

OUTREACH

- Outreachend werken betekent zelf de stap zetten naar mensen in een maatschappelijk kwetsbare positie die niet (goed) bereikt worden met als doel hun kwaliteit van leven te verhogen.
- De outreacher werkt vanuit een professioneel nabije houding in hun leefomgeving, met erkenning van de daar geldende waarden en normen.
- Daarbij staat relationeel en structureel werken centraal.



FAMILY OUTREACH

- Met gezinnen
- Thuis
- Via doorverwijzing
- Netwerk cliënt uitbreiden en/of
- Ontwikkeling kind en/of
- (Veiligheid gezin)
- Vrijwillige relatie (en aanklampend)
- Directe HVL

MOBIEL WERKEN

(Niet outreach)

- Weinig frequent, ad hoc ingezet en/of
- Niet volgens visie, houding, principes van outreach



COMMUNITY OUTREACH

- Met groepen (en individuen)
- Openbare ruimte
- Zelf zoeken
- Grondrechten en/of
- Werken aan verbinding tussen mensen/groepen of binnen groep en/of
- Werken aan normen binnen een groep
- Vrijwillige relatie
- Participeren
- Structureel werk/ Politiseren



STREET OUTREACH

- Met individuen of groepen
- Openbare ruimte
- Zelf zoeken
- Grondrechten
- Vrijwillige relatie
- Participeren
- Structureel werk/Politiseren
- Tijdsongebonden



HOUSE REACH

- Met individuen
- Thuis
- Via doorverwijzing
- QoL en/of
- Zelfredzaamheid verhogen
- Vrijwillige relatie (en aanklampend en voorwaardelijk)
- Directe en indirecte HVL

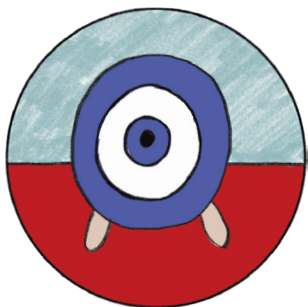


IN REACH

- Met individuen (of met groepen)
- In andere organisaties
- Via doorverwijzing
- Reïntegratie, arbeid, (geestelijke) gezondheid
- Vrijwillige relatie (en aanklampend en voorwaardelijk)
 - Directe HVL
 - Vaak categoriaal



WAARVOOR DIENT DEZE TYPOLOGIE?



- Om een **beleid en organisaties** een tool te bieden, die helpt beslissen welke vorm van outreach of mobiel werken bij welke doelstelling hoort.
- Om een **organisatie of team** handvatten te bieden bij aanwerving en coaching van werkers.
- Om **werkers** een reflectietool te bieden om de eigen praktijk af te wegen aan de typologie.
- Om **onderzoekers** een kader te bieden om te hanteren bij impactmeting en vergelijkend onderzoek.

WAT IS DE POSITIE VAN MOBIEL WERKEN?

De opsplitsing tussen outreach en mobiel werken houdt geen waardeoordeel in! Mobiel werken is uitermate belangrijk om cliënten beter te bereiken en ondersteunen.

Er gaat in deze typologie vooral aandacht naar outreach en minder naar mobiel werken. Onder mobiel werken verstaan we werkers die...

- ... **af en toe naar cliënten toegaan**, bv. omdat de cliënt tijdelijk de woning niet kan verlaten. De verplaatsing naar de cliënt is dan geen vast onderdeel van de werking maar gebeurt ad hoc.
- ... als opdracht hebben zich te verplaatsen naar cliënten, maar daar **kort en met een heel specifieke opdracht** komen. Bv. om een anamnese te doen of een controle uit te voeren.
- ... naar de leefwereld van mensen gaan om een (nieuw) **aanbod** van de eigen organisatie **bekend te maken**.
- ... de **principes van outreach niet of minder hanteren**. Bv. een wijkagent die als prioritaire opdracht 'veiligheid' heeft, maar vaak ook welzijnsgericht aan de slag gaat.



HOE VERSTANDIG MET DEZE TYPOLOGIE OMGAAN?

- De eerste vraag moet steeds zijn: 'Wat heeft de cliënt nodig?'. Kies na het bepalen van de **doelstelling(en)** de meest geschikte vorm van outreach of mobiel werken.



- De verschillende types uit de typologie sluiten elkaar niet uit. **Er bestaan veel mengvormen** en soms verschuift een werking na enige tijd van de ene vorm naar de andere.
- Deze typologie dient niet om de discussie 'ben ik nu wel of niet een outreacher' te verscherpen. Die discussie is zelden zinvol.
- De kenmerken die bij elk type vermeld staan, zijn de meest typerende. Het zijn dus **niet alle kenmerken!** Zo bleek bv. uit ons statistisch onderzoek dat 86% van de respondenten uit het type 'houreach' voornamelijk bij mensen thuis werkt. 12% werkt echter ook in de openbare ruimte. Toch vermeldt de typologie dit niet. Housereachers kunnen immers in de openbare ruimte of in andere organisaties werken, maar dit is minder kenmerkend dan het werken bij mensen thuis.