



“Wat vinden ZIJ belangrijk?!”

**Praktijkonderzoek naar belangenbehartiging volgens
daklozen, thuislozen en gebruikers**

*Erik Jan Bosch
MWD4ad, 2007-2008
Studentnr.: 20042948*

Inhoudsopgave:

Hoofdstuk 1: Inleiding	1
1.1 Inleiding	1
1.2 Drugpunt	1
1.2.1 Doelgroep	
1.2.2 Belangenbehartiging Drugpunt	
1.2.3 Organisatie	
1.2.4 Werkwijze	
1.3 Recente ontwikkelingen	4
1.3.1 Inleiding	
1.3.2 Sluiting inloopvoorziening	
1.3.3 Verbreding doelgroep	
1.3.4 Personele ontwikkelingen	
1.3.5 Conclusie	
1.4 Onderzoek	6
1.4.1 Problemen	
1.4.2 Probleemstelling	
1.4.3 Onderzoeksvraag	
1.4.4 Hoofd en deelvragen	
1.4.5 Doelstelling	
1.4.6 Beoogd resultaat	
Hoofdstuk 2: Theoretisch kader	9
2.1 Inleiding	9
2.2 Belangenbehartiging	9
2.2.1 Belangenbehartiging algemeen	
2.2.2 Belangenbehartiging dak- en thuislozen en gebruikers	

2.3 Empowerment	12
2.3.1 Wat is empowerment?	
2.3.2 Empowerment in relatie tot het onderzoek.	
Hoofdstuk 3: Onderzoeksresultaten	15
3.1 Inleiding	15
3.2 Werkwijze en verloop	15
3.2.1 Onderzoeksopzet	
3.2.2 Praktijkervaringen en verloop	
3.3 Resultaten op microniveau	21
3.3.1 Kennis consulent	
3.3.2 Vaardigheden consulent	
3.3.3 Houding consulent	
3.4 Resultaten op mesoniveau	23
3.4.1 Eigen organisatie	
3.4.2 De organisatie in relatie tot instellingen en instanties	
3.5 Resultaten op macroniveau	27
3.5.1 Invloed op beleid	

Hoofdstuk 4: Conclusies	29
4.1 Conclusies op microniveau	29
4.2 Conclusies op mesoniveau	30
4.3 Conclusies op macroniveau	31
4.4 Overige conclusies	32

Hoofdstuk 5: Aanbevelingen

Bijlagen:

Literatuurlijst	I
Itemlijst interviews	II
Uitnodiging interviews	III
Gespreksverslagen	IV
Startlijst voor verwerken gegevens	V
Startlijst na verwerken gegevens	VI

Hoofdstuk 1: Inleiding

1.1 Inleiding

Voor u ligt de onderzoeksrapportage, voortgekomen uit het onderzoek naar belangenbehartiging dat ik in opdracht van Stichting Drugpunt heb gedaan. Stichting Drugpunt is de belangenorganisatie voor daklozen, thuislozen en druggebruikers in Den Haag. Ik heb met erg veel plezier aan deze afstudeeropdracht in het kader van de opleiding Maatschappelijk Werk en Dienstverlening aan de Haagse Hogeschool gewerkt. Het directe contact met de Haagse daklozen, thuislozen en gebruikers ten behoeve van dit onderzoek hebben m.i. een unieke beschrijving van belangenbehartiging voor deze doelgroep opgeleverd.

De onderzoeksrapportage is als volgt opgebouwd: hoofdstuk 1 betreft een inleiding. Hier wordt wat verteld over Stichting Drugpunt en recente ontwikkelingen die hebben plaatsgevonden. Verder bestaat het hoofdstuk uit een beschrijving van de aanleiding van het onderzoek, de doelstelling, hoofd- en deelvragen en het beoogde resultaat. Hoofdstuk 2 heeft als doel een theoretisch kader te vormen voor het onderzoek. Dit hoofdstuk gaat over belangenbehartiging en empowerment.

Het belangrijkste onderdeel van het onderzoek, de resultaten en uitkomsten, zijn terug te vinden in hoofdstuk 4. Hierin is ook de onderzoeksopzet beschreven. Hoofdstukken 5 en 6 bevatten de conclusies en aanbevelingen.

1.2 Drugpunt

Stichting Drugpunt Den Haag (Drugpunt) is een belangenorganisatie voor daklozen, thuislozen en druggebruikers in Den Haag. Drugpunt is een onafhankelijke stichting en is de afgelopen 12 jaar actief geweest als belangenbehartiger voor druggebruikers. Vanaf januari 2007 is de doelgroep uitgebreid naar alle dak- en thuislozen in Den Haag buiten de Maatschappelijke Opvang. Dit gaat om ongeveer 1500 personen.¹ Zij vormen de achterban van Stichting Drugpunt.

1.2.1 Doelgroep

In 2001 is in Den Haag door E. van Doorn van het Trimbos Instituut onderzoek verricht naar dak- en thuislozen.

¹ Zie www.denhaagonderdak.nl

Het onderzoek onderscheidde “feitelijk daklozen” (doelgroep van laagdrempelige voorzieningen) en

“residentieel daklozen” (doelgroep van zogenaamde (semi-) permanente woonvoorzieningen.)

Op basis van tellingen die in het kader van een onderzoek van E. van Doorn ² zijn verricht, is de volgende inschatting gemaakt van de in Den Haag aanwezige doelgroep:

- 1000 daklozen, waar van tussen de 233-710 feitelijk daklozen (i.t.t. residentieel daklozen);
- 2600-2900 harddruggebruikers
- 300-400 zwerfjongeren
- 22.000-30.000 probleemdrinkers
- 4.330 (ex-)psychiatrische patiënten
- 975 ex-gedetineerden
- 130-150 hygiënische probleemgevallen.

Bij het merendeel van dak- en thuislozen is sprake van multi-problematiek; door overlap in de doelgroep zijn de schattingen daarom wellicht te hoog³.

Wegens organisatorische redenen richt Drugpunt zich voornamelijk primair op de eerste twee groepen (daklozen en gebruikers.)

1.2.2 Belangenbehartiging Drugpunt

De belangenbehartiging van Stichting Drugpunt richt zich op:

- a) beïnvloeden van beleid van overheid en zorginstellingen, leidend tot:
 - beleid dat de positie van de achterban normaliseert en verbetert;
 - interventies die aansluiten bij de leefstijl van de achterban;
- b) "empowerment" van de achterban als burger en als cliënt, vergroten van diens zelfstandigheid en verantwoordelijkheid, vergroten van hun kennis van voor hen relevante zaken;
- c) behartigen van de belangen van individuele leden van de achterban in hun contacten met overheden, instellingen en andere maatschappelijke instituties;
- d) positief bijstellen van het beeld dat de samenleving heeft van de achterban;
- e) brugfunctie tussen de achterban en de enerzijds en de overheid en instellingen

² In 2001 is in Den Haag door E. van Doorn van het Trimbos Instituut onderzoek verricht naar dak- en thuislozen. Het onderzoek onderscheidde “feitelijk daklozen” (doelgroep van laagdrempelige voorzieningen) en “residentieel daklozen” (doelgroep van zogenaamde (semi-) permanente woonvoorzieningen.)

³ Kadernota Maatschappelijke Opvang Den Haag, 2004-2008)

anderzijds; "vertalen" van beleid naar de straatcultuur en signalen van de straat inbrengen in het beleid.

De belangenbehartiging zoals hierboven geschetst speelt zich op drie niveaus af:

- individueel niveau (b en c),
- organisatieniveau (e) en
- beleidsniveau (a, d).

1.2.3 Organisatie

Momenteel zijn er 3 personen werkzaam bij Stichting Drugpunt. Twee daarvan werken als outreachend consultants. De derde werknemer vervult daarnaast de rol van coördinator.

Ikzelf werk sinds januari 2007 als consultant bij Drugpunt.

Naast de directe medewerkers heeft Drugpunt een bestuur, bestaande uit vijf personen. Dit is een "bestuur op afstand", wat inhoudt dat zij zich niet direct met de werkzaamheden van de medewerkers bezig houden. De stichting heeft verder geen leden.

Drugpunt behoort niet tot de reguliere hulpverleningsinstellingen (bijvoorbeeld Parnassia Verslavingszorg, Maatschappelijke Opvang.) Hierdoor kan Drugpunt samen met de cliënt en vanuit het perspectief van de cliënt zijn belangen verdedigen en op deze manier bevorderen dat de cliënt optimaal tot zijn recht komt.

1.2.4 Werkwijze

De consultants werken outreachend. Ze gaan op zoek naar mensen uit de achterban. Hiertoe bezoeken zij geregeld de zogenaamde "vindplaatsen" in Den Haag, bijvoorbeeld de gebruikersruimten en de nachtopvang.

Zoals gezegd biedt Drugpunt belangenbehartiging op individueel niveau, organisatieniveau structureel niveau.

In de praktijk gaat het *op individueel niveau* gaat het om zaken als:

- ondersteuning bij het regelen van een uitkering;
- meegaan naar rechtszittingen;
- contacten met de Sociale Dienst.

Op *organisatieniveau* gaat het bijvoorbeeld om:

- de onvrede over de Winteropvang in Den Haag;

- toegankelijkheid nachtopvang;
- methadonverpakkingen

Voor wat betreft het *beleidsniveau* richt Drugpunt zich vandaag de dag op het Plan van Aanpak Maatschappelijk Opvang G4 “Den Haag Onder Dak” en de uitvoering en uitwerking van dit plan.⁴

1.3 Recente ontwikkelingen

1.3.1 Inleiding

Een drietal ontwikkelingen in de afgelopen twee jaar zijn bepalend geweest voor het huidige Drugpunt. Deze zijn: de sluiting van de inloopvoorziening in 2005, de verbreding van de doelgroep in 2007 en personele ontwikkelingen. Deze ontwikkelingen hebben binnen Drugpunt een aantal vragen opgeroepen. Deze vragen zijn in essentie de aanleiding tot het onderzoek dat ik wil gaan uitvoeren. Allereerst zal ik nader ingaan op de ontwikkelingen die Drugpunt anno 2007 hebben gevormd.

1.3.2 Sluiting inloopvoorziening

Tot 2005 beschikte Drugpunt over een inloopvoorziening in de Wagenstraat. Hierdoor kwamen de medewerkers van Drugpunt op vaste momenten in contact met de doelgroep. Drugpunt beschikte op deze manier over een vaste achterban, namelijk degenen die bij de inloopvoorziening binnen kwamen. Veel van de tijd werd gebruikt voor individuele belangenbehartiging. Het nadeel was dat Drugpunt slechts van een kleine groep de collectieve belangen behartigde en zo de collectieve belangenbehartiging voor alle gebruikers naar de achtergrond verdween. Mede hierdoor is in 2005 door het bestuur de beslissing genomen om de inloopvoorziening te sluiten en voortaan outreachend te gaan werken. Dit hield in dat de medewerkers van Drugpunt nu de straat op gingen om hun doelgroep op te zoeken. Daar waar de gebruikers eerst naar de medewerkers toe gingen, gebeurde dat nu andersom: Drugpunt zocht de doelgroep nu zelf op. In de jaren na de sluiting van de inloopvoorziening is het aantal contacten, en daarmee de vaste achterban, dan ook flink uitgebreid. Hier stond echter

⁴ In 2010 moeten alle 10.000 daklozen zijn voorzien van inkomen, zorg en werk. Tenminste 60% van hen heeft dan passende huisvesting. Dit moet ook de overlast, verloedering en criminaliteit te beperken die deze mensen nu veroorzaken. Dit staat in het plan van aanpak Maatschappelijke Opvang van de vier grote steden Amsterdam, Rotterdam, Den Haag en Utrecht en het kabinet. “Den Haag onder dak” is de Haagse uitvoering van dit landelijke plan. Bron: www.denhaagonderdak.nl

tegenover dat er door het wegvallen van een centrale ontmoetingsplaats de doelgroep niet meer in 1 keer benaderd kon worden. Zo werd het steeds moeilijker om de gemeenschappelijke belangen van de doelgroep te achterhalen.

1.3.3 Verbreding doelgroep

De tweede ontwikkeling heeft recenter plaatsgevonden. Per 1 januari 2007 is de doelgroep op verzoek van de gemeente naar alle Haagse dak- en thuislozen buiten de Maatschappelijke Opvang Instellingen uitgebreid. Dit gaat om circa 1500 personen. Hiermee is het probleem van het bereiken van de gehele doelgroep vergroot. Ging het eerst om een (relatief) kleine groep gebruikers van ongeveer 200 á 300 personen, nu behartigt Drugpunt de belangen van een vijf keer zo grote groep. Deze groep vormt de huidige achterban van Drugpunt.

1.3.4 Personele ontwikkelingen

In de afgelopen twee jaar zijn er diverse personeelwisselingen geweest. Begin 2006 vertrok de coördinator die de sluiting van de inloopvoorziening en de omslag naar outreachend werken heeft begeleid. De vervangend coördinator heeft daarna slechts 8 maanden bij Drugpunt gewerkt (januari 2006 tot oktober 2006.)

In januari 2007 zijn twee nieuwe medewerkers in dienst gekomen (waaronder ik zelf), die nog geen ervaring met belangenbehartiging hadden (de andere consulent is per februari 2007 met zwangerschapsverlof gegaan.) Dit heeft als gevolg gehad dat er een nieuw, onervaren team bij Drugpunt aan de slag ging.

1.3.5 Conclusie

De eerste twee ontwikkelingen, sluiting inloop en verbreding doelgroep, hebben dus tot gevolg dat de doelgroep in korte tijd vergroot is van 200-300 personen naar 1500 personen en dat er geen centrale ontmoetingsplaats meer is, waar de achterban geraadpleegd kan worden. Beide ontwikkelingen in combinatie met de gevolgen ervan, waaronder een nieuw en onervaren team op het gebied van belangenbehartiging, zijn de aanleiding tot het onderzoek.

1.4 Onderzoek

1.4.1 Problemen

Het onderzoek komt voort uit de problemen die zijn ontstaan door de nieuwe ontwikkelingen bij Drugpunt. Deze problemen zijn:

- Door het wegvallen van de inloopvoorziening is er geen centrale ontmoetingsplaats meer waar een vaste achterban bijeenkomt. Door het outreachend werken worden weliswaar meer mensen dan voorheen bereikt, maar een "vaste" plek voor de achterban ontbreekt.
- De uitbreiding van de doelgroep heeft tot gevolg dat de "natuurlijke" achterban van Drugpunt (gebruikers) nu slechts een klein onderdeel is van een veel grotere groep. Bij deze groep is Drugpunt nog relatief onbekend en hebben de medewerkers minder contacten met de achterban over hoe een belangenorganisatie in hun ogen zou moeten functioneren.
- Door personele ontwikkelingen zijn de huidige medewerkers relatief onervaren op het gebied van belangenbehartiging en moeten zij opnieuw een vertrouwensband met de achterban ontwikkelen.

1.4.2 Probleemstelling

Drugpunt wil de kennis en inzicht in belangenbehartiging voor dak- en thuislozen bijstellen. Daarnaast wil Drugpunt meer kennis en inzicht in hoe de nieuwe doelgroep zou willen dat een belangenorganisatie functioneert en zich opstelt naar derden.

1.4.3 Onderzoeksvraag

In het kader van professionele belangenbehartiging is het belangrijk om inzicht te krijgen in de wensen en vragen van de daklozen. Onze ervaring is dat dit niet altijd eenvoudig is.

Eenzijds is voor Drugpunt de vraag belangrijk:

1. Waar geeft de achterban de voorkeur aan op het gebied van belangenbehartiging en wat vindt de achterban belangrijk in het kader van belangenbehartiging?

Anderzijds is het voor Drugpunt (en de achterban) belangrijk een antwoord te vinden op een andere vraag:

2. Op welke manier en met welke resultaten voelt de achterban zich het beste vertegenwoordigd?

De eerste vraag gaat in op de wensen en vragen van de achterban op het gebied van belangenbehartiging. De tweede vraag benadrukt dat het niet alleen om individuele belangenbehartiging gaat, maar ook om collectieve belangenbehartiging. Samengevat leidt dit tot de hoofdvraag en deelvragen) van het onderzoek.

1.4.4 Hoofd en deelvragen

Wat zijn de wensen en wat vindt de achterban van Drugpunt belangrijk op het gebied van individuele en collectieve belangenbehartiging:

- aangaande de werkwijze en het functioneren van de consultants?
- aangaande de wijze waarop Drugpunt zich als belangenorganisatie organiseert en manifesteert?
- aangaande het beïnvloeden van derden ten behoeve van de achterban door Drugpunt?

1.4.5 Doelstelling

“kennis en inzicht vergaren bij de huidige achterban van Drugpunt over hun wensen en zij belangrijk vinden ten opzichte van belangenbehartiging vanuit Drugpunt ten behoeve van het team en het bestuur van Stichting Drugpunt”

1.4.6 Beoogd resultaat

Het beoogde resultaat van het onderzoek is een serie aanbevelingen naar aanleiding van een onderzoeksrapport waarin de wensen van en dat wat de achterban belangrijk met betrekking tot belangenbehartiging zijn opgenomen.

De verwachting is dat de uitkomsten/conclusies van het onderzoek zullen zowel een individuele als een collectieve component hebben. Het deel van het onderzoek dat zich richt op de individuele kant van belangenbehartiging zal een handreiking opleveren voor (toekomstige) consultants werkzaam bij Stichting Drugpunt. Ook andere outreachend werkers of belangenorganisaties kunnen van de handreiking gebruik maken. Het deel van het onderzoek dat zich op de collectieve kant van de belangenbehartiging zal handreikingen geven aan Drugpunt richting contacten met derden.

De (tussentijdse) uitkomsten van het onderzoek zullen op de volgende plaatsen worden besproken:

1. In de teamvergadering van Stichting Drugpunt (in conceptvorm.)
2. Met het bestuur van Stichting Drugpunt (gewijzigd concept.)
3. In een afstudeerpresentatie aan de Haagse Hogeschool (Definitieve versie.)

De handreiking kan tijdens een nog te organiseren presentatie, na afronding van het onderzoek, aangeboden worden en besproken worden met vertegenwoordigers van:

- de gemeente Den Haag (beleidsambtenaren OC&W);
- overige belangenorganisaties;
- instellingen Maatschappelijke Opvang.

Hoofdstuk 2: Theoretisch kader

2.1 Inleiding

Belangenbehartiging voor daklozen, thuislozen en druggebruikers is een onderwerp waar weinig over geschreven is de afgelopen jaren. Om toch een kader te creëren waarbinnen dit onderzoek plaatsvindt, wil ik eerst een beeld schetsen van belangenbehartiging in de welzijns- en gezondheidssector. Hierna richt ik mij op belangenbehartiging specifiek voor daklozen, thuislozen en gebruikers. Tot slot ga ik nader in op empowerment en de relatie met dit onderzoek. Dit hoofdstuk dient dus om het onderzoek een theoretisch kader te geven en de resultaten van het onderzoek in het licht te zien van eerdere onderzoeken en literatuur.

2.2 Belangenbehartiging

2.2.1 Belangenbehartiging algemeen

In 2004 is een onderzoek uitgebracht door het Verwey-Jonker instituut: De kunst van effectieve belangenbehartiging door de patiënten- en cliëntenbeweging. Dit is een onderzoek naar de effectiviteit van belangenbehartiging in deze sectoren. Ik zal de conclusies van dit onderzoek kort weergeven en enkele facetten hiervan nader toe lichten.

In een eerdere studie (titel) van hun hand stellen de auteurs dat er veel mogelijkheden zijn om de cliëntenbelangen te behartigen in de gezondheidszorg. In het onderzoek (titel recentste onderzoek) vragen zij zich af deze kansen ook voldoende benut worden. Zij komen daarbij tot de volgende conclusies waar het gaat om effectieve belangenbehartiging. De conclusies hebben betrekking op: ⁵

- *Organisatorische voorwaarden*

Een conclusie (...) is dat er in de patiënten- en cliëntenorganisaties een redelijke mate van professionalisering aanwezig moet zijn om effectief belangen te behartigen.

De aanwezigheid van beroepskrachten is (...) belangrijk voor de continuïteit van de organisatie. De aanwezigheid van vrijwillige medewerkers met ervaringsdeskundigheid en inzicht in de leefwereld van patiënten cliënten is echter net zo belangrijk.

⁵ Nederland, T. & J.W. Duyvendak (2004). *De kunst van effectieve belangenbehartiging door de patiënten- en cliëntenbeweging*. Utrecht: Verwey-Jonker Instituut.

- *Planning (doelstelling, probleemanalyse, strategiekeuze, methodiekeuze en samenwerken)*

De effectiviteit van belangenbehartiging hangt sterk samen met het scherp en concreet maken van de doelstelling. Wat willen we bereiken? Is dat gegeven de ontwikkelingen in de “buitenwereld” een realistisch streven? En is het een oplossing voor de knelpunten die patiënten en cliënten in hun directe leefsituatie ervaren?

Succesvol zijn de trajecten die enerzijds voortbouwen op de subjectieve ervaringskennis van patiënten en cliënten over de knelpunten in hun leefsituatie, en deze anderzijds objectiveren door wetenschappelijk onderzoek.

De strategiekeuze (...) is eenzijdig gericht op conventionele strategieën Dit beïnvloedt de effectiviteit van belangenbehartiging negatief: strategieën zijn te weinig toegesneden op specifieke (nieuwe) problemen. Alternatieve, verrassende acties komen in het handelingsrepertoire niet voor.

Effectief zijn die trajecten van belangenbehartiging waarin identiteitsgerichte (*bv. lotgenotencontact, informatievoorziening*) en instrumentele methoden (*lobbyen, onderhandelen, beïnvloeden*) elkaar versterken.

- *Uitvoering*

Het is effectief als er tijdens de uitvoering voortdurend beleidsstrategische reflectie plaatsvindt op de ontwikkelingen, ook om daarop te kunnen anticiperen.

- *Afronding*

De effectiviteit van belangenbehartiging neemt toe als na afronding van een traject “de vinger aan de pols” wordt gehouden. Blijven de behaalde effecten bestaan? Moet er wellicht nog ene onderhoudsactie worden gepleegd?

Tot zover een beeld van wat effectief belangen behartigen binnen de ze specifieke sector is. De verkregen onderzoeksresultaten van het onderzoek dat voor u ligt zullen laten zien dat er grote overeenkomsten zijn tussen de bevindingen. Enkele aspecten die hierbij van belang zijn gaan over randvoorwaarden van een belangenorganisatie (ervaringsdeskundigheid versus professionaliteit), specificatie van de doelstelling (profilering), de methodische werkwijze

(invloed uitoefenen in combinatie met persoonlijk contact doelgroep) en de keuze voor bepaalde strategieën.

2.2.2 Belangenbehartiging daklozen, thuislozen en gebruikers

Een blik op de verschillende belangenorganisaties⁶ in de drie andere grote steden (Amsterdam, Rotterdam, Utrecht) leert dat belangenbehartiging voor daklozen, thuislozen en gebruikers ook een aantal specifieke aspecten/taken kent:

- Het volgen van maatschappelijke ontwikkelingen van belang voor de doelgroep.
- Beleidsbeïnvloeding ten gunste van de doelgroep.
- Rechtstreeks voeding krijgen door ervaringen en ideeën van de doelgroep.
- Een structurele aanpak van problemen (oplossingen voor een grotere groep zoeken.)
- De nadruk op collectieve in plaats van individuele belangenbehartiging.
- Waar er wel aandacht voor het individu is moet men dit vertalen naar beleid.
- Speerpunten zijn emancipatie en acceptatie van de doelgroep.
- Het verbeteren van het imago en leefsituatie van de doelgroep.

Ook hier zijn een aantal centrale thema's te vinden die bij de onderzoeksresultaten in hoofdstuk 3 ook naar voren komen. Het zal blijken dat de doelgroep en hun belangenorganisaties voor een groot gedeelte op 1 lijn zitten.

Dat blijkt ook uit: *Get Organized. Guidelines for setting up and developing users' organizations in Central and Eastern Europe and the Newly Independent States (CEE/NIS)*.

Dit is een verzameling richtlijnen voor het opzetten en ontwikkelen van gebruikersorganisaties, staat beschreven waar een belangenorganisatie rekening mee moet houden en het belang van verantwoording aan en contact met de doelgroep. Globaal gezien komen de auteurs tot de volgende aandachtspunten:⁷

- Ga zorgvuldig na wiens belangen je wilt behartigen en waarom en hoe je dit wilt doen.
- Je moet prioriteiten stellen en keuzes maken met betrekking tot je doelen.

⁶ Stichting Goud Utrecht, MDHG Amsterdam, BADT Amsterdam, Straatadvocaten Rotterdam (zie ook bijlage I: literatuurlijst)

⁷ Linssen, L., D. van der Gouwe, T. van Dam (2003). *Get Organized. Guidelines for setting up and developing users' organizations in Central and Eastern Europe and the Newly Independent States (CEE/NIS)*. Amsterdam: LSD

- Betrek zoveel mogelijk mensen uit de doelgroep. Dit zorgt voor betrokkenheid en het verkrijgen van steun. Ook ben je er dan zeker van dat je niet alleen de belangen van een kleine groep behartigt.
- Profileer jezelf door je missie en visie te presenteren en je doelen en prioriteiten te specificeren.
- Informeer je doelgroep ten alle tijde en maak duidelijk dat veranderingen tijd kosten en dat je bezig bent om uiteindelijk invloed op beleid te hebben.

Voor wat betreft organisatie(vorm) worden de volgende aspecten genoemd:⁸

- Een harde kern van actieve personen (vrijwilligers) is onontbeerlijk voor het voortbestaan van belangenorganisatie.
- Zorg ervoor dat je eerste doelen relatief simpel zijn. Zo krijgen mensen ook daadwerkelijk het gevoel dat hun inspanningen vruchten kunnen afwerpen.
- Maak goede afspraken met betrekking tot verantwoordelijkheid en uitvoering binnen de belangenorganisatie.

Hier wordt dus nadrukkelijk niet gesproken over het inzetten van professionals. Men gaat uit van een belangenorganisatie geheel gerund door actieve vrijwilligers, voor het grootste deel afkomstig uit de doelgroep.

Dit is een belangrijk verschil met de resultaten in hoofdstuk drie van dit onderzoeksrapport. Overeenkomsten zijn er mate name te vinden op het gebied van profilering, betrokkenheid en informatieverstrekking.

2.3 Empowerment

2.3.1 Wat is empowerment?

Volgens Penninx (2004) is empowerment “...een leerproces waarbij mensen meester worden over hun eigen bestaan en in toenemende mate zelf keuzes maken, gebruik makend van hun eigen krachten en mogelijkheden...”⁹

⁸ Linssen, L., D. van der Gouwe, T. van Dam (2003). *Get Organized. Guidelines for setting up and developing users' organizations in Central and Eastern Europe and the Newly Independent States (CEE/NIS)*. Amsterdam: LSD

⁹ Penninx, K.(e.a.) (2004). *Empowerment van kwetsbare mensen, welzijnswerk als partner bij zelfstandigheid*. NIZW.

In 2004 schrijft Penninx in een uitgave van het NIZW over empowerment bij (onder andere) dak- en thuislozen. Penninx onderscheidt in totaal elf vormen van empowerment, te weten:¹⁰

- Helpen bij behoud van regie over eigen leven;
- sociale vaardigheden trainen;
- het sociale netwerk sterker maken;
- maatschappelijke participatie stimuleren;
- eigen initiatieven van cliënten ondersteunen;
- belevingsgerichte zorg;
- narratieve aanpak;
- zelfzorgondersteuning;
- cliënten aan het woord;
- klassieke beleidsbeïnvloeding;
- positieve beeldvorming.

Het gaat te ver om alle elf de vormen van empowerment hier uitvoerig te beschrijven, maar drie vormen zijn wel degelijk van belang bij het onderzoek, deze worden in de volgende paragraaf beschreven.

Naast de verschillende vormen van empowerment geeft Penninx enkele aandachtspunten bij de rol van de professional. Deze aandachtspunten zijn:¹¹

- empowerment vertrekt vanuit de reeds aanwezige kracht van de cliënt
- empowerment veronderstelt een vraaggerichte aanpak
- empowerment betekent dat de professional zich actief en transparant opstelt
- empowerment is concreet en resultaatgericht

In de volgende paragraaf zullen ook deze aandachtspunten in relatie het onderzoek beschreven worden.

¹⁰ Penninx, K.(e.a.) (2004). *Empowerment van kwetsbare mensen, welzijnswerk als partner bij zelfstandigheid*. NIZW.

¹¹ Penninx, K.(e.a.) (2004). *Empowerment van kwetsbare mensen, welzijnswerk als partner bij zelfstandigheid*. NIZW.

2.3.2 Empowerment in relatie tot het onderzoek

Van de vormen van empowerment die Penninx beschrijft zijn er drie van toepassing op dit onderzoek. Deze zijn: belevingsgerichte zorg, cliënten aan het woord en klassieke beleidsbeïnvloeding. Dit zijn onderwerpen waar de doelstelling van het onderzoek op gebaseerd is. Een deel van de doelstelling is “kennis en inzicht vergaren bij de huidige achterban van Drugpunt”. Dit sluit aan bij belevingsgerichte zorg. Hoewel er bij belangenbehartiging geen sprake is van echte zorg, wordt er door dit onderzoek wel gekeken naar de beleving van de doelgroep van het aanbod. Hoe beleeft, ervaart de doelgroep het fenomeen belangenbehartiging eigenlijk?

Cliënten aan het woord. Hierbij heeft Penninx het over “het activeren van deelnemers tot participatie, een kritische houding en het weergeven van de beleving over de geboden zorg/hulp.”¹² Dit is de insteek van waar uit het onderzoek plaatsvindt. Juist de mensen om wie het gaat (de dak- en thuislozen zelf) moeten gehoord worden over het onderwerp belangenbehartiging. Klassieke beleidsbeïnvloeding is naast een vroom van empowerment ook een belangrijke taak van een belangenorganisatie. Met de informatie verkregen uit het onderzoek kan Drugpunt deze taak ook beter uitvoeren.

De aandachtspunten bij de rol van de professional komen allemaal aanbod bij het uitvoeren van dit onderzoek. Het onderzoek gaat uit van de aanwezige kracht van de cliënt, het draagt bij aan een vraaggerichte aanpak, zorgt voor transparantie van het werk van Drugpunt en is concreet en resultaatgericht.

¹² Penninx, K.(e.a.) (2004). *Empowerment van kwetsbare mensen, welzijnswerk als partner bij zelfstandigheid*. NIZW.

Hoofdstuk 3: Onderzoeksresultaten

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk beschrijf ik allereerst het onderzoeksontwerp. Het onderzoeksontwerp bestaat uit drie delen: de onderzoeksbenadering, de dataverzamelingstechniek en de gebruikte databronnen. Daarnaast bevat dit hoofdstuk een verslag van de praktijkervaringen tijdens het veldonderzoek. Hierbij licht ik toe hoe ik tijdens het veldonderzoek te werk ben gegaan en welke voorbereidingen hier aan vooraf gingen. Ook komt hier de wijze van analyseren aan bod. Dit alles ter voorbereiding op de weergave van de uiteindelijke onderzoeksresultaten. De verkregen onderzoeksresultaten vormen het grootste gedeelte van dit hoofdstuk. Dit zijn de uitkomsten van de interviews. Zoals eerder gezegd is het literatuuronderzoek reeds beschreven in hoofdstuk 2.

3.2 Werkwijze

3.2.1 Onderzoeksontwerp

Onderzoeksbenadering

Het praktijkonderzoek is een vorm van handelingsonderzoek. Het motief hiervoor is om kennis te verkrijgen om beter of anders te kunnen handelen in een bepaalde situatie.¹³ Drugpunt heeft een probleem ten aanzien van de kennis en het inzicht in de belangenbehartiging en wil de kennis en inzichten bijstellen. Samen met de ondervraagden heb ik getracht de informatie die bij hen zelf ligt naar boven te krijgen. Het is in die zin ook een onderzoek “van onderaf”. De betrokkenen en belanghebbenden leveren de onderzoeker (Stichting Drugpunt) de informatie waarmee Drugpunt beter of anders kan gaan handelen. Door deze informatie juist aan de doelgroep zelf te vragen, dragen zij op hun manier bij aan de verbetering van de eigen situatie. Zij raken meer betrokken bij hun eigen belangenbehartiging en zorgen er ook voor dat “hun” belangenorganisatie beter/anders kan functioneren.

Dataverzamelingstechnieken

Voor het onderzoek zijn de volgende dataverzamelingstechnieken gebruikt:

- het literatuuronderzoek

¹³ Migchelbrink, F.(2006). *Praktijkgericht onderzoek in zorg en welzijn*. Amsterdam: SWP

- de focusgroep
- het halfgestructureerde interview

Het literatuuronderzoek vormt de basis van hoofdstuk 2. Dit dient als een achtergrond van introductie bij de materie van het praktijkonderzoek. Specifiek is hierbij gekeken naar belangenbehartiging bij cliënten van zorginstellingen, belangenbehartiging voor dak- en thuisloze druggebruikers en de relatie tussen empowerment en het onderzoek.

Voor het gebruik van focusgroepen¹⁴ is gekozen omdat ik een zo breed mogelijk beeld wilde krijgen van de gedachten van de ondervraagden over belangenbehartiging, waarbij zij ook de mogelijkheid hadden om hun associaties met belangenbehartiging naar voren te brengen. Daarnaast was het in het kader van handelingsonderzoek ook belangrijk om mensen te stimuleren om met hun eigen opvattingen en ideeën over belangenbehartiging te komen. Er werd gebruik gemaakt van een itemlijst om te zorgen dat alle onderwerpen uit de deelvragen van het onderzoek aan bod kwamen.

Dezelfde itemlijst is ook gebruikt bij de halfgestructureerde interviews. De halfgestructureerde interviews zijn gebruikt om nog dieper op het onderwerp belangenbehartiging in te gaan, ten einde het perspectief van de ondervraagde personen te achterhalen en meer inzicht te krijgen in de belevings- en ervaringswereld van de ondervraagde ten aanzien van belangenbehartiging.¹⁵

Daarnaast is het gebruik van de itemlijst en de halfgestructureerde interviews gebruikt als kwaliteitscontrole.¹⁶

Databronnen

De databronnen die ik gebruikt heb, zijn afhankelijk van de gekozen dataverzamelingstechniek. Voor wat betreft het literatuuronderzoek heb ik gebruik gemaakt een aantal bronnen voor het schrijven van hoofdstuk twee van dit onderzoeksrapport. Het gaat om een onderzoek van het Verwey Jonker instituut met betrekking tot belangenbehartiging, informatie van diverse websites van belangenorganisaties, Get Organized (een handleiding voor het opzetten van gebruikersorganisaties) en een uitgave van het NIZW (“Empowerment

¹⁴ Migchelbrink, F.(2006). *Praktijkgericht onderzoek in zorg en welzijn*. Amsterdam: SWP

¹⁵ Migchelbrink, F.(2006). *Praktijkgericht onderzoek in zorg en welzijn*. Amsterdam: SWP

¹⁶ Migchelbrink, F.(2006). *Praktijkgericht onderzoek in zorg en welzijn*. Amsterdam: SWP

van kwetsbare mensen”).) Voor volledige titels van de gebruikte literatuur verwijs ik naar hoofdstuk twee en de literatuurlijst.

Voor wat betreft de focusgroepen heb ik gebruik gemaakt van twee groepen van 6 personen, met allemaal dezelfde achtergrond. De ondervraagden vormen een doorsnee van de doelgroep van Drugpunt (gebruiker en/of dak- en thuisloos.) Het gegeven dat alle deelnemers (in meer of mindere mate) actief zijn in belangenbehartiging en/of cliëntenraden zorgt, naast hun achtergrond, voor een zekere mate van homogeniteit. Dit is weer essentieel voor het gebruik van focusgroepen.¹⁷

De ondervraagden tijdens de twee halfgestructureerde interviews hebben dezelfde achtergrond als de deelnemers aan de focusgroepen, maar zijn voor een persoonlijk interview benaderd vanwege het feit dat van hen meer kennis over belangenbehartiging verwacht werd en op deze manier wat dieper op de materie ingegaan kon worden.

3.2.2 Praktijkervaringen en verloop

Vorbereiding

De voorbereidingen voor het veldonderzoek zijn gestart met het maken van de itemlijsten voor de focusgroepen de halfgestructureerde interviews.¹⁸ Hiertoe zijn de belangrijkste elementen van de hoofdvraag en deelvragen omgezet in verschillende steekwoorden met betrekking tot het centrale thema van het onderzoek: belangenbehartiging.

De itemlijst bestaat dus slechts uit steekwoorden en hebben zuiver als checklist gediend om na te gaan of alle onderwerpen besproken werden. De volgorde van de itemlijst wijkt bewust af van de volgorde van de deelvragen in hoofdstuk 1. Ik wilde eerst een algemeen beeld van een belangenorganisatie krijgen, dat gaf het gesprek meteen een goede start (een openingsvraag is vaak geweest: “waar denk je aan bij belangenbehartiging?”.) Pas op het laatst, wanneer de mensen met elkaar een beeld van een belangenorganisatie en belangenbehartiging hadden gevormd, heb ik gevraagd naar specifieke informatie over de consulenten.

¹⁷ Migchelbrink, F.(2006). *Praktijkgericht onderzoek in zorg en welzijn*. Amsterdam: SWP

¹⁸ Zie bijlage II: itemlijst interviews

De tweede stap was het selecteren van geschikte kandidaten voor het veldonderzoek. Omdat ik gebruik wilde maken van focusgroepen en persoonlijke interviews was het van belang dat ik personen met een soortgelijke achtergrond zou vinden. Vanzelfsprekend moesten alle deelnemers behoren tot de doelgroep van Drugpunt, gezien de doelstelling van het onderzoek. De bindende factor heb ik gezocht in affiniteit met belangenbehartiging en/of cliëntenraden. Onder de doelgroep van Stichting Drugpunt bevinden zich een aantal personen die zich gericht bezig houden met belangenbehartiging¹⁹ of die actief zijn geweest in cliëntenraden toen zij nog in een instelling verbleven. Uit deze groep heb ik in totaal veertien mensen geselecteerd: 12 ten behoeve van de focusgroepen en 2 voor de persoonlijke interviews.

Het uitnodigen van de geselecteerde deelnemers is een zorgvuldig proces geweest. De ervaring leert dat deze mensen vaak andere zaken aan hun hoofd hebben dan onderzoeken en interviews, te denken valt aan het regelen van een slaapplek of wat te eten bijvoorbeeld. Daarom is het van belang geweest dat de personen herhaaldelijk benaderd werden in de periode voorafgaand aan het eigenlijke interview. Daarnaast is alle deelnemers een onkostenvergoeding in het vooruitzicht gesteld.

De eerste benadering is mondeling geweest. Persoonlijk heb ik alle beoogde deelnemers benaderd met de vraag of zijn interesse hadden in deelname aan een dergelijk onderzoek. Op dat moment heeft 1 van de beoogde deelnemers te kennen gegeven dit niet te willen, waarop een vervanger werd gezocht en gevonden. Vervolgens zijn alle deelnemers schriftelijk benaderd door middel van een officiële uitnodiging.²⁰ Ook de periode tussen het (schriftelijk) uitnodigen en de uiteindelijke datum van de gesprekken is van belang. De tijd moet niet te kort zijn, want anders hebben mensen al andere afspraken, maar ook niet te lang omdat anders de aandacht voor het onderzoek af kan zwakken. Derhalve is gekozen voor de periode van een week tussen uitnodigen en interview.

Vier dagen na het versturen van de brief (1 á 2 dagen voor de data van de interviews) is nogmaals telefonisch of persoonlijk contact gezocht met alle deelnemers om te vragen of zij de brief hebben ontvangen en nog steeds geïnteresseerd waren in deelname. Op dit moment haakte 1 deelnemer af vanwege het feit dat hij in de week van de interviews deel kon nemen aan een werkproject. Hierop is wederom een vervanger gezocht en gevonden. Dit alles heeft

¹⁹ (5, korte uitleg achterban)

²⁰ Zie bijlage III: uitnodiging interviews

uiteindelijk geleid tot een opkomst van 100 procent tijdens de groepsinterviews en persoonlijke interviews.

Veldonderzoek

De twee groepsinterviews namen twee uur per interview in beslag. Per interview waren er 6 deelnemers. Tijdens de interviews was er een aparte notulist aanwezig die van beide gesprekken een verbatim verslag heeft gemaakt.²¹ De sfeer tijdens de interviews was goed te noemen, mensen voelden zich veilig en vrij om met elkaar gedachten te wisselen.

De individuele interviews zijn op video opgenomen (alleen ten behoeve van de geluidsopname.) Deze heb ik zelf later uitgewerkt. Alle interviews zijn volgens planning verlopen en hebben uiteindelijk ook tot bruikbare data geleid. De laatste stap in het onderzoek is de analyse van deze data geweest.

Analyse gegevens

Voor de analyse van de verkregen gegevens heb ik gebruik gemaakt van een zogenaamde startlijst.²² Deze startlijst is gebruikt om alle gegevens onder te brengen onder de daar beschreven thema's. Voor de ordening van de thema's is een onderscheid gemaakt op micro-, meso- en macroniveau. Dit is ook de centrale lijn in de deelvragen geweest. Alle uitspraken tijdens de interviews zijn ondergebracht bij de thema's uit de startlijst. De thema's uit de startlijst zijn op microniveau:

- Kennis consulent.
- Vaardigheden consulent.
- Houding consulent.

Op mesoniveau:

- Eigen organisatie.
- De organisatie in relatie tot instellingen en instanties.

²¹ Zie bijlage IV: gespreksverslagen

²² Zie bijlage V: startlijst voor verwerken gegevens

En op macroniveau:

- Invloed op beleid.

Vervolgens heb ik, na alle data ondergebracht te hebben, per thema nog een aantal nieuwe rubrieken gevormd om de informatie nog nader te specificeren. De complete startlijst (inclusief de rubrieken) is bijgevoegd.²³

De onderzoeksresultaten zijn logischerwijs gerangschikt op micro-, meso- en macroniveau. De interviews hebben zoals gezegd in andere volgorde plaatsgevonden.

²³ Zie bijlage VI: startlijst na verwerken gegevens

3.3 Resultaten op microniveau

3.3.1 Kennis consulent

Voor wat betreft de kennis van de consulenten kwamen er tijdens het onderzoek twee duidelijk signalen naar voren. Enerzijds moet volgens de doelgroep een consulent kennis hebben over de doelgroep en hun leefsituatie, anderzijds wordt er ook bepaalde methodische kennis verwacht van de consulent.

Doelgroep en leefwereld

De ondervraagden maken duidelijk dat de consulent vooral “het veld in” moet gaan. Een consulent moet zich over (en door) de doelgroep (laten) informeren en zich in mindere mate met instellingen bezig houden. Belangrijk daarbij is dat de doelgroep stelt dat de consulent ook “buiten kantoortijden” de straat op gaat. Een ander advies is om “eens een nachtje op straat” door te brengen.

Naast de kennis die de consulent dus direct van de doelgroep kan leren, is er natuurlijk ook ruimte voor andere vormen van scholing, maar: het is “niet goed als een consulent te veel op cursus is of aan het vergaderen”. De consulent moet juist naar de mensen toe!

Methodieken

Op dit gebied moet de consulent volgens de doelgroep ook over bepaalde kennis beschikken. Een consulent moet “mensen sterker maken, de dingen zelf laten doen”. Activeren, motiveren en het bij elkaar brengen van mensen kwamen ook ter sprak. Om dit goed te doen wordt van de consulent dus ook kennis verwacht op deze gebieden. Dit is methodische kennis. Bijvoorbeeld kennis van motivatietechnieken en empowermenttheorieën.

3.3.2 Vaardigheden consulent

Dit gedeelte gaat over de vaardigheden waar een consulent over dient te beschikken volgens de doelgroep. Opvallend is dat het vooral om vaardigheden gaat die te maken hebben met het persoonlijk contact.

Luisteren

Een van de belangrijkste vaardigheden is luisteren. Dit varieert van “een luisterend oor bieden” tot “altijd de deur open hebben staan en naar mensen luisteren”. Vaak zijn de mensen

om wie het gaat vol van problemen, zodat het soms een ingewikkeld verhaal kan worden. Een aantal mensen zei dat de consulent dus ook “moeite moet doen om iemand aan te horen”. Juist bij deze doelgroep blijkt het goed kunnen én willen luisteren een essentiële vaardigheid.

Grenzen stellen

Tijdens de gesprekken kwamen ook de verschillen tussen hulpverlening en belangenbehartiging aan de orde. In dit gebied ligt ook een belangrijke vaardigheid voor de consulent: het stellen van grenzen. “Belangenbehartigers moeten zorgen dat ze eerlijk blijven”. Natuurlijk mag je niet liegen, maar dit gaat meer over een ander soort eerlijkheid, of zoals een ondervraagde het verwoordde: “Grenzen aangeven: je bent geen hulpverlener, je kan ook een hele hoop niet.” Van groot belang is dat je “geen verwachtingen wekt die je niet waar kan maken.” De doelgroep is hierdoor al vaak het vertrouwen in de hulpverlening verloren, een consulent moet juist “eerlijk zeggen of je iets wel kan doen of dat je ergens machteloos tegenover staat.” Als er iets verkeerd gaat, dan “juist niet de schuld van fouten naar iemand anders toeschuiven. Je moet het oplossen.” Grenzen stellen lijkt nodig om het wantrouwen jegens hulpverlening en instellingen weg te nemen.

3.3.3 Houding consulent

Hier waren de antwoorden van de ondervraagden onder te verdelen in drie grondhoudingen.

Vertrouwen

Net als bij het stellen van grenzen lijkt het vertrouwen een belangrijk principe om wantrouwen weg te nemen. Enerzijds stellen de ondervraagden dat het winnen van vertrouwen tijd kost. Anderzijds benadrukken zij zo het belang van dit vertrouwen, dat deze tijd vooral als investering in de toekomst gezien moet worden. “Vertrouwen opbouwen” wordt in dit kader genoemd. Of zoals iemand gewoon zei: “Vertrouwen is heel belangrijk.”

Onvoorwaardelijke acceptatie

Onvoorwaardelijke acceptatie is een typische hulpverlenerterm en zeker niet zo door de doelgroep bedacht. Wat zij wel zeiden voldoet echter wel aan de term zoals deze door Rogers bedacht is.²⁴ De ondervraagden hechten er groot belang om serieus genomen te worden. Dit gaat om het hebben van klachten (“elke klacht is immers een klacht, neem het serieus!”) tot

²⁴ Lang, G. & T. van der Molen (2003). *Psychologische gespreksvoering*. Soest: Nelissen

het “klanten het gevoel geven dat je achter ze staat.” De nadruk op het serieus nemen kwam zeer duidelijk naar voren tijdens het onderzoek.

Gelijkwaardigheid

Als valkuilen voor belangenbehartigers worden genoemd: pretentie en benaderingswijze. “Niet: we gaan het wel voor jou doen, maar: we hebben jou nodig.” Een belangenbehartiger moet vooral niet betuttelen en oppassen voor paternalisering. Je kan wel een gids voor mensen zijn, maar het is vooral belangrijk dat mensen zich waardevol voelen.

Dergelijke begrippen laten een zekere mate van gelijkwaardigheid zien. Een belangenbehartiger moet dus niet boven de mensen gaan staan, maar juist naast hen.

3.4 Resultaten op mesoniveau

3.4.1 Eigen organisatie

Bij het thema “eigen organisatie” is vooral gesproken over wat belangrijk is bij een belangenorganisatie en specifiek wat de ondervraagden van belang vinden bij Drugpunt. De eerste twee rubrieken hebben specifiek betrekking op Drugpunt, de laatste twee zijn wat algemener van aard.

Profilering

Een belangrijk signaal van de doelgroep heeft te maken met de herkenbaarheid en bekendheid van Drugpunt. “Mensen zeggen dat je Drugpunt niet ziet en omdat ze onbekend zijn werkt het niet als ze op pad gaan.” Het profileren bij de doelgroep wordt door alle ondervraagden naar voren gebracht. Concrete doelstellingen en een duidelijk profiel zorgen ervoor dat je bekender wordt binnen de doelgroep. Een sterk punt hierbij kan het verschil met de hulpverlening zijn: enerzijds om mensen bekender met belangenbehartiging te maken, anderzijds om teleurstellingen te voorkomen. Het wantrouwen bij de doelgroep zorgt ervoor dat het belangrijk is dat je laat zien dat je onafhankelijk bent en wat je aan het doen bent. “De mensen willen weten wie iemand is en wat hij voor je kan doen.”

Informatie

Hoe kom je aan informatie over de belangen van je achterban? Hier is geen eenduidig antwoord op te geven. “Elke dakloze is verschillend, maar de gemene deler is dat het slechte hulpvragers zijn.” Het behartigen van 1 (algemeen) belang van 1 grote groep, die uit allemaal individuen bestaat, is volgens de ondervraagden een moeilijke opgave. Het is in ieder geval belangrijk om het aan de doelgroep zelf te vragen. Dit kan door middel van enquêtes of vergaderingen bijvoorbeeld. “Je moet geen belangen voor de doelgroep gaan verzinnen, anders ga je maar wat bedenken om aan het werk te blijven. Laat de mensen het zelf zeggen.”. Ook de wisselwerking tussen de organisatie en de doelgroep lijkt belangrijk. De belangenorganisatie moet juist ook aan de doelgroep vragen wat zij bereid zijn te doen. Het moet niet van 1 kant komen. “Hou in ieder geval in de gaten dat elk persoon anders is.” Is een belangrijke tip. De een heeft weer een ander verhaal dan de ander. Het is daarom ook moeilijk een algemeen belang te dienen. Dit probleem is volgens de ondervraagden inherent aan een belangenorganisatie.

Professionaliteit

Oftewel: ervaringsdeskundigheid versus niet-ervaringsdeskundigheid. De beste vorm is een mengvorm volgens de ondervraagden. Zij hebben ook hele duidelijke redenen waarom je voor een dergelijke mix moet kiezen. Ervaringsdeskundigheid wordt van groot belang geacht bij een belangenorganisatie. “Als ervaringsdeskundige heb je direct contact met mensen, zij weten wat er leeft in de groep.” Mensen uit de doelgroep weten vaak waar men over praat, zij sluiten beter aan bij de leefwereld van de doelgroep (zie ook de rubriek *kennis consulent*.) Naast ervaringsdeskundigheid is het belang van een professionele organisatie een stuk continuïteit. Het is namelijk niet goed als het verloop heel groot is. Het is belangrijk dat er vaste krachten zijn om de continuïteit te waarborgen. Ook kunnen professionals gebruik maken van hun kennis om mensen verder te helpen. Daarnaast moet je dus zeker gebruik maken van mensen uit de doelgroep. Dit is belangrijk “omdat anders het gevaar bestaat dat je net zo gaat redeneren als de politiek.” Het is belangrijk om vooral met de mensen te praten wiens belangen je vertegenwoordigt. Een goede samenvatting kwam tijdens de interviews naar voren: “Betrek ervaringsdeskundigen en professionals bij elkaar. Zij vullen elkaar aan en corrigeren elkaar.”

Betrokkenheid

Naar voren komt dat het belangrijk is om daadwerkelijk resultaat te boeken, op deze manier wordt de doelgroep ook betrokken bij de organisatie. Wanneer je de resultaten terugkoppelt naar de basis (de doelgroep), krijgen zij ook het idee dat ze daadwerkelijk iets aan hun situatie kunnen veranderen. Hierbij is van belang dat de kwaliteit van de resultaten belangrijker is dan de kwantiteit. De kwaliteit van de resultaten betekent niet persé dat de resultaten ook verstrekkende gevolgen moeten hebben. Kleine dingen zijn vaak erg belangrijk voor de doelgroep.

Verder valt de betrokkenheid van de doelgroep ook samen met een stukje profilering: het is belangrijk dat mensen weten wat Drugpunt doet en dat ze Drugpunt helpen door informatie te verstrekken. Zo creëer je volgens de ondervraagden ook een mate van betrokkenheid. Mislukkingen kunnen voorkomen, maar het is zaak om deze positief te benoemen naar de achterban: hoe kan dit bijvoorbeeld beter in de toekomst?

3.4.2 De organisatie in relatie tot instellingen en instanties

De relatie tot andere instellingen en instanties is weergegeven in twee duidelijk taken die een belangenorganisatie heeft jegens instellingen en instanties: het veranderen van de beeldvorming van de doelgroep en het signaleren van algemene problemen. Naast deze twee taken kwam er nog een belangrijk aandachtspunt met betrekking tot dit thema naar voren: onafhankelijkheid.

Beeldvorming

De belangenorganisatie zou een rol moeten spelen in de beeldvorming. Niet alle dakloze mensen maken een puinhoop op straat of roven tasjes. Volgens de ondervraagden kan een belangenorganisatie een belangrijke bijdrage leveren aan een positieve beeldvorming. Dit kan gebeuren door mensen uit de doelgroep in te zetten om voorlichting te geven of bijvoorbeeld een film te maken om af te rekenen met stereotypisch denken over de doelgroep (elke dakloze is een “swiebertje” of “vieze junk”.) Laat mensen zelf vertellen over hun teleurstellingen en verwachtingen in het leven. Een belangrijk aspect van een belangenorganisatie is dus het veranderen van de beeldvorming ten aanzien van de doelgroep. Dit kan de doelgroep helpen in hun contact met instellingen en bijvoorbeeld gemeentelijke instanties (bijvoorbeeld de Sociale Dienst), maar ook voor contact met toekomstige werkgevers bijvoorbeeld.

Signalering

Over dit punt zijn de ondervraagden eveneens duidelijk: “als er meerdere klachten over een punt zijn, ga er dan mee aan de slag.” Het signaleren van de belangen van de doelgroep én deze kenbaar maken aan degene die daar over gaat wordt gezien als een kerntaak. Iemand ziet een belangenorganisatie derhalve als “een vertaalmachine van de doelgroep naar de gemeente en instellingen” of “als een soort van intermediair”.

Een belangenorganisatie moet daarin ook duidelijk stelling nemen en zeggen wanneer iets niet werkt. Oftewel: “Als het structureel is moet je er wat mee!”

Onafhankelijkheid

Naast bovengenoemde taken is onafhankelijkheid een belangrijk aandachtspunt. Ook dit gegeven kwam al bij de profilering naar voren: onderscheid je van instellingen en hulpverlening. Naast onderscheiden is het benadrukken van je onafhankelijkheid net zo belangrijk. Een belangenorganisatie moet volgens de ondervraagden uitkijken dat ze niet “gewoon mee gaan draaien” met de instellingen. Je moet altijd alert blijven voor wie je aan het werk bent als belangenorganisatie (de doelgroep in dit geval.) Een professionele organisatie, zoals Drugpunt, heeft hierin ook een dubbele rol: de gemeente (lees: de Sociale Dienst en de politie) wordt vaak gezien als de grootste tegenspeler van de doelgroep, maar financiert tegelijkertijd de belangenorganisatie van de doelgroep. Volgens de ondervraagden is het dubbel “dat je door de gemeente gesubsidieerd wordt en toch voor de belangen van de doelgroep op komt.” Een advies is om vooral niet met instellingen samen te werken. “Dat is jezelf verkopen.” Wat je als belangenorganisatie wel kan doen is mensen informeren over de mogelijkheden van hulp en mensen doorverwijzen, maar “ga vooral niet op de stoel van hulpverlening zitten. Daar lopen mensen op stuk.”

3.5 Resultaten op macroniveau

3.5.1 Invloed op beleid

Het thema invloed op beleid laat twee sporen zien. Enerzijds enkele aandachtspunten voor een belangenorganisatie met betrekking tot het hebben van invloed, anderzijds aandachtspunten voor het verkrijgen van invloed of anders gezegd: het strategisch handelen van een belangenorganisatie.

Invloed

Om invloed te hebben moet een belangenorganisatie contacten hebben bij de gemeente. Een belangenorganisatie heeft ook een ingang bij instanties en directies die doorgaans onbereikbaar zijn. Belangrijk is dat een belangenorganisatie niet zelf voor verandering kan zorgen, maar de politiek ervan proberen te overtuigen dat veranderingen nodig zijn. Zodoende moet je ook de weg weten om invloed uit te oefenen. Daarbij is het van belang dat de organisatie groot is (“Hoe meer stemmen, hoe beter je gehoord wordt.”) en dat er een goed, duidelijk plan is. De mate van bekendheid speelt ook een rol in het hebben van invloed. Hoe bekender je bent, hoe meer invloed je als belangenorganisatie hebt.

Hoe moeilijk het is om invloed te hebben wordt geschetst aan de hand van de vergelijking met cliëntenraden, deze zijn weliswaar wettelijk verplicht binnen instellingen maar hebben volgens de ondervraagden nog nauwelijks invloed. Bij een belangenorganisatie ontbreekt in ieder geval deze wettelijke “steun”.

Strategie

Er zijn volgens de ondervraagden vele strategieën te volgen om invloed uit te oefenen. Onderhandelen wordt als een belangrijk aspect hierbij gezien. Ook het zoeken naar oplossingen werkt beter dan alleen kritiek leveren volgens de ondervraagden.

Goede communicatie is ook belangrijk, zeker als de publiciteit wordt gezocht. Voor wat betreft het zoeken van publiciteit: dit komt sterk naar voren als strategie om invloed te krijgen. Maar: Je moet alleen de publiciteit zoeken als alle andere (officiële) wegen bewandeld zijn. “Anders maak je geen vrienden”, wat kennelijk ook goed is voor een belangenorganisatie. In dit verband wordt ook genoemd dat een belangenorganisatie bestuursleden moet hebben op invloedrijke posities.

Verder is het duidelijk, in lijn met eerdere uitspraken, dat er geen invloed mogelijk is als de belangenbehartigers de belangen bepalen en niet de doelgroep.

3.6 Overige resultaten

Naamswijziging

Behalve de bovengenoemde uitkomsten (in verwachting met de vraagstelling van het onderzoek), kwam er tijdens alle interviews nog een duidelijk punt naar voren: de naam Drugpunt. Het merendeel van de betrokkenen is van mening dat de naam Drugpunt gewijzigd zou moeten worden. De naam schrikt af en maakt niet duidelijk waar Drugpunt als belangenorganisatie voor zou moeten staan. Deze opmerkingen vallen sterk samen met hetgeen dat gezegd over de profilering van Drugpunt, maar is op nadrukkelijk verzoek van de ondervraagden toch apart bij de uiteindelijke onderzoeksresultaten opgenomen.

Hoofdstuk 4: Conclusies

Wat zijn nu de conclusies die getrokken kunnen worden naar aanleiding van de onderzoeksresultaten? Wat zijn de wensen en wat vindt de achterban van Drugpunt belangrijk op het gebied van individuele en collectieve belangenbehartiging? Tijdens het onderzoek heb ik getracht een antwoord op deze vraag te vinden. Gaandeweg werd duidelijk dat daklozen, thuislozen en gebruikers zelf hele duidelijke ideeën hebben over belangenbehartiging.

De onderzoeksresultaten zijn, conform de vraagstelling, onderverdeeld in drie delen: microniveau, mesoniveau en macroniveau, in de vraagstelling benoemt als individueel (microniveau) en collectief niveau (meso- en macro niveau.) Ik wil deze verdeling aanhouden bij het weergeven van de overige conclusies.

4.1 Conclusies op microniveau

De deelvragen richten zich allereerst op de werkwijze en het functioneren van de consulenten.

De eerste conclusie is:

Een consulent moet zowel over kennis van de doelgroep en hun leefwereld, als over methodische kennis beschikken.

Belangrijk hierbij is dat de consulent zelf in contact treedt met de doelgroep om deze kennis over hen op te doen. De methodische kennis staat in dienst van het sterker maken van de cliënt. Een andere conclusie gaat over de vaardigheden van de consulent:

Een consulent moet goed kunnen luisteren naar mensen en duidelijk zijn over wat hij wel en niet kan doen.

Bij een groep mensen die veel wantrouwen heeft jegens (hulpverlenings)instellingen zijn dit belangrijke vaardigheden die dit wantrouwen weg kunnen nemen. Op het gebied van de houding van de consulent kom ik tot de volgende conclusie:

De houding van de consulent laat zien dat hij mensen serieus neemt en straalt gelijkwaardigheid uit.

Het vertrouwen van de doelgroep is van essentieel belang. De consultant kan dit vertrouwen winnen/bevorderen door bovenstaande houding aan te nemen.

4.2 Conclusies op mesoniveau

De conclusies op mesoniveau richten zich op de belangenorganisatie zelf en de relatie met andere instellingen en instanties, in de deelvraag omschreven als de wijze waarop een belangenorganisatie zich organiseert en manifesteert. Ik ben tot drie conclusies gekomen op het gebied van de belangenorganisatie zelf.

Profilering is essentieel voor een belangenorganisatie.

Profilering maakt je bekender als belangenorganisatie en vergroot de betrokkenheid van de doelgroep. Specifiek over Drugpunt werd gezegd dat Drugpunt nog onvoldoende bij de doelgroep bekend is en zich sterker dient te profileren. De volgende conclusie is:

Een belangenorganisatie moet informatie over de belangen van de doelgroep uitsluitend bij de doelgroep zelf achterhalen en erkennen dat het vinden van een algemeen belang niet altijd mogelijk is.

Ieder persoon is verschillend en heeft verschillende belangen, dus het streven naar een algemeen belang is soms lastig, maar de informatie hiervoor moet alleen bij de doelgroep vandaan komen. Aangaande professionaliteit de volgende conclusie:

Een belangenorganisatie dient te bestaan uit professionals en ervaringsdeskundigen.

Professionals zijn belangrijk voor de continuïteit van een organisatie en ervaringsdeskundigen zijn onmisbaar in het contact met de doelgroep. Voor wat betreft de belangenorganisatie in relatie tot andere instellingen het volgende:

Een belangenorganisatie moet zich richten op het veranderen van de beeldvorming over de doelgroep en het signaleren en aankaarten van structurele problemen.

Eenzijds wordt verandering van beeldvorming als belangrijk aspect aangegeven, zeker in relatie tot instellingen en instanties. Anderzijds is het signaleren van structurele problemen rond de doelgroep van groot belang. De belangenorganisatie kan namelijk deze signalen ook weer overbrengen aan de betrokken instanties. Naast deze specifieke taken is er nog een conclusie op een ander vlak:

Een belangenorganisatie moet te allen tijde onafhankelijkheid uitstralen.

Het spreekt voor de doelgroep voor zich dat een belangenorganisatie onafhankelijk is. Het is echter juist van belang dat dit duidelijk gemaakt wordt voor de buitenwereld. Een belangenorganisatie moet zich juist onderscheiden van de instellingen en instanties.

4.3 Conclusies op macroniveau

Op macroniveau leiden de resultaten tot de volgende twee conclusies:

Een belangenorganisatie moet de weg weten om invloed uit te oefenen.

Een belangenorganisatie dient zich coöperatief op te stellen bij het uitoefenen van invloed.

Er zijn verschillende wegen om invloed uit te oefenen en een belangenorganisatie dient zich dit te realiseren. Daarnaast wordt een meewerkende houding gezien als iets dat uiteindelijk

het meeste resultaat oplevert. Het zoeken naar oplossingen, een goede communicatie en het hebben van invloedrijke contacten leiden tot meer invloed.

4.4 Overige conclusies

Bestudering van de literatuur en een vergelijking met de onderzoeksresultaten laat zien dat de ideeën van de doelgroep voor een groot deel overeenkomen met bestaande literatuur over belangenbehartiging. Deze overeenkomsten in visie en benadering van belangenbehartiging toont de kracht van de mensen aan en laat zien dat zij zelf heel goed in staat zijn hun eigen wensen en aandachtspunten over belangenbehartiging weer te geven. Hoewel geen direct doel van het onderzoek is dit interessante informatie, die de (vaak onderschatte) kracht van de dak- en thuislozen benadrukt. Ik kom tot de volgende conclusie:

De ideeën van daklozen, thuislozen en gebruikers over belangenbehartiging komen overeen met de bestaande vakliteratuur over belangenbehartiging voor deze specifieke doelgroep.

Deze conclusie is in zoverre relevant dat het de bruikbaarheid van de dergelijke literatuur voor Drugpunt vergroot. Buiten de bevraagde thema's kwam er tijdens het onderzoek nog een punt sterk naar voren: de naamswijziging:

Drugpunt zou gebaat zijn bij een naamswijziging.

Een naamswijziging zou de bekendheid en herkenbaarheid vergroten. De huidige naam impliceert dat Drugpunt er alleen voor een bepaalde groep is en schrikt een gedeelte van de doelgroep af.

Hoofdstuk 5: Aanbevelingen

Naar aanleiding van de conclusies wil ik het team van Stichting Drugpunt de volgende aanbevelingen doen. Deze aanbevelingen zijn niet bedoeld als adviezen, kritiekpunten of richtlijnen hoe het werk als belangenbehartiger of als belangenorganisatie te zien. Het onderzoek op zich heeft als doelstelling had om “kennis en inzicht vergaren bij de huidige achterban van Drugpunt over hun wensen en zij belangrijk vinden ten opzichte van belangenbehartiging vanuit Drugpunt ten behoeve van het team en het bestuur van Stichting Drugpunt.” De aanbevelingen richten zich dan hier ook op en dienen gelezen te worden als aandachtspunten die de achterban geeft bij het werk als belangenbehartiger. Gezien mijn eigen achtergrond als werknemer van Stichting Drugpunt haal ik hier de aandachtspunten naar voren die m.i. specifiek betrekking hebben op Stichting Drugpunt. Een aantal van deze zaken worden al gedaan door Stichting Drugpunt, waar dit het geval is kunnen de aandachtspunten van de achterban opgevat worden als legitimering van het werk dat Stichting Drugpunt doet.

1. Maak een duidelijk onderscheid tussen belangenbehartiging en hulpverlening richting de achterban.
2. Maak gebruik van dit onderscheid door je krachtig als belangenorganisatie te profileren.
3. Drugpunt moet zich bekender maken onder de Haagse dak- en thuislozen. Profilering is hierbij essentieel. Benadruk daarbij de onafhankelijkheid en het onderscheid tussen hulpverlening en belangenbehartiging
4. In het kader van profilering dient Drugpunt open te staan voor een naamswijziging.
5. Laat aan de achterban zien wat je bereikt hebt en maak de successen die je behaalt bekend.
6. Positieve beeldvorming wordt als belangrijk speerpunt gezien door de achterban.
7. Zorg dat je zoveel mogelijk invloedrijke contacten krijgt, ook op bestuurlijke posities.

Bijlage I: Literatuurlijst

Doorn, L. van (2001). *Daklozen in Den Haag*. Utrecht: Trimbos Instituut

Gemeente Den Haag / Programma Sociaal Kwetsbaren (2004). *Kadernota Maatschappelijke Opvang Den Haag, 2004-2008*.

Kadernota Maatschappelijke Opvang Den Haag, 2004-2008

Lang, G. & T. van der Molen (2003). *Psychologische gespreksvoering*. Soest: Nelissen

Linszen, L., D. van der Gouwe, T. van Dam (2003). *Get Organized. Guidelines for setting up and developing users' organizations in Central and Eastern Europe and the Newly Independent States (CEE/NIS)*. Amsterdam: LSD

Migchelbrink, F.(2006). *Praktijkgericht onderzoek in zorg en welzijn*. Amsterdam: SWP

Nederland, T. & J.W. Duyvendak (2004). *De kunst van effectieve belangenbehartiging door de patiënten- en cliëntenbeweging*. Utrecht: Verwey-Jonker Instituut.

Penninx, K.(e.a.) (2004). *Empowerment van kwetsbare mensen, welzijnswerk als partner bij zelfstandigheid*. NIZW.

Vries, S. de (2007). *Wat werkt? De kern en kracht van het maatschappelijk werk*. Amsterdam: SWP

Website Stichting Goud, belangenorganisatie harddruggebruikers Utrecht
www.stichtinggoud.nl

Website MDHG, belangenorganisatie harddruggebruikers Amsterdam
www.mdhg.nl

Website Straatadvocaten Rotterdam, belangen behartigers voor mensen die dakloos zijn (geweest) of dreigen te worden.

www.basisberaad.nl

Website Belangenbehartiging Amsterdamse Dak- en Thuislozen

www.badt.nl

Bijlage II: Itemlijst interviews

Itemlijst

Inleiding (15 minuten) 10:15 – 10:30

- uitleg onderzoek
- werkwijze (groeps)interview

Deel 1 (30 minuten) 10:30 – 11:00

Drugpunt als belangenorganisatie

- Organisatie van Drugpunt
- Contact met achterban
- Belangrijk aspecten belangenorganisatie
- Contact met instellingen en instanties

Deel 2 (30 minuten) 11:00- 11:30

Invloed van Drugpunt

- Hoe invloed op beleid?
- Rol belangenorganisatie hierin

PAUZE (10 minuten) 11:30 – 11:40

Deel 3 (20 minuten) 11:40 – 12:00

Consulenten van Drugpunt

- Kennis consulent
- Vaardigheden consulent
- Houding consulent

Bijlage III: Uitnodiging

Den Haag, 2008

Beste,

Via deze weg wil ik jou iets vragen. Momenteel ben ik voor Drugpunt bezig met een onderzoek naar belangenbehartiging. Ik ben bezig te onderzoeken wat mensen zelf voor ideeën hebben bij belangenbehartiging en hoe zij denken dat een belangenorganisatie er uit moet zien.

Om dit te weten te komen wil ik een groepsinterview afnemen. Het is de bedoeling dat ongeveer 6 tot 8 personen dan in gesprek gaan over belangenbehartiging en hun ideeën en gedachten hierover vertellen.

De resultaten worden volledig anoniem verwerkt.

Gezien jou deskundigheid en activiteiten op het gebied van belangenbehartiging (oa bij de bijvoorbeeld) wil ik je vragen of je hier aan deel wilt nemen. De bijeenkomst is gepland op 2008 om 10:00u op de Parkstraat 32 (bij Drugpunt). Het daadwerkelijke groeps gesprek duurt ongeveer anderhalf á twee uur. Ik zorg in ieder geval dat er koffie, iets lekkers en een onkostenvergoeding aanwezig is.

Ook zal er iemand bij zijn die een verslag van het gesprek maakt. De uitkomsten worden volledig anoniem verwerkt.

Ik hoop dat je dit als een mooie gelegenheid ziet om jouw ideeën over belangenbehartiging en de belangen van dak- en thuislozen kenbaar te maken. Jullie adviezen en tips zijn erg waardevol voor Drugpunt en de belangenbehartiging in Den Haag.

Zou je willen laten weten of je bereid bent deel te nemen aan dit onderzoek. Je kan mij bellen of een berichtje achterlaten op de Parkstraat 32 (Drugpunt), ook als je nog verdere vragen hebt.

Ik neem sowieso volgende week nog contact met je op. Ik hoop in ieder geval op je medewerking.

Hartelijke groet,

Erik Jan Bosch
Stichting Drugpunt
Tel: 06 43 43 8445

Bijlage IV: Gespreksverslagen groepsinterviews (individuele interviews staan op video en zijn op te vragen)

Groepsinterview d.d. 27 maart 2008 inzake belangenbehartiging

Erik Jan heet iedereen welkom en vertelt wat het doel van het interview is. De resultaten worden gebruikt voor het onderzoek van Erik Jan en uiteindelijk ook door Drugpunt.

Een van de deelnemers zegt dat hij geen ervaringsdeskundige is aangezien hij geen druggebruiker is. Hij is door omstandigheden in De Achterban beland. Wat hij in dit interview aankaart is vooral van horen zeggen.

Erik Jan legt uit dat de deelnemers door hem zijn gevraagd deels vanwege hun achtergrond maar ook vanwege hun affiniteit met de achterban, bijvoorbeeld door hun werk voor een cliëntenraad of voor De Achterban.

De eerdere spreker zegt dat de mensen waar het om gaat geen makkelijke groep vormen. Het zijn mensen die door hun ervaringen in hun leven of door hun ervaring met instanties een soort muur om zich heen hebben gebouwd. Van lieverlee weet men dat hij in De Achterban zit en in de cliëntenraad van het Leger des Heils en komen de mensen naar hem toe. Je moet vertrouwen opbouwen. Een hulpverlener die nieuw is, komt weinig te weten van de mensen.

Erik Jan vraagt hoe je de mensen kunt bereiken.

Men is het erover eens dat het tijd kost om het vertrouwen te winnen van de doelgroep. Vertrouwen is heel belangrijk. Belangenbehartiging begint hier dan ook mee.

Daarnaast is het heel belangrijk om de mensen serieus te nemen! Deze groep loopt zich kapot op instanties en heeft weinig vertrouwen in de eigen omgeving. Ze zijn niet voor niets dakloos.

Bovendien zorgen de mensen slecht voor zichzelf.

Feit is dat deze mensen niet zo snel naar iemand toestappen. Dat is echt het laatste redmiddel. Ze zullen in alle gevallen proberen om het zelf te doen. Bovendien is vaak niet duidelijk wat iemand doet en wat hij voor jou kan betekenen.

Erik Jan vraagt waar de aanwezigen aan denken bij belangenbehartiging.

Weer komt naar voren dat het vooral eerst gaat om vertrouwen kweken. Daarnaast moet je als belangenbehartiger de mensen ook serieus nemen en aannemen wat ze zeggen.

Een van de aanwezigen vertelt dat mensen inmiddels weten dat hij actief is in de belangenbehartiging. Daarom komen ze naar hem toe. Maar toch moet je een verhaal soms wel dertig keer vertellen voordat iemand met je meegaat. Vervelend is wel dat ze soms denken dat iets dan ook meteen geregeld is. Maar ambtenaren werken niet zo snel.

Een ander punt is dat het voor mensen vaak moeilijks om bij een belangenbehartiger te komen die ze niet kennen. Ze moeten dan het hele verhaal weer vertellen. Je gaat dan zagezegd door het stof. Dit maakt het moeilijk. Daarom is het extra belangrijk om goede mensen neer te zetten. Vooral mensen die bekend zijn, die de doelgroep regelmatig tegenkomt, bijvoorbeeld Judy Mantel. Het is niet goed als de belangenbehartiger te veel op cursus is of aan het vergaderen. Het is ook slecht als afspraken worden afgebeld. Je moet een trouw iemand hebben. De mensen van het Straatteam zijn onzichtbaar.

Het is niet goed als het verloop heel groot is. Dan kan het gebeuren dat iemand eindelijk door de zure appel heeft heen gebeten, zijn ziel en zaligheid heeft blootgelegd en na een paar weken aan iemand anders wordt overgedragen. Dan vallen ze weer in een gat.

Dit wordt door anderen herkend. Aan elke persoon moet je weer je verhaal vertellen. Dit is toch onbegrijpelijk in het tijdperk van de computer?

Erik Jan vraagt of dit vooral geldt voor de hulpverlening of toch ook voor de belangenbehartiging. Dit kan ook voor de belangenbehartiging gelden. Iemand gaat met een boodschap op pad en na drie maanden is er nog niets gebeurd.

Erik Jan vraagt wat de rol van de belangbehartiger hierin is.

De belangenbehartiger moet met de mensen ergens naar toe. Iets opbouwen.

Overigens is het vaak moeilijk om iets te doen. Je wordt nog wel eens van de een naar de ander gestuurd.

Iemand anders vindt het belangrijk dat mensen serieus genomen worden. Er mag vooral geen paternalisme zijn zoals bij de hulpverlening vaak het geval is. Daar wordt meteen gevraagd of je stemmen hoort of iets dergelijk. Over het algemeen hebben mensen weinig vertrouwen in de hulpverlening en instanties. Een belangenbehartiger moet zich verre houden van betutteling en paternalisme. Elke klacht is immers een klacht, ook al is het een raar verhaal. Neem het serieus!

De belangenbehartiger moet moeite doen om iemand aan te horen. Hij of zij mag wel kritisch zijn, ook naar de cliënt. Ze moeten het van twee kanten bekijken, een compromis proberen te sluiten.

Wat er vooral niet moet gebeuren is de schuld van fouten naar een ander toeschuiven. Je moet het oplossen. Als je meerdere klachten hebt over een bepaald punt ga er dan mee aan de slag. Dit geldt niet alleen voor de hulpverlening maar ook voor de belangenbehartiger. Als het structureel is, moet je er wat mee.

Als voorbeeld voor het belang van vertrouwen wekken wordt de serie 'Meiden van de Keilerweg' genoemd. De maker is vier jaar bezig geweest om het vertrouwen van de prostituees te winnen. De serie maakte indruk op de gemeenteraad waarna financiën beschikbaar gesteld werden en er van alles mogelijk was.

Drugpunt heeft veel werk en is misschien meer administratief bezig dan dat ze op straat zijn. De mensen zeggen dat je Drugpunt niet ziet. En omdat ze onbekend zijn, werkt het niet als ze dat pad opgaan. Er zal dan niemand naar je toe komen. Pas als je een jaar bezig bent, gaan mensen zich bloot geven.

Mensen willen weten wie iemand is en wat 'ie voor je kan doen. Hierover heerst onduidelijkheid. Drugpunt zou daar duidelijker in moeten zijn. Drugpunt moet zich duidelijker profileren als een belangenbehartiger, zich duidelijk onderscheiden van de hulpverlening.

Erik Jan vraagt hoe je duidelijk kunt maken wat belangenbehartiging inhoudt.

Een van de aanwezigen heeft gemerkt dat zelfs personeel van een hulpverleningsorganisatie soms niet weet wat belangenbehartiging via de Cliëntenraad inhoudt. Dit moet veel duidelijker uitgelegd worden.

Erik Jan vraagt waar de aanwezigen aan denken bij belangenbehartiging.

Luister naar wat de mensen willen en doe er wat mee als ze punten aangeven die fout gaan!

Drugpunt is een professionele belangenorganisatie met werknemers. Erik Jan vraagt de aanwezigen drie belangrijke aspecten van een belangenorganisatie te noemen. Waar moet zo'n organisatie aan voldoen?

Het moet een kleine organisatie zijn die eerlijk en oprecht is. Dan kun je tot de mensen komen.

Een van de aanwezigen die in de Cliëntenraad zit, heeft de ervaring dat advies geven soms geen zin heeft omdat besluiten al genomen zijn. Hij vraagt zich af of je dan wel voor vol wordt aangezien. Een ander probleem is het verloop. Om een vuist te kunnen maken, heb je tijd nodig, moet je mensen om je heen creëren.

Erik Jan vraagt naar aanleiding van dit punt of er verschil is tussen Cliëntenraden en een belangenorganisatie.

Hierop wordt geantwoord dat de rol van Drugpunt gezien wordt als ondersteuner van de cliëntenraad. Drugpunt moet de cliëntenraad stimuleren. Drugpunt heeft dat ook al gedaan. Dit wordt gezien als een taak van een belangenorganisatie.

Het is belangrijk dat een belangenorganisatie een ingang weet te vinden. De ondersteuner wordt betaald en vindt daarom de ingang.

Erik Jan vraagt of een belangenorganisatie nog meer specifieke taken heeft.

Er wordt geantwoord dat het belangrijk is concrete doelstellingen te hebben. Verder moet het niet te groot gemaakt worden.

In de cliëntenraden is het verloop vaak groot. Na verloop van tijd gaat iemand oogsten door de opgebouwde kennis en slimmigheidjes. Als hij vertrekt, gaat dat verloren en dat is jammer.

Erik Jan vraagt of het een pluspunt van een professionele belangenorganisatie is, dat het verloop minder groot is.

Dit wordt beaamd. Het belang van Drugpunt is een stuk continuïteit.

Verder moet een belangenorganisatie onafhankelijk zijn. Als je te groot wordt, bestaat het gevaar dat je bepaalde belangen gaat krijgen. Het is moeilijk een grote bek op te zetten bij de financier. Wiens brood men eet, wiens woord men spreekt.

Erik Jan vraagt welke belangen Drugpunt dient.

Drugpunt draait nu een jaar. Van lieverlee is een basis gelegd, en krijgen jullie het kunstje door. Wij kennen jullie nu en weten wat jullie doen.

Erik Jan vraagt of men tevreden is over de mate van invloed.

Een van de aanwezigen denkt dat het moeilijk is om echte invloed uit te oefenen. De cliëntenraad wordt geraadpleegd omdat het wettelijk verplicht is.

Een ander zegt dat mensen soms bij een cliëntenraad komen terwijl ze bij hun eigen afdeling moeten zijn. Het moet gaan over beleid en niet over de individuele behandeling.

Erik Jan vraagt waar een belangenorganisatie invloed op moet of kan uitoefenen.

Men vindt dat de belangenorganisatie moet opkomen voor goede faciliteiten voor daklozen en moet zorgen voor verbeteringen en resultaten. Dit is wel een lange weg.

De aanwezigen vragen zich af of de naam wel goed is. Drugpunt is vanuit een cliëntenbehoefte ontstaan. Vijftien jaar geleden heeft een aantal gebruikers besloten een belangenorganisatie op te richten. In eerste instantie ging het om de belangen voor druggebruikers, later is dit uitgebreid naar dak- en thuislozen. Dit is gebeurd op verzoek van de gemeente.

Een ander zegt het belangrijk te vinden dat Drugpunt groter is geworden. Hoe meer stemmen je hebt, hoe beter je gehoord kunt worden, ook door de gemeente.

Erik Jan brengt naar voren dat iedereen een eigen mening heeft. Is het niet moeilijk om één stem te laten horen als iedereen iets anders zegt? Hoe moeten we hiermee omgaan?

Dit is inherent aan een belangenorganisatie. Het is belangrijk om je duidelijk te profileren. Drugpunt is inmiddels bekend bij gemeente en instanties maar moet zorgen ook bij achterban bekend te worden.

Iemand anders brengt naar voren dat een belangenorganisatie moet oppassen om klapvee te worden. Als er een rapport uitkomt waar de naam van een belangenorganisatie onder staat terwijl deze niet echt invloed uit heeft kunnen oefenen, gaat men 'met je water naar de dokter'. Je moet je niet voor karretjes laten spannen. Een belangenorganisatie krijgt soms ook veel te weinig tijd om een rapport te beoordelen. Men moet hier alert op zijn.

Erik Jan vraagt hoe een belangenorganisatie die om een mening wordt gevraagd, aan deze mening komt. Er zijn misschien wel 50 verschillende meningen. Hoe ga je daar mee om? Hoe formuleer je je stem met zoveel individuen?

Allereerst moet je je profileren en je doelstelling duidelijk maken. Je moet de belangen van de doelgroep behartigen. Duidelijk profileren is belangrijk omdat er namelijk door ervaring nogal wat wantrouwen is. Je moet duidelijk laten zien dat je onafhankelijk bent en laten zien wat je doet.

Hoe bepaal je welke belangen je behartigt. Moet je deze belangen al concreet bedenken? Je moet informatie verzamelen van de achterban en dan met z'n allen de belangen bepalen.

Een ander zegt wel vertrouwen te hebben in een professionele belangenorganisatie. Julie hebben de middelen, financieel gezien. Hoe groter de groep hoe groter de vuist die je kunt maken. Verder moet je je niet laten misbruiken.

Een ander zegt het vooral belangrijk te vinden dat het personeel van Drugpunt het veld ingaat! Jullie zitten in een prachtig kantoorpand. Hier zit geld! Hoe ga je naar de achterban? Belangrijk is dat er iemand in de groep zit, die zelf in het wereldje zit.

Er wordt geopperd met een kraam op het Spui te gaan staan. Misschien kan ingehaakt worden op de Dag van de Armoe. Misschien een stand op Parkpop? De boodschap is in ieder geval 'Ga naar de mensen toe!'

We zouden met een busje van plek naar plek kunnen rijden. De bus zou op vaste tijden op vaste plekken kunnen staan zodat mensen na verloop van tijd weten dat je daar bent. De mensen op de bus moeten wel van wanten weten!

Er wordt gediscussieerd over de vraag of mensen dan wel of niet op zo'n busje zouden afstappen. En hoe moet je dat als individu op de bus doen? Ga je je voorstellen? Stap je op ze af of wacht je tot ze op je afkomen?

Iedereen is het erover eens dat degene die op zo'n bus zit, van wanten moet weten en moet weten waar 'ie over praat. Hij moet vragen kunnen beantwoorden. Drugpunt zou kunnen zorgen voor scholing. Het zou goed zijn als er op de bus mensen van de straat zouden zitten. Dat zouden in feite alle hier aanwezigen kunnen zijn. Dan is het voor mensen makkelijker om daadwerkelijk op de bus af te stappen. Voor de cliënten die ingezet worden, is het ook belangrijk. Ze doen dan nuttig werk.

Iemand zegt dat het belangrijk is dit met de ketenpartners af te stemmen. Je moet immers zorgen voor korte lijnen. Als je iemand doorstuurt, moet er ook snel actie worden ondernomen.

Erik Jan vraagt waarom het zo belangrijk is om ervaringsdeskundigen in te zetten om jezelf als belangenorganisatie op de kaart te zetten.

Het belangrijkste is dat je als ervaringsdeskundige direct contact hebt met de mensen. Ze weten wat er leeft in de groep. Het is 'ons kent ons'. Als er een bekende in de bus zit, komt men direct binnen. Dat is een goeie opstap!

Erik Jan vraagt of het een voorwaarde is om ervaringsdeskundige te zijn.

Het gaat om het ondersteunen van cliënten. Het probleem is echter dat deze soms een tijdje niet beschikbaar zijn in verband met problemen. Daarom is het in verband met de continuïteit belangrijk dat er professionals bij Drugpunt werken.

De aanwezigen vinden het een goed idee om cliënten in te zetten. In een vergadering zou besproken kunnen worden wie tijd heeft om dit werk te doen. Om te voorkomen dat het een sleur wordt en mensen er geen zin meer in hebben, zou je regelmatig nieuwe mensen moeten inzetten. In de volgende Achterbanvergadering moet dit idee verder besproken worden.

Erik Jan vraagt waaraan een werknemer bij Drugpunt moet voldoen. Als je een advertentie zou moeten maken, wat zou je dan voor iemand vragen?

Het moet in ieder geval iemand zijn met levenservaring. Hier wordt even over doorgediscussieerd.

Er wordt gezegd dat de mensen bij Parnassia te veel op cursus zijn. Ze zijn te geleerd.

Ook als iemand jong is, krijg je misschien problemen. Zo iemand wil misschien weer doorleren.

Erik Jan vraagt wat de belangenbehartiger die bij Drugpunt werkt, moet doen.

Hierop wordt geantwoord dat die persoon 'met de benen in de bagger' moet staan!

Breng eens een nachtje op straat door! En weer wordt benadrukt dat het belangrijk is dat ze ervaring hebben en weten waar ze het over hebben. Af en toe een cursus volgen is goed maar het moet niet te gek worden.

Er wordt gevraagd wie er in het bestuur van Drugpunt zitten.

Erik Jan antwoordt dat dit mensen zijn die werkzaam zijn of zijn geweest in de hulpverlening. Er zitten geen gebruikers in.

De aanwezigen concluderen dat je in een belangenorganisatie als Drugpunt professionaliteit nodig hebt, bijvoorbeeld om fondsen te werven, maar ook ervaringsdeskundigen. Anders wordt het van bovenaf opgelegd.

Erik Jan vraagt hoe Drugpunt de mensen op de hoogte moet houden van ontwikkelingen.

Goede communicatie is belangrijk. Dit kan met spreekuren of met de bus. Hang een mooi affiche op bij het Leger des Heils en bij andere instellingen. En het is belangrijk om op vaste tijden op vaste plaatsen aanwezig te zijn met een bus. Neem tijd om vertrouwen te winnen.

Erik Jan vraagt de aanwezigen kort aan te geven wat een belangenorganisatie moet doen.

Een ingang zijn naar instanties en directies die onbereikbaar zijn.

Een luisterend oor bieden.

Je bij de doelgroep profileren, vertrouwen opbouwen, geen betutteling, mensen facilitair ondersteunen en altijd jezelf ter discussie blijven stellen.

Kijken naar hoe de hulpverlening als geheel functioneert. Zorgen dat de ketenpartners goed samenwerken zodat mensen snel geholpen worden.

Een belangenorganisatie moet als het nodig is een beetje buigen maar uiteindelijk wel doorpakken.

Erik Jan vraagt wat het verschil is tussen hulpverlening en belangbehartiging.

Een belangenbehartiger vertegenwoordigt de doelgroep. Je moet als belangenbehartiger vooral niet op de stoel van de hulpverlening gaan zitten. Daar lopen mensen op stuk. Wel moet je informeren over de mogelijkheden van hulp en verwijzen.

Een belangenbehartiger moet vooral niet betuttelen, wat bij de hulpverlening nog wel eens gebeurt (zij weten wat goed voor je is).

Tot slot vraagt Erik Jan of de aanwezigen nog iets willen opmerken.

Iemand zegt dat je het ook waar moet kunnen maken als je bekendheid krijgt. Je moet dan ook wat te bieden hebben.

Een ander vindt dat de naam Drugpunt niet zo goed is. Men denkt direct aan druggebruikers terwijl Drugpunt er voor een bredere doelgroep is. Erik Jan zegt dat men het er bij Drugpunt wel eens over heeft gehad of er niet een andere naam gekozen moet worden. De andere kant is dat Drugpunt inmiddels wel een goede naam heeft bij de instellingen.

Iemand denkt dat Drugpunt misschien niet zo'n goede naam heeft bij een deel van de mensen waar het om gaat. Als je op de markt staat, schrikt de naam dan niet af?

We zullen duidelijk moeten aangeven dat Drugpunt er ook is voor de dak- en thuislozen.

Groepsinterview d.d. 3 april 2008 inzake belangenbehartiging

Erik Jan heet iedereen welkom en vertelt wat het doel van het interview is. De resultaten worden gebruikt voor het onderzoek van Erik Jan en uiteindelijk ook door Drugpunt. Dit is het tweede groepsinterview. In het eerste interview is uitgebreid gesproken over de individuele belangenbehartigers van Drugpunt. Hoewel dit ook nu aan de kan orde komen, wil Erik Jan het vandaag vooral hebben over Drugpunt als organisatie en belangenbehartiger in het algemeen en over de manier waarop Drugvloed invloed kan uitoefenen.

Erik Jan vraagt waar de aanwezigen aan denken bij het woord belangenbehartiging. Het is belangrijk belangstelling te hebben voor de mensen van de doelgroep. Je hoort veel klachten over instellingen maar nooit over Drugpunt. Dat is heel bijzonder. Voor een individuele verslaafde of dakloze is het bijna onmogelijk om zijn of haar recht te halen. Ze worden vaak van het kastje naar de muur gestuurd. Overigens is het wel logisch dat er weinig klachten zijn over Drugpunt omdat veel mensen Drugpunt waarschijnlijk niet kennen. Jullie zijn onzichtbaar geworden. De Achterban ontgaat de gemiddelde dakloze in het geheel. Drugpunt moet zorgen meer zichtbaar te worden.

Erik Jan vraagt hoe Drugpunt zich zichtbaar kan maken.

Er worden verschillende ideeën aangedragen:

- Leuk postertje ophangen bij instanties als het Leger des Heils en De Haagse Zaak. Hierop kun je zetten wanneer je spreekuur draait.
- Ideeënbus bij instanties en reageren op de ideeën die hierin aangedragen worden.
- Vaker je gezicht laten zien. Erik Jan vraagt of je ook op mensen moet afstappen. De aanwezigen denken dat dat bij veel mensen niet werkt. Wel moet je duidelijk zien te maken dat mensen dingen bij jullie kwijt kunnen.
- Laat zoveel mogelijk mensen horen over Drugpunt. Ga bij instanties langs waar veel mensen uit de doelgroep komen.
- Bij instanties een uurtje in de week aanwezig zijn zodat mensen vragen kunnen stellen.
- Een mooie flyer: 'Wat kan Drugpunt voor jullie betekenen?'

Erik Jan zegt dat Drugpunt de belangen behartigt van een grote groep. Hoe kan Drugpunt het beste aan informatie van die groep komen?

Maak een enquête met eenvoudige vragen waar mensen bijvoorbeeld met ja of nee op kunnen antwoorden. Op die manier krijg je een goed overzicht van wat de mensen willen en wat ze willen bereiken.

Een ander zegt dat Drugpunt wel duidelijk moet maken dat Drugpunt er niet is voor de individuele hulpverlening. Drugpunt werkt achter de schermen en is er voor de hele groep druggebruikers en dak- en thuislozen. Het verschil met de hulpverlening moet duidelijk gemaakt worden om teleurstellingen te voorkomen. Eigenlijk is het zo dat Drugpunt dingen doet waar je misschien op dit moment niets van merkt. Maar hier komen wel dingen uit die invloed hebben op het beleid en leiden tot een verbetering van de positie van druggebruikers en dak- en thuislozen.

Erik Jan vraagt hoe de aanwezigen zouden uitleggen wat belangenbehartiging is. Iemand oppert een vergelijking te maken met een politieke partij, bijvoorbeeld de PvdA. Een politieke partij behartigt de belangen van een grote groep en is er niet voor individuele belangen.

Iemand anders zou het moeilijk vinden om dit uit te leggen. Misschien is het makkelijker als de uitslag van de enquête er is. “Dan kan ik mijn eigen ervaring gebruiken door te zeggen dat ik zelf dakloos ben geweest. Dan willen ze misschien een gesprek en kan ik het uitleggen. Je moet wel opletten met wie je een gesprek aangaat want niet iedereen wil praten.”

Iemand denkt dat een enquête geen goed idee is omdat volgens hem de meeste mensen de zin er niet van inzien. Je moet eerst duidelijk maken wat je doel is. Een ander denkt dat op bepaalde locaties een enquête wel werkt, en op andere niet.

Op de vraag van Erik Jan of een belangenorganisatie nog met andere organisaties dan een vakbond te vergelijken is, worden de consumentenbond en een sociaal raadsman of –vrouw genoemd.

Verschillende aanwezigen vinden dat de naam Drugpunt achterhaald is en verkeerde verwachtingen wekt. Ook schrikt de naam af. Erik Jan zegt dat hij dit zeker in zijn onderzoek zal meenemen. Misschien moet er nagedacht worden over een andere naam.

Erik Jan vraagt hoe een belangenorganisatie de doelgroep het beste op de hoogte zou kunnen houden.

Iemand zegt dat dit het beste kan via een spreekuur.

Een ander noemt een poster waarop duidelijk gemaakt wordt wat Drugpunt doet. Een leuke kreet zou zijn: ‘Drugpunt laat daklozen niet peoplen.’ Het is verder belangrijk dat mensen weten dat ze Drugpunt helpen door informatie te verstrekken.

Erik Jan vraagt of het woord belangenbehartiging niet te vaag is.

Iemand suggereert om er dan vakbond van te maken, tussen aanhalingstekens.

Een van de aanwezigen vindt het belangrijk dat de situatie van daklozen verbeterd wordt. Uit ervaring weet hij dat iedereen afstand neemt van de dakloze. “Ik was niemand, ik werd onder de brug weggejaagd en kreeg een boete als ik voor de warmte in de tram meereed.” Hij vindt het belangrijk dat er verbetering komt. De politie zou wat hem betreft moeten bemiddelen en moeten proberen met de daklozen te praten om hen op een goede plek te krijgen.

Iemand anders denkt dat een Loesje-achtige poster met een laagdrempelige tekst goed zou werken. Maak gebruik van humor. Hang zulke posters op veel plekken op zodat erover wordt gepraat.

Erik Jan vraagt hoe een belangenorganisatie mensen echt kan betrekken bij het werk.

Iemand zegt dat dit vanzelf gaat als mensen weten wat Drugpunt doet. Als overal posters hangen met de tekst ‘Oom agent ook niet je echte vriend?’ dan komen mensen vanzelf als ze een conflict met oom agent hebben.

Erik Jan vraagt of het belangrijk is om ook gebruik te maken van mensen uit de doelgroep. De aanwezigen vinden dit heel belangrijk. Iemand uit de doelgroep weet waar de mensen over praten. Hierdoor krijg je ook meer informatie.

Iemand uit de doelgroep kan goed promoten en vervolgens doorverwijzen. Ook dan is het wel belangrijk dat Drugpunt bekendheid heeft. Dit omdat je dan enerzijds invloed uit kunt oefenen maar anderzijds omdat je dan voldoende informatie krijgt. De mensen weten immers waar ze hun dingen neer kunnen leggen.

Erik Jan vraagt of de aanwezigen tevreden zijn over de mate van invloed die ze nu hebben. Een van de aanwezigen zegt dat hij ervan uit gaat dat wat Drugpunt doet op lange termijn goed is voor de doelgroep. Voor zijn huidige situatie verandert het niets. Ambtelijke molens draaien immers langzaam. Wel is het belangrijk dat je je ei kwijt kunt. Hoewel hij er nu de vruchten niet van plukt, vindt hij het belangrijk dat dingen in de toekomst verbeteren.

Een ander wijst er nogmaals op dat het belangrijk is dat een dakloze een kamer of een huis krijgt zodat hij of zij een sociaal leven kan opbouwen. Wat hem betreft moeten we knokken voor veranderingen/verbeteringen.

Een ander vertelt een verhaal over een rechter die geen Engels wilde spreken tegen een gedagvaarde. Er werd geen tolk voor hem geregeld. Of mensen weten niet dat ze voor schuldsanering in aanmerking komen. Zo zijn er nog veel meer voorbeelden te noemen. Erik Jan vraagt hoe je invloed kunt krijgen op dit soort dingen. Op welke manieren kunnen we deze belangen behartigen?

Iemand oppert de publiciteit te zoeken! Zorg dat het in het AD komt. Elly heeft een ingang om dat voor elkaar te krijgen. Het hebben van een netwerk (de ingangen weten), is essentieel voor een belangenorganisatie.

Een ander denkt aan de bibliotheek. Hier komen veel daklozen. Je zou daar bijvoorbeeld een website ter beschikking kunnen stellen.

Ook wordt een grappige staking genoemd.

Een ander stelt voor om diverse loketten te vragen informatie over Drugpunt uit te delen.

Dit zijn allemaal manieren om de doelgroep te bereiken. Maar op welke manier ga je de belangen van de doelgroep behartigen?

- De wethouder aanspreken via een brief.
- Politie benaderen.
- Kamerleden benaderen.
- Leuke demonstratie.
- Open huis of open dag organiseren met een hapje en een drankje.
- Publiciteit zoeken. Dit moet je pas doen als je eerst andere wegen hebt bewandeld. Je moet niet direct de publiciteit zoeken want dan maak je geen vrienden.

Een van de aanwezigen zou graag zien dat daklozen de mogelijkheid krijgen binnen een aantal maanden een dak boven het hoofd te krijgen.

Een ander vindt dat je geen verwachtingen moet wekken die je niet waar kunt maken.

Een ander punt is dat sommige daklozen zelf kiezen voor dit leven. Iemand die dakloos is, heeft in de ogen van de hulpverlening per definitie een probleem en wordt als psychiatrisch patiënt naar Parnassia verwezen. Er wordt voorbijgegaan aan het zelfbeschikkingsrecht. De hulpverlening weet het altijd beter.

Een dakloze is niet zomaar dakloos. Iedereen heeft hiervoor zijn eigen redenen. De politiek moet weten dat elke dakloze een eigen verhaal heeft. De belangenbehartiger zou een rol moeten spelen in de beeldvorming.

Erik Jan constateert dat het bij belangenbehartiging dus ook gaat om basisrechten als keuzevrijheid. Hoe verander je het beeld dat iedere dakloze hetzelfde probleem heeft (en geeft) en hoe maak je de politiek duidelijk dat keuzevrijheid voor mensen belangrijk is? Met raadvrouw.

Programma op TV-West.

Zet mensen uit de doelgroep in. We kunnen zelf een gesprek aanvragen met politieke partijen om uit te leggen hoeveel verschillende manieren van dakloosheid er zijn. Deze mensen denken ook gewoon en hebben wensen en moeten hun eigen dingen kunnen doen. Ik ben blij dat Drugpunt er is als een spreekbuis voor de daklozen. Als ik kom praten sturen ze me naar de opvang.

Iemand zegt dat veel mensen tegenwoordig medicijnen voorgeschreven krijgen. Iedereen komt met pillen bij Parnassia vandaan. Een ander is blij met de medicatie die voor hem het leven met schizofrenie draaglijk heeft gemaakt.

Erik Jan vraagt of er nog aandachtspunten zijn voor een belangenorganisatie. Waar moet Drugpunt op letten, wat moeten we doen of juist niet doen?

Hou in de gaten dat elk persoon anders is. Ik heb een ander verhaal dan een ander. Het is daarom moeilijk om het algemeen belang te dienen.

Erik Jan beaamt dat je hier als belangenorganisatie tegenaan loopt. Iedereen heeft verschillende meningen. De een wil dakloos blijven de ander wil een plek hebben. Hoe ga je hiermee om?

Als belangenbehartiger moet je beide belangen dienen. Laat de individualiteit van de dakloze beter zien. Het is ook vooral belangrijk dat mensen zich waardevol voelen. De belangenorganisatie moet laten zien dat niet alle daklozen een puinhoop maken op straat en tasjes roven. Het lijkt erop dat het voor de politiek niet gaat om de belangen van de dakloze maar om de belangen van de rijken in goede wijken die niet willen dat er vieze mannen in de wijk lopen. Maar er zijn ook daklozen aan wie je niet ziet dat ze dakloos zijn.

Dan komt het gesprek op de gebruikersruimte aan de Van der Vennestraat. Een van de aanwezigen vindt het prettig om hier te komen. De wijkagent maakt een praatje met je en je kunt rustig gebruiken. Een ander zegt dat de politie hier de mensen registreert om ze later op een andere plek in de stad zonodig aan te kunnen houden.

De aanwezigen vinden dat de dakloze net als ieder ander respect verdient. Hoe kunnen we de beeldvorming veranderen?

Voorlichting geven bijvoorbeeld via TV-west. Praten met een commissie van de gemeente. De belangenorganisatie zou in een film duidelijk kunnen maken dat de ene dakloze de andere niet is. De groep wil niet gestigmatiseerd worden (swiebertjes, vieze junks). Laat mensen zelf vertellen over hun teleurstellingen en over wat ze van het leven verwachten.

Moet je samenwerken met instanties en instellingen onder het motto 'samen sta je sterk'?

Nee, niet samenwerken met instellingen. Dat is jezelf verkopen. We willen juist dat er bij de instellingen dingen veranderen. Je moet wel netwerken en ook samenwerken met cliëntenraden.

Erik Jan vraagt of de belangenbehartiger moet zorgen dat er dingen veranderen.

Ja. Drugpunt kan niet zelf zorgen voor verandering maar moet proberen de politiek ervan te overtuigen dat veranderingen nodig zijn. Het lijkt erop dat de politiek niet zo geïnteresseerd is in de druggebruiker en dak- en thuisloze.

EJ vraagt op welke manieren we aandacht kunnen vragen voor de doelgroep.

Naast de formele manieren (schriftelijk en via de publiciteit) kunnen we dit ook op een ludieker manier doen, bijvoorbeeld via een Loesje-achtige poster.

Andere ideeën: kamperen op het Spui, barbecue op het Malieveld, met de soepbus op het Spui gaan staan en soep uitdelen aan de ambtenaren, zelf eens een maaltijd uitdelen, broodjes serveren met vlaggetjes van Drugpunt. Aandachtspunt is wel dat de pers afkomt op zulk soort activiteiten. Niet iedereen wil gefilmd worden

Iedereen is het erover eens dat de belangenbehartiger de dakloze een (positief) gezicht moet geven, op welke manier dan ook.

Een aantal daklozen zijn iets gaan doen voor Afrika. Over deze kant van de dakloze kan ook wel eens bericht worden. Niet elke dakloze profiteert; sommigen doen heel nuttige dingen voor de maatschappij.

Erik Jan vraagt of Drugpunt ook gebruik zou moeten maken van vrijwilligers.

De aanwezigen vinden van wel. Dit hoeven niet perse mensen te zijn uit de doelgroep. Het is ook belangrijk dat er vrijwilligers zijn die er niets van af weten zodat ze leren dat daklozen ook gewone mensen zijn.

Het is belangrijk dat er vaste krachten zijn om de continuïteit te waarborgen. Daarbij is de tijd van vrijwilligers vaak beperkt.

Daarnaast moet je zeker gebruik maken van mensen uit de doelgroep. Dit is belangrijk omdat anders het gevaar bestaat dat je net zo gaat redeneren als de politiek. Praat vooral met de mensen wiens belangen je vertegenwoordigt!

Voor de mensen is het ook belangrijk dat ze betrokken worden en dat er naar hun mening wordt geluisterd. Dit is goed voor de eigenwaarde van daklozen. Deze mensen staan immers vaak buiten de maatschappij.

Iemand zegt dat het belangrijk is dat Drugpunt groter wordt. Als je groot bent, word je serieuzer genomen. Zeker als je mensen goed kunt helpen.

Drugpunt moet doorverwijzen, zorgen dat wegen korter worden zonder op de stoel van de hulpverlening te gaan zitten. Vertel waar mensen met een klacht naartoe moeten.

Belangenbehartiging is een nieuw woord voor mensen. Mensen van de doelgroep kunnen hier veel aan hebben.

Ter afronding vraagt Erik Jan of de aanwezigen nog dingen kwijt willen.

Je moet makkelijker aanspreekbaar worden. Herkenbaarheid is belangrijk!

T-shirts met www.drugpunt.nl maken

Denk aan het veranderen van de naam. De naam schrikt af.

Ik hoop dat we doorzetten. Samen staan we sterk. Ik wil helpen om brieven uit te delen met informatie.

Doorzetten is belangrijk. Wat je wilt bereiken is dat mensen een ander beeld krijgen van daklozen zodat ze serieus genomen worden. Dit lukt niet van de een op de andere dag. Hier is een lange adem voor nodig.

Bijlage V: Startlijst voor verwerken gegevens

Data analyse (door middel van vooraf opgestelde startlijst)

** Microniveau (individueel)*

Kennis consulent

Vaardigheden consulent

Houding consulent

** Mesoniveau (organisatie)*

Eigen organisatie

De organisatie in relatie tot instellingen en instanties

** Macroniveau (beleid)*

Invloed op beleid

Bijlage VI: Startlijst na verwerken gegevens

Data analyse (door middel van vooraf opgestelde startlijst data gerubriceerd, vetgedrukte items later toegevoegd)

** Microniveau (individueel)*

Kennis consulent

Doelgroep en leefsituatie, methodieken.

Vaardigheden consulent

Luisteren, grenzen stellen.

Houding consulent

Vertrouwen, onvoorwaardelijke acceptatie, gelijkwaardigheid.

** Mesoniveau (organisatie)*

Eigen organisatie

Profilering, informatie, professionaliteit, betrokkenheid.

De organisatie in relatie tot instellingen en instanties

Beeldvorming, signalering, onafhankelijkheid.

** Macroniveau (beleid)*

Invloed op beleid

Invloed, strategie, knelpunten.

** Overig*

Naamswijziging