

# Focusgroep dak/thuislozen:

*Hoe maak je beleid mét mensen in plaats van alleen maar over mensen?*

**Datum:** 18 januari 2024

Aantal aanwezigen: 12

**Aantal aanwezige organisaties die werken met de doelgroep: 2**

Welzijnsvereniging 't Sas & Vzw Wieder

**Beleidsmakers:** cel Lokaal Sociaal Beleid Groep Brugge

**Verslag:** Pascale Cockhuyt (vzw Wieder)

*"In onze wereld, als dak- en thuislozen, is het moeilijk wanneer mensen naar ons kijken met vooroordelen en ons niet begrijpen. Het voelt alsof er een onzichtbaar taboe op onze situatie rust, wat leidt tot stigmatisering en een gevoel van niet begrepen worden. Het doorbreken van dit taboe is voor ons van onschatbare waarde omdat het deuren opent naar meer begrip en bewustwording rondom wat we doorgaan.*

*We realiseren ons dat er heel wat noden zijn in onze samenleving, maar het is frustrerend dat onze noden niet altijd dezelfde prioriteit krijgen in de samenleving. Het voelt als een constante strijd om gehoord te worden. Het is voor ons dan ook van het grootste belang dat er een bredere discussie plaatsvindt over dak- en thuisloosheid, waar we proberen de vooroordelen te doorbreken en concrete acties te ondernemen. Alleen op die manier kunnen we hopen op een samenleving die inclusiever is en daadwerkelijk de ondersteuning biedt die mensen zoals wij nodig hebben."*

## **Doelstelling focusgroep:**

Vanuit de werkgroep "dak/thuisloosheid – niemand slaapt op straat" willen we met de focusgroep rechtstreeks **de stem van de doelgroep** horen.

Hiervoor gaan we **actief in gesprek** met hen, om hun ervaringen, perspectieven en behoeften mee te nemen bij de verdere uitwerking van het actieplan.

Doel die we vooropstellen is dat ons actieplan **participatief** opgebouwd wordt samen met de doelgroep, en dat het zodoende inclusiever en effectiever is zodat niemand in de toekomst in Brugge nog op straat zou slapen.

Samen met de doelgroep willen we **concrete & doelgerichte maatregelen** bedenken die echt aansluiten bij de uitdagingen voor de doelgroep kwetsbare burgers.

## **Gehanteerde methode:**

*Vanuit de werkgroep werd bewust gekozen om voluit te gaan voor een aanpak waar participatie centraal staat, en waar er krachtige dialoogmomenten zouden georganiseerd worden. Deze open gesprekken tussen beleidsmakers, hulpverleners, outreachers en de doelgroep van dak- en thuislozen vormen een bruisende mix van perspectieven en collectieve oplossingen.*

*Het actieplan is dus GEEN vaststaand recept, maar een dynamisch proces waarbij de doelgroep actief meebeslist over ingrediënten en eindresultaat. Het beleid wordt niet enkel voor, maar samen met de doelgroep bepaald.*

- **Recht op wonen:** wat zijn mogelijkheden of oplossingen zodat niemand op straat zou slapen
- **Participatie:** hoe willen jullie betrokken worden bij de uitwerking van het plan
- **Nachtopvang:** hoe ziet de ideale nachtopvang eruit volgens jou
- **Administratie:** hoe ervaren jullie administratieve verwachtingen
- **Sensibilisering:** thema dak/thuisloosheid op de agenda

Aanvullend aan de voorafgaande sub thema's werkten we met de doelgroep concrete afspraken uit, en kregen we van hen een aantal tips.

## 1. Recht op wonen:

Samen met de doelgroep werden de mogelijkheden verkend om het recht op wonen te optimaliseren. En de mogelijke alternatieven die vanuit de werkgroep kwamen voorgesteld en afgetoetst.

### Wat kwam sterk naar voor vanuit de doelgroep:

- Bezorgdheden over de moeilijkheden voor een **betaalbare & kwalitatieve** huisvesting
- **Spanningsveld** van hun inkomen en situatie en kansen op de woonmarkt
  - - dak/thuislozen zijn niet de eerste keuze voor een huisbaas
    - gevoel van discriminatie vanuit de immo sector op basis van inkomen, situatie, relatievorm, al dan niet OCMW – cliënt
    - moeilijkheden om een huurwaarborg te verwerven
- Bedenkingen bij de **vele leegstand** van woningen op ons Brugs grondgebied. Het zien van de leegstand roept niet alleen vragen op maar zorgt ook voor heel wat frustraties.
- Een stuk onbegrip over de bepalingen van het aantal vierkante meter.

### Vragen vanuit de doelgroep:

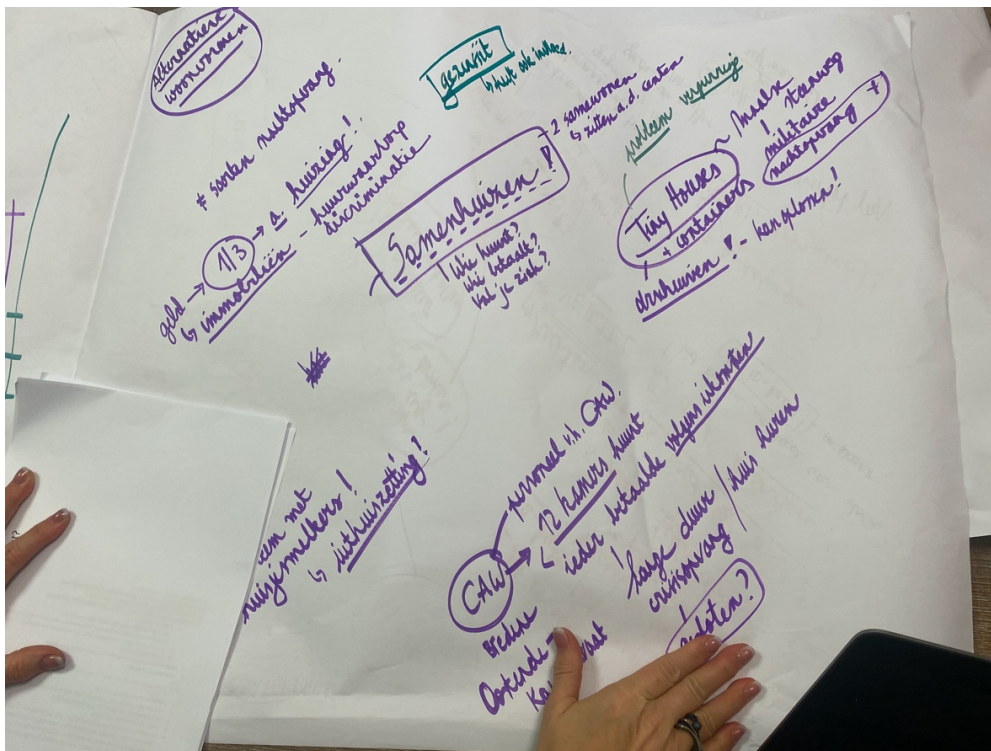
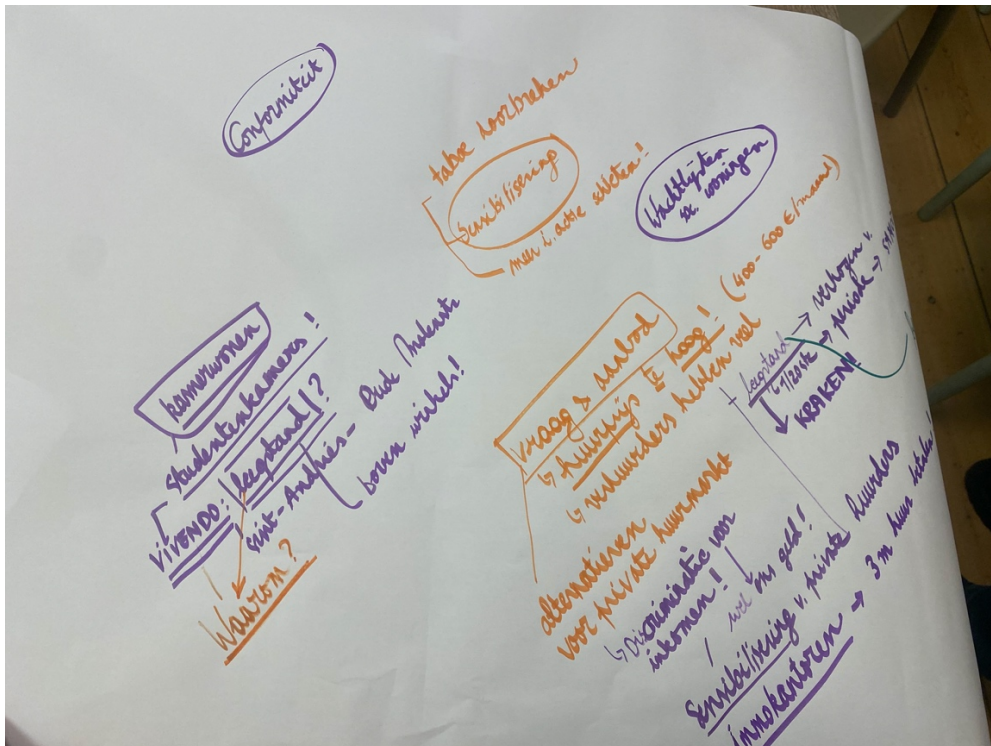
- Duidelijkheid verkrijgen over **redenen van leegstand** op het grondgebied
- **Versoepeling** op het aantal vierkante meter 'We hebben niet veel nodig, enkel een degelijk dak boven ons hoofd'

### Mogelijke oplossingen die gedragen worden vanuit de doelgroep:

- Concept **studentenkamers** voor doelgroep dak/thuislozen
- Sites zoals bv. Maalsesteenweg gebruiken om aan de slag te gaan met **Containerwoningen/ Tiny Houses** cfr. Gent
- Creëren van verschillende **soorten nachtopvang** → voorbeeld Bredene project CAW → huis met meerdere kamers waar er voor meer dan 1 nacht kon verbleven worden → belangrijk dat hier ook voldoende personeel voor vrijgemaakt wordt. Een huis kopen ,en inzetten voor nachtopvang is niet voldoende. Vanuit de doelgroep kwam sterk de oproep om te werken met een soort van 'kotmadame' – formule.
- **Samenhuizen** met de belangrijke opmerking dat hier rekening gehouden worden dat er geen consequenties zijn naar inkomen

**Opvolging:**

- De cel LSB neemt de vragen mee naar overleg met Vivendo
- Stavaza Uitkering/ Samenhuizen terugkoppeling van gesprek met OCMW



## 2. Administratie:

### Wat kwam sterk naar voor vanuit de doelgroep:

Doorheen de **focusgroep** konden we vaststellen dat er toch heel wat administratieve lasten zijn voor de doelgroep. Hieronder hebben we de belangrijkste zaken opgelijst.

- **Herhaling van Informatie:** Doelgroepleden gaven aan dat ze vaak dezelfde informatie moesten herhalen bij verschillende instanties, wat als belastend en inefficiënt wordt ervaren.
- **Gevoel van Verlating:** Er heerste een sterk gevoel van aan het lot te worden overgelaten. Dit gevoel van isolement kan het gevolg zijn van onvoldoende ondersteuning bij administratieve processen, maar eveneens van de onduidelijkheid over wat hun rechten zijn.
- **Vereenvoudiging van Procedures:** De doelgroep benadrukte de noodzaak om administratieve procedures te vereenvoudigen. Complexe processen vergroten de belasting en frustratie voor mensen in dak- en thuisloze situaties.
- **Eigenaarschap van Informatie:** Er werd aangegeven dat individuen meer controle moeten hebben over hun eigen informatie. Het gebrek aan eigenaarschap kan bijdragen aan gevoelens van machteloosheid.
- **Gebrekkig Inzicht in Rechten:** Respondenten gaven aan dat ze beperkt inzicht hadden in hun rechten, wat een extra stressfactor toevoegt aan hun al uitdagende situatie.
- **Stressniveau als Gevolg van Situatie:** De administratieve lasten dragen bij aan het stressniveau van de doelgroep, wat aangeeft dat er meer aandacht moet worden besteed aan het verminderen van deze stressoren.

### Opmerking:

- Vanuit de respondenten kwam naar voor dat er een groot verschil is tussen hulpverleners. Bij de ene hulpverlener krijg je wel alle informatie, en wordt je voldoende ondersteund, bij de ander is het anders.

Deze inzichten benadrukken en. Door gerichte acties te ondernemen, zoals het stroomlijnen van procedures en, kan de last op de doelgroep worden verlicht en hun empowerment worden bevorderd.

### Vragen vanuit de doelgroep:

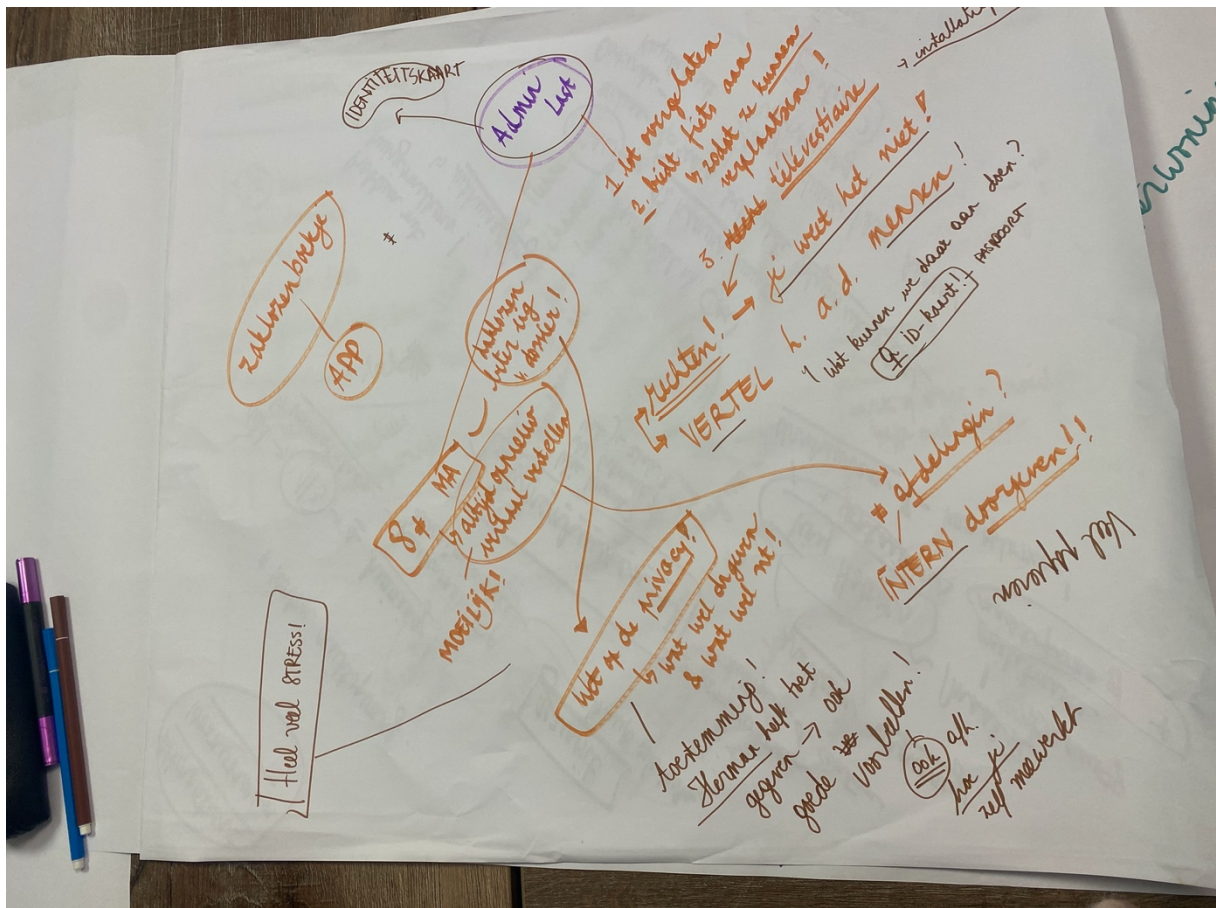
- de dringende noodzaak om administratieve lasten te verminderen
- Nood naar verbetering ondersteuning van dak- en thuislozen te
- duidelijkheid scheppen over rechten/plichten
- verhoogd inzetten op communicatiekanalen die makkelijk toegankelijk en beschikbaar zijn
- het vergroten van bewustzijn over rechten
- delen van informatie tussen hulpverleners te stroomlijnen
- hoe kan je als individu eigenaar blijven van je dossier, en vermijden dat je al te vaak alles moet herhalen.

## Mogelijke oplossingen die gedragen worden vanuit de doelgroep:

- **daklozenzakboekje** optimaliseren en digitaal beschikbaar maken bijvoorbeeld in een app, waar je zelfs ook mee je bed zou kunnen reserveren
- **rechten en plichten** beschikbaar in duidelijke en eenvoudige taal, en makkelijk opzoekbaar
- **e-id**: als middel gebruiken en ook als bijvoorbeeld middel waar dossier kan opgevraagd worden, maar ook als instrument om rechten te benutten.
- **Toegankelijke hulpverlening**: het aanbieden van fietsen: door het feit dat de doelgroep heel veel verplaatsingen moet doen voor zijn/haar administratie zou het zinvol zijn om te investeren in fietsen.

## Opvolging:

- terugkoppeling naar GBO rechten & plichten burgers + noodzaak aan meer bekendheid
- bekijken opties communicatie op site/ digitaal platform/ etc
- bekijken mogelijkheden applicatie in plaats van daklozenboekje



### 3. De ideale nachtopvang: Hoe ziet de ideale nachtopvang uit:

In antwoord op de vraag "Hoe ziet de ideale nachtopvang eruit voor de doelgroep?" zijn waardevolle inzichten vergaard. Hieronder worden de voornaamste elementen samengevat:

#### Wat kwam sterk naar voor vanuit de doelgroep:

- **Individuele Kamers:** De ideale nachtopvang voorziet in individuele kamers, dit draagt bij aan een gevoel van rust, persoonlijke ruimte en privacy.
- **Degelijk Sanitair:** Essentiële sanitaire voorzieningen zoals douches; liefst op de individuele kamer).
- **Rust en Privacy:** De plaats waar de nachtopvang ligt is bepalend. Bij voorkeur is het op een site waar er voldoende rust en privacy voor de doelgroep gegarandeerd kan worden.
- **Geen Slaapzalen:** Vanuit de doelgroep kwam sterk de nood naar voor om niet met meerdere personen op een kamer te slapen.
- **Vaste Lockers:** Op vandaag kan de doelgroep lockers gebruiken in het inloophuis. Echter worden die als te klein ervaren, en pleiten ze om te investeren in niet alleen ruimere lockers maar dat die ook in de nachtopvang zouden zijn ipv inloophuis.
- **Fietsen:** De doelgroep moet heel veel verplaatsingen doen op ons grondgebied. De meeste van die verplaatsingen gebeuren met de fiets. Het zou echter zinvol zijn om de mogelijkheid te bekijken om te werken met het huren van fietsen vanuit de nachtopvang.
- **Combinatie Inloophuis & Nachtopvang:** De doelgroep heeft duidelijk aan dat het een ongelofelijke meerwaarde zou zijn dat de inloopwerking, en de nachtopvang op dezelfde site aanwezig zouden zijn.
- **Nachtwaker/ Kotmadam/ Luisterend Oor:** Een aanwezige nachtwaker of ondersteunend personeel biedt een gevoel van veiligheid en een luisterend oor.
- **Warm Eten in de Nachtopvang:** Vanuit de doelgroep kwam de vraag bij de ideale NO ook naar een NO die warme maaltijd verstrekt s'avonds.
- **Eenduidige Regelgeving:** Een helder en eenduidig regelgevingskader vergemakkelijkt het begrip en de naleving van regels.
- **Ook in de ideale NO een degelijk Huishoudelijk Reglement:** Duidelijke richtlijnen en afspraken in een huishoudelijk reglement bevorderen een gestructureerde omgeving.
- **Focus op Warmte en Veiligheid:** Prioriteit geven aan zowel fysieke warmte als een veilige omgeving.

#### Vragen vanuit de doelgroep:

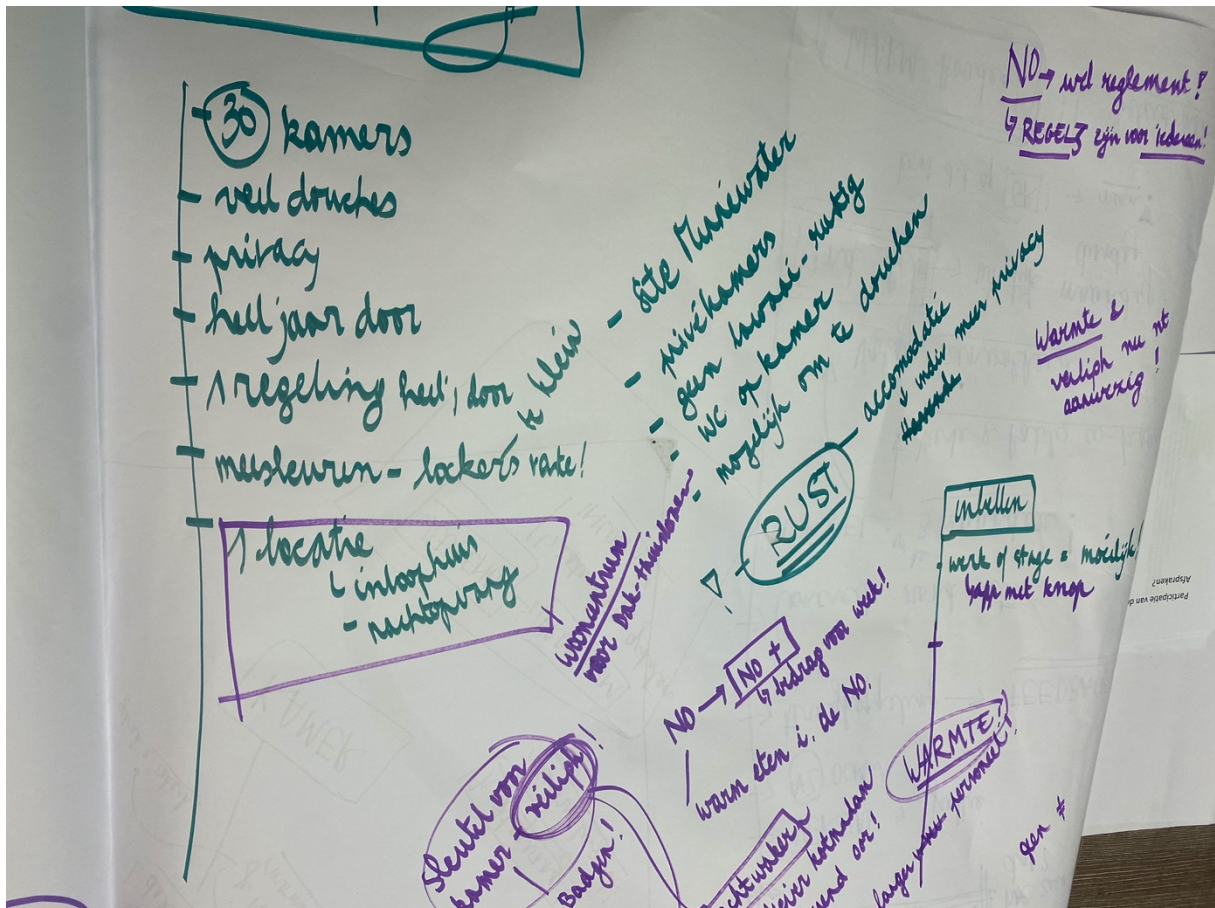
- Mogelijkheden verkennen voor wat in weekends. Op vandaag is het zo dat er in het weekend geen aanbod is voor de doelgroep doorheen de dag
- Inbellen voor meerdere dagen
- Inzetten op een makkelijker systeem; het bellen om 11h00 blijft heel wat stress veroorzaken:

### Mogelijke oplossingen die gedragen worden vanuit de doelgroep:

- **Meerdere Dagen Nachtopvang Plus:** Uitbreiding van de nachtopvang van dagelijks naar meerdere dagen, met speciale aandacht voor het weekend.
- **Makkelijk Systeem:** Een gebruiksvriendelijk systeem vereenvoudigt de toegang tot en het gebruik van de nachtopvang → mogelijkheden verkennen voor een applicatie
- **1 systeem voor het volledig jaar**
- **Als dak/thuislozen werken, opties bekijken om eventueel met een sleutel te werken van een kamer**

### Opvolging:

- Terugkoppeling opmerking doelgroep van gevoel dat erop vandaag in NO een gebrek is aan warmte & veiligheid
- Mogelijkheden bekijken vereenvoudigen inbellen + vraag naar inbellen meerdere nachten → NO



#### 4. Participatie:

In de strijd tegen dak- en thuisloosheid in Brugge is participatie dan ook echt de heartbeat van onze aanpak. We laten de doelgroep niet alleen praten, maar schenken hen een megafoneffect met focusgroepen, waar hun ervaringen en ideeën als sterren aan het firmament schitteren. Deze gestructureerde gesprekken vormen de kunstruimte waar mensen die direct geraakt zijn door dak- en thuisloosheid hun verhalen, angsten en dromen delen. Hierdoor wordt niet alleen hun stem gehoord, maar wordt het beleid ook doordrenkt met hun behoeften en perspectieven.

#### **Wat kwam sterk naar voor vanuit de doelgroep:**

Uit de inzichten van de doelgroep zijn de volgende krachtige punten naar voren gekomen:

- **Waardering voor de Focusgroep:** Deelnemers waarderen de focusgroep als een waardevolle bijdrage met een erkende positieve impact.
- **Actieve Betrokkenheid Gewenst:** De doelgroep benadrukt de wens om actief betrokken te worden, met de ambitie om een participatieve rol te spelen en te voelen dat hun input wordt gewaardeerd.
- **Kennis Delen voor Anderen:** Het delen van kennis wordt gezien als een middel om een verschil te maken voor andere burgers in vergelijkbare situaties.
- **Ambitie om Resultaten te Behalen:** Er heerst een duidelijke ambitie om meetbare resultaten te behalen die een positieve impact hebben op zowel hun eigen leven als dat van anderen.
- **Overtuiging van Belang om Inzichten te Delen:** De doelgroep is vastberaden over het belang van het delen van hun inzichten en ervaringen, met de hoop de levens van anderen te verbeteren.
- **Bereidheid tot Samenwerking, mits Investing Loont:** Deelnemers tonen bereidheid tot herhaalde deelname, onder voorwaarde van serieuze aandacht voor hun input en een duidelijke opvolging. Het belang van een effectieve opvolging wordt sterk benadrukt.

Deze conclusies benadrukken de waardevolle bijdrage van de doelgroep en onderstrepen het belang van een respectvolle en constructieve samenwerking, waarbij de opgedane inzichten serieus worden genomen en leiden tot concrete acties.

**Kwetsbare Burgers als Sparringpartner:** Kwetsbare burgers fungeren als ideale sparringpartners in onze optiek. Door naar hun verhalen te luisteren en hen regie te geven, kunnen beleidsmakers samen met hen doeltreffend beleid vormgeven, resulterend in krachtige uitkomsten. Dit omvat het vergaren van inzichten voor vroegsignalering en preventieve maatregelen, het bieden van een effectiever zorg- en hulpaanbod, het oogsten van waardering door vertrouwen te geven aan burgers om het heft in eigen handen te nemen, het herstel van vertrouwen in beleidsmakers als partners op de route, toegang krijgen tot een grote groep kwetsbare burgers voor nieuwe inzichten en informatie, het gebruik van ervaringsdeskundigen als klankbord om ideeën te toetsen, kostenefficiënt in contact blijven met de doelgroep en het behalen van aansprekende resultaten. Participatie vormt de sleutel tot een doelmatiger en mensgerichter sociaal beleid.



### Vragen vanuit de doelgroep:

- Betrokkenheid in de toekomst
- Opvolging + terugkoppeling van informatie
- Samenwerken om taboe te doorbreken rond dak/thuisloosheid
- Uitwerken acties rond dak/thuisloosheid

### Opvolging:

- Verslag opmaken + beschikbaar maken voor doelgroep (zowel digitaal/papier)
- Nieuwe datum voor opvolging eerste resultaten + terugkoppeling informatie (eind februrari)

