

Quotes van medewerkers uit het strijdschrift rond de eerste 1.000 dagen

“Het eerstedagendiscours is bovenal een middenklassediscours,” zegt **Karliën Craps, algemeen coördinator van Home-Start Vlaanderen**, een organisatie die gezinnen in kwetsbare situaties ondersteunt bij de opvoeding. “Het roept ouders op om positief op te voeden, werk te maken van een veilige hechting, of voldoende prikkels aan te bieden. Ouders in een precare situatie zijn tijdens die eerste 1.000 dagen eerder gebaat met iemand die mee zoekt naar een betaalbare en meer gezonde woning of toeleidt naar goede kinderopvang.”

“Nu wijzen we ouders te sterk op hun individuele opvoedingsverantwoordelijkheid,” vindt **Ilse de Block van de Opvoedingslijn**. “Alsof een goede start aanbieden toch vooral de taak van de ouders is. Maar zo’n goede start is, net als kinderarmoede of jeugdwerkloosheid, meer een maatschappelijke kwestie dan een individuele opdracht.”

“Een ‘optimale start’, wat houdt dat ook in?,” vraagt **Jan-Maarten Dooremont van inloopteam de Sloep**, een toegangspoort voor laagdrempelige gezinsondersteuning aan gezinnen in kwetsbare situaties. “Opvoedingsdoelen kunnen sterk verschillen, en worden ook cultureel ingekleurd. In heel wat huishoudens bidt men bijvoorbeeld samen, omdat ouders het belangrijk vinden dat hun kinderen reeds op jonge leeftijd in aanraking komen met religie.”

“In de wereld van adoptie hoor je vaak een omgekeerde boodschap”, stipt **psychologisch consulent Ae Ra van Geel** aan. “Door te stellen dat geadopteerden zich wellicht niet veel herinneren van die eerste moeilijke periode en hier alsnog goed terecht zijn gekomen lijkt het alsof die eerste 1.000 dagen bij hen minder van tel zijn.”

Bovendien zijn vooral jonge ouders vatbaar voor toekomstgericht denken. “Vanuit een overtrokken geloof in maakbaarheid. Maar we kunnen helaas de toekomst van onze kinderen niet vastleggen. Wie voor kinderen gaat, kiest radicaal voor het onbekende”, stelt **Philippe Noens**.

Is er dan niks goeds aan de eerste 1.000 dagen? “Natuurlijk wel,” sust **Stefan Ramaekers**. “De eerste 1.000 dagen zijn een sterk merk. Het begrip capteert goed dat investeren in gezinnen loont. Maar dat idee mag niet leiden tot een tunnelvisie. Wat we in de kindertijd zaaien, zullen we later niet oogsten.”