

## ‘Mensen in armoede zijn niet per se arme mensen’

SOCIAAL BESTEK - Armoede treft in Nederland bijna één miljoen mensen. Ook vandaag, op Wereldarmoededag, gaat het werk van de Quiet Communities gewoon door. In negen steden ondersteunen ze mensen die niet kunnen rondkomen, met gratis producten en diensten. Zoals in Maastricht. 'Carnaval is voor mij nu te duur.'



Foto: ANP

Stel je voor: je bent succesvol ondernemer. Je eet in sterrenrestaurants en reist naar exotische vakantiebestemmingen. Maar dan maak je ongelukkige keuzes met investeringen. Daarbovenop volgt nog een economische crisis. Je financiële reserves zijn verbrast: er ligt een schuld van bijna een ton. Voor tien jaar word je onder schuldenbewind geplaatst. Daar gaat bijna je hele uitkering naartoe. Je moet plantsoenen schoffelen en raakt je huis kwijt. Je vindt tijdelijk onderdak in een tehuis voor thuislozen. Maaltijden krijg je van de Voedselbank. Verder moet je rondkomen van vijftig euro in de week.

## Bittere werkelijkheid

Voor Maastrichtenaar Frans van de Winkel (62) was dit scenario de bittere werkelijkheid. 'Als armoede de prijs is die ik voor mijn levensstijl heb moeten betalen, dan heeft dat uiteindelijk een beter en dankbaarder mens van me gemaakt', vertelt Frans, zichtbaar goed geluimd, bij de koffie in de inlooplocatie van Quiet Maastricht. In deze community voor 'stille' armoede, ontmoeten burgers die niet of moeilijk kunnen rondkomen elkaar. Van de Winkel is er actief als vrijwilliger.

## Veertien procent

De Limburgse hoofdstad, die zichzelf uitbundig promoot als dé plek van het 'goede en Bourgondische leven', waar de terrassen en restaurants op en rond het Vrijthof altijd vol zitten en André Rieu met zijn vrolijke Strauss-orkest op zomeravonden duizenden bezoekers trekt, heeft meer armoede dan gemiddeld in Nederland. Ruim veertien procent van de huishoudens moet rondkomen van het sociaal minimum, ofwel 'niet veel, maar toereikend', aldus de definitie van het Sociaal Cultureel Planbureau (SCP). Ook het aantal huishoudens in Maastricht dat langer dan drie jaar in armoede leeft, ligt boven het landelijk gemiddelde.

## Vertellen, verzachten, versterken

Armoede blijft in het hele land een actueel thema, ook al meet het SCP sinds 2013 een daling. De jongste en de oudste mensen in Nederland hebben een verhoogd risico op armoede. Niet voor niets heeft het voorbeeld van de in 2015 in Tilburg opgerichte Quiet Community, inmiddels in acht steden navolging gevonden. Alle klanten van de lokale voedselbanken kunnen 'member' worden. Quiet heeft drie speerpunten: vertellen, verzachten en versterken. Dat wil zeggen mensen uit hun negatieve bubbel en schaamte halen, de materiële effecten van stille armoede temperen en hen helpen hun talenten te ontwikkelen.

## ‘Domme pech’

Maastricht kent sinds anderhalf jaar een Quiet Community, die mogelijk wordt gemaakt met de financiële steun van welzijnsinstel-

ling Trajekt en donaties van Oranjefonds, Kansfonds en lokale sociaal-maatschappelijke fondsen. ‘Armoede heeft niet altijd, zoals velen denken, te maken met foute keuzes in je leven’, zegt Mardoeka Christensen die namens Trajekt het Quiet-project begeleidt. ‘Armoede kan ook het resultaat zijn van pech, ziekte of een ontslag op latere leeftijd. Maar ook een dramatische gezinsgebeurtenis kan iemand financieel noodlottig worden. Voor mensen die structureel geld tekort komen, ligt een sociaal isolement op de loer. En voor wie er niet meer bij hoort, is het veel moeilijker de eigenwaarde en het zelfvertrouwen op peil te houden.’

## Het leven doornemen

‘Mensen die onze inloopochtend bezoeken’, zegt Christensen, ‘komen heus niet alleen voor de tickets van onze sponsors voor gratis aanbiedingen. Men is hier met lotgenoten en ervaringsdeskundigen onder elkaar om even te ontspannen en het leven door te nemen. Ook voeren ze als vrijwilliger klusjes voor ons of andere mensen uit. Terwijl ze ons helemaal geen wederdienst hoeven te bewijzen. Ongevraagd tonen ze hun dankbaarheid voor de ontvangen producten en diensten die hun stille armoede hebben verzacht.’

## Airbnb van maatschappelijke initiatieven

Tilburg telt inmiddels meer dan 1100 members, Maastricht heeft er na anderhalf jaar 300. Elke Quiet Community werft lokaal sponsors, veelal ondernemers, die de members om beurten via een digitaal systeem een gevarieerd scala aan producten en diensten aanbieden. Dat kan gaan om een lunch of diner in een restaurant, een nieuwe matras of een gratis knipbeurt bij de kapper. Maar het kunnen ook schoonheidsproducten van de drogist zijn of kaartjes voor een muziek- of theatervoorstelling of een voetbalwedstrijd. Christensen: ‘Door van sponsors een kleine inspanning te vragen kunnen we mensen in een armoedesituatie een teken geven dat er begrip en aandacht is voor hun problemen. Zie ons als een soort Airbnb van maatschappelijke initiatieven om vraag en aanbod bij elkaar te brengen.’

## Culinaire hoogstandjes

In Maastricht konden de members de smaakpapillen laven aan culinaire hoogstandjes van sterrenrestaurants als Neercanne, Château St. Gerlach, of Beluga, dat door een vermogend zakenman werd afgehuurd. Hij bood 75 members een diner aan. ‘Een onvergetelijk leuke ervaring’, zegt Van de Winkel. ‘Mensen die thuis uit geldnood vaak ook bezuinigen op goed en gezond eten ondergingen een smaaksensatie. Ze waren even ontsnapt aan de zorgen. Eindelijk werden ze écht gezien.’

## Verwennerij

Bij de diners gaat het ook niet om ‘zomaar een eenmalige aanbieding’, zegt Christensen. ‘Onze vrijwilligers vragen sponsors of we ten minste vijf tot tien keer mogen terugkomen. Zodat iedere member eens aan de beurt komt. Er moet wel een zekere band met de sponsor ontstaan. Dat bekrachtigen we ook in een contract.’ Quiet Maastricht kan inmiddels bogen op negentig sponsors. ‘We krijgen ook wel aanbiedingen voor kunstzinnig hoogwaardige of experimentele theaterstukken, museumbezoek, klassieke concerten. Daar komt niemand op af. Een carnavalszitting is populairder dan een symfonieorkest. Een beetje kritisch selecteren in wat wel en niet bij onze doelgroep in de smaak valt en bij hun achtergrond past, hoort er wel bij’, aldus Christensen.

## Publicitair profileren

De restauranthouders kunnen zich met hun vouchers voor Quiet ook publicitair profileren. ‘Maar’, zegt Christensen, ‘veel belangrijker is nog dat de sponsors zelf van dichtbij meemaken dat de gasten van Quiet Maastricht met deze verwennerij een geweldige avond beleven. Dat is anders dan wanneer ze alleen maar geld aan een goed doel doneren. Ze zien dat ze een soort adempauze bieden, dat mensen zich op kunnen laden voor een nieuwe week. Want Quiet gaat de armoede natuurlijk niet uitbannen.’

# Organisch groeien

Aan actieve klantenwerving wil Quiet Maastricht bewust niet doen. ‘We gaan niet de straat op om te roepen: “Komt u maar binnen!” We hopen wel op circa duizend members eind 2020, maar dat moet organisch groeien. Het is duurzamer en waardevoller als mensen die door een dal gaan, zich zelf realiseren dat ze hulp moeten zoeken en een klankbord voor hun verhaal. Dan is de deur naar Quiet snel gevonden.’

## Soberheid als verrijking

Frans van de Winkel verbaast zich nog steeds over het gemêleerde publiek dat de inlooplocatie van Quiet weet te vinden. ‘Hier kloppen mensen uit alle sociale lagen aan, dus ook mensen die vroeger welgesteld waren en nu onderaan de trap liggen. Mensen in armoede zijn ook niet per se arme mensen. Ze hebben moed en veerkracht. Ik moet veel dingen ontberen. Carnaval was vroeger mijn grote liefhebberij. Nu is dat voor mij te duur. Maar ik ben tevreden. Soberheid is voor mij niet een kruis dat ik draag maar een verrijking.’

Loek Kusiak is zelfstandig journalist en tekstschrijver.

NIEUWS

PREMIUM

## Jeugdtrauma maakt leven lang kwetsbaar voor geweld

Het meemaken van een jeugdtrauma is nog schadelijker dan al gedacht werd. Mensen met een jeugdtrauma hebben hun leven lang een verhoogd risico op het meemaken van fysiek en psychisch geweld. Ook een depressie, angststoornis of een alcoholverslaving zorgt voor een grotere kans op het meemaken van geweld.

SOCIAAL BESTEK

PREMIUM

## Multichannel communicatie en artificial intelligence in de schuldhulpverlening

Digitalisering is een niet te stuiten ontwikkeling. Velen zien dit als een groot gemak en ook de overheid stimuleert de digitalisering. Een grote groep Nederlanders kampt echter met beperkte digitale vaardigheden. Digitale communicatieplatformen kunnen deze kwetsbare groep ondersteunen, bijvoorbeeld in de schuldhulpverlening.