempelige manier is om hun beleving uit te drukken. Tegelijk leiden ze vaker tot korte en directe antwoorden, in tegenstelling tot andere kaarten die eerder uitgebreide verhalen oproepen. Dit kan samenhangen met het feit dat ze telkens aan het einde van het gesprek worden ingezet.

Tot slot dragen de kaarten ook bij aan de **beleving van het gesprek** zelf. Respondenten omschrijven het gebruik ervan als aangenaam en toegankelijk, wat erop wijst dat de methodiek niet enkel functioneel is, maar ook een positieve invloed heeft op de interactie tijdens het interview.

“De praatkaarten fungeren zowel als ondersteunend instrument voor structuur en expressie als een middel dat associatie, reflectie en interactie stimuleert. Hun effect hangt samen met hoe respondenten én interviewer de kaarten interpreteren en inzetten binnen het gesprek. Hierdoor beïnvloeden de kaarten niet alleen wat verteld wordt, maar ook hoe het gesprek vorm krijgt.”

5.3 Resultatenanalyse volgens theoretische kaders

5.3.1 Opzet van de theoretische analyse

In dit hoofdstuk wordt nagegaan wat de resultaten betekenen in relatie tot levenskwaliteit en de rol van het hulpaanbod van De Antenne daarin.

Twee theoretische kaders worden gecombineerd: het WHOQOL-kader om verschillende levensdomeinen in kaart te brengen, en de capability approach om te analyseren wat mensen effectief kunnen doen met het hulpaanbod van De Antenne. Deze combinatie is relevant omdat respondenten zich beter kunnen voelen door het hulpaanbod, terwijl hun keuzemogelijkheden toch beperkt blijven.

Deze analyse is zowel beschrijvend als kritisch, met aandacht voor wat goed loopt, maar ook voor grenzen. Tot slot worden de bevindingen geplaatst binnen het bredere voedselhulplandschap, het mensenrechtenperspectief en de historisch-culturele context.

5.3.2 Analyse van levenskwaliteit volgens WHOQOL-kader

Vanuit het WHOQOL-kader (Kuyken, 1995), wordt duidelijk hoe sterk het hulpaanbod van De Antenne verweven is met de bredere leefwereld van respondenten. Het maakt deel uit van een context van financiële druk, stress en kwetsbaarheid, wat zichtbaar is in alle levensdomeinen.

Op vlak van **fysieke gezondheid** speelt De Antenne een ondersteunende rol. Toegang tot voeding en basisproducten biedt een zekere basiszekerheid en verlicht het dagelijks leven. Tegelijk blijft die ondersteuning onzeker door een wisselend en niet altijd afgestemd aanbod.

Ook op **psychologisch vlak** is er een dubbele ervaring. De eerste stap naar het hulpaanbod gaat vaak gepaard met schaamte en onzekerheid, maar kan tegelijk leiden tot rust, opluchting en erkenning. De Antenne is dus zowel confronterend als ontlastend, afhankelijk van de situatie van de respondent.

In het **sociale domein** fungeert De Antenne voor sommigen als ontmoetingsplek, waar contact en verbondenheid ontstaan. Voor anderen blijft ze eerder functioneel, omdat vertrouwen, taal of persoonlijke drempels contact bemoeilijken. Sociale steun ontstaat dus niet automatisch, maar vraagt dat mensen die ruimte kunnen innemen.

Binnen het **omgevingsdomein** blijft financiële kwetsbaarheid centraal staan. De Antenne helpt mensen om rond te komen, maar praktische elementen zoals het budgetsysteem of openingsmomenten worden verschillend ervaren. Ook het beperkte gebruik van bepaalde voorzieningen wijst erop dat toegankelijkheid samenhangt met factoren zoals schaamte en organisatie.

5.3.3 Analyse vanuit de capability approach

Vanuit de capability approach van Sen en Nussbaum (2012) verschuift de focus van wat mensen krijgen naar wat zij daadwerkelijk kunnen doen met het hulpaanbod van De Antenne. De Antenne biedt verschillende **resources** aan, zoals betaalbare voeding, hygiëneproducten, sociale activiteiten en kansen tot ontmoeting of engagement. Toch tonen de interviews dat deze ondersteuning niet voor iedereen dezelfde betekenis of impact heeft. Sommige respondenten ervaren meer rust, ademruimte en sociale verbondenheid, terwijl anderen vooral de praktische noodhulp benadrukken of drempels ervaren om volledig gebruik te maken van het aanbod.

Dit maakt duidelijk dat **resources** niet automatisch leiden tot meer **capabilities**. Hoewel activiteiten en ontmoetingsmomenten aanwezig zijn, ervaart niet iedereen deze als toegankelijk of haalbaar. Schaamte, taalbarrières, stress, gezondheid en onzekerheid beïnvloeden in sterke mate hoe respondenten het aanbod kunnen benutten. Ook structurele factoren, zoals de organisatie van de werking of de beperkte beschikbaarheid van bepaalde producten, spelen hierin een rol. Deze **conversion factors** bepalen mee in welke mate ondersteuning kan worden omgezet in bredere mogelijkheden tot participatie, autonomie en sociale verbondenheid.

In termen van **functionings** kunnen respondenten bepaalde zaken realiseren, zoals boodschappen doen, deelnemen aan activiteiten of sociale contacten opbouwen. Tegelijk blijkt uit de interviews dat deze mogelijkheden vaak plaatsvinden binnen een beperkte keuzeruimte. Voor veel respondenten is het gebruik van De Antenne geen vrije keuze, maar een noodzakelijke manier om met financiële kwetsbaarheid om te gaan.

Ook het onderscheid tussen **well-being** en **agency** helpt om de resultaten beter te begrijpen. Het hulpaanbod draagt voor veel respondenten bij aan hun **well-being** doordat zij rust, ondersteuning en erkenning ervaren. De uitbreiding van **agency** blijft echter beperkter en ongelijk verdeeld. Slechts een deel van de respondenten slaagt erin om de geboden ondersteuning om te zetten in meer participatie, engagement of persoonlijke handelingsruimte. Daarbij blijkt ook dat de kansen om actief te participeren, bijvoorbeeld als vrijwilliger, niet voor iedereen in dezelfde mate toegankelijk zijn en deels afhangen van de inschattingen en mogelijkheden die opbouwwerkers bieden binnen de werking.

De interviews zelf kunnen ook gezien worden als een beperkte vorm van het versterken van **agency**. De praatkaarten boden respondenten structuur en ruimte om accenten te leggen en hun verhaal op een eigen manier vorm te geven. De mate waarin dit mogelijk was, hing echter samen met hoe de kaarten binnen het gesprek werden ingezet en welke betekenis respondenten eraan gaven.

Tot slot toont dit theoretisch kader een belangrijke nuance. Verschillende respondenten beschrijven hun situatie als “goed genoeg” of tonen dankbaarheid voor de hulp die ze ontvangen. Wat als verbetering wordt beschreven, is daardoor niet altijd het gevolg van uitgebreide **capabilities**, maar kan ook samenhangen met het leren omgaan met beperkingen en beperkte keuzemogelijkheden.

5.3.4 Voedselhulp in perspectief: beleid, visies en mensenrechten

Wanneer de bevindingen worden geplaatst binnen de literatuur en beleidsvisies, wordt een herkenbaar patroon zichtbaar, maar ook een spanning tussen ambitie en praktijk.

Volgens artikel 25 van de Universele Verklaring van de Rechten van de Mens heeft iedereen recht op voldoende voeding (United Nations, 1948). De resultaten suggereren echter dat deze toegang in de praktijk afhankelijk blijft van het beschikbare aanbod. Respondenten zijn vaak aangewezen op wat voorhanden is, ook wanneer dit niet volledig aansluit bij hun noden en voorkeuren.

De ambitie van sociale kruideniers, waaronder De Antenne, is om meer te bieden dan voedsel alleen, met aandacht voor keuzevrijheid, waardigheid en participatie. In de resultaten komt dit ook naar voren: respondenten ervaren het winkelmodel als menswaardiger en sommigen vinden er ruimte voor ontmoeting.

Toch blijft er een spanningsveld zichtbaar. Keuzevrijheid en participatie bestaan, maar binnen duidelijke grenzen. Respondenten voelen zich geholpen en gerespecteerd, maar ervaren tegelijk afhankelijkheid en beperkte invloed op het aanbod.

Historisch gezien is dit niet nieuw. Voedselhulp vangt tekorten op waar sociale bescherming tekortschiet, zonder deze structureel op te lossen. Ook cultureel zie je verschillen: sommige respondenten ervaren schaamte, anderen zien voedselhulp als tijdelijk of vanzelfsprekend. Dat toont dat voedselhulp niet alleen praktisch is, maar ook raakt aan hoe mensen hun eigen situatie percipiëren.

5.3.5 Spanningen en samenhang tussen kaders

Wanneer de bevindingen bekeken worden vanuit zowel het WHOQOL-kader als de capability approach, wordt duidelijk dat beide perspectieven elkaar aanvullen, maar ook een belangrijk spanningsveld blootleggen in hoe levenskwaliteit begrepen wordt.

In deze analyse leg ik zelf de link tussen de WHOQOL-domeinen en de *conversion factors*. De domeinen waarin mensen hun levenskwaliteit ervaren, kunnen tegelijk gezien worden als de voorwaarden die bepalen wat zij met het hulpaanbod van De Antenne kunnen doen. Zo wordt zichtbaar dat ervaren levenskwaliteit en reële keuzeruimte met elkaar samenhangen, maar niet hetzelfde zijn.

Het hulpaanbod van De Antenne draagt duidelijk bij aan *well-being*. Respondenten ervaren meer rust, erkenning en een zekere basiszekerheid. Tegelijk blijft de uitbreiding van *capabilities* en *agency* beperkt en ongelijk verdeeld. Factoren zoals gezondheid, stress, sociale drempels en de manier waarop het aanbod georganiseerd is, spelen daarin een grote rol.

Daarbij valt op dat mensen zich beter kunnen voelen, zonder dat hun mogelijkheden echt groter worden. Het hulpaanbod werkt dus vooral als ondersteuning binnen een moeilijke situatie, eerder dan als iets dat die situatie fundamenteel verandert.

Ook de grenzen van beide kaders worden hier zichtbaar. Het WHOQOL-kader helpt goed om te begrijpen hoe mensen hun leven ervaren, maar zegt minder over de structurele beperkingen daarachter. De capability approach legt de nadruk op mogelijkheden en keuzevrijheid, terwijl de interviews tonen dat mensen zich vaak aanpassen aan wat er wél mogelijk is.

Het hulpaanbod van De Antenne bevindt zich daarmee tussen beide perspectieven. Het maakt een concreet verschil in het dagelijks leven van respondenten, maar blijft tegelijk beperkt in wat het structureel kan veranderen.

Vanuit mensenrechtenperspectief wordt zo duidelijk wat er op het spel staat. Het recht op voeding gaat niet alleen over toegang, maar ook over autonomie en waardigheid. Het hulpaanbod van De Antenne draagt hieraan bij, maar kan dit niet volledig realiseren binnen de huidige grenzen van aanbod en afhankelijkheid.

5.4 Resultaten per onderzoeksvraag

5.4.1 Hoofdvraag: betekenis van het hulpaanbod voor klanten

De resultaten tonen aan dat klanten het hulpaanbod van De Antenne op een meervoudige en genuanceerde manier ervaren. Voor veel respondenten betekent De Antenne meer dan toegang tot betaalbare voeding. De werking krijgt ook betekenis als plek van ontmoeting, sociale verbondenheid, erkenning en rust. Hierdoor raakt het hulpaanbod aan verschillende dimensies van levenskwaliteit, waaronder psychologisch welbevinden, sociale relaties en het gevoel van basiszekerheid.

Tegelijk blijkt dat de betekenis van het hulpaanbod sterk afhankelijk is van de persoonlijke situatie, noden en ervaringen van klanten. Voor sommige respondenten blijft De Antenne vooral een noodzakelijke vorm van praktische ondersteuning, terwijl anderen ook sociale of emotionele meerwaarde ervaren. Daarnaast tonen de resultaten dat het hulpaanbod niet losstaat van spanningen rond afhankelijkheid, beperkte keuzevrijheid en ervaren drempels.

5.4.2 Deelvraag 1 en 2: ervaringen, gevoelens en drempels

Klanten brengen uiteenlopende ervaringen, gevoelens en betekenissen naar voren in hun relatie tot De Antenne. Positieve ervaringen situeren zich vooral rond toegang tot basisbehoeften, een respectvol onthaal, sociale contacten, ontmoeting en ondersteuning door medewerkers en vrijwilligers. Vooral de warme en informele sfeer draagt bij aan gevoelens van veiligheid, erkenning en verbondenheid.

De eerste stap naar De Antenne wordt door veel respondenten echter als emotioneel moeilijk ervaren. Schaamte, onzekerheid, onbekendheid en het gevoel hulp te moeten aanvaarden spelen daarbij een belangrijke rol. Tegelijk neemt deze drempel vaak af naarmate klanten vertrouwd raken met de werking, zeker wanneer zij goed onthaald worden of ondersteund worden door iemand uit hun netwerk.

Daarnaast blijven verschillende drempels bestaan, zoals taal- en communicatiebarrières, beperkte keuzevrijheid door het wisselende aanbod, drukte, wachttijden, toegangsvoorwaarden en gevoelens van stigma. Ook ervaren sommige klanten spanningen rond schaarste en rechtvaardigheid, bijvoorbeeld wanneer anderen meer nemen dan toegestaan. Deze factoren maken duidelijk dat de ervaring van het hulpaanbod niet eenduidig positief is.

5.4.3 Deelvraag 3: aanknopingspunten voor verbetering

Uit de ervaringen van klanten komen verschillende aanknopingspunten voor verbetering naar voren. Vooral de eerste kennismaking vraagt extra aandacht, omdat daar schaamte en onzekerheid het

sterkst naar voren komen. Een warme ontvangst, duidelijke uitleg en eventueel begeleiding door een vertrouwd persoon kunnen deze drempel verlagen.

Daarnaast is er ruimte voor een beter afgestemd en voorspelbaarder aanbod, met aandacht voor diverse gezinsvormen, culturele voorkeuren en specifieke noden. Ook het maandbudgetsysteem vraagt aandacht, omdat het verlies van niet-gebruikt budget door sommige klanten als frustrerend wordt ervaren.

Verder wijzen de resultaten op het belang van ruimere of duidelijkere openingsmomenten, betere communicatie over voorzieningen en activiteiten, aandacht voor taal- en cultuurdrempels, en een fysieke ruimte die minder druk of prikkelrijk aanvoelt. Ook extra tijd en ruimte voor personeel om beschikbaar te zijn als aanspreekpunt blijkt hierbij belangrijk. Daarnaast kunnen participatie en inspraak versterkt worden, zodat alle klanten zich niet alleen geholpen, maar ook gehoord en betrokken voelen.

5.4.4 Deelvraag 4: ervaring met praatkaarten als methodiek

Klanten benoemen de praatkaarten over het algemeen als een laagdrempelige en ondersteunende manier om hun ervaringen te verwoorden. De kaarten kunnen helpen om gesprekken op gang te brengen, structuur te bieden, gevoelens te benoemen en persoonlijke ervaringen concreter te maken.

Vooraf bij gevoelige thema's of wanneer taal een drempel vormt, blijken de kaarten een meerwaarde. Ze creëren ruimte voor persoonlijke betekenisgeving en geven respondenten de mogelijkheid om zelf accenten te leggen in het gesprek.

Tegelijk is de meerwaarde niet voor iedereen gelijk. Sommige respondenten hadden de kaarten minder nodig of moesten eerst wennen aan de methodiek. De invloed van de kaarten blijft dus afhankelijk van de persoon, het gesprek en de manier waarop zowel respondenten als interviewer de kaarten inzetten en interpreteren tijdens het interview.

6 Conclusie

Deze bachelorproef vertrok vanuit de vraag welke betekenis wordt gegeven aan het aanbod van sociale kruidenier De Antenne, en in welke mate deze werking aansluit bij noden, waardigheid en levenskwaliteit. Daarbij werd bewust gekozen om de ervaringen en beleving van klanten centraal te stellen, met aandacht voor de spanning tussen de ambitie om vraaggericht en waardig te werken en de realiteit waarin aanbod, beleidskeuzes, afhankelijkheid en drempels deze ambitie begrenzen. Omdat dit onderzoek vertrekt vanuit een kleinschalige, kwalitatieve benadering binnen één specifieke context, moeten de bevindingen gelezen worden als verdiepende inzichten in ervaren levenskwaliteit, eerder dan als algemeen geldende uitspraken over voedselhulp.

Uit het onderzoek blijkt dat het aanbod op een brede en veelzijdige manier wordt ervaren. De werking voorziet niet alleen in basisbehoeften zoals voeding, maar biedt ook ruimte voor rust, ontmoeting en erkenning. Voor veel respondenten is De Antenne meer dan een plek om boodschappen te doen: het is een plek waar ze even op adem kunnen komen, anderen ontmoeten en zich gezien voelen. Die impact is evenwel gelaagd: ervaringen bewegen zich tussen opluchting en steun enerzijds, en stigma, onzekerheid en afhankelijkheid anderzijds.

Die dubbelheid wordt nog duidelijker wanneer gekeken wordt naar wat klanten effectief kunnen doen met het aanbod. Hoewel De Antenne bijdraagt aan hun welbevinden, blijven hun keuzemogelijkheden beperkt. Klanten ervaren keuze, maar binnen de grenzen van een vooraf bepaald en vaak wisselend aanbod, dat niet altijd aansluit bij hun voorkeuren of noden. Bovendien zijn ze afhankelijk van regels en structuren waar ze weinig invloed op hebben. Wat aanvoelt als een verbetering van hun levenskwaliteit, betekent dus niet noodzakelijk dat ze meer grip krijgen op hun eigen leven.

Ook de toegankelijkheid van het aanbod blijkt niet vanzelfsprekend. Klanten botsen op drempels zoals schaamte, onduidelijkheid over de werking, beperkte openingsuren en een onvoorspelbaar aanbod. Het maandbudgetsysteem biedt houvast, maar wordt door sommigen ook als beperkend ervaren. Voor klanten met een andere taal- of culturele achtergrond worden deze drempels vaak nog groter, waardoor zij minder gebruik kunnen maken van wat De Antenne te bieden heeft. Dit maakt duidelijk dat toegang tot voedsel niet alleen gaat over beschikbaarheid, maar ook over de context waarin die toegang vorm krijgt.

De kracht van de werking ligt in een warme ontvangst, duidelijke communicatie en een respectvolle benadering, die voor klanten een zichtbaar verschil maken. Ook inspraak en aandacht voor diverse noden versterken het gevoel van betrokkenheid en erkenning. Voor sommige klanten biedt de werking de kans om door te groeien naar een vrijwilligersrol. Wanneer die kans zich voordoet, werkt ze psychisch versterkend en draagt ze bij aan eigenwaarde en zingeving, maar ze brengt ook uitdagingen met zich mee in het omgaan met verwachtingen en grenzen. Deze doorgroei lijkt echter niet voor iedereen weggelegd en hangt mogelijk samen met hoe opbouwwerkers de capaciteiten en persoonskenmerken van klanten inschatten, wat ook kan worden gezien als een beperking van hun keuzevrijheid.

Daarbij tonen de resultaten ook het belang van voldoende tijd en ruimte voor opbouwwerkers en medewerkers om aanwezig en aanspreekbaar te kunnen zijn binnen de werking. Wanneer klanten ervaren dat er ruimte is voor vragen, ondersteuning of een informeel gesprek, draagt dit bij aan gevoelens van erkenning, toegankelijkheid en verbondenheid. Dit vraagt echter ook om voldoende

structurele middelen en ondersteuning, zodat deze beschikbaarheid niet afhankelijk wordt van beperkte tijd of toevallige momenten.

Binnen dit onderzoek bleken de praatkaarten een waardevolle participatieve methodiek om ervaringen bespreekbaar te maken. Ze hielpen om gesprekken op gang te brengen, structuur te bieden en gevoelens of ervaringen concreter te benoemen. Vooral bij gevoelige thema's of wanneer taal een drempel vormde, boden de kaarten ondersteuning en ruimte voor persoonlijke betekenisgeving. Respondenten konden via de beelden eigen accenten leggen, waardoor niet alleen antwoorden op onderzoeksvragen zichtbaar werden, maar ook bredere verhalen over hun leefwereld. Tegelijk bleef de meerwaarde van de kaarten afhankelijk van de persoon, het gesprek en de manier waarop ze werden ingezet. Sommige respondenten hadden de kaarten minder nodig, moesten wennen aan de methodiek of koppelden de beelden sterk aan wat zij dachten dat binnen het onderzoek verwacht werd. De kaarten maakten participatie dus mogelijk, maar waren tegelijk geen neutraal instrument: ook de selectie van beelden, de vraagstelling en mijn rol als interviewer beïnvloedden mee welke verhalen naar voren kwamen.

De titelvraag: "Stilt voedselhulp alle honger?" laat zich dus niet eenduidig beantwoorden. Voedselhulp stilt honger in de meest concrete zin: ze helpt mensen rondkomen, brengt rust en vangt acute noden op. Tegelijk blijft een andere vorm van honger bestaan, namelijk die naar zekerheid, volwaardige keuzevrijheid en erkenning zonder afhankelijkheid. Voedselhulp heeft daarmee geen eenduidig effect op levenskwaliteit, maar vormt een complex en subjectief gegeven, waarvan de impact verschilt naargelang hoe mensen hun situatie beleven en over welke mogelijkheden en autonomie zij beschikken.

Deze inzichten blijven evenwel contextgebonden: enkel huidige gebruikers die bereid waren deel te nemen, kwamen aan het woord. Daardoor blijven andere perspectieven: zoals die van afhakers, niet-gebruikers of mensen die de weg naar De Antenne nooit vonden, buiten beeld. Juist daarom benadrukt dit onderzoek het belang om blijvend ruimte te creëren voor gesprek, om écht te luisteren en participatie te versterken.

Alleen door het aanbod af te stemmen op wie erop aangewezen is, en dit samen met hen vorm te geven, kunnen drempels worden verlaagd en kan waardigheid verder worden versterkt. Tegelijk blijft het echter essentieel om de structurele oorzaken van armoede te blijven benoemen en voedselhulp te erkennen als een symptoom van een breder maatschappelijk falen.

7 Reflectie op doelstellingen, afbakening en methodologie

Wanneer ik kritisch terugblik op dit onderzoek, kan ik stellen dat de vooropgestelde doelstellingen in grote mate bereikt zijn, zij het met enkele belangrijke nuances.

Het onderzoek bood waardevolle inzichten in de manier waarop De Antenne een rol speelt in de ervaren levenskwaliteit van klanten. Voor veel respondenten betekent De Antenne meer dan enkel voedselhulp, onder meer door de ruimte voor ontmoeting, ondersteuning en sociale verbondenheid. Tegelijk werd duidelijk dat deze impact voor iedereen anders is en sterk afhangt van de persoonlijke situatie en verwachtingen van de gebruiker. Het onderzoek focust daarbij op ervaren levenskwaliteit en laat geen uitspraken toe over objectieve of langdurige effecten.

Daarnaast werd met dit onderzoek ingezet op het zichtbaar maken en versterken van de stem van gebruikers. De interviews boden ruimte voor persoonlijke en soms kwetsbare verhalen, wat niet alleen leidde tot rijke inzichten, maar ook bijdroeg aan een gevoel van erkenning en participatie bij respondenten. In die zin sluit het onderzoek aan bij principes van vraaggericht werken en draagt het bij aan een meer mensgerichte en holistische benadering van voedselhulp. Tegelijk kan het gezien worden als een eerste aanzet om de kloof tussen beleid en praktijk te verkleinen en biedt het inspiratie voor gelijkaardige initiatieven, zoals andere sociale kruideniers.

Het verkennen van praatkaarten als participatieve methodiek vormde een belangrijke bijkomende doelstelling. In de praktijk bleken deze kaarten een laagdrempelig en ondersteunend instrument om gesprekken op gang te brengen en ervaringen te verwoorden. Tegelijk werd duidelijk dat hun effect sterk afhankelijk is van hoe ze worden ingezet. De mate van sturing, de formulering van vragen en de afstemming op de respondent beïnvloeden in belangrijke mate het verloop en de focus van het gesprek. Dit wijst op de nood aan verdere verfijning wanneer deze methodiek in toekomstig onderzoek of praktijk wordt toegepast.

Wat betreft de methodologie bleek de keuze voor een kwalitatieve en participatieve aanpak passend om ervaringen centraal te stellen. De semigestructureerde interviews boden ruimte voor nuance en diepgang, maar maakten het onderzoek ook afhankelijk van wat respondenten zelf verwoorden. De gesprekken vormen bovendien een momentopname, waardoor antwoorden kunnen variëren afhankelijk van context, tijd en gemoedstoestand. Wat niet expliciet benoemd wordt, blijft buiten beeld, wat de interpretatieve aard van de resultaten versterkt.

Mijn rol als onderzoeker speelde hierin een niet te onderschatten rol. Vanuit mijn achtergrond als hulpverlener reageerde ik soms bevestigend of ondersteunend, wat het gesprek mee vorm gaf. Deze ervaring maakte me bewust van hoe subtiel de houding en interactie van de interviewer het onderzoeksproces beïnvloeden, en hoe moeilijk volledige neutraliteit is binnen kwalitatief onderzoek.

Daarnaast zijn er duidelijke beperkingen in de afbakening van het onderzoek. Door te focussen op één specifieke context, De Antenne, kon ik diepgaand werken, maar zijn de resultaten moeilijk te veralgemenen. Bovendien werden enkel huidige gebruikers bevraagd die bereid waren deel te nemen. Hierdoor blijven perspectieven van mensen die geen gebruik maken van de dienstverlening, of meer kritische stemmen, onderbelicht. Dit benadrukt het belang van een bredere en meer inclusieve rekrutering in toekomstig onderzoek.

De aanwezigheid binnen De Antenne gedurende meerdere weken bood bijkomende inzichten in de leefwereld van de doelgroep en versterkte het begrip van de context. Tegelijk werd duidelijk dat er nog meer potentieel ligt in het systematisch inzetten van observaties en het combineren van verschillende databronnen.

Samengevat kijk ik terug op een onderzoek dat waardevolle inzichten heeft opgeleverd in de beleving van klanten en de werking van De Antenne, en dat ruimte heeft gecreëerd voor participatie en stemversterking. Tegelijk maken de gemaakte keuzes in methodologie en afbakening duidelijk dat deze inzichten contextgebonden en interpretatief zijn. Deze reflectie biedt dan ook belangrijke aanknopingspunten voor toekomstig onderzoek, waarin nog bewuster kan worden omgegaan met methodiek, rekrutering en de rol van de onderzoeker.

8 Toekomst en aanbevelingen

De bevindingen van dit onderzoek bieden verschillende aanknopingspunten voor zowel de praktijk als verder onderzoek. Ze tonen aan dat sociale kruideniers zoals De Antenne een belangrijke rol spelen in het dagelijks leven van gebruikers, en dat er tegelijk kansen liggen om hun werking en participatieve aanpak verder te versterken.

8.1 Aanbevelingen voor de praktijk

De inzichten uit dit onderzoek bieden verschillende concrete aanknopingspunten om de werking van De Antenne verder te versterken.

Op het niveau van de dagelijkse werking kan ingezet worden op het versterken van keuzevrijheid binnen de bestaande beperkingen van het aanbod. Dit is belangrijk, omdat niet alleen het aanbod op zich telt, maar ook de mate waarin mensen effectief keuzes kunnen maken en hierin autonomie ervaren.

Het expliciet creëren van een aparte afdeling, zoals **een ‘gelukszak’-hoek**, zou hierbij kunnen bijdragen aan een positievere beleving van aanvullende producten. In vergelijking met de bestaande ‘gratis kast’, die eerder functioneel wordt ervaren, kan deze afdeling bewust worden ingericht als een volwaardig en zichtbaar onderdeel van de winkelruimte. Door deze producten aantrekkelijk te presenteren en via een gerichte logistieke opvolging (bijvoorbeeld het spreiden van schenkingen zoals vlees of andere gegeerde producten) te zorgen voor een regelmatige aanvulling, kan vermeden worden dat toegang tot extra's als willekeurig of ongelijk wordt ervaren. Op die manier ontstaat het gevoel dat er voor iedereen op een gelijkaardige manier ‘extra’ geluk beschikbaar is, wat mogelijks zou kunnen bijdragen aan een meer positieve beleving van het aanbod.

Daarnaast kan het aanbod beter afgestemd worden op het gebruik door het **budgetsysteem** te herbekijken. Een mogelijke piste is om te werken met een maximumbedrag per winkelmoment, gecombineerd met een beperking van het aantal winkelmomenten (bijvoorbeeld twee keer per maand), afgestemd op de gezinssamenstelling. Dit kan het gevoel van verlies van budget verminderen en bijdragen aan een meer evenwichtige spreiding. Bovendien kan dit systeem voorkomen dat gebruikers het gevoel hebben ‘waarde te verliezen’ wanneer zij niet aanwezig kunnen zijn, waardoor zij meer controle ervaren over hun budget en mogelijkheden.

Ook een warme, niet-oordelende ontvangst blijft essentieel. Deze kan verder ondersteund worden door medewerkers en vrijwilligers te versterken in het omgaan met signalen van schaamte en kwetsbaarheid. Het voorzien van tijd en ruimte voor informele gesprekken is hierbij belangrijk. Een laagdrempelige en discrete uitnodiging tot gesprek, bijvoorbeeld via een kaartje of affiche met de boodschap **“Nood aan een babbel over De Antenne?”**, kan hierin ondersteunend werken. Door hierbij een QR-code te voorzien, kunnen klanten zich anoniem aanmelden. Het ophangen van deze uitnodiging op een discrete plaats, zoals in het toilet, kan de drempel verder verlagen. Belangrijk is dat hier ook structureel tijd en ruimte voor voorzien wordt, zodat deze gesprekken niet afhankelijk zijn van toevallige beschikbaarheid.

Ook de eerste toegangservaring kan verder versterkt worden. Het inzetten van **ambassadeurs of ervaringsdeskundige vrijwilligers** kan nieuwe gebruikers ondersteunen bij hun eerste bezoek en zo de drempel verlagen. In samenwerking met doorverwijzende diensten kan daarnaast ingezet worden

op een warmere overdracht, waarbij de eerste stap letterlijk samen gezet wordt, bijvoorbeeld door een eerste bezoek te begeleiden.

Mijn bevindingen tonen ook dat de **vrijwilligerswerking** blijvende aandacht vraagt, zeker in een context waarin verantwoordelijkheden en verwachtingen kunnen evolueren. Het is belangrijk om deze veranderingen actief op te volgen en hierover in gesprek te blijven met vrijwilligers. Transparantie over rollen, verwachtingen en mogelijkheden tot engagement kan bijdragen aan duidelijkheid en betrokkenheid. Het werken met een **toegankelijke aanmeldings- of sollicitatieprocedure** kan ervoor zorgen dat iedereen op een gelijke manier de kans krijgt om zich kandidaat te stellen, en dat er beter zicht ontstaat op wie zich wil engageren. In dit kader kan de inzet van ambassadeurs ook een waardevol alternatief vormen voor rollen die minder goed aansluiten bij iemands profiel, zoals kassawerk, en zo bijdragen aan een meer inclusieve invulling van vrijwilligersengagement.

Daarnaast vraagt de diversiteit van de doelgroep om blijvende aandacht. Het voorzien van meerdere aanspreekpunten met verschillende taalachtergronden kan bijdragen aan een meer toegankelijke werking, waarin gebruikers zich sneller aangesproken en ondersteund voelen. Het kenbaar maken van **welke talen door medewerkers gesproken** worden, bijvoorbeeld via duiding op een naamkaartje of via medewerker-voorstelling op facebook pagina, kan hierbij een bijkomende ondersteuning bieden.

Verder tonen de resultaten het belang van voldoende tijd en **beschikbaarheid van medewerkers** en vrijwilligers binnen de werking. Wanneer klanten hen ervaren als aanspreekbaar en beschikbaar voor vragen, ondersteuning of een gesprek, draagt dit bij aan gevoelens van erkenning, toegankelijkheid en verbondenheid.

De **praatkaartenmethodiek** biedt kansen voor verdere ontwikkeling. Naast individueel gebruik kunnen de kaarten ingezet worden in groepscontexten, zoals focusgroepen, en verder ontwikkeld worden tot een interactieve of spelvorm. Op die manier kunnen niet alleen individuele ervaringen, maar ook gedeelde belevingen en groepsdynamieken zichtbaar worden.

Ook op het vlak van praktische organisatie zijn er mogelijkheden tot verbetering. Het uitbreiden van openingsuren kan de toegankelijkheid verhogen voor gebruikers met verschillende leefomstandigheden. Daarnaast kan een duidelijk en **fysiek zichtbaar maandoverzicht** van activiteiten helpen om ook mensen te bereiken die geen gebruik maken van sociale media. Tegelijk kan het nuttig zijn om de **Facebookgroep van De Antenne beter kenbaar te maken**, bijvoorbeeld via gerichte communicatie of ondersteuning bij het volgen ervan, met aandacht voor de kwetsbaarheid en digitale vaardigheden van de doelgroep.

Op mesoniveau ligt er een belangrijke rol in het **versterken van samenwerking binnen het netwerk van voedselhulp en welzijn**. Door meer in te zetten op gedeelde verantwoordelijkheid, warme overdracht en actieve begeleiding bij doorverwijzing bijvoorbeeld door het eerste bezoek samen te laten verlopen, kan de toegankelijkheid van de werking verder vergroot worden.

Tot slot blijft het op macroniveau belangrijk dat **signalen uit de praktijk** worden doorgegeven en dat voedselhulp bekeken wordt binnen een breder kader van structureel armoedebeleid. De bevindingen van dit onderzoek tonen dat sociale kruideniers vandaag vaak een moeilijke evenwichtsoefening maken tussen beschikbare middelen, schenkingen en de reële noden van gebruikers. **Extra structurele ondersteuning en beleidsmatige investeringen** zijn daarom noodzakelijk om niet enkel basisvoorzieningen te garanderen, maar ook meer keuzevrijheid, toegankelijkheid en menswaardige

ondersteuning mogelijk te maken. Daarbij is het essentieel dat deze vertaalslag naar beleid gebeurt samen met mensen die zelf op voedselhulp aangewezen zijn, zodat hun ervaringen, noden en perspectieven actief meegenomen worden in de uitbouw van toekomstig beleid.

Hoewel de meeste van deze aanbevelingen vertrekken vanuit de specifieke werking van De Antenne, raken de onderliggende inzichten aan bredere uitdagingen binnen voedselhulp. Thema's zoals beperkte keuzevrijheid, drempels in toegankelijkheid, het belang van een warme en waardige benadering en de nood aan participatie komen ook in andere contexten terug. In die zin kunnen deze aanbevelingen ook relevant zijn voor andere sociale kruideniers en voedselhulporganisaties die hun werking willen afstemmen op de leefwereld van gebruikers.

8.2 Aanbevelingen voor verder onderzoek

De inzichten uit dit onderzoek bieden verschillende aanknopingspunten voor verder onderzoek. Een eerste mogelijkheid ligt in het **combineren van verschillende onderzoeksmethoden**. Waar in dit onderzoek vooral gewerkt werd met semigestructureerde interviews, zouden **participerende observaties tijdens winkelmomenten** een waardevolle aanvulling kunnen vormen. Door niet alleen te luisteren naar wat mensen vertellen, maar ook te observeren hoe interacties verlopen en hoe de ruimte gebruikt wordt, kan een rijker en meer genuanceerd beeld ontstaan van de werking en de ervaringen van gebruikers.

Daarnaast kan het waardevol zijn om ook stil te staan bij de ervaringen van **mensen die geen gebruik (meer) maken van voedselhulp**. Hun perspectieven blijven vaak onderbelicht, terwijl ze net inzicht kunnen bieden in drempels, uitsluiting en redenen waarom mensen afhaken of de weg naar initiatieven zoals De Antenne niet vinden. Het bereiken van deze groep is niet vanzelfsprekend, maar kan belangrijke aanvullende inzichten opleveren.

Verder kan toekomstig onderzoek voortbouwen op de participatieve aanpak van dit onderzoek. Het gebruik van praatkaarten bleek een toegankelijke manier om ervaringen bespreekbaar te maken, maar vraagt tegelijk om verdere verfijning. Er kan bijvoorbeeld onderzocht worden hoe deze **methodiek nog beter afgestemd kan worden op diverse doelgroepen**, of hoe ze ingezet kan worden in groepscontexten, zoals focusgroepen. Daarnaast bieden meer interactieve of spelgerichte werkvormen kansen om niet alleen individuele ervaringen, maar ook gedeelde belevingen en groepsdynamieken zichtbaar te maken.

Ook verder onderzoek naar **hoe ervaringen van gebruikers sterker vertaald kunnen worden naar beleid** kan hierbij waardevol zijn. Daarbij kan onderzocht worden welke participatieve methodieken of samenwerkingsvormen bijdragen aan een meer gelijkwaardige betrokkenheid van mensen die op voedselhulp aangewezen zijn binnen beleidsontwikkeling.

Tot slot blijft de vraag naar de impact van voedselhulp op langere termijn open. Toekomstig onderzoek kan daarom inzetten op **longitudinale benaderingen**, waarbij gebruikers over een langere periode worden opgevolgd, of op **vergelijkend onderzoek tussen verschillende vormen van voedselhulp**. Dit kan helpen om beter te begrijpen welke rol voedselhulp speelt in het leven van mensen, en hoe die rol zich verhoudt tot bredere processen van ondersteuning en maatschappelijke participatie.

9 Literatuurlijst

- De Aanstokerij. (z.d.). *Aankaarten* (Gezelschapsspel). De Aanstokerij.
- Belgische Federatie van Voedselbanken. (2024, 2 februari). *Bijna 214.000 mensen deden in 2023 beroep op de hulp van de Belgische Federatie van Voedselbanken*. <https://www.foodbanks.be/nl/pers/28/2024-02-02/bijna-214-000-mensen-deden-in-2023-beroep-op-de-hulp-van-de-belgische-federatie-van-voedselbanken>
- Briels, G., & Grymonprez, H. (Red.). (2022). *Voedselhulp onder protest: Bouwen aan een breed lokaal sociaal beleid (Cahier 8)*. VVSG/Politeia.
- Coene, J., Degerickx, H., Dewilde, C., Ghys, T., Hubeau, B., Marchal, S., Remmen, R., & Vandenhoe, W. (2024). *Armoede & ongelijkheid: Jaarboek 2024*.
- Digipunten. (z.d.). *Stad Oostende*. Geraadpleegd op 29 maart 2026, van <https://www.oostende.be/digipunten>
- European Commission. (2024). *Mid-term evaluation of the European Social Fund Plus in 2021–2027*. European Union.
- Federatie van Belgische Voedselbanken. (2023). *Jaarverslag 2023*.
- Foodsavers. (2024, 3 januari). *Sociaal aan de slag met voedseloverschotten*. <https://foodsavers.be/over-ons/>
- Fonds voor Europese hulp aan de meest behoeftigen (FEAD). (2024, 14 februari). *Employment, Social Affairs and Inclusion*. https://employment-social-affairs.ec.europa.eu/policies-and-activities/funding/fund-european-aid-most-deprived-fead_nl
- Harper, A., Power, M., & WHOQOL Group. (1998). Development of the World Health Organization WHOQOL-BREF quality of life assessment. *Psychological Medicine*, 28(3), 551–558. <https://doi.org/10.1017/S0033291798006667>
- Hermans, K., & Penne, T. (2019). De financiële impact van voedselbedeling op de inkomensadequaatheid van leefloontrekkers in België. *Belgisch Tijdschrift voor Sociale Zekerheid*, 4e trimester, 593–620.
- Jansen, E., & Van der Veen, S. (2021). *Factsheet capability approach: PPP Gezondheid: ertoe doen en meedoen*. HAN University of Applied Sciences & Amsterdam UMC. <https://www.ppp-gezondheid.nl/wp-content/uploads/2022/03/Factsheet-CA.pdf>

- Kuyken, W. (1995). The World Health Organization quality of life assessment (WHOQOL): Position paper from the World Health Organization. *Social Science & Medicine*, 41(10), 1403–1409. [https://doi.org/10.1016/0277-9536\(95\)00112-K](https://doi.org/10.1016/0277-9536(95)00112-K)
- Leonardo AI. (z.d.). Geraadpleegd op 16 februari 2026, van <https://app.leonardo.ai>
- Louagie, J., Delvaux, N., & KU Leuven. (2025). *Ontwikkeling van praatkaarten binnen gezondheidswaardigheidsproject in de wachtpost*. KU Leuven.
- Nussbaum, M. C. (2012). *Mogelijkheden scheppen: Een nieuwe benadering van de menselijke ontwikkeling*. Ambo.
- OMJS. (z.d.). *Beeld en box* (Gezelschapsspel). OMJS.
- Pharos. (2022, 27 september). *Methodiek: Begrijpelijke medische informatie in woord en beeld*. <https://www.pharos.nl/kennisbank/methodiek-begrijpelijke-medische-informatie-in-woord-en-beeld/>
- Reijs, M. (z.d.). *Waar of raar?! Een onweerstaanbare uitnodiging tot gesprek: Thema eten* (W. de Schouwer, Red.). Bureau Edubooks & Training.
- Robeyns, I. (2017). *Wellbeing, freedom and social justice: The capability approach re-examined*
- Sahlins, M. (1972). *Stone age economics*. Aldine-Atherton.
- Sociale Kruideniers Vlaanderen. (z.d.). *Over ons*. Geraadpleegd op 29 maart 2026, van <https://www.socialekruideniersvlaanderen.be/over-ons>
- Stad Oostende. (2023). *Antenne: Sociale kruidenier en ontmoetingsruimte* [Brochure].
- Stad Oostende. (2025). *Rapportering Antenne 2024*.
- Stad Oostende. (z.d.). *Antenne – sociale kruidenier*. Geraadpleegd op 29 maart 2026, van <https://www.oostende.be/antenne-sociale-kruidenier>
- United Nations. (1948). *Universele Verklaring van de Rechten van de Mens*. <https://www.udhr.de/dut.html>
- Vandekinderen, C. (2023, 22 november). Helpt voedselhulp in de strijd tegen armoede? *Sociaal.Net*. <https://sociaal.net/achtergrond/helpt-voedselhulp-in-strijd-tegen-armoede/>
- Van Vliet, E. (z.d.). *Vraag maar! Moeder & kind*. (Gezelschapsspel) Uitgeverij Elma van Vliet.

- Van Wymeersch, E. (2024). *Religieus en levensbeschouwelijk geïnspireerde organisaties in materiële hulpverlening in Vlaanderen*. KU Leuven.
- Vlaamse overheid. (2025). *Vlaams actieplan armoedebestrijding*. <https://www.vlaanderen.be/gezondheid-en-welzijn/armoede/armoedebestrijding-in-vlaanderen/vlaams-actieplan-armoedebestrijding>
- VVSG. (2022). *Foodsavers: Circulaire voedselhulp in lokale besturen*. Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten.
- VVSG. (2024). *Voedselhulp als hefboom voor sociale inclusie en participatie*. Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten.
- VVSG. (2025, 27 november). *Voedselhulp als hefboom: Samen werken aan een gelijk aanbod voor elke West-Vlaming*[Studiedag]. <https://www.vvsg.be/opleidingen/kalender/2025-voedselhulp-als-hefboom-samen-werken-aan-een-gelijk-aanbod-voor-elke-west>
- VVSG. (2026a, 21 januari). *Voedselnoodhulp als hefboom voor sociale inclusie en participatie*. <https://www.vvsg.be/projecten/voedselnoodhulp-als-hefboom-voor-sociale-inclusie-en-participatie>
- VVSG. (2026b, 3 februari). *Voedselhulp onder druk: Knelpunten en oplossingen*. <https://www.vvsg.be/nieuwsoverzicht/voedselhulp-onder-druk-knelpunten-en-oplossingen>
- Weiss, H. (2002). The spirit of Islamic philanthropy. *Nordic Journal of Religion and Society*, 15(2), 97–118.
- Werkgroep Continuïteit en Participatie van OROJ West-Vlaanderen, Opgroeien, & SpellenLab VIVES. (z.d.). *Samen in beeld* (Gezelschapsspel). Werkgroep Continuïteit en Participatie van OROJ West-Vlaanderen.

10 Bijlagen

10.1 Informed consent



Stilt voedselhulp alle honger?

> Pijlijser Tessa; tessa.pijlijser@student.vives.be

->Sonneville Katrien; katrien.sonneville@vives.be

Het onderzoek wil nagaan wat de ervaringen zijn van de klanten van De Antenne (Oostende), via een **interview ondersteund door praatkaarten**.

Verwachte tijdsduur: +/- 15 min

- Ik weet dat er in dit onderzoek **audio opnames** van mij gemaakt kunnen worden
- Ik begrijp dat mijn deelname aan deze studie **vrijwillig** is (je bent dus niet verplicht!)
- Ik kan **op elk moment stop te zetten**. En vragen de reeds verzamelde data te wissen.
- Mijn antwoorden kunnen gebruikt worden voor **wetenschappelijke onderzoek**
- en mogen gepubliceerd worden.
- **Mijn naam wordt daarbij niet gepubliceerd.**

☐ **Ik ga akkoord om deel te nemen**

Opgemaakt in tweevoud op:

Naam en handtekening proefpersoon

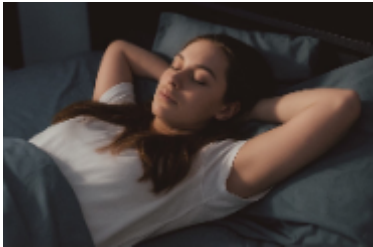
Naam en handtekening onderzoeker

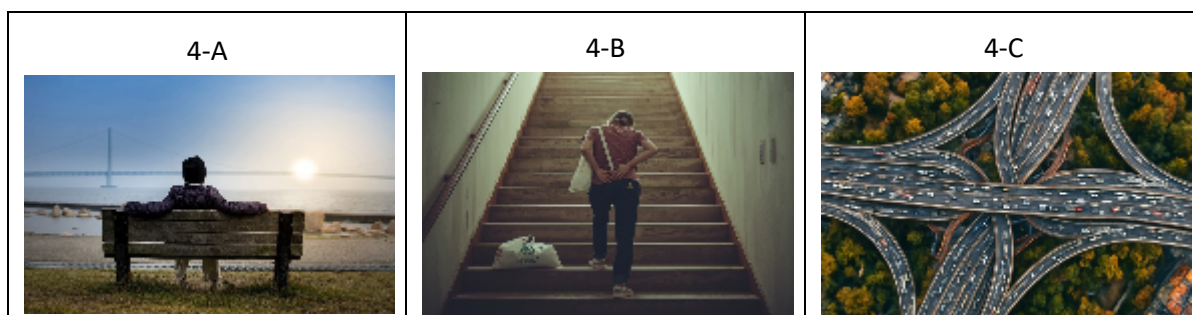
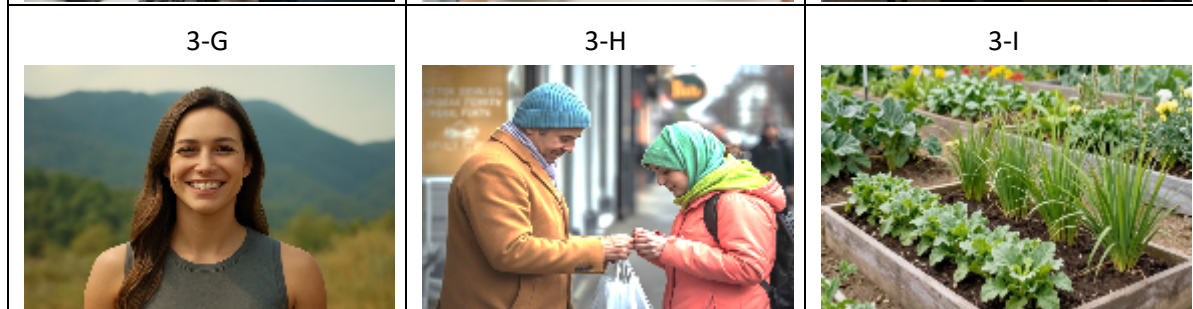
- ☐ Ik wil graag op de hoogte gehouden worden van de resultaten van dit onderzoek. De onderzoeker mag mij hiervoor contacteren op het volgende e-mailadres:

10.2 Afkortingen

VVSG	Vereniging van Vlaamse Steden en Gemeenten
WHO	World Health Organisation
QOL	Quality Of Life
WHOQOL	World Health Organization Quality of Life
OCMW	Openbaar Centrum voor Maatschappelijk Welzijn

10.3 Beeldkaarten sets

1-A 	1-B 	1-C 
1-D 	1-E 	1-F 
1-G 	1-H 	1-I 
2-A 	2-B 	2-C 
2-D 	2-E 	2-F 





6-A 	6-B 	6-C 
6-D 	6-E 	6-F 
6-G 	6-H 	6-I 

10.4 Flowchart

Informed consent

Audio starten

- Open vraag
- Kaart set 1
- Kaart set 2
-

..... Drempels?

- Fysieke
- Psychische
- Omgeving
- Soc relaties

.... Helpend?

- Emoties?
- Droomversie ?

Evaluatie kaarten

Dank

10.5 Draaiboek

Vooraf • Informele ontvangst (Koffie, soep,...) • Locatie bepalen, zaal of buro • Beeldenkaarten (per set) + emotiekaarten apart klaarleggen (beetje uitleg hierover) • Audio-opname klaarzetten Stap 0 –Welkom Zeggen: • Er zijn geen juiste of foute antwoorden • Jij kiest zelf wat je deelt • Stoppen of pauzeren mag altijd • Deelname heeft geen invloed op de hulp die je krijgt Doen: • Informed consent overlopen en laten tekenen • Audio-opname starten (indien akkoord) • benadrukken: naam wordt niet vermeld, alles is vertrouwelijk Stap 1 –Open vraag Zeggen (open startvraag): • “Kan je mij wat meer vertellen over jouw ervaringen met het hulpaanbod van De Antenne?” Doen: • Luisteren • Eventueel doorvragen • Nog geen kaarten gebruiken Stap 2 –Beeldkaarten Doen: • Eerste set beeldenkaarten open op tafel leggen • Geen uitleg geven over de kaarten op zich Zeggen: • “Welke kaart past bij jouw ervaring met De Antenne?” Stap 3 –Verdieping Doen: ➔ Extra set aanbrengen en stap 2 en 3 doorlopen • Niet-gekozen kaarten opzij • Gekozen kaart centraal leggen Zeggen: • “Wat maakt dat je voor deze kaart gekozen hebt?”	Doorvragen: • Wat helpt jou hierin? • Wat maakt dit soms moeilijk? • Wat zou De Antenne anders kunnen doen? • Welke kaart zou iemand anders kiezen om De Antenne te beschrijven? • Zie je een kaart die een ander gevoel weergeeft dan wat we al bespraken? Stap 4 –Emotionele verdieping Doen: • Emotiekaarten open op tafel leggen Zeggen: • “Past één van deze emoties bij wat je net vertelde?” Stap 5 –Nuanceren/uitbreiding Doen: • Beeldenkaarten (nieuwe set?) opnieuw openleggen Zeggen: • “Zijn er nog beelden die iets anders tonen over jouw ervaring?” • “Je vertelde iets positiefs, zijn er ook zaken die minder goed aanvoelen?” • “Welke kaart zou een andere klant volgens jou kiezen?” Stap 5bis: Emotionele verdieping • Zie stap 4 Stap 6 –Evaluatie / afronden Zeggen: • “Hoe vond je het om met de kaarten te werken?” • “Hielpen de kaarten om je verhaal te vertellen?” • “Was dit anders dan een enquête?” Doen: • Deelnemer bedanken • Kort checken hoe het gesprek aanvoelde • Ruimte laten voor laatste toevoeging Zeggen: • Resultaten worden vertrouwelijk verwerkt • Zoals in het informed consent: mogelijkheid om op de hoogte te blijven • Bij nood: terecht bij medewerkers van De Antenne.
---	---

10.6 Voorbeeldvragen

1. Open vragen

- Kan je mij wat meer vertellen over jouw ervaringen met het hulpaanbod van De Antenne?
- Hoe ervaar jij De Antenne?
- Wat betekent De Antenne voor jou?
- Wat komt er spontaan bij je op als je aan De Antenne denkt?
- Hoe voelt het voor jou om hier te komen?
- Wat is voor jou belangrijk aan De Antenne?

2. Beeldkeuze – eerste ronde

- Welke kaart past bij jouw ervaring of beleving van De Antenne?
- Welke van deze beelden past bij hoe jij De Antenne ervaart?
- Welke kaart zegt iets over jouw relatie met De Antenne?
- Welke kaart toont het meest wat De Antenne voor jou betekent?
- Kan je een kaart aanduiden die je doet denken aan een ervaring die je hier had?
- Als je één kaart zou kiezen die jouw gevoel tegenover De Antenne toont, welke zou dat zijn?

3. Betekenisgeving gekozen beeld

- Wat maakt dat je voor deze kaart gekozen hebt?
- Kan je mij iets meer vertellen over deze kaart?
- Is er een specifieke reden waarom je precies dit beeld koos?
- Waar doet dit beeld jou aan denken?

4. Verdieping

-Helpende factoren

- Wat helpt jou hierin?
- Wat maakt dit voor jou draaglijk of oké?
- Wat loopt goed voor jou binnen De Antenne?

-Belemmeringen / drempels

- Wat maakt dit soms moeilijk?
- Zijn er momenten waarop het voor jou lastiger aanvoelt?

-Gewenste verandering

- Wat zou jij graag anders zien?
- Wat zou De Antenne volgens jou kunnen verbeteren?
- Wat zou jou nog meer helpen?

5. Emotie kaarten

- Welke emotie past het meest bij wat je net vertelde?
- Zou één van deze emoties passen bij jouw ervaring?
- Zijn er misschien meerdere gevoelens tegelijk?
- Is dit gevoel altijd zo, of wisselt dat?

6. Nuanceren – tweede ronde beelden

- Zijn er ook ervaringen die anders aanvoelen dan wat je net vertelde?
- Zie je een kaart die een ander gevoel over De Antenne weergeeft?
- Je vertelde iets positiefs, zijn er ook dingen die minder goed aanvoelen? (*of omgekeerd*)
- Ligt er nog een kaart die jou doet denken aan De Antenne, maar die we nog niet bespraken?
- Welke kaart zou iemand anders die hier komt volgens jou kiezen?
- Hoe denk je dat een andere klant De Antenne ervaart?

7. Evaluatie van de methodiek

- Hoe vond je het om met de kaarten te werken?
- Hielpen de beelden om je verhaal te vertellen?
- Was er iets dat moeilijk of net helpend aanvoelde aan de kaarten?
- Hoe heb je dit gesprek in het algemeen ervaren?
- Vond je dit een fijne manier om over je ervaringen te praten?
- Had je het gevoel dat je op deze manier iets anders kon zeggen dan in een enquête

10.7 AI-Annex

Tool	Prompt	Gebruik van de output	Opdracht-deel
ChatGPT (Open AI)	Bepaalde alinea + 'Kan dit korter zonder inhoud te verliezen?'	Ondersteuning bij het herformuleren en structureren van zelfgeschreven teksten. De suggesties werden kritisch bekeken en waar nodig aangepast.	Volledig onderzoeksrapport
	'Maak een prompt voor AI leonardo voor een afbeelding met bepaalde eigenschappen'	Hulp bij het ontwerpen van de afbeeldingen afgestemd op de WHOQOL-domeinen	Methodologie
Notebook LM	Online bronteksten+ 'vertaal'	Notebook LM werd gebruikt voor het vertalen van bronnen WHO QOL en capability approach. Suggesties werden kritisch bekeken.	Literatuurstudie
	'Vat deze bron samen en hou rekening met de onderzoeksvragen'	Bron selectie/ relevantie	Literatuurstudie
Leonardo AI	- 'Maak een afbeelding rond het thema voedselhulp' - 'Maak afbeelding die doet denken aan sociaal contact' - '....'	Hulp bij het ontwerpen van de afbeeldingen afgestemd op de WHOQOL-domeinen	Methodologie
Canva	Pas afbeelding aan: bv.: 'geef de mensen meer kleur', 'maak uniformer', 'minder achtergrond', '....'	Canva heeft geholpen om AI leonardo afbeeldingen te verfijnen of details toe te voegen aan de afbeeldingen, zoals de neutraliteit van de emotiekaarten,...	Methodologie
Spiik	'Transcribeer audiofile X'	Spiik werd gebruikt om interviews automatisch te transcriberen. Alle transcripties werden manueel herbeluisterd aan gecorrigeerd.	Resultatenanalyse
Scribbr	Brongeneratie adhv van website, artikel, boek,...	Scribbr werd gebruikt om bronnen correct volgens de APA 7-richtlijnen te citeren. De gegenereerde referenties werden nagekeken en indien nodig aangepast.	Bronvermelding Literatuurlijst