



Inspiratiedag 'Een andere bril, een andere kijk'

Verslag workshop: Een klare kijk (groep 1)

26 mei 2015

'Mensen vinden de weg niet'. Voordat je de stap kan zetten naar een dienst of organisatie, moet je weten waar je terecht kan.'

GEWENSTE SITUATIE

- Meer toestroom.
- Deelnemers, gebruikers zijn doorverwezen door andere organisaties.
- Onze werking is gekend.
- Mensen herkennen onze organisatie "ah ja" i.p.v. "euhm?"
- Er wordt meer gebruik gemaakt van het aanbod.
- Er is een sociale mix: de doelgroep wordt wel/meer bereikt.
- Informatie (over de werking van andere organisaties) wordt doorgegeven aan (nieuw) personeel.
- Professionelen hebben kennis van de sociale kaart en die is duidelijk.
- Isolement is doorbroken (doelgroep):
 - Het netwerk is versterkt in de omgeving, buurt, ...
- Isolement is doorbroken (professionelen):
 - Werkers hebben een goed, breed, uitgebouwd netwerk, ze kennen elkaar;
 - Verwijzen door, komen elkaar tegen in informele context.

WAT NU AL GOED LOOPT

- Vb. Activiteit (offerfeest) met diverse opkomst:
 - Iemand van de (Turkse) gemeenschap organiseerde dit;
 - Er was iets te eten en te drinken;
 - Er was animatie;
 - Van onderuit gegroeid;
 - Vertrekkende van de talenten die aanwezig zijn;
 - Het aanbod was aantrekkelijk: het raakte.
- Vb. Klavertje vier:
 - Het aanbod is er niet enkel voor arme mensen, ook voor wie alleen is, ...;
 - Dit wordt uitgelegd aan mensen, ze worden aangesproken;

- Ook: op andere plekken waar mensen samen komen, mensen uitnodigen om deel te nemen aan de maaltijd van Klavertje vier;
- Iedereen draagt mee die boodschap uit, van deelnemers tot vrijwilligers.
- **Nog meer tips:**
 - Mensen persoonlijk aanspreken;
 - Samenwerken met andere organisaties (vb. gaan eten in een sociaal restaurant en daar het aanbod bekend maken);
 - Afstemmen op de interesses van doelgroep: op een ander moment organiseren (vb. op zaterdag), op een toegankelijke plek (vb. cc Hasselt);
 - Goede bereikbaarheid: telefonische permanentie, maar ook inloop is mogelijk, chat, huisbezoeken, ... of aanbieden om op een andere plek (neutraal, bij een andere dienst, ...) af te spreken. Zitdagen op locatie, naar de doelgroep gaan.

NIEUWE INITIATIEVEN - KLEINE STAPPEN

- Armoedevereniging betrekken bij uitbouw van de dienst (feedback, tips, ... vb. website, flyer,...).
- Jaarlijks (regionaal) welzijnsreceptie of netwerklunch.
- Persoonlijk contact met deelnemers en sociale organisaties.
- Naar een armoedevereniging gaan en ons voorstellen.
- Kwaliteitsvolle, positieve hulpverlening, mond-aan-mond-reclame.
- Doelstellingen opvang bekend maken a.h.v. de bouwstenen van de kindertijd (cedes) via flyer: eenvoudige taal, contact met vb. De Brug om de mensen zelf te laten oordelen of de flyer duidelijk is.
- Zelf op een duidelijke en geëngageerde manier vertellen over de bedoeling / mogelijkheden / dromen van onze organisatie. Alle kansen die zich daarvoor voordoen gebruiken.
- Veel huisbezoeken.
- Maandelijks zitdag in armoedevereniging, buurthuis, school, ...
- Aanbod op maat van verschillende actoren (deelnemers en organisaties).
- Netwerk vragen om meer mond-aan-mond-reclame te maken.

RIMO Limburg vzw

Marktpllein 9 bus 21 | 3550 Heusden-Zolder

T 011 22 21 96

www.rimo.be