



Universiteit Utrecht

Heppie: Waar kinderen weer kind kunnen zijn

*Een studie naar de ervaren effectiviteit van de Heppie-vakanties en –weekenden van Stichting
Het Vergeten Kind*

Laura Neefjes (6115268)

MSc Youth, Education and Society

Utrecht University



Eerste beoordelaar:

Dr. Marije Kesselring

Tweede beoordelaar:

Dr. Joyce Endendijk

Datum:

22 juni 2018

Abstract

Background: In the Netherlands, 100.000 children grow up in a multi-problem family, for example, they live in poverty or have an addicted parent. Stichting Het Vergeten Kind is committed to these vulnerable children with direct and sustainable activities with the aim to let children forget their problems, develop well and participate in society. An example of a direct activity are the Heppie holiday-weeks and -weekends. **Aim:** In this study, the experienced effectiveness of Heppie is studied with the outcome-indicators range, satisfaction and goal achievement. **Method:** For this mixed-methods study, a questionnaire was filled in by 30 former-participants. Additionally, nine semi-structured interviews were held. **Results:** For the youth who have participated, their participation had a positive effect. They have learned how to make friends and have a special connection with the target group. Besides, they could forget their problems at home. **Conclusion:** This study shows that the youth have experienced the Heppie-holidays and -weekends as valuable. They were very positive about Heppie, have good memories and still benefit from their participation through things they have learned and experienced at Heppie.

Keywords: Children's holidays, outcome-evaluation, multi-problem families, resilience

Samenvatting

Achtergrond: In Nederland groeien 100.000 kinderen op in een multiprobleemgezin, zij hebben bijvoorbeeld te maken met armoede of een ouder met een verslaving. Stichting Het Vergeten Kind zet zich in voor deze kwetsbare kinderen met directe en duurzame activiteiten met als doel dat elk kind zich kind voelt, zich goed ontwikkelt en participeert in de maatschappij. Een voorbeeld van een directe activiteit zijn de Heppie-vakanties en -weekenden. **Doel:** In deze studie is met de outcome-indicatoren bereik, tevredenheid en doelrealisatie de ervaren effectiviteit van Heppie onderzocht. **Methode:** Voor dit mixed-methods onderzoek zijn vragenlijsten ingevuld door 30 oud-deelnemers. Aanvullend hebben negen van hen deelgenomen aan een semigestructureerd interview. **Resultaten** Voor de jongeren die hebben deelgenomen heeft hun deelname een positief effect gehad. Ze hebben geleerd vrienden te maken en ervaren een bijzondere band met andere jongeren uit de doelgroep. Ook konden zij bij Heppie hun zorgen van thuis even vergeten. **Conclusie:** Dit onderzoek laat zien dat de jongeren de vakanties als erg waardevol hebben ervaren. Ze zijn erg positief over Heppie, hebben goede herinneringen en hebben nog steeds profijt van hun deelname door dingen die ze bij Heppie geleerd en ervaren hebben.

Trefwoorden: Kindervakanties, outcome evaluatie, meervoudige problematiek, veerkracht

Heppie: Waar kinderen weer kind kunnen zijn

In Nederland wonen de gelukkigste kinderen ter wereld (Unicef, 2007). Echter, niet alle kinderen hebben een zorgeloze jeugd. Er zijn in Nederland ruim 100.000 kinderen van 0 tot 18 jaar die opgroeien in een gezin met meervoudige problematiek of die niet meer thuis kunnen wonen (Richtlijnen jeugdhulp en jeugdbescherming, 2017). Het gaat hierbij bijvoorbeeld om een gezin dat op of onder de armoedegrens leeft, kinderen met een ontwikkelingsstoornis, kinderen die opgroeien met een gezinslid met een handicap, ernstige ziekte of verslaving of kinderen die opgroeien in een opvanglocatie. Voor deze kinderen is het niet vanzelfsprekend dat zij zich goed ontwikkelen en volwaardig mee kunnen doen in de maatschappij (Stichting Het Vergeten Kind, 2016).

Stichting Het Vergeten Kind zet zich in om de kinderen die opgroeien in een multiprobleemgezin of opvanglocatie zich echt kind te laten voelen. Dit doen zij door directe hulp en beleidsbeïnvloeding. De directe hulp bestaat uit activiteiten en projecten die een directe positieve invloed hebben op het leven van kwetsbare kinderen. Het doel van de beleidsbeïnvloeding is het structureel verbeteren van de situatie van deze kinderen. Een voorbeeld van de directe hulp zijn de Heppie-vakanties en -weekenden (in het kort: Heppie). In het jaarplan voor 2018 (Stichting Het Vergeten Kind, 2017)¹ wordt beschreven dat met de evenementen en activiteiten, zoals Heppie, wordt bijgedragen aan de eigenwaarde van kinderen en dat de sociale vaardigheden van de kinderen gestimuleerd worden, waardoor de veerkracht wordt vergroot. Daarnaast worden de vakanties en weekenden georganiseerd om de kinderen de aandacht te geven die ze verdienen en ze hun zorgen van thuis te laten vergeten.

Bij Heppie wordt tijdens de vakanties en weekenden gewerkt met de werkwijze Klimaat van Aandacht. Er zijn positieve ervaringen met de werkwijze, maar de effectiviteit is nog niet onderzocht. Wel is er theoretische onderbouwing te vinden dat de werkwijze van Heppie kan bijdragen aan het vergroten van de veerkracht van de jongeren.

Als de werkwijze van Heppie effectief blijkt, kan deze eventueel verder uitgebreid worden naar andere evenementen die Het Vergeten Kind organiseert. Daarnaast kunnen aspecten uit de werkwijze wellicht toegepast worden door andere organisaties en professionals die met kinderen en jongeren werken.

Het doel van de huidige studie is inzicht krijgen in de ervaren effectiviteit van de Heppie-vakanties en weekenden, aan de hand van de outcome-indicatoren bereik,

¹ Bron niet publiekelijk toegankelijk

tevredenheid en doelrealisatie (Van Yperen, De Wilde, & Keuzenkamp, 2014). De vraag die centraal staat is *Wat is de ervaren effectiviteit van de Heppie-vakanties en -weekenden volgens de jongeren die deelgenomen hebben?*

Theoretisch kader

In deze sectie wordt een beschrijving gegeven van de Heppie-vakanties en -weekenden en de drie indicatoren waarmee volgens Van Yperen et al. (2014) de resultaten van een interventie gemeten kunnen worden. Deze indicatoren zullen gekoppeld worden aan de Heppie-vakanties en -weekenden.

Heppie-vakanties en weekenden (Heppie)

Stichting Heppie – sinds 2016 onderdeel van Stichting Het Vergeten Kind – organiseert al ruim 20 jaar vakanties voor jongeren van 6-18 jaar uit kwetsbare gezinnen. De vakanties duren een midweek, van maandag tot vrijdag. Een weekend duurt van vrijdagavond tot zondagmiddag. Als jongeren meegaan met een weekendcyclus, gaan ze gedurende vier maanden iedere maand een weekend naar Heppie. Deze weekenden worden georganiseerd in Hotel Heppie (Mierlo, Noord-Brabant). Ieder weekend van een cyclus is in principe dezelfde groep vrijwilligers aanwezig. Naast de reguliere vakanties en weekenden, die in Mierlo en Veldhoven georganiseerd worden, worden in samenwerking met Stichting De Eendracht ook zeilvakanties georganiseerd voor jongeren van 15 tot 18 jaar.

Tijdens de vakanties en weekenden werken de vrijwilligers volgens Het Klimaat van Aandacht (Stichting Het Vergeten Kind, 2016). Deze werkwijze is gebaseerd op uitgangspunten van onderzoeksliteratuur over positief opvoeden en een positief pedagogisch klimaat en kent drie pijlers namelijk willen, zien en doen. Willen gaat over ‘hart hebben voor de doelgroep’ en de betrokkenheid van de vrijwilligers bij de doelgroep. Zien gaat over ‘achter het gedrag kijken’ en de jongeren helpen om ander gedrag te laten zien om hetzelfde doel te bereiken. De pijler doen gaat over ‘positief begeleiden’, waarbij het bieden van structuur en het stimuleren van positief gedrag een belangrijke rol spelen. Ook humor en enthousiasme passen bij het positief begeleiden. Het belang van een positieve benadering wordt ook in de literatuur beschreven door Masten (2011) en Sanders (1999)

Outcome indicator 1: Bereik

De eerste outcome-indicator in deze studie is bereik, dat omschreven kan worden als de mate waarin de doelgroep de informatie kent of de mate van bereik onder jeugdigen (Van Yperen et al., 2014).

Heppie geniet grote bekendheid onder ouders en professionals doordat het al 20 jaar bestaat. Uit documenten van Stichting Het Vergeten Kind (2017) blijkt dat er ieder jaar meer aanmeldingen dan plaatsen waren voor zowel de Heppie-vakanties als -weekenden. Het gerealiseerde bereik was in deze jaren groter dan het geplande bereik. Om dit aantal aanmeldingen te bereiken is nauwelijks promotie vanuit de organisatie nodig. Het is niet bekend hoeveel potentiële deelnemers Heppie niet kennen en daardoor gemist worden.

Outcome indicator 2: Cliënttevredenheid

De tweede outcome-indicator in deze studie is tevredenheid, dat omschreven kan worden als de mate waarin de doelgroep de dienst als ‘nuttig’ ervaren heeft (Van Yperen et al., 2014).

Na iedere vakantie en iedere weekendcyclus werd er door de organisatie een tevredenheidsvragenlijst naar de deelnemers en hun ouders/begeleiders verstuurd om de tevredenheid over de informatievoorziening voor de ouders en de aansluiting bij de behoeften van de jongeren te meten. De vragen werden gemiddeld door 30-40% van de benaderde aanmelders en deelnemers ingevuld. Dit waren voor de zomer van 2017 bijvoorbeeld 221 aanmelders en 182 deelnemers.

Tussen 2010 en 2016 vulden de aanmelders en deelnemers een aantal vragen in over hun tevredenheid op een 5-puntsschaal. Sinds 2017 werden dezelfde vragen beantwoord op een 10-puntsschaal. In dat jaar is er ook een vraag toegevoegd over het totaalcijfer wat de aanmelders en jongeren aan Heppie geven.

In de tevredenheidsvragenlijst voor de ouders stond een aantal vragen die passen bij de tevredenheid over het resultaat. De meest relevante vragen, die passen bij de doelen dat ieder kind aandacht verdient en te zorgen dat kinderen zich kind kunnen voelen, waren ‘*In hoeverre hebben wij, naar uw inschatting, rekening gehouden met de behoeftes van uw kind?*’ en ‘*Hoe denkt u dat uw kind het vond bij Heppie?*’ De gemiddelde cijfers liggen voor deze vragen respectievelijk tussen de 4,3 en 4,8 en tussen de 4,7 en 4,9 op een 5-puntsschaal.

Daarnaast vulden de jongeren zelf een vragenlijst in waarin ieder jaar werd gevraagd ‘*Hoe heb je je gevoeld bij Heppie?*’ Deze vraag past bij het doel om kinderen zich kind te laten voelen. Tot 2016 kregen de jongeren ook de vraag hoe leuk ze Heppie vonden. Deze vraag past bij hetzelfde doel. De gemiddelde cijfers per jaar voor deze vragen liggen respectievelijk tussen de 4,5 en 4,8 en tussen de 4,7 en 4,9 op een 5-puntsschaal.

Outcome indicator 3: Doelrealisatie

De derde en laatste outcome indicator in deze studie is doelrealisatie en kan omschreven worden als de mate waarin de doelgroep aangeeft dat de beoogde doelen zijn

bereikt. De Heppie-vakanties en -weekenden hebben drie doelen: Het vergroten van de veerkracht van jongeren, jongeren de aandacht geven die ze verdienen en kinderen weer kind laten zijn.

Doel 1: Het vergroten van de veerkracht van jongeren. Het eerste doel van de Heppie-vakanties en -weekenden is *het bevorderen van de positieve ontwikkeling van deelnemende jongeren door het vergroten van hun veerkracht*. Om te onderzoeken of dit doel wordt bereikt, is het van belang om de betekenis van veerkracht duidelijk te beschrijven. In de literatuur worden verschillende definities voor veerkracht gegeven. Zo beschrijven Wright, Masten en Narayan (2013) veerkracht als een positieve aanpassing aan een risicovolle omgeving met tegenslagen, Masten (2011) noemt de capaciteit van een dynamisch systeem om verstoringen te weerstaan of hiervan te herstellen en Ungar (2004) geeft definities van veerkracht vanuit twee verschillende perspectieven. Vanuit het ecologische model wordt de relatie tussen verschillende systemen om het individu heen genoemd en wordt veerkracht gezien als objectief welzijn, terwijl er vanuit het constructivisme meer nadruk wordt gelegd op de invloed van de omgeving en gevoelsmatig welzijn. Een kenmerk van veerkracht dat terugkomt in alle definities, is een goede aanpassing in een situatie met risico's, tegenslagen en negatieve levensgebeurtenissen. Een ander relevant kenmerk van veerkracht, is dat het geen gegeven is, maar een capaciteit die zich ontwikkelt door interacties tussen de persoon en de omgeving (Egeland, Carlson, & Sroufe, 1993; Masten, 2011).

De factoren die kunnen bijdragen aan de ontwikkeling van veerkracht, kunnen onderverdeeld worden in drie niveaus van het ecologische model (Bronfenbrenner, 1977): het individu, het microniveau en het mesoniveau. De werkwijze van Heppie richt zich op het versterken van veerkracht op alle drie deze niveaus. Op het individuele niveau gaat het om het weten dat je fouten mag maken, autonomie en onafhankelijkheid, betekenisvolle taken, vrienden kunnen maken, talent en humor.

Als jongeren weten dat het niet erg is om fouten te maken, kan dit bijdragen aan de veerkracht (Alvord & Grados, 2005). Bij Heppie krijgen jongeren altijd een tweede kans en wordt er achter het gedrag van het kind gekeken. Ook autonomie, onafhankelijkheid (Grotberg, 1995) en het hebben van betekenisvolle verantwoordelijkheden (Alvord & Grados, 2005) dragen bij aan de ontwikkeling van zelfvertrouwen. Bij Heppie mogen de jongeren van 12-18 meedenken over de invulling van het programma. Ook de jongere deelnemers kunnen met ideeën komen, waar naar geluisterd wordt door de vrijwilligers. Een ander voorbeeld van een betekenisvolle taak die de jongeren kunnen hebben is tijdens de zeilvakantie met De Eendracht. Tijdens deze vakantie werken de jongeren in ploegendiensten samen met de

bemanning van het schip. Naast het hebben van verantwoordelijkheden draagt het maken van vrienden ook bij aan de ontwikkeling van veerkracht (Alvord & Grados, 2005). Tijdens Heppie krijgen de jongeren de kans om nieuwe vrienden te maken. De oudere deelnemers houden vaak buiten de vakanties en weekenden nog contact met andere deelnemers. Een andere factor op het individuele niveau die een positieve bijdrage kan leveren aan de veerkracht van jongeren is een talent waar iemand trots op is (Werner, 1993). Bij Heppie worden verschillende activiteiten en workshops aangeboden. Hier kunnen jongeren mogelijk een talent ontdekken dat ze later verder kunnen ontwikkelen. Ten slotte wordt door Wolin en Wolin (1993) beschreven dat humor een copingmechanisme is dat kan helpen in stressvolle situaties. Humor past binnen de werkwijze bij de pijler 'doen'.

Naast de factoren op het individuele niveau blijken ook de relatie met (ten minste) één ouder, structuur, een rolmodel en vriendschap bij te dragen aan de veerkracht van jongeren. Zo laat onderzoek zien dat de belangrijkste factor op microniveau een goede relatie met tenminste één ouder blijkt te zijn (Vanderbilt-Adriance & Shaw, 2008; Werner, 1993). Hier wordt tijdens Heppie niet direct aan gewerkt, maar de jongeren en ouders kunnen, apart van elkaar, wel tot rust komen en nieuwe energie opdoen, wat zij meenemen naar de thuissituatie. Verder wordt beschreven dat voor jongens structuur en een mannelijk rolmodel van belang zijn, terwijl voor meisjes nadruk op onafhankelijkheid en een betrouwbare vrouwelijke steun genoemd worden (Werner, 1993). De structuur wordt tijdens de vakanties en weekenden geboden door een vaste dagstructuur en een dagprogramma met pictogrammen. Met het Klimaat van Aandacht wordt geprobeerd om een betrouwbare steun voor de jongeren te zijn. Dit gebeurt door de jongeren onvoorwaardelijk te accepteren en naar hen te luisteren. De jongeren en vrijwilligers hebben buiten de vakanties geen contact met elkaar. Daardoor is het contact slechts tijdelijk. Tijdens de weekendcyclus zien de jongeren dezelfde vrijwilligers iedere maand terug, waardoor zij steun kunnen krijgen van vertrouwde gezichten. De jongeren kunnen met hen ook bespreken wat er in de maand tussen twee weekenden gebeurd is. Daarnaast komen veel jongeren meerdere jaren terug. Dan komen ze tijdens de vakanties soms dezelfde vrijwilligers tegen, waardoor de jongeren weer terecht kunnen bij een vrijwilliger die ze al kennen en vertrouwen.

Naast de steun van volwassenen wordt door Legault, Anawati en Flynn (2006) vriendschap genoemd als factor die bijdraagt aan de veerkracht van jongeren. Jongeren die opgroeien in een kwetsbare situatie waarderen vriendschappen met jongeren die in een vergelijkbare situatie opgroeien, omdat zij zich met elkaar kunnen identificeren (Mann-Feder, 2018). Bij Heppie kan dit een rol spelen in de vriendschappen die daar ontstaan. Criss, Pettit,

Bates, Dodge en Lapp (2002) beschrijven het belang van vriendschappen omdat deze de negatieve relatie met ouders kunnen compenseren als jongeren op zichzelf gaan wonen.

Ook op mesoniveau zijn er factoren die kunnen bijdragen aan de veerkracht. Op dit niveau wordt bijvoorbeeld de steun van een volwassene of leeftijdsgenoot genoemd (Werner, 1993). Verder draagt een sterke band met de gemeenschap bij aan de veerkracht (Luthar & Zelazo, 2003). Daarnaast kan het gevoel ergens bij te horen en geaccepteerd te worden bijdragen aan veerkracht (Alvord & Grados, 2005). Bij Heppie worden alle jongeren betrokken bij de activiteiten die gedaan worden. Er is altijd iemand om mee te spelen. Dit kan er voor de jongeren voor zorgen dat ze het gevoel hebben bij de groep te horen. Naast acceptatie kan ook een positieve benadering bijdragen aan de ontwikkeling van veerkracht (Masten, 2011). Er wordt dan, zoals bij Heppie, vooral naar de krachten en de positieve kant van de jongeren gekeken.

In de fysieke omgeving kan natuur gezien worden als een buffer voor stressvolle levensgebeurtenissen (Wells & Evans, 2003). Buitenspelen kan jongeren helpen om negativiteit te verwerken. Bij Heppie worden er veel activiteiten buiten gedaan. Er worden met de hele groep grote bosspellen gespeeld, maar de jongeren kunnen ook in de vrije tijd naar buiten. Daarnaast zijn er outdoor-vakanties, waar de jongeren veel activiteiten buiten doen.

Doel 2: Ieder kind verdient aandacht. Het tweede doel van de Heppie-vakanties en -weekenden is jongeren de aandacht geven die ze verdienen. In een rapport van de Kinderombudsman wordt beschreven dat kinderen en jongeren échte aandacht nodig hebben (Verheul & De Jong, 2016). Dit betekent volgens de onderzoekers tijd maken, interesse hebben, goed luisteren en kijken naar het kind als persoon. Aandacht voor kinderen is ook een van de aspecten van positieve opvoeding (Sanders, 1999).

Aan deze doelstelling wordt tijdens de vakanties en weekenden gewerkt door de werkwijze Klimaat van Aandacht. In deze werkwijze staat centraal wat de jongeren van de begeleiders nodig hebben. Volgens de werkwijze gaat het om onvoorwaardelijke acceptatie van hen als persoon. Het is hierbij van belang om oprecht te zijn, echt te luisteren, mee te spelen en geen moeilijke woorden te gebruiken (Stichting Het Vergeten Kind, 2016). Dit sluit aan bij het rapport van Verheul en De Jong (2016). Ook vervulling van behoeften en affectie horen bij responsiviteit en aandacht (Carlo, White, Streit, Kneit, & Zeiders, 2018). Het bieden van (ouderlijke) warmte zorgt volgens onderzoek voor minder internaliserende en externaliserende problemen (Gurdal, Lansford, & Sorbring, 2016). Door naar de jongeren te

luisteren, ze aandacht te geven en ze steunen wordt tijdens Heppie aan deze aspecten gewerkt.

Doel 3: Kinderen zich echt kind laten voelen. Een ander doel waar Het Vergeten Kind zich voor inzet is *kinderen zich echt kind laten voelen* (Stichting Het Vergeten Kind, 2018). Tijdens de Heppie-vakanties en -weekenden krijgen de jongeren de kans om plezier te hebben, onbezorgd te spelen en te ontspannen in een veilige omgeving. Het gaat er hierbij voornamelijk om dat de jongeren de problemen thuis even kunnen vergeten en zich leeftijdsadequaat kunnen gedragen (Heppie, 2018). Positieve gebeurtenissen en plezier maken zijn belangrijke factoren die stress en zorgen kunnen verminderen (Davidson, Shahar, Lawless, Sells, & Tondora, 2006).

Huidig onderzoek

De huidige studie richt zich op de ervaren effectiviteit van de Heppie-vakanties en weekenden, waarbij gebruik wordt gemaakt van de outcome-indicatoren bereik, tevredenheid en doelrealisatie.

Het Vergeten Kind heeft in het verleden zelf gegevens verzameld over het bereik en de tevredenheid van de deelnemers. Op basis van deze bestaande gegevens wordt verwacht dat beide hoog zullen zijn. Daarnaast zijn in de literatuur factoren te vinden die bij kunnen dragen aan de realisatie van de doelen die Het Vergeten Kind nastreeft met de Heppie-vakanties en -weekenden. Deze factoren kunnen ook gekoppeld worden aan de werkwijze Klimaat van Aandacht. Er wordt op basis van de theoretische onderbouwing verwacht dat de doelen behaald worden.

Om de hoofdvraag *Wat is de ervaren effectiviteit van de Heppie-vakanties en -weekenden volgens de jongeren die deelgenomen hebben?* te kunnen beantwoorden zijn drie deelvragen opgesteld die aansluiten bij de outcome-indicatoren van Van Yperen et al. (2014):

- *In welke mate bereikt Heppie de beoogde doelgroep?*
- *In hoeverre zijn de deelnemers van Heppie tevreden over de vakanties en weekenden?*
- *In hoeverre worden de beoogde doelen van Heppie gerealiseerd volgens de deelnemers?*

Methode

Type onderzoek

In dit exploratieve mixed-methods onderzoek is een praktijkgerichte evaluatie uitgevoerd naar de ervaren effectiviteit van de Heppie-vakanties en -weekenden. Met behulp

van een vragenlijst ($n = 30$) en semigestructureerde interviews ($n = 9$) is bij oud-deelnemers data verzameld over het bereik, de tevredenheid en de doelrealisatie.

Participanten en Procedure

Participanten in dit onderzoek waren jongeren tussen de 18 en 21 jaar voor wie het één tot drie jaar geleden is dat zij voor het laatst zijn meegegaan met een Heppie-vakantie of -weekendcyclus. De totale groep oud-deelnemers in deze leeftijdscategorie bestond uit 100 jongeren. Hiervan zijn 93 jongeren benaderd, van wie zeker was dat zij niet meer meegaan met de Heppie-vakanties en -weekenden. De andere zeven jongeren waren 18 jaar en konden zich nog aanmelden voor de zomervakantie van 2018. Er werd voor deze doelgroep gekozen, omdat zij terug konden kijken en konden reflecteren op de Heppie-vakanties en -weekenden en niet meer uitkijken naar komende activiteiten. Dit is van belang om te kunnen onderzoeken wat de effecten op langere termijn zijn van Heppie.

Van de meeste oud-deelnemers was alleen het e-mailadres bekend van de ouder/begeleider die hen ten tijde van hun deelname aan Heppie aangemeld heeft. Er werd een e-mail verstuurd naar 90 ouders en begeleiders. Van de andere drie jongeren was het e-mailadres wel bekend, omdat zij vrijwilliger zijn geworden. Zij werden direct benaderd.

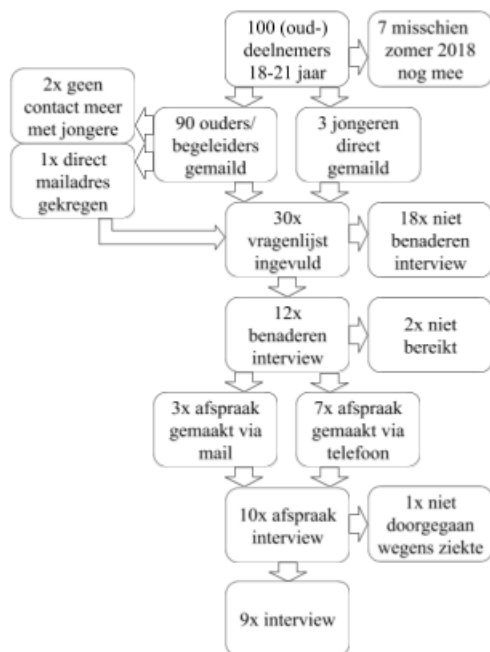
Per e-mail kregen de ouders/begeleiders de digitale vragenlijst voor de oud-deelnemers toegestuurd. De ouders en begeleiders hadden de opties om de vragenlijst direct door de jongeren in te laten vullen of de vragenlijst door te sturen naar de jongeren. Twee begeleiders gaven via een antwoord op de e-mail aan geen contact meer te hebben met de jongeren die zij in het verleden hebben aangemeld voor Heppie.

De ouders en begeleiders hadden ook de mogelijkheid om de contactgegevens van de jongeren door te geven, zodat de onderzoeker de jongeren direct kon benaderen. Eén ouder heeft voor deze optie gekozen en deze jongere is vervolgens direct benaderd. De vragenlijst werd uiteindelijk ingevuld door 30 jongeren, 12 jongens en 18 meisjes. Van hen zijn 6 jongeren één keer naar een Heppie-vakantie geweest, 9 jongeren twee tot vier keer (7x vakantie, 2x weekenden), 8 jongeren vijf tot acht keer (1x vakanties, 7x vakanties en weekenden) en 7 jongeren meer dan acht keer (1x vakanties, 6x vakanties en weekenden)

Aanvullend op de vragenlijsten zijn interviews gehouden. Participanten voor de interviews zijn geworven door aan het einde van de vragenlijst aan de jongeren te vragen of de onderzoeker hen mocht benaderen voor een interview. Twaalf jongeren gaven hier toestemming voor en zijn per mail benaderd voor een interview. Op deze manier zijn drie afspraken gemaakt. De andere 9 jongeren zijn telefonisch benaderd. Twee van deze negen jongeren werden ook telefonisch niet bereikt. Er zijn totaal 10 afspraken voor een interview

gemaakt. Eén van de interviews is wegens ziekte niet doorgegaan, waardoor er 9 interviews gehouden zijn met vijf jongens en vier meisjes. De interviews duurden gemiddeld 25 minuten en vonden plaats op een locatie die werd gekozen door de jongeren zelf. Dit was meestal bij hen thuis of in de woonvoorziening waar zij woonden.

De stappen die gezet zijn om tot de 30 ingevulde vragenlijsten en 9 interviews te komen, zijn in onderstaande figuur schematisch weergegeven (Figuur 1).



Figuur 1. Schematische weergave participanten

Instrumenten

Bestaande documenten. Om het geplande en gerealiseerde bereik te bepalen is gebruikgemaakt van bestaande documenten. Het geplande bereik wordt jaarlijks vastgelegd in het jaarplan van Het Vergeten Kind. Het aantal aanmeldingen voor de vakanties en weekenden is alleen terug te vinden in interne documenten.

Vragenlijst. De vragenlijst bestond uit twee delen. In het eerste deel van de vragenlijst werden algemene gegevens van de oud-deelnemers en informatie over hun deelname verzameld. In dit deel is bijvoorbeeld gevraagd naar leeftijd, woonsituatie en frequentie van deelname aan de Heppie-vakanties en/of -weekenden.

In het tweede deel van de vragenlijst werd gevraagd naar de ervaringen van de jongeren met betrekking tot de onderdelen van de Heppie-werkwijze die passen bij de doelstellingen van Heppie. In de vragenlijst werden stellingen voorgelegd die de jongeren konden afmaken door te kiezen uit zeven antwoordopties. Er konden meerdere antwoorden

gekozen worden. Een voorbeeld van een stelling is: “Door Heppie ...” Bij deze stelling waren de antwoordopties “... kan ik beter voor mezelf opkomen”, “...vond ik het thuis lastiger”, “...heb ik iets leuks om aan terug te denken”, “...voel ik me minder alleen”, “... kan ik makkelijker vrienden maken”, “Dit past allemaal niet bij mij” en “Iets anders, namelijk...”. De laatste twee opties waren bij iedere stelling gelijk. Na iedere stelling was er ruimte voor toelichting. Om de tevredenheid van de jongeren te onderzoeken werd aan de jongeren gevraagd om op een 10-puntsschaal een totaalcijfer voor Heppie te geven. Daarnaast werd in een open vraag aan de jongeren gevraagd om kort uit te leggen wat Heppie voor hen heeft betekend.

Interview. Om meer inzicht te krijgen in de ervaringen van de jongeren zijn aanvullend op de vragenlijst interviews gehouden. Tijdens de interviews werd er meer ingaan op de ervaren effectiviteit van de Heppie-vakanties en -weekenden volgens de oud-jongeren. Hierin kwamen de indicatoren bereik, tevredenheid en doelrealisatie naar voren. Voor de indicator bereik werd aan de jongeren gevraagd hoe ze bij Heppie terecht zijn gekomen. Naar de tevredenheid werd gevraagd door aan de jongeren te vragen of zij Heppie zouden aanraden aan anderen en wat eventuele verbeterpunten zijn. De indicator doelrealisatie werd onder andere gemeten met vragen over het effect dat Heppie voor hen heeft gehad, hoe zij zich voelden bij Heppie en of de jongeren iets geleerd hebben bij Heppie waar zij later nog iets aan hebben gehad. Verder was er in de interviews ruimte voor eigen input van de oud-jongeren. Op deze manier konden er nieuwe aspecten naar voren komen die niet werden verwacht op basis van de literatuur en de werkwijze die streeft naar het behalen van de doelen.

Betrouwbaarheid en validiteit

Om de betrouwbaarheid van het onderzoek te vergroten is de vragenlijst getest door drie collega's van de onderzoeksafdeling van Het Vergeten Kind en als proef ingevuld door zeven jongeren van de jongerenraad van Het Vergeten Kind en jongeren die nog meegaan met Heppie. Er zijn geen grote aanpassingen meer gedaan na de test.

Voor de externe validiteit moest er rekening mee worden gehouden dat er een bepaalde groep oud-deelnemers is die vaker reageert op de vraag of zij een vragenlijst willen invullen en mee willen doen met een interview. Het waren veelal de jongeren die een redelijk hoog niveau hebben en enthousiast zijn over Heppie. Om dit te ondervangen werd er in de vragenlijst ook gevraagd naar het opleidingsniveau van de jongeren en er werd gevraagd of zij een totaalcijfer aan Heppie willen geven. Op deze manier werd er gekeken of er een bepaalde groep oververtegenwoordigd is.

Analyse

Vragenlijst. De antwoorden op de vragenlijst zijn geanalyseerd met Excel. Er werd voor iedere antwoordoptie gekeken hoeveel procent van de jongeren een bepaalde optie om een stelling af te maken heeft gekozen. Deze antwoordopties werden gekoppeld aan de doelstellingen van Heppie. De antwoorden op de open vragen zijn gecodeerd. De codes werden ontwikkeld op basis van de factoren die passen bij de doelrealisatie. Fragmenten die niet bij een van deze factoren pasten kregen een aparte code. Van de totaalcijfers die de jongeren aan Heppie gaven, is het gemiddelde berekend om de tevredenheid te meten.

Interview. Van alle interviews zijn geluidsopnames gemaakt. Deze zijn vervolgens getranscribeerd en gecodeerd met het programma atlas.ti. Tijdens het transcriberen zijn de namen waardoor een participant geïdentificeerd kan worden, verwijderd. De interviews zijn geanalyseerd aan de hand van de stappen van Boeije (2005). Daarbij werden de gegevens eerst open gecodeerd, waarbij de transcripten opgedeeld werden in fragmenten, waarvoor een code werd bepaald die past bij de inhoud. Op deze manier hebben alle tekstfragmenten een code gekregen en is er een lijst met codes ontstaan die vervolgens gebruikt werd voor axiale codering. Alle fragmenten die een code hebben gekregen tijdens de open codering zijn gecontroleerd. Tot slot is gekeken of er codes samengevoegd dienden te worden, of dat het mogelijk en noodzakelijk was om hoofd- en subcategorieën op te stellen (Boeije, 2005). Hierdoor werd het bereik, de tevredenheid en de doelrealisatie volgens de codering zichtbaar.

Resultaten

Deze paragraaf doet verslag van de belangrijkste resultaten uit interne documenten, de vragenlijsten (n = 30) en interviews (n = 9) met jongeren waarvoor het één tot drie jaar geleden is dat zij voor het laatst zijn meegegaan met een Heppie-vakantie of -weekendcyclus. De resultaten worden besproken per onderwerp van de deelvragen: bereik, tevredenheid en doelrealisatie.

Outcome indicator 1: Bereik

In welke mate bereikt Heppie de beoogde doelgroep?

Uit documenten van Stichting Het Vergeten Kind (2017) bleek dat er ieder jaar meer aanmeldingen dan plaatsen waren voor zowel de Heppie-vakanties als -weekenden. De cijfers die voor dit onderzoek bekeken zijn, jaar 2016 en 2017, bevestigen dit beeld. Het geplande bereik voor 2017 was 912 plaatsen in 36 vakanties en 234 plaatsen in 17 weekendcycli. Het gerealiseerde bereik voor deze plaatsen was respectievelijk 1415 en 394 aanmeldingen. Dat betekent dat 64,4% van de aangemelde jongeren meekon met een vakantie en 59,4% met een

weekendcyclus. Voor 2016 gold dat het geplande bereik 840 plaatsen in 33 vakanties en 216 plaatsen in 17 weekendcycli was. In dat jaar was het gerealiseerde bereik respectievelijk 1365 en 483 aanmeldingen en kon dus 61,5% van de aangemelde jongeren mee met een vakantie en 44,7% met een weekendcyclus.

Om inzicht te krijgen in de manier waarop Heppie de doelgroep bereikt, is de participanten in de interviews gevraagd hoe zij bij Heppie terecht gekomen zijn. Veel van hun ouders wisten via hulpverleners van Heppie. Een andere veelgenoemde bron was een bekende of een familielid van het gezin die ook naar Heppie ging.

Tijdens de interviews werd ook door een jongere aangegeven dat het niet voor iedereen mogelijk is om deel te nemen aan de weekenden, omdat het veel (reis)tijd en geld kost. De jongeren moesten vier keer op vrijdagmiddag weggebracht worden en op zondagochtend weer opgehaald. Voor (de ouders van) jongeren die niet in de buurt van Hotel Heppie (Mierlo) woonden en hun kinderen wegbrengen, kost dit veel tijd en geld. Een deel van de jongeren zal wellicht zelfstandig reizen en/of reiskosten dragen.

Outcome indicator 2: Cliënttevredenheid

In hoeverre zijn de deelnemers van Heppie tevreden over de vakanties en weekenden?

In de vragenlijst werd aan de oud-deelnemers gevraagd welk cijfer zij aan Heppie geven. In lijn met de resultaten uit de tevredenheidsmeting die Het Vergeten Kind kort na de vakanties en weekenden uitzet onder de deelnemers, blijkt dat de jongeren de vakanties en weekenden één tot drie jaar na hun deelname nog steeds hoog waarderen. Zij gaven Heppie gemiddeld een 9.25 ($SD = 0.87$) op een 10-puntsschaal. Onder de geïnterviewde jongeren lag dit cijfer nog hoger: zij gaven Heppie allemaal een 10. Deze cijfers bleken niet significant van elkaar te verschillen ($p = .627$).

Een andere manier om de tevredenheid te meten is door te vragen of de oud-deelnemers Heppie zouden aanraden aan andere jongeren. Alle jongeren gaven tijdens het interview desgevraagd aan dat zij Heppie aanraden. Een van de jongere maakte hierbij de opmerking dat hij Heppie zou aanraden aan jongeren die anders niet zo makkelijk op vakantie kunnen of die het thuis lastig hebben. Hij zou het niet aanraden voor jongeren die het thuis goed hebben, omdat het voor hen niet nodig zou zijn om met Heppie mee te gaan. Dit laat zien dat Heppie volgens hem belangrijk is voor deze specifieke doelgroep.

Vier jongeren gaven in de vragenlijst aan dat ze het jammer vonden dat ze na hun 18e niet meer naar Heppie konden. Dit laat zien dat de jongeren het naar hun zin hebben bij Heppie en deze ervaring langer zouden willen, maar het kan ook gezien worden als ontevredenheid over het aanbod. Ook zijn er jongeren die niet tot hun 18e zijn mee geweest,

omdat ze merkten dat het niveauverschil te groot werd. Er waren bijvoorbeeld jongeren die havo-/vwo-niveau hadden, maar ook jongeren met een licht verstandelijke beperking. Verder gaf een aantal jongeren aan dat ze de vrijwilligers en deelnemers graag nog een keer zouden willen zien of spreken om herinneringen te delen. Dit werd bijvoorbeeld aangegeven in de vragenlijst:

Ik zou het leuk vinden als er na een aantal jaar een soort reünie zou kunnen komen om herinneringen te kunnen delen en Heppie niet na je 18e gelijk voor iedereen is afgelopen. Bij de jongeren die bij Heppie zijn geweest en die ik nog spreek, merk ik dat ze het heel jammer vinden dat Heppie voorbij is en dat ze graag nog met Heppie genootjes willen afspreken maar het zelf niet lukt dit te regelen – Meisje, 19

Jongeren die zowel vakantieweken als -weekenden hebben gedaan, gaven aan dat ze de weekenden ‘leuker’ vonden. Hiervoor werden als redenen gegeven dat ze tussen de weekenden contact konden blijven houden met de andere deelnemers, dat ze iedere maand met dezelfde groep bij elkaar waren, maar toch ieder weekend in een cyclus andere activiteiten ondernamen en Heppie echt een deel van hun leven werd. Dit laat ook het belang van 18+ aanbod zien. Een van de jongeren beschreef dit als volgt:

Dat [zeilen met de Eendracht] was wel het leukste en daarnaast de weekenden omdat dat toch iets is wat door in je leven blijft spelen. En een vakantie is een vakantie en dat is een eenmalig iets, maar de weekenden wordt het echt een deel van je leven. Klinkt heel zwaar, maar zo voelde het wel – Meisje, 19 (interview)

Aan de jongeren werd gevraagd of zij nog verbeterpunten hadden voor Heppie. Een aantal van de dingen die genoemd werden, zijn dat er meerdere jaren achter elkaar dezelfde spellen worden gedaan, dat sommige jongeren vinden dat zij niet genoeg mogen roken en dat de jongeren hun telefoon (moeten) inleveren. De laatste twee punten relativeerden zij vaak zelf door aan te geven dat er niet veel tijd is om te roken en om bezig te zijn met hun telefoon en dat ze het, achteraf, goede maatregelen vonden.

Outcome indicator 3: Doelrealisatie

In hoeverre worden de beoogde doelen van Heppie gerealiseerd volgens de deelnemers?

Doel 1: Het vergroten van de veerkracht van jongeren. Uit de vragenlijsten en interviews kwamen zes factoren naar voren die de jongeren bij Heppie hebben ervaren, die

samen kunnen hangen met de ontwikkeling van de veerkracht van de jongeren: zelfvertrouwen, vriendschap, acceptatie, de rol van de vrijwilligers, structuur en blijvende impact.

Zelfvertrouwen: Van de jongeren die de vragenlijst hebben ingevuld gaf 53,3% aan dat hun deelname aan Heppie bijgedragen heeft aan hun gevoel van eigenwaarde en zelfvertrouwen. Dit komt enerzijds door de werkwijze van Heppie en anderzijds door het contact met andere deelnemers. De werkwijze van Heppie heeft volgens een van de oud-deelnemers bijgedragen aan haar zelfvertrouwen omdat alles volgens haar oké en leuk was. Je was goed zoals je was. Een andere jongere zei dat Heppie hem heeft gemaakt zoals hij nu is: “sterk en zelfverzekerd”. Dit komt door het goede gevoel dat hij bij Heppie altijd had. Verder gaf 30% van de jongeren aan dat ze door Heppie beter voor zichzelf kunnen opkomen. Dat laat zien dat ze voldoende zelfvertrouwen hebben om dat te durven en kunnen.

Daarnaast lijkt contact met andere deelnemers te hebben bijgedragen aan het zelfvertrouwen van de jongeren door elkaar te helpen en vertrouwen te geven. Een van hen illustreerde dat met een voorbeeld van een outdoor-vakantie waaraan hij heeft deelgenomen:

Ik bedoel, ik zat wel eens in een groep daar was een meisje ook autistisch en die was op outdoor kamp, maar voor sommige mensen kan dat best eng zijn. Nou die durfde in het begin van de week niks. We hebben er als groep eigenlijk voor gezorgd dat ze na twee dagen alles voluit meedeed. Vol vertrouwen. Ja als je dat dan ziet, dat iemand dan vol vertrouwen opeens mee kan gaan en dan terwijl ze net binnenkwam en in een hoekje zat, zo verlegen, ja dat doet je wel, als je dat dan ziet, doet wel goed. – Jongen, 19 (interview)

Vriendschappen: Twintig van de 30 jongeren (66,7%) gaven in de vragenlijst aan dat ze bij Heppie vrienden hebben gemaakt. Tijdens het interview gaf een aantal jongeren aan dat ze nog steeds contact hebben met jongeren die ze bij Heppie hebben ontmoet. Ook lijkt Heppie ervoor te hebben gezorgd dat een aantal jongeren heeft geleerd hoe ze vrienden moeten maken. Hier hebben zij naar eigen zeggen later, buiten Heppie, ook profijt van gehad.

Ik leerde bij Heppie vrienden maken. Dat is heel raar, maar ik vond het vroeger heel moeilijk om vrienden te maken. Nu heb ik vrienden voor het leven en dat heb ik eigenlijk door Heppie kunnen krijgen. Niet dat ik ze daar ontmoet heb, maar gewoon daar heb ik wel geleerd hoe ik vrienden moet maken – Jongen, 19 (interview)

De vriendschappen die de jongeren bij Heppie ontwikkelden, zijn volgens hen bijzonder, omdat de jongeren tot een bepaalde doelgroep behoren. Zij gaven aan dat de vriendschappen bij Heppie anders zijn dan op school. Dat bleek onder andere uit het volgende citaat:

Omdat we toch wel een bepaalde doelgroep zijn ofzo dat we ook vaak de vrienden die ik dan daar heb gehad dat het meer is dan vriendschap op school, omdat je sowieso weet van elkaar, puur om het feit dat je daar bent, dat er in de thuissituatie iets niet helemaal lekker gaat of dat je zelf ergens mee zit. Daarom lukt het ook makkelijker om met elkaar te verbinden . . . ook al is het onbesproken, de steun en het begrip voel je wel. – Meisje, 19 (interview)

Acceptatie: Tijdens de interviews gaven verschillende jongeren aan dat ze bij Heppie geaccepteerd werden zoals ze waren. Zij accepteerden zelf ook de andere jongeren. Dit kwam volgens hen doordat de vrijwilligers ervoor zorgden dat iedereen goed met elkaar omging, maar zij noemden ook dat de doelgroep van Heppie hier een rol in speelt. De jongeren wisten van elkaar dat ze het thuis niet makkelijk hadden en konden elkaar hierdoor makkelijker accepteren. Er is één jongere die in de vragenlijst aangeeft wel eens gepest te zijn bij Heppie, wat zou betekenen dat hij zich niet geaccepteerd voelde. Een van de jongeren zei over de acceptatie bij Heppie:

Je weet dat iedereen daar ook zit omdat er iets is, omdat ze ellende thuis hebben, dus iedereen was... we konden elkaar accepteren, ook al was eentje anders dan de ander, eentje kinderachtiger dan de ander, beetje agressiever. Toch accepteer je elkaar en dat vind ik wel het mooie van Heppie. – Meisje, 20 (interview)

Verschillende jongeren gaven in de vragenlijst en tijdens de interviews aan dat ze ook wel eens naar andere vakantiecampen geweest zijn. Sommigen vertelden dat zij niet bij ieder kamp tot het einde zijn gebleven door bijvoorbeeld gedragsproblemen, maar dat dit hen bij Heppie wel lukte door de structuur en duidelijkheid die werd geboden en doordat zij geaccepteerd werden.

Vrijwilligers: De vrijwilligers bij Heppie lijken een grote bijdrage te leveren aan de positieve ervaringen die de jongeren hebben tijdens de vakanties en weekenden. Tijdens de interviews werden er namen van vrijwilligers genoemd die veel hebben betekend voor de jongeren. De band die de jongeren met de vrijwilligers kregen, werd bijzonderder naarmate de jongeren de begeleiders langer en beter kenden. Een oud-deelnemer had een brief geschreven voor een vrijwilliger die twee keer haar groepje heeft begeleid om te zeggen hoeveel deze vrijwilliger voor haar heeft betekend.

Structuur: Van de jongeren gaf 40% aan dat ze bij Heppie wisten waar ze aan toe waren. De jongere die een brief voor een vrijwilliger had geschreven, vertelde dat ze bewust haar telefoonnummer niet had opgeschreven, omdat ze weet dat deelnemers en vrijwilligers buiten het kamp geen contact mogen hebben. Haar begeleider vertelde dat deze duidelijkheid belangrijk voor haar is. Slechts twee jongeren gaven in de vragenlijst aan dat er bij Heppie te veel drukte was. Veel drukte kan betekenen dat er niet genoeg structuur is, maar dat wordt door de jongeren ook niet aangegeven. Verder werden er door de jongeren geen dingen over de structuur genoemd.

Blijvende impact: Tijdens de interviews met de oud-deelnemers werd aan het einde direct gevraagd wat voor impact zij denken dat Heppie voor hen heeft gehad. Zij noemden allemaal dat Heppie een positieve draai aan hun leven heeft gegeven. Drie jongeren zeggen expliciet dat ze door Heppie meer positiviteit in hun leven hebben. Daarnaast gaf 76,7% van de participanten in de vragenlijst aan dat Heppie ze nieuwe energie gaf om de situatie thuis weer aan te kunnen. Een van de jongeren zei tijdens het interview het volgende over de impact die Heppie op hem had:

In ieder geval een positief effect. Dat weet ik in ieder geval zeker. Ja Het was ook dat ik het heel zwaar had enzo, school en alles dr op en dr aan en dan weer gezeik thuis enzo. Eindelijk naar Heppie en dan alles los laten. Een week gezellig dan kon je de kutzooi thuis weer aan zeg maar. – Jongen, 19

Doel 2: Ieder kind verdient aandacht. In de vragenlijst was een van de opties die de jongeren konden kiezen dat ze bij Heppie veel aandacht kregen. Eenentwintig van de 30 jongeren (70%) kozen voor deze optie. Daarnaast gaven 28 jongeren (93,3%) aan dat er naar ze werd geluisterd door de vrijwilligers en dat ze het gevoel hadden dat ze altijd bij iemand

terecht konden als er iets aan de hand was. Ook tijdens de interviews werd door jongeren benoemd dat ze de aandacht die ze bij Heppie kregen fijn vonden. Een van hen zegt: “De aandacht die een jong iemand krijgt die daar gewoon echt wordt gegeven en er wordt gewoon naar je geluisterd, dat vond ik het fijnst” (Jongen, 19).

Doel 3: Kinderen zich echt kind laten voelen. Tijdens de interviews noemden drie oud-deelnemers expliciet dat zij zich tijdens de vakanties en weekenden echt kind voelen. Zij noemden hiervoor als redenen dat zij echt zichzelf konden zijn, zich veilig voelden en de problemen thuis konden vergeten. De andere jongeren noemden dat niet, maar wel aspecten als plezier kunnen maken, zichzelf kunnen zijn en hun zorgen los kunnen laten. Een van de jongeren zei tijdens het interview:

Ik voelde me echt weer als kind. Na het overlijden van mijn moeder ben ik heel erg gaan zorgen voor mijn broertje en mijn vader. Als ik daar was, was ik gewoon weer kind, ik was gewoon mezelf weer. Gewoon lekker spelen, lekker doen, lekker laten wat je zelf wilt en dat vond ik echt fijn bij Heppie. (Jongen, 19)

Ook in de vragenlijst gaven de jongeren aan dat Heppie een plek was waar ze zich konden ontspannen (70%), leuke dingen konden doen (86,7%), plezier hadden (86,7%) en even niks aan hun hoofd hadden (56,7%). Een van de jongere beschreef het als volgt:

Heppie heeft enorm veel voor mij betekend, dat valt niet met woorden te omschrijven. Het was een van de weinige plekken waar ik me veilig voelde en dus echt weer even kind kon en mocht zijn. Als je mij nu vraagt naar positieve jeugdherinneringen dan zijn de kampen bij Heppie de eerste die omhoog komen. Niet alleen door de dingen die we deden, maar ik voelde dat ik er mocht zijn met mijn leuke en minder leuke kanten. – Meisje, 19 (vragenlijst)

Conclusie en discussie

Het doel van dit onderzoek was om inzicht te krijgen in de ervaren effectiviteit van de Heppie-vakanties en -weekenden. Om dit te onderzoeken zijn vragenlijsten (n = 30) en semigestructureerde interviews (n = 9) afgenomen bij jongeren waarvoor het één tot drie jaar geleden is dat zij deelgenomen hebben aan Heppie. De ervaren effectiviteit is beoordeeld aan de hand van de *outcome-indicatoren*: bereik, tevredenheid en doelrealisatie. Uit de resultaten

blijkt dat de oud-deelnemers de vakanties en weekenden erg waardevol vonden en veel geleerd hebben bij Heppie.

Per deelvraag zal een korte conclusie worden gegeven met een aantal praktische aanbevelingen. Vervolgens worden de resultaten kritisch beschouwd en er worden aanbevelingen gedaan voor vervolgonderzoek.

Conclusie deelvraag 1: In welke mate bereikt Heppie de beoogde doelgroep?

Er zijn ieder jaar meer aanmeldingen dan plaatsen. Dit geldt zowel voor de vakanties als voor de weekenden. Er lijkt er meer behoefte te zijn aan vakanties en weekenden dan er aanbod is. Het vergroten van het aantal Heppie-vakanties en -weekenden kan ervoor zorgen dat meer jongeren deel kunnen nemen. Het is hierbij wel van belang om de kwaliteit te waarborgen. Naast het vergroten van het aanbod, kan Het Vergeten Kind zich via de pijler beleidsbeïnvloeding bezighouden met het verkleinen van de vraag.

Ondanks dat er meer aanmeldingen dan plaatsen zijn, kan nog steeds een deel van de doelgroep gemist worden die de vakanties en weekenden ook goed kan gebruiken. Niet alle hulpverleners kennen Heppie, terwijl dit wel de bron is waar de meeste ouders van Heppie horen. De bekendheid kan bijvoorbeeld vergroot worden door de vakanties en weekenden te promoten in vakbladen voor hulpverleners en folders te verspreiden op plaatsen waar jongeren uit de doelgroep en hun ouders komen.

Conclusie deelvraag 2: In hoeverre zijn de deelnemers van Heppie tevreden over de vakanties en weekenden?

In lijn met de tevredenheid kort na hun deelname, zijn de jongeren een aantal jaar later nog steeds erg positief over Heppie. Zij zouden Heppie allemaal aanraden aan andere kinderen en jongeren. Vooral de weekenden zijn erg waardevol voor de jongeren, omdat het echt een deel van hun leven wordt. Voor sommige jongeren is Hotel Heppie echter te ver weg om hier vier weekenden naartoe te gaan. Door de weekenden ook op andere locaties te organiseren, zijn ze wellicht toegankelijker voor meer jongeren.

Een aantal jongeren geeft aan dat ze het jammer vinden dat ze na hun 18^e niet meer mee mogen met Heppie. Wellicht is het mogelijk om ook oudere jongeren, bijvoorbeeld tot 21 jaar, mee te laten doen aan de Heppie-vakanties en -weekenden. Ook kan er iets anders opgezet worden voor deze doelgroep, waar zij zelf actief over kunnen meedenken. Door hen mee te laten denken krijgen zij verantwoordelijkheden, wat kan bijdragen aan de veerkracht van deze jongeren (Alvord & Grados, 2005). Een andere mogelijkheid is het organiseren van een reünie, zodat de jongeren elkaar weer (in het echt) kunnen spreken en mogelijk ook de vrijwilligers van toen weer kunnen ontmoeten.

Verder wordt door de jongeren een aantal keer genoemd dat meerdere jaren achter elkaar dezelfde activiteiten worden gedaan tijdens de vakanties en weekenden. De jongeren die meerdere keren naar Heppie zijn geweest geven aan dat ze graag nieuwe activiteiten en spellen zouden willen doen. Hier kan met de vrijwilligers en de jongeren over nagedacht worden.

Conclusie deelvraag 3: In hoeverre worden de beoogde doelen van Heppie gerealiseerd volgens de deelnemers?

Door de jongeren wordt een aantal factoren genoemd die overeenkomen met de factoren die in de literatuur werden genoemd. Voor de ontwikkeling van veerkracht gaat het om het maken van vrienden en geaccepteerd worden (Alvord & Grados, 2005), het hebben van verantwoordelijkheid (Alvord & Grados, 2005), vrienden kunnen maken en vrienden hebben (Werner, 1993), zich geaccepteerd voelen (Alvord & Grados, 2005) en gesteund worden (Werner, 1993). Op het gebied van aandacht gaven de jongeren aan dat ze bij Heppie naar ze geluisterd werd en dat ze altijd bij iemand terecht konden. Dit komt overeen met wat echte aandacht volgens Verheul en De Jong (2016) betekent. Als laatste kunnen jongeren zich bij Heppie kind voelen. Zij kunnen hun zorgen even vergeten, zichzelf zijn, ontspannen en plezier maken. Het is voor deze jongeren belangrijk om even niks aan hun hoofd te hebben. Dit geeft de jongeren nieuwe energie om de situatie thuis weer aan te kunnen.

Bij Heppie leren de jongeren vaardigheden die ze buiten Heppie ook kunnen inzetten. Zij hebben bijvoorbeeld bij Heppie, soms voor het eerst, ervaren dat zij vrienden kunnen maken en dat zij geaccepteerd worden door anderen. Deze ervaring geeft de jongeren zelfvertrouwen en dit nemen zij mee in hun dagelijks leven.

Er werd verwacht dat de structuur die bij Heppie geboden wordt een rol zou spelen (Werner, 1993). In de werkwijze wordt veel aandacht besteed aan structuur en duidelijkheid. In de vragenlijst gaf 40% aan dat ze wisten waar ze aan toe waren, maar verder werd dit doot de jongeren niet benoemd. Het is mogelijk dat de jongeren het wel ervaren en het een positieve invloed op hen heeft, maar dat zij het niet expliciet merken en benoemen. Een begeleider van een van de jongeren noemde dit wel. Volgens hem is de duidelijkheid die Heppie biedt, ook buiten de vakanties en weekenden, belangrijk voor de jongeren. Hierdoor weten de jongeren waar ze aan toe zijn.

Andere factoren die bij kunnen dragen aan veerkracht, zoals autonomie (Grotberg, 1995), natuur (Wells & Evans, 2003) en talentontwikkeling (Werner, 1993) werden niet door de jongeren genoemd. Net als bij structuur, kunnen de jongeren de eerste twee wel ervaren

hebben, maar niet genoemd. Naar dingen die je jongeren voor het eerst gedaan of geleerd hebben is wel expliciet gevraagd. Hier werden geen ontdekte talenten genoemd.

Beperkingen

De huidige studie kent een aantal beperkingen. De respons op de vragenlijst was bijvoorbeeld 32,2%. Deze jongeren waren erg positief, maar het is niet bekend of de andere jongeren ook zo positief zijn over Heppie. De respons van 32,2% past wel binnen de verwachting op basis van de respons op de tevredenheidsonderzoeken. Als alleen de jongeren die positief zijn hebben gereageerd, is dit geen groot probleem. Dit zegt namelijk ook iets over de impact die de vakanties en weekenden op hen hebben gehad. De frequentie van deelname van de jongeren die de vragenlijst hebben ingevuld was verspreid. Dit geeft een completer beeld van de ervaringen van de jongeren.

Er zijn negen interviews gehouden. Dit is 30% van de jongeren die de vragenlijst hebben ingevuld en slechts 9,67% van de benaderde participanten. In de laatste interviews was er sprake van saturatie, waardoor het afnemen van meer interviews vermoedelijk niet tot nieuwe inzichten zou leiden.

Naast de respons is de manier van de vraagstelling in de vragenlijst een beperking van het onderzoek. Het niet kiezen van een optie betekent niet dat een jongere het tegenovergestelde vindt. Door bijvoorbeeld niet te kiezen voor “Bij Heppie...had ik plezier”, zegt een jongere niet per definitie dat hij bij Heppie geen plezier had. Toch is voor deze vraagstelling gekozen, omdat dit ervoor zorgt dat de vragenlijst niet te lang zou worden. Dit was een belangrijk aspect om rekening mee te houden bij deze doelgroep.

Aanbevelingen voor vervolgonderzoek

Dit onderzoek heeft zich gericht op de jongeren die individueel mee zijn geweest met de vakanties en weekenden. Er zijn ook begeleide gezinsvakanties. Een belangrijke factor die kan bijdragen aan de veerkracht van jongeren is de steun van (ten minste) één ouder (Vanderbilt-Adriance & Shaw, 2008). Voor vervolgonderzoek is het interessant om te onderzoeken of deze gezinsvakanties bijdragen aan een positieve relatie tussen ouder en kind en of dit de steun van de ouders aan de jongeren van vergroten.

Jongeren in dit onderzoek gaven aan dat ze weekenden waardevoller vinden dan de vakantieweken. Het is interessant om verder te onderzoeken of er verschil is tussen de effectiviteit van de vakanties, weekenden en het zeilen. Dit kan lastig zijn, omdat veel jongeren aan meerdere activiteiten hebben deelgenomen. Ook kan er gekeken worden naar de mogelijk verschillende effecten voor kinderen die thuis, of juist in een woonvoorziening wonen.

Ondanks de beperkingen laat dit onderzoek zien dat de jongeren de vakanties en weekenden als erg waardevol hebben ervaren. Zij zijn erg positief en hebben een aantal jaar na hun laatste deelname nog steeds profijt van hun deelname door dingen die ze bij Heppie geleerd of ervaren hebben.

Referenties

- Alvord, M. K., & Grados, J. J. (2005). Enhancing resilience in children: A proactive approach. *Professional psychology: Research and practice*, 36(3), 238-245. doi:10.1037/0735-7028.36.3.238
- Boeije, H. R. (2005). *Analyseren in kwalitatief onderzoek: denken en doen*. Amsterdam: Boom Koninklijke Uitgevers.
- Bronfenbrenner, U. (1977). Toward an experimental ecology of human development. *American Psychologist*, 32(7). doi:10.1037/0003-066X.32.7.513
- Carlo, G., White, R. M., Streit, C., Knight, G. P., & Zeiders, K. H. (2018). Longitudinal relations among parenting styles, prosocial behaviors, and academic outcomes in US Mexican adolescents. *Child development*, 89(2), 577-592. doi:10.1111/cdev.12761
- Criss, M. M., Pettit, G. S., Bates, J. E., Dodge, K. A., & Lapp, A. L. (2002). Family adversity, positive peer relationships, and children's externalizing behavior: A longitudinal perspective on risk and resilience. *Child development*, 73(4), 1220-1237. doi:10.1111/1467- 8624.00468
- Davidson, L., Shahar, G., Lawless, M. S., Sells, D., & Tondora, J. (2006). Play, pleasure, and other positive life events: "Non-specific" factors in recovery from mental illness?. *Psychiatry: Interpersonal and Biological Processes*, 69(2), 151-163. doi:10.1521/psyc.2006.69.2.151
- Egeland, B., Carlson, E., & Sroufe, L. A. (1993). Resilience as process. *Development and psychopathology*, 5(4), 517-528. doi:10.1017/S0954579400006131
- Grotberg, E. H. (1995). *A guide to promoting resilience in children: Strengthening the human spirit*. Den Haag: Bernard van Leer Foundation.
- Gurdal, S., Lansford, J. E., & Sorbring, E. (2016). Parental perceptions of children's agency: Parental warmth, school achievement and adjustment. *Early child development and care*, 186(8), 1203-1211. doi: 10.1080/03004430.2015.1083559
- Heppie (2018). *Heppie vakanties & weekenden*. Geraadpleegd op <https://heppievakanties.nl/>
- Legault, L., Anawati, M., & Flynn, R. (2006). Factors favoring psychological resilience among fostered young people. *Children and Youth Services Review*, 28(9), 1024-1038. doi:10.1016/j.chilyouth.2005.10.006
- Luthar, S. S., & Zelazo, L. B. (2003). Research on resilience: An integrative review. In S. S. Luthar (Ed.). *Resilience and vulnerability: Adaptation in the context of childhood adversities* (pp. 510-549). New York, NY: Cambridge University Press.

- Mann-Feder, V. R. (2018). (You gotta have) friends: Care leaving, friendships, and agency intervention. *International Journal of Child, Youth & Family Studies*, 9(1), 154. doi:10.18357/ijcyfs91201818125
- Masten, A. S. (2011). Resilience in children threatened by extreme adversity: Frameworks for research, practice, and translational synergy. *Development and Psychopathology*, 23(2), 493-506. doi: 10.1017/S0954579411000198
- Richtlijnen jeugdhulp en jeugdbescherming (2017). Multiprobleemgezinnen. Geraadpleegd op <http://richtlijnenjeugdhulp.nl/multiprobleemgezinnen/>
- Sanders, M. R. (1999). Triple P-Positive Parenting Program: Towards an empirically validated multilevel parenting and family support strategy for the prevention of behavior and emotional problems in children. *Clinical child and family psychology review*, 2(2), 71-90. doi:10.1016/j.cpr.2014.04.003
- Stichting Het Vergeten Kind (2016). *Heppie-map*. Utrecht: Stichting Het Vergeten Kind.
- Stichting Het Vergeten Kind (2017). *Jaarplan 2018*. Utrecht: Stichting Het Vergeten Kind.
- Stichting Het Vergeten Kind (2018). *Over Het Vergeten Kind*. Geraadpleegd op <https://www.hetvergetenkind.nl/over-het-vergeten-kind>
- Ungar, M. (2004). A constructionist discourse on resilience: Multiple contexts, multiple realities among at-risk children and youth. *Youth & society*, 35(3), 341-365. doi:10.1177/0044118X03257030
- Unicef (2007). *Child poverty in perspective: An overview of child well-being in rich countries*. Innocenti Report Cards, 7.
- Van Yperen, T., De Wilde, E. J., & Keuzenkamp, S. (2014). Outcome in zicht: Werken met prestatieindicatoren in de jeugdhulp. *Utrecht: Nederlands Jeugdinstituut*.
- Vanderbilt-Adriance, E., & Shaw, D. S. (2008). Protective factors and the development of resilience in the context of neighborhood disadvantage. *Journal of Abnormal Child Psychology*, 36(6), 887-901. doi:10.1007/s10802-008-9220-1
- Verheul, R., & De Jong, A. (2016). Als je het ons vraagt. De Kinderombudsman op kinderrechtentour. Den Haag: Geraadpleegd op <https://www.dekinderombudsman.nl/ul/cms/fck-uploaded/2016.KOM018%20Als%20je%20het%20ons%20vraagt.pdf>
- Wells, N. M., & Evans, G. W. (2003). Nearby nature: A buffer of life stress among rural children. *Environment and behavior*, 35(3), 311-330. doi:10.1177/0013916503035003001

- Werner, E. E. (1993). Risk, resilience, and recovery: Perspectives from the Kauai longitudinal study. *Development and psychopathology*, 5(4), 503-515.
doi:10.1017/S095457940000612X
- Wolin, S. J., & Wolin, S. (1993). *The resilient self*. New York, NY: Villard Books.
- Wright, M. O. D., Masten, A. S., & Narayan, A. J. (2013). Resilience processes in development: Four waves of research on positive adaptation in the context of adversity. In S. Goldstein & R. B. Brooks (Eds.). *Handbook of resilience in children* (pp. 15-37). Boston, MA: Springer. doi: 10.1007/978-1-4614-3661-4_2