



PILOT
WERKEN AAN WERK IN BOS EN LOMMER
EINDRAPPORTAGE

Marie-José Driessen
April 2017

Inhoudsopgave	Pagina
1. Aanleiding	3
Doel pilot	3
Beoogd resultaat	3
2. De pilot	4
Het pilotteam	4
Instrumenten	4
Selectie doelgroep	4
Intakegesprekken	5
3. Bevindingen en aanbevelingen door jobcoaches en klantmanagers	6
Resultaat op klantniveau	6
Resultaat samenwerking	6
Aanbevelingen	6
4. Hoe verder?	9

1. AANLEIDING

Bij veel van de klanten van WPI die zich op trede 1 en 2 van de participatieladder bevinden is voor de klantmanager onvoldoende duidelijk wat de mogelijkheden zijn en wat de potentie is om te participeren. Vaak omdat er sprake is van (dan wel een vermoeden is van) enige mate van psychische of verstandelijke beperkingen en/of beperkingen van andere aard. Het ontbreekt de klantmanager aan tijd en/of kennis om dit te beoordelen en hier adequaat op te handelen. Daarnaast is onduidelijkheid of er voldoende of voldoende toegankelijke voorzieningen zijn voor deze groep.

Tegelijkertijd wordt geconstateerd (in andere experimenten die worden uitgevoerd met deze klantgroep) dat de weg van verwijzing naar daadwerkelijke deelname aan activiteiten door veel klanten niet zelfstandig kan worden afgelegd. M.a.w. dat er meer toeleiding en begeleiding nodig is om klanten te activeren en hen duurzaam te laten participeren. Klantmanagers weten nu niet goed hoe met deze klanten om te gaan, zowel waar het gaat om het in beeld krijgen van de mogelijk spelende problematiek als wat betreft de belastbaarheid/mogelijkheden van deelname aan activiteiten op het spectrum van arbeidsmatige dagbesteding tot (on)betaald werk.

Doel pilot

Kan er in 2016 een pilot in Bos en Lommer worden uitgevoerd waarbij onderzocht wordt op welke manier klanten van het Wpi (trede 1,2) die (nog) geen recht hebben op een Wmo-indicatie voor dagbesteding en waarbij een vermoeden bestaat dat er sprake is van GGZ dan wel VB beperking, begeleid kunnen worden naar (on)betaald werk/arbeidsmatige dagbesteding. De werkwijze ontwikkelt zich in nauwe samenwerking tussen klantmanagers en jobcoaches.

Beoogd resultaat pilot

- Veertig kandidaten trede 1,2 uit Bos en Lommer zijn aangeleverd door de klantmanagers en hebben intake door jobcoaches gehad.
- Twintig kandidaten zijn in traject genomen, voor hen is een loopbaanontwikkelplan opgesteld, en zij worden stapsgewijs begeleid naar de best passende werkplek. Lokaal wordt onderzocht welke mogelijkheden er zijn of ontwikkeld kunnen worden voor de kandidaten in West.
- Na drie maanden begeleiding is duidelijk welke richting de kandidaten opgaan (Wmo arbeidsmatige dagbesteding, (on)betaald (begeleid) werk)
- Nav ervaringen in de pilot wordt een advies opgesteld voor een 'drempelloze toeleiding' voor deze doelgroep. Doel is dat de toeleiding wordt versimpeld (helder proces), daarnaast worden aanbevelingen gegeven voor de borging.
- Plan voor uitbreiding naar andere wijken in West (als het werkt)

2. DE PILOT

Het pilotteam

Na kennismaking met elkaar tijdens een startbijeenkomst op 10 oktober is een pilotteam geformeerd en is het project van start gegaan. Het pilotteam bestaat uit twee klantmanagers (KM), 4 jobcoaches (JC, elk gemiddeld 9 uur per week beschikbaar voor het project) (twee jobcoaches van leerwerkbedrijf Cordaan en 2 jobcoaches van arbeidsgilde Philadelphia) Naast KM en JC was een adviseur van het Wpi West en een coördinator bij de pilot betrokken

Pilotteam is maandelijks bij elkaar geweest (overleg 1,5 uur). Daarnaast is er onderling tussen klantmanagers en jobcoaches veelvuldig contact geweest. De eerste maanden stond het overleg vooral in het teken van "selectie doelgroep", plannen intakegesprekken, afspraken maken over werkwijze en volgen van klanten in het traject. Pas de laatste twee bijeenkomsten is er tijd op de agenda gekomen om met de werkwijze "anders kijken anders doen" naar casuïstiek te kijken.

Instrumenten pilot

Door jobcoaches is gezamenlijk een intakeformulier, dagrapportageformulier en competentieformulier ontwikkeld voor de pilot (zie bijlagen). De afspraak is gemaakt dat zij deze formulieren gebruiken en bij afsluiten traject (of tussentijds) aan de klantmanagers sturen zodat de formulieren aan het dossier van de klant in RAAK kunnen worden toegevoegd.

De klantmanagers vullen bij de intake de Zelfredzaamheids Matrix (ZRM) in en de afspraak is dat zij de klanten voor de pilot aanmelden in RAAK.

Selectie doelgroep pilot

Klantmanagers uit Bos en Lommer hebben aangegeven dat zij uit de groep mannen tussen 28 en 40 jaar kandidaten willen selecteren. De klanten zijn random geselecteerd en vaak al langere tijd niet gesproken. Klanten zijn met een brief uitgenodigd door de klantmanagers voor een intakegesprek en sommigen zijn nog nagebeld, gesmst. Er zijn in totaal 6 dagen gepland in de Mansveltschool waar de intakegesprekken samen met KM en JC zijn gehouden.

Selectie klanten eerste ronde intake gesprekken	Aantallen
Selectie 112 klanten (mannen) Bos en Lommer in de leeftijd 27 t/m 40 jaar	112
Klanten zonder agressie verleden die uitnodiging hebben ontvangenge	74
Klanten uitgenodigd voor gesprek op locatie	41
Aantal gesprekken gevoerd	21
No show	6
Klanten zelf afgebeld ivm ziekte	11
Geschikt voor het project	13
Twijfelachtig	2

Intakegesprekken

De eerste serie intake gesprekken zijn eind november/begin december gevoerd. De klantmanagers en jobcoaches hebben gezamenlijk de gesprekken gevoerd, zij zijn aanvullend op elkaar. Het intakeformulier voldoet; vooral vraag 1 en 2 zijn relevant in het eerste gesprek. Hiermee krijg je een goed beeld van de klant. Voor klantmanager is het ook goed mogelijk om op basis van het driegesprek de ZRM in te vullen. De jobcoaches hebben de intakeformulieren ingevuld.

✓ Wat valt op?

- Veel verschillende problematiek, weinig LVB, veel verslaving, trauma's, psychiatrische problematiek.
- De Mansveltschool is een fijne laagdrempelige plek om de gesprekken te voeren.
- Ongeveer 50% van de klanten die zijn uitgenodigd voor gesprek op locatie zijn gesproken (21 gesprekken). Vaak zijn er verouderde gegevens en is het lastig om klanten te bereiken. Van deze 21 klanten gaan er 13 door in het traject.

Besloten is om op 19, 20 en 21 december een nieuwe ronde gesprekken te plannen. Hiervoor worden de klanten die zelf hebben afgebeld nogmaals uitgenodigd, en daarnaast worden klanten van collega klantmanagers uitgenodigd; in totaal 21 klanten. Er is "strenger" gekeken, klanten die een historie hebben van nooit op komen dagen zijn nu niet uitgenodigd. Er is iets breder gekeken (niet alleen maar mannen tussen de 20 en 40 jaar). Ook van collega's zijn klanten aangemeld. De opkomst was zeer hoog. Er gaan vanuit deze tweede ronde 14 klanten in traject bij de jobcoaches. Twee klanten worden in januari nog gesproken en twee klanten gaan niet bij jobcoach in traject daar gaat de klantmanager zelf mee verder.

In totaal zijn 34 klanten ingestroomd in het traject. De jobcoaching is gestart in december/januari. De aanname in de pilot was dat na 3 maanden een advies kan worden gegeven in de vorm van een loopbaanontwikkelplan. In de praktijk pakt dat anders uit.

3. BEVINDINGEN EN AANBEVELINGEN DOOR KLANTMANAGERS EN JOBCOACHES

Resultaat op klantniveau

In de pilot zijn 34 klanten ingestroomd (overzicht zie casuïstiekbeschrijving). Er zijn er 3 klanten uitgestroomd naar “werk en reïntegratie”, 3 klanten zijn aan de slag bij de werkbrigade, 1 klant is gestart met een opleiding in de techniek, 1 klant (tijdelijk) overgedragen naar arbeidsmatige dagbesteding om arbeidsvaardigheden op te doen, daarna wordt hij begeleid naar betaald werk. Daarnaast zijn de jobcoaches met 8 klanten in gesprek over een traject van vrijwilligerswerk/opleiding/arbeidsmatige dagbesteding. Het advies van jobcoaches en klantmanagers is om met 13 klanten nog verder te gaan omdat bij hen het traject nog niet is afgerond en/of er potentie/mogelijkheden zijn om aan het “(vrijwilligers)werk” te gaan. De inschatting is dat er nog maximaal 6 gesprekken nodig zijn voor elke klant. Dus samenvattend van de 34 klanten zijn er 8 aan de slag¹ en met 8 wordt het traject nog uitgestippeld. De klanten geven aan dat zij de intensieve benadering als prettig ervaren, ze worden op weg geholpen en ze krijgen zicht op dat er mogelijkheden zijn. Het lukt op deze manier om een kwetsbare, moeilijke doelgroep te benaderen en hen perspectief te bieden. Niet elke klant staat hier voor open.

Resultaat samenwerking

De conclusie van klantmanagers en jobcoaches is dat het meerwaarde heeft om samen te werken rond de (vaak ingewikkelde) doelgroep. De klantmanager heeft makkelijk contact tot de doelgroep (“ontzag en dwingend”), de jobcoach heeft meer tijd en kan persoonlijk contact opbouwen. Er wordt geleerd van elkaar en men is aanvullend aan elkaar. De lijnen tussen klantmanager en jobcoach zijn kort. Casuïstiek bespreken met elkaar levert nieuwe inzichten op die je verder helpen.

De doelgroep is heel moeilijk te bereiken. De jobcoaches kunnen de intensieve trajecten doen, zij hebben meer tijd en langere adem.

Er is wel aandacht nodig voor de positionering van de jobcoach. Na de intakegesprekken zijn de klanten die in traject gaan verdeeld onder de jobcoaches. Zij hebben een vervolgesprek gepland en hebben de wensen en mogelijkheden van de klanten verder verkend. Het doel is om met de klanten een loopbaanontwikkelplan te maken. In de praktijk blijkt dat langer te duren dan vooraf ingeschat. Bij sommige klanten was het moeilijk om contact te krijgen. Soms is de klantmanager ingeschakeld om contact te leggen.

Suggesties voor verbeteringen

In het project is gezocht naar manieren waarop de samenwerking vorm kan krijgen en ook naar manieren waarop de doelgroep benaderd kan worden. Daar zijn in de evaluatie een aantal suggesties voor verbetering in naar voren gekomen.

¹ bij één van de klanten die aan de slag is gegaan bij de werkbrigade was de toeleiding al in gang gezet voor het werken aan werk project.

- Strenger selecteren van kandidaten voor een traject

De selectie heeft "ad random" plaatsgevonden. De klantmanagers kende de klanten veelal niet voordat ze op gesprek kwamen, ze zijn op basis van dossier uitgenodigd. Pas in het gesprek werd duidelijk of de klanten geschikt waren voor het traject. Dat heeft ertoe geleid dat er veel tijd is geïnvesteerd in de intake gesprekken en het ook regelmatig voorkwam dat jobcoach en klantmanager op klanten zaten te wachten en er niemand kwam opdagen. Dit is niet efficiënt.

✓ Voor vervolg is het handig als de klantmanager een selectie maakt en dan de klanten uitnodigt voor een "drie-gesprek". Het heeft meerwaarde om het intakegesprek met zijn tweeën te voeren, de expertise van jobcoach en klantmanager zijn aanvullend op elkaar.

- De instrumenten

De jobcoaches hebben gezamenlijk intakeformulier, dagrapportage en competentieformulier gemaakt. Het blijkt dat het competentieformulier pas kan worden ingevuld als iemand aan de slag gaat. Dat is in dit traject nog bijna niet aan de orde geweest omdat het veel tijd gekost heeft om met klanten in contact te komen en ze te motiveren voor dagbesteding/(vrijwilligers)werk.

- Positionering jobcoaches

Signaal van jobcoaches is dat het lastig is om mensen te bereiken om een vervolgspraak te maken. Ook blijkt dat sommige klanten niet meer zo gemotiveerd zijn als dat ze bij het intake gesprek waren. Als tip wordt gegeven om te sms-en, appen of brief te sturen. Daarnaast merken de jobcoaches ook dat zij een andere positie hebben bij de klanten als de klantmanagers. Afgesproken is dat als jobcoaches denken dat het helpt om mensen te motiveren zij de klantmanagers bij het gesprek betrekken, of dat de klantmanager nogmaals een uitnodiging stuurt.

✓ positionering van de jobcoaches richting klanten is belangrijk. De klantmanagers hebben een positie bij de klanten, zij hebben onzorg en overzigt, als zij smsen of appen wordt er wel gereageerd. In tegenstelling bij sommige klanten als de jobcoach probeert contact te leggen. Duidelijke uitleg dat jobcoach en klantmanager een team vormen en ook gezamenlijk gesprekken voeren is van belang. Ook benadrukken door klantmanager naar klant dat hij samen met de jobcoach een loopbaanplan moet maken

- Duur van het traject

In het projectvoorstel is de aanname gedaan dat na 3 maanden er een loopbaanplan kan worden opgesteld. Bij de doelgroep blijkt dat dit niet haalbaar is. Het kost bij een groot aantal klanten veel tijd om zicht te krijgen op situatie van klant en om ze te motiveren tot nadenken over mogelijkheden. Regelmatig zijn er voorliggende problemen, taal, financiën, gezondheid die eerst moeten worden opgepakt.

✓ De inschatting die door de jobcoaches en klantmanagers wordt gemaakt is dat een traject tussen de 6 en 9 maanden duurt. Een gemiddelde inzet van jobcoaches voor elke klant betreft 1 uur per week. Dus een traject kost tussen de 24 en 36 uur inzet van jobcoaches.² hierin zit dan het begeleiden van de klant, maandelijkse casuïstiekbespreking en administratie.

² Dit betekent dat een jobcoach die fulltime werkt op jaarbasis minimaal 64 klanten in traject kan nemen, waarschijnlijk meer want er vallen ook klanten uit en daarnaast duurt niet elk traject 36 uur en 9 maanden. In een vervolgtraject kan hier een preciezer beeld van worden geschetst.

- Werk/dagbestedingsplekken in Bos en Lommer

Het doel van de pilot was ook dat de casuïstiekbepreking met behulp van de werkwijze “anders kijken anders doen” zou worden geïntroduceerd. Dat is gelukt en is ook als waardevol ervaren, maar eigenlijk is door het accent op instroom en in gesprek komen met kandidaten alleen de laatste 2 bijeenkomsten gelukt om casuïstiek in te brengen en te bespreken. Zowel jobcoaches als klantmanagers vinden het zinnig om hiermee door te gaan.

In de projectgroep wordt geconstateerd dat de uitvoering van het loopbaanplan niet automatisch bij de eigen organisatie moet plaatsvinden. Het gaat erom de best passende startplek te vinden voor de klant. Dat kan ook bij een andere organisatie in Bos en Lommer (of in West). Daarom hebben we een start gemaakt met een overzicht van beschikbare plekken in West gemaakt. In de praktijk blijkt dit voor jobcoaches een lastig punt. Zij willen ondernemend zijn en op zoek naar de beste startplek voor een klant. Vanuit de organisatie wordt soms de druk gevoeld om bij de eigen organisatie te plaatsen. Goed om daar in vervolg aandacht voor te hebben en ook om dit te bespreken met (het management van) de organisaties.

✓ Bespreek met moederorganisaties van de jobcoaches dat het gaat om de best passende plek voor de klant te kunnen zoeken, dat hoeft niet persé een plek bij de eigen organisatie te zijn.

- Wanneer stop je?

Ander punt dat regelmatig terugkomt is wanneer stop je? Als je alles geprobeerd hebt en iemand wil echt niet (en hoeft ook niet vanuit gemeentelijk beleid), dan heeft het geen zin om door te blijven gaan. Daarnaast geven veel klanten aan dat zij enkel betaald werk willen; hoe ga je daar mee om? Contact leggen gaat zeer moeizaam, er wordt ook regelmatig afgezegd.

✓ Als er geen perspectief, motivatie is dan heeft het geen zin om door te gaan. In de pilot is dit telkens besproken tussen jobcoach en klantmanager. Dat is een goede insteek.

4. HOE VERDER ?

De wens van het pilotteam is om verder te gaan met elkaar. Als de instroom van klanten in het traject efficiënter wordt vormgegeven dan is dat prettig voor de tijdsinvestering van de jobcoaches. In het traject komen de jobcoaches goed uit met de toegekende uren. Men vindt het van belang om het accent te verleggen van projectmatig overleg naar casuïstiekbespreken met elkaar. Het voorstel is om maandelijks bij elkaar te komen en 1,5 uur casuïstiek te bespreken m.b.v. de werkwijze anders kijken anders doen.

✓ In de pilotgroep neemt één klantmanager deel aan de training procesbegeleider casuïstiek. Een advies is om nog 1 of 2 mensen aan deze training te laten deelnemen zodat er meerdere mensen zijn die de casuïstiek kunnen begeleiden.

Het idee is om voor de toekomst is dat de klantmanagers die nu participeren een "linking pin" zijn met de andere klantmanagers van West. Zij zorgen voor bekendheid van het project en stimuleren collega's om klanten aan te melden. Op deze manier blijft het overzichtelijk. De jobcoaches van Cordaan en Philadelphia stellen ook voor dat zij linking pin zijn naar eventuele andere organisaties die dagbesteding aanbieden zoals Roads, Volksbond. Op deze manier blijft het team klein en slagvaardig. Er is wel een wens uitgesproken om tijdens de casuïstiekbespreking de Regenbooggroep en de gebiedsmakelaar(s) uit West te laten aanschuiven. Omdat er nog maar net gestart is met de casuïstiekbespreking en de werkwijze nog niet is uitontwikkeld vindt de projectgroep het prettig als de huidige coördinator in 2017 nog verbonden blijft aan het project.

✓ projectgroep blijft klein (twee klantmanagers en twee (of vier) jobcoaches. Met de organisaties wordt nog besproken of zij 1 of 2 jobcoaches aan het project willen laten deelnemen in 2017. Het voordeel van 1 jobcoach per organisatie is dat er automatisch meer overleg en samenwerking zal zijn tussen de organisaties. Nu wordt nog snel het overleg binnen de eigen organisatie gezocht.

✓ Voor de casuïstiekbespreking wordt gekeken of gebiedsmakelaar(s) en Regenbooggroep kunnen aanhaken

✓ projectgroep geeft presentatie aan klantmanagers WPI West om het project en werkwijze toe te lichten

✓ projectgroep wil in 2017 nog gebruik maken van ondersteuning van coördinator om ervoor te zorgen dat de werkwijze "anders kijken anders doen" nog beter wordt geïmplementeerd binnen het project en voor voorbereiding, verslaglegging en verantwoording.