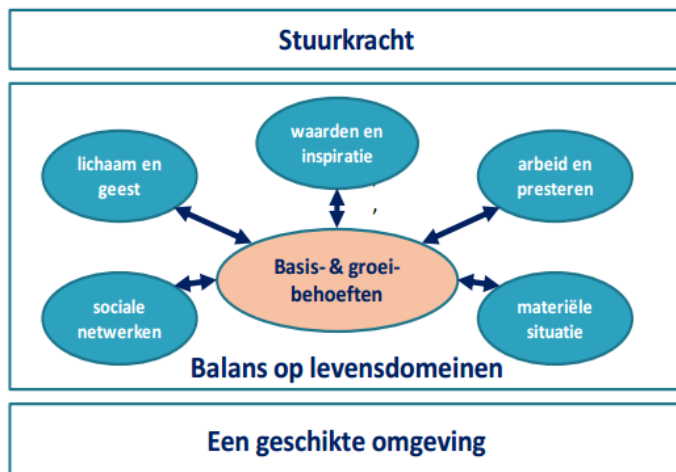
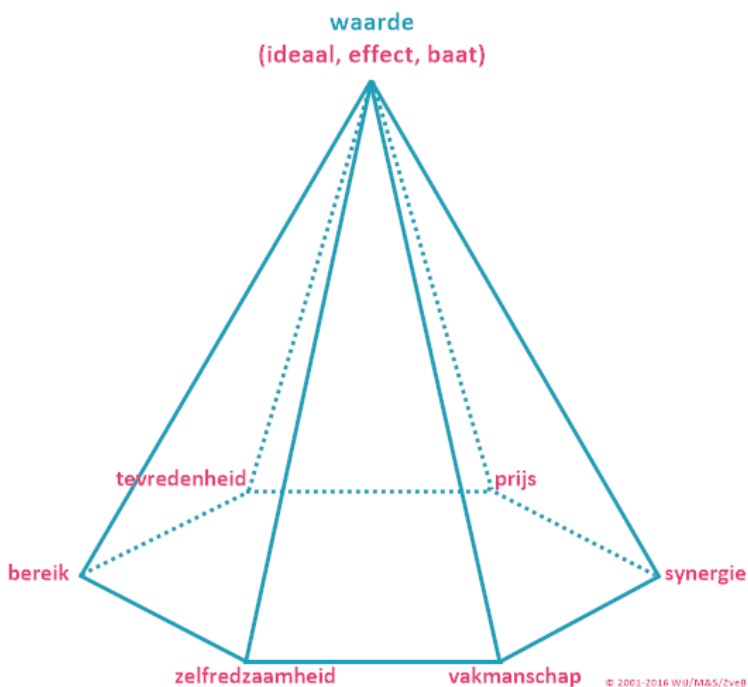


Inleiding

De organisaties die samenwerken in Zorg voor elkaar Breda delen het uitgangspunt dat welzijn en zorg in de eerste plaats van mensen zelf zijn. Zij hebben als doel dat kwetsbare Bredanaars volwaardig kunnen meedoen in de samenleving. Bredanaars die hier hulp of zorg bij vragen worden ondersteund bij het zoeken van passende oplossingen.



Door consequent een inhoudelijke benadering te volgen die vertrekt vanuit de behoefte, beleving en vaardigheden van mensen en hun netwerken wordt bestaand aanbod uitgedaagd en wordt sociale innovatie geforceerd. Om dit ingrijpende proces te ondersteunen is een toetsingskader ontwikkeld dat voor iedereen beschikbaar is.



In het hart van het toetsingskader staat het model voor zelfsturing van Cornelis (hierboven) dat houvast geeft bij het denken over het ontstaan, voorkomen van, of omgaan met, kwetsbaarheid.

Het model ordent langs de driedeling stuurkracht, balans op vijf levensdomeinen en de beschikbaarheid van een geschikte omgeving.

Deze driedeling stimuleert een integrale benadering van kwetsbaarheid en het creëren van verbinding en synergie.

2 Opbouw en toelichting

Het model bestaat uit een zeshoekig grondvlak, met in het midden een "mast" voor de maatschappelijke baat (waarde, ideaal, effect, outcome, bedoeling). De zes hoeken staan voor zes indicatoren voor de kwaliteit van de activiteiten (input-output).

De verschillende grootheden zijn als volgt gedefinieerd:

Maatschappelijke baat

Dit is de outcome of effectiviteit, zowel op persoonlijk als op collectief vlak. Deze kan worden uitgedrukt in termen van eigen stuurkracht, een geschikte omgeving, c.q. de balans op de vijf levensdomeinen van Cornelis. Een andere manier om baat uit te drukken is de baat in relatie tot de te realiseren waarde: samen redzaam, thuis in je wijk, een startkwalificatie voor de arbeidsmarkt, veilig wonen, een inclusieve werkplek, gezond ouder worden e.d.

Indicatoren

- ◆ Bereik = aantal bereikte personen uit de doelgroep, of aantal bereikte kwetsbare personen (volgens methode Nicis/O&I).
- ◆ Zelfredzaamheid = zelf kunnen en zelf doen, al dan niet met ondersteuning van het sociaal netwerk en vrijwilligers.
- ◆ Vakmanschap = output in de perceptie van professionals (op eigen werk en keten); bereikt resultaat; duurzaamheid; effectiviteit van de signalering
- ◆ Synergie = afstemming en samenwerking; geheel is meer dan de som der delen, 1 klant 1 plan, geen versnippering, de klant ervaart 1 organisatie.
- ◆ Prijs = prijs voor bereikte kwetsbare persoon (prijs, inclusief eigen bijdrage)
- ◆ Tevredenheid = van cliënt, klant, burger, stakeholders; factoren die hieraan bijdragen zijn inlevingsvermogen, maatwerk, duurzaamheid, snelheid waarmee hulp of zorg tot stand komt.

In de volgende paragrafen worden de grootheden verder toegelicht.

2.1 Maatschappelijke baat

Gestelde ambitie in relatie tot maatschappelijke vraagstukken en risicofactoren. Outcome of effect, zowel op persoonlijk als op collectief vlak, uitgedrukt in eigen stuurkracht in een goede omgeving en balans op de 5 levensdomeinen van Cornelis. Een andere manier om baat uit te drukken is de baat in relatie tot de te realiseren waarde: samen redzaam, thuis in je wijk e.d. Ook meedoen of stijging op de participatieladder hoort hierbij.

Is geborgd dat de klant en zijn netwerk het eigenaarschap behouden en vooruit kunnen en dat zij onder vergelijkbare omstandigheden het probleem samen kunnen hanteren (in de wetenschap dat er klanten en problemen kunnen bestaan waarbij dit onmogelijk is)? Kennen alle betrokkenen waarde toe aan de betekenis die zij hiermee voor elkaar kunnen vervullen, zonder overbelast te raken?

De maatschappelijke baat bestaat niet en moet per stakeholder telkens opnieuw worden ingevuld, zowel inhoudelijk in beoogde resultaten als in de keuze van bijpassende meetpunten.

2.2 Indicatoren

2.2.1 Bereik

Deze indicator heeft betrekking op de doelgroep: hoe groot deze is, in aantallen personen, en hoeveel er daarvan worden bereikt. Een afgeleide vraag is welke activiteiten worden ondernomen om het bereik te vergroten, zodanig dat uiteindelijk een zo groot mogelijk deel van de doelgroep is bereikt (aansprekende waardepropositie, bekendheid en toegankelijkheid van het aanbod, aanbod via verschillende kanalen en werkwijzen e.d.).

- ◆ Hoeveel mensen zijn er bij wie de draaglast groter is dan de draagkracht, van henzelf en van de omgeving?
- ◆ Hoeveel daarvan worden er bereikt?
- ◆ Hoe groot is het bereik onder mensen voor wie 3 of meer risicofactoren van toepassing zijn?

2.2.2 Zelfredzaamheid

De indicator zelfredzaamheid staat voor zelf kunnen, al dan niet met ondersteuning van anderen uit het sociale netwerk. Als zich problemen voordoen zijn mensen in staat deze zoveel mogelijk (eventueel met behulp van hun sociaal netwerk) zelf op te lossen. Ze

kunnen zelfstandig meedoen en bijvoorbeeld met behulp van internet een oplossing vinden voor hun problemen (zelfhulp).

2.2.3 Vakmanschap

Deze indicator helpt om de toegevoegde waarde van de inzet van betaalde professionals onder woorden te brengen. Wat doen betaalde en opgeleide professionals beter of anders dan een willekeurige buurvrouw, en waar kan een leek dat aan zien? Output in de ogen van de professionals.

- ◆ Hoe beoordelen ze de resultaten die ze samen met klanten en hun omgeving boeken?
- ◆ Doen ze, waar dat maar kan, een beroep op de eigen talenten van die klanten en hun omgeving?
- ◆ Helpen ze dat netwerk te versterken?
- ◆ Doen ze, als dat niet volstaat, een beroep op vrijwilligers?
- ◆ Geven ze in- en extern inzicht in hun aanpak en resultaten? Reflecteren ze op hun werk?
- ◆ Lezen ze vakbladen? Schrijven ze in vakbladen?
- ◆ Hebben ze een goede professionele reputatie?

2.2.4 Synergie

De aanname bij de indicator synergie is dat geen enkele organisatie in alles de beste kan zijn en ook geen enkele organisatie in zijn eentje een maatschappelijk probleem kan oplossen. Een probleem echt willen oplossen, stakeholders het allerbeste willen bieden, betekent dat organisaties zich concentreren op waar ze goed in zijn en de rest overlaten aan anderen, en dus volop samenwerken. De indicator synergie toetst bij een activiteit of, op welke wijze en in welke mate dit gebeurt en of dit inderdaad resulteert in meer waarde voor stakeholders. De vraag wat de samenwerking meer oplevert dan de som der delen. Een echte ambitie die richting geeft, concreet, is een voorwaarde.

De indicator synergie toetst hiermee in feite twee aspecten: of een activiteit gericht bijdraagt aan het realiseren van een ambitie, en of dit door slim samenwerken zo goed mogelijk, zo snel mogelijk en zo goedkoop mogelijk gebeurt.

In een zin: de organisaties die samen een activiteit uitvoeren moeten kunnen uitleggen wat ieder bijdraagt, waarom zij de organisaties zijn die dat doen (en geen andere), en wat het geheel meer is dan de som der delen (in de ervaring van de stakeholders).

- ◆ Ervaren stakeholders meer waarde doordat er wordt samengewerkt?
- ◆ Dragen de activiteiten bij aan een vastgestelde ambitie en wordt samen gedaan wat samen kan? Bijvoorbeeld 1 klant 1 plan, geen versnippering, de klant die 1 organisatie ervaart?
- ◆ Wordt de activiteit uitgevoerd door de organisaties die dit het beste kunnen?

2.2.5 Prijs

Bedoeld wordt de prijs per bereikt lid uit de doelgroep. Door de prijs zo in beeld te brengen, is de gedachte, ontstaat een scherp bewustzijn van de prijs van een activiteit in relatie tot de waarde die ermee wordt gerealiseerd.

- ◆ Mag dit voor dat geld? Voelt dit goed?
- ◆ Zouden de burgers dit ook willen opbrengen als het ze rechtstreeks werd gevraagd, in plaats van gefinancierd via subsidie (die ze uiteindelijk ook betalen)?

De indicator prijs levert niet alleen financieel inzicht op maar ook bewustwording in termen van governance en rekenschap geven, aan diezelfde stakeholders die waarde van de activiteit moeten ondervinden.

2.2.6 Tevredenheid

Bedoeld wordt de tevredenheid van klanten en zeker ook die van hun omgeving, financiers, medewerkers, toezichthouders e.d. Het gaat met name om waarde en omgevings-sensitiviteit. Oplossingen helpen vinden die men belangrijk en relevant vindt. Stakeholders in beeld, weten wat in hun beleving van waarde is, daaraan bij gaan dragen, en daar steeds beter in worden.

- ◆ Mate van tevredenheid van cliënt, klant, burger, en van andere stakeholders zoals partners, financiers, omwonenden, vrijwilligers, beroepskrachten?
- ◆ Ervaren ze zoveel waarde dat ze er blij mee zijn?
- ◆ Zijn de kritieke succesfactoren in beeld?
- ◆ Leidt inzicht in tevredenheid tot verbeterprocessen en helpen die?

2.3 Een voorbeeld

De aanname van het toetsingskader is dat de beoogde waarde of outcome beter wordt gerealiseerd naarmate beter wordt gescoord op de zes indicatoren. Als de beoogde waarde bijvoorbeeld is dat minder jongeren voortijdig de school verlaten en een aantal organisaties samen activiteiten uitvoert om dat te bereiken, brengen de zes indicatoren in beeld hoe goed die activiteiten zijn. Als volgt:

- ◆ Bereik - Hoeveel jongeren lopen risico zonder diploma het onderwijs te verlaten, en hoeveel van die jongeren zijn er door de activiteiten systematisch in beeld?
- ◆ Zelfredzaamheid - Is bij elke activiteit geborgd dat de doelgroep en de omgeving wat ze zelf kan doen aan voorkomen van voortijdige schooluitval ook daadwerkelijk doet? Wordt een beroep gedaan op actieve burgers of vrijwilligers waar dat maar mogelijk is?
- ◆ Vakmanschap - Helpen de activiteiten het voortijdig schoolverzuim tegen te gaan? Zijn de activiteiten bewust gekozen? Is alles in beeld gebracht wat ondernomen kan worden en is bewust gekozen voor die activiteiten die het beste resultaat opleveren?
- ◆ Synergie - Draagt elke organisatie dat bij waar zij de beste in is? Is bewust gekeken, per activiteit, wat er nodig is om die activiteit uit te voeren en welke organisaties dat het beste kunnen? Heeft dit inzicht geresulteerd in het beste cluster van organisaties voor deze activiteit?
- ◆ Prijs - Wat is de prijs van de activiteiten per bereikte jongere (uit de doelgroep)? Is de prijs te verantwoorden in relatie tot de resultaten die worden geboekt? Kunnen de kosten lager en de resultaten beter?
- ◆ Tevredenheid - Zijn de jongeren, opvoeders, leerkrachten, financiers, toezicht-houders enzovoorts tevreden met de aanpak die gekozen is en met de resultaten die worden geboekt (en waar ze zelf aan bijdragen?)

Zo toegepast resulteren de indicatoren in een balans aan perspectieven waarin kracht van doelgroep, burgers, professionals, organisaties en financiers maximaal worden benut en daardoor de kans dat de beoogde waarde daadwerkelijk tot stand komt zo groot mogelijk wordt gemaakt.

Het Bredaas Toetsingskader is in eerste aanleg ontwikkeld door WIJ en overgenomen en doorontwikkeld door de netwerken M&S en Zorg voor elkaar Breda. Zie voor achtergrondinformatie toetsingskader.wijbegintbijjou.nl.

Gebruik, vermelding of verspreiding van het Bredaas Toetsingskader of onderdelen ervan is toegestaan mits expliciet en zichtbaar voorzien van dit copyright: Copyright © 2001-2016 WIJ/M&S/Zorg voor elkaar Breda.