



St@dium

e-zine van Stade Advies, Kwaliteit van samenleven

Nummer 2, februari 2010

Inhoud:

1.	Welkom bij St@dium, het e-zine van Stade Advies	2
2.	Sociaal bezuinigen	3
3.	Voor 60.000 mensen geen begeleiding meer	4
4.	Marketingtechnieken om over na te denken	5
5.	Partnerschap in de crisis: wijkontwikkeling in drie stappen	7
6.	Hoe blijft u een goede baas: 10 tips	9
7.	Trends in 2010	11
8.	Welkom in mijn achtertuin?	12
9.	Toolkit Commissariaat	13
10.	De wijk op de voorgrond, de skyline op de achtergrond: bewonersparticipatie scoort	14
11.	Cursus: het opstellen van een integraal gebiedsbeheerplan	16
12.	Citymarketing is meer dan hippe slogan	18
13.	Een nieuwe rol voor het maatschappelijk werk	20
14.	Van klacht naar compliment	22
15.	Dorpshuis tegen depressie	24
16.	Gemeenten moeten meer doen aan zorg	25
17.	Buurteconomie en leefbaarheid: Criminele jongeren, kaalplukken of verleiden?	26
18.	Maatschappelijk Rendement een issue bij verkiezingsprogramma's	28
19.	Proeftuinen woonservicegebieden	29
20.	De jaren tien: een nieuwe invulling aan onze lotsverbondenheid	30
21.	Woningcorporaties willen uit bestel stappen	31
22.	Ondernemende Organisaties	32
23.	Woonservicezones: de nieuwe generatie	33
24.	De wijk op de voorgrond	34
25.	HR moet beter: het geheim van fitte organisaties	36

Colofon

St@dium is een uitgave van Stade Advies en verschijnt 11 keer per jaar.

Redactie: de heer J. Floris en de heer C. van Engelen

Redactie-adres : Stade Advies, Postbus 13124, 3507 LC Utrecht

T: (030) 23 61 861, E: e-zine@stade.nl

www.stade-advies.nl

© 2004 Stade Advies – Alle rechten voorbehouden

1. Welkom bij St@dium, het e-zine van Stade Advies

Met dit e-zine brengen we u op de hoogte van belangrijke ontwikkelingen en wetenswaardigheden in de maatschappelijke sector en van onze mogelijkheden om u hierin bij te staan. Niet alle artikelen en nieuwsflitsen zullen op u, uw organisatie of uw functie van toepassing zijn. Toch zijn wij er van overtuigd dat u zeker steeds een aantal wetenswaardigheden of trends aantreft die voor u interessant zijn. Kijkt u zelf!

[St@dium](#) verschijnt aan het begin van iedere maand, behalve in augustus. Het volgende nummer kunt u op of kort na 1 maart 2009 verwachten.

Natuurlijk stellen we het op prijs uw reactie te ontvangen. Heeft u ideeën, opmerkingen, suggesties of aanmerkingen? Mail deze naar de redactie. Dit kunt u doen via de knop 'Contact'. Het kan zijn dat u deze [St@dium](#) ontvangt zonder dat u zich hiervoor aangemeld heeft. Mocht u dit e-zine niet meer willen ontvangen, dan kunt u dit laten weten via de knop 'Aan- en afmelden'.

Wilt u meer weten over onze diensten en producten, kijk dan ook op onze website www.stade-advies.nl. Als u vragen heeft, dan kunt u vanzelfsprekend altijd contact met ons opnemen. Telefonisch zijn wij bereikbaar tijdens kantooruren op nummer (030) 23 61 861. U kunt ons ook een e-mail sturen via de knop 'Contact', dan nemen wij zo snel mogelijk contact met u op.

De redactie

Clemens van Engelen
Sjaak Floris

2. Sociaal bezuinigen

De overheid probeert grip te krijgen op diensten en organisaties, waarbij je je kunt afvragen of we dat moeten willen.' Dat is volgens Rienk Janssens van de Raad voor de Maatschappelijke Ontwikkeling de drijfveer voor het ongevraagde advies: "Sociaal Bezuinigen". Een advies over verbetering van de dienstverlening, die ook nog geld oplevert.

'Je ziet bij bezuinigingen door de overheid dat veelal de kaasschaaf wordt gebruikt. Over de hele linie wordt een voorziening afgeroomd onder het mom van oneigenlijk gebruik. Daar moeten we van af.' Aldus algemeen secretaris van de RMO, Rienk Janssens. De Raad geeft een zevental principes aan die ervoor kunnen zorgen dat de publieke sector zowel zuiniger als kwalitatief beter wordt.

Bezuinigd

De Raad voor de Maatschappelijke Ontwikkeling (RMO) publiceerde maandag het advies: "[Sociaal bezuinigen](#)". Aanleiding voor dit ongevraagde advies is de instelling van een twintigtal ambtelijke werkgroepen door het kabinet. Die moeten onderzoeken hoe er vanaf volgend jaar structureel 20 procent kan worden bezuinigd op de netto uitgaven van de overheid.

Specifiek

De RMO wil vermijden dat kwetsbare mensen en sociale structuren de dupe worden van de bezuinigingen. De Raad pleit voor meer specifiek beleid, dus bezuinigingen op specifieke groepen in plaats van het wegbezuinigen van een algemene maatregel. Een voorbeeld is de pakketmaatregel AWBZ, waarbij de ondersteunende begeleiding voor mensen met lichte aandoening wegvalt. Thuiswonende dementerenden dreigen eronder te lijden. 'Als je algemeen een klein beetje bezuinigt, leidt dat er toe dat de overheid dat later weer moet repareren voor mensen die tussen wal en schip vallen,' aldus Janssens.

Prikkels

Veel geld is te besparen, volgens de RMO, door positieve in plaats van negatieve prikkels te geven voor efficiënt gebruik van het overheidsbudget. 'Houdt een manager of leidinggevende geld over, dan wordt hij een jaar later gekort op zijn budget. Dus gaan publieke diensten zoveel mogelijk geld uitgeven. Beter zou zijn dat geld bijvoorbeeld voor andere doeleinden in de organisatie in te zetten. Dat vergt ook een cultuuromslag bij overheidswerkers. Zij moeten in beeld houden dat ze niet het geld voor henzelf besteden, maar voor de belastingbetaler.'

Vakmanschap

Het veelgeprezen integrale beleid als de oplossing voor bureaucratie en klantvriendelijk leidt tot meer ellende van protocollering en coördinatie, constateert de RMO. De Raad pleit voor herwaardering van het vakmanschap van de werkenden. De professional moet de verantwoordelijkheid krijgen. Maar die is veel professionals in bijvoorbeeld de jeugdzorg en de ouderenzorg juist ontnomen. Mede dankzij marktwerking (zo efficiënt en goedkoop mogelijk) en ernstige gebeurtenissen (bijvoorbeeld in de jeugdzorg).

Incidenten

'De overheid moet stoppen om op incidenten te reageren', meent Janssens, 'en te denken dat ze door monitoring en protocollering alles in de vingers krijgt. De overheid moet loslaten, meer duidelijk maken: "Daar zijn wij niet voor". Laat het gezin of de omgeving van de patiënt een grotere rol spelen bij de zorg.' Volgens de RMO kunnen vrijwilligers meer en beter ingezet worden bij de zorg voor mensen in de wijk. Janssens: 'Maar vaak lopen vrijwilligers aan tegen de argwaan of de competentiediscussie van professionals.'

Bron: www.zorgwelzijn.nl

3. Voor 60.000 mensen geen begeleiding meer

Ruim 60.000 mensen krijgen in 2010 geen begeleiding meer uit de AWBZ. Dat blijkt uit de rapportage 'Begeleiding AWBZ 2009' van het Centrum Indicatiestelling Zorg (CIZ). Vorig jaar moesten circa 230.000 cliënten met begeleiding opnieuw worden beoordeeld. Op 1 oktober 2009 waren bijna 125.000 mensen nog niet onder het nieuwe regime beoordeeld. Het is nog niet bekend of zij de aanspraak op begeleiding behouden.

Van de groep die in ieder geval geen begeleiding meer krijgt, hebben zo'n 16.500 mensen recht op intramurale zorg. Volgens het CIZ is dit een normaal patroon dat voortkomt uit een groeiende zorgbehoefte. Ruim 2.000 mensen krijgen helemaal geen AWBZ zorg meer, 4500 mensen verliezen de begeleiding maar hebben wel recht op andere AWBZ zorg. Zo'n 6600 mensen verliezen in 2010 de begeleiding na een gewenningsregeling.

Oplossingen

Van ruim 31.000 mensen die in 2009 nog recht hadden op ondersteunende en activerende begeleiding is de indicatie verlopen. Zij hebben geen aanspraak meer, bijvoorbeeld door overlijden, herstel of het vinden van andersoortige oplossingen. Mogelijk hebben deze cliënten nog wel recht op andere extramurale AWBZ zorg.

Ernstige problemen

Het jaar 2009 was een overgangsjaar voor de gewijzigde AWBZ. Per 1 januari 2009 zijn de ondersteunende en activerende begeleiding (het oude regime) verdwenen en is de functie 'begeleiding' ingevoerd. Om hiervoor in aanmerking te komen, moet een cliënt matige of ernstige problemen hebben met het zelfstandig functioneren in de maatschappij. De criteria zijn, kortom, strenger geworden en er wordt meer gekeken naar de hulp in de eigen omgeving.

Ouderen

De cliënten die in 2010 definitief geen begeleiding of helemaal geen AWBZ zorg meer krijgen, zijn vooral 75-plussers met een lichamelijke aandoening en volwassenen met een psychiatrische stoornis. Voor een deel van hen loopt de indicatie onder het oude regime nog door tot in 2010. Zij verliezen de aanspraak op begeleiding zodra de gewenningsregeling afloopt.

Gehandicapten

Zo'n 13.700 mensen krijgen minder begeleiding dan voorheen. Dit zijn vooral verstandelijk gehandicapten en volwassenen met een psychiatrische stoornis. Ruim 30.000 cliënten houden dezelfde begeleiding of krijgen juist meer. Het CIZ komt in maart met een vierde rapportage over alle mensen die zijn geherindiceerd voor begeleiding, met uitzondering van kinderen en jongeren tot 18 jaar. Deze groep wordt in de eerste helft van 2010 opnieuw beoordeeld, zo laat het CIZ weten.

Bron: www.zorgwelzijn.nl

4. Marketingtechnieken om over na te denken

U kunt het beste product of dienst ter wereld hebben, maar als niemand er van af weet heeft u daar helemaal niets aan. U zult uw product of dienst dus in de markt moeten zetten. En dat kost - meer of minder - geld. Zestien marketingtechnieken op een rijtje die ook van pas kunnen komen als uw budget onder druk staat.

1. Maak ze aan het lachen

De meeste marketingcampagnes richten zich puur en alleen op het genereren van verkopen. Richt u echter eens op vermaak. Maak uw klanten aan het lachen en die verkopen volgen vanzelf. Dit kunt u zo duur maken als u zelf wilt: een humoristische tv-spot kost enkele duizenden euro's; een leuk filmpje op YouTube zetten is gratis.

2. Wees een goeroe

Of u nu huizen verkoopt of tandarts bent: u weet meer van uw zaak dan uw klanten. Deel die expertise. Schrijf een column of verstuur een nieuwsbrief met relevante tips. Om de kosten te beperken kunt u het onderzoek en schrijfwerk bijvoorbeeld overlaten aan studenten.

3. Blijf bij uw thema

Heeft u een herkenbaar thema dat steeds terugkomt in al uw uitingen? Laat dit dan niet los. Het versterkt uw herkenbaarheid en draagt uw visie uit.

4. Maak sterren van uw klanten

Of ze nu talent hebben of niet, mensen houden ervan hun kunstjes te vertonen en hun verhalen te delen. Geef ze een uitlaatklep in ruil voor het promoten van uw product of dienst en/of hun contactgegevens. U kunt dit heel goedkoop doen via uw eigen website of sociale netwerken.

5. Twitter

Goed gebruikt kan dit medium een krachtige marketingtool zijn.

6. Bewerk de media

Als uw product genoemd wordt in nieuwsmedia creëert dat meer geloofwaardigheid dan u ooit zou bereiken via een reclamecampagne. Om uw voet tussen de deur te krijgen, kunt u journalisten eerst voorzien van informatie over uw branche zonder daarbij aan te dringen op het noemen van uw bedrijfsnaam. Ten tweede kunt u feedback geven op nieuwsberichten; inmiddels bieden veel nieuwsmedia u de kans online te reageren.

7. Wees een goeroe – deel 2

Uitgebreide onderzoeken en white papers zijn leuk, maar uiteindelijk gaat het erom dat u een band opbouwt met uw klanten. Word spreker op lokale bijeenkomsten en stuur stukjes in naar plaatselijke kranten en vakbladen. Waag het echter niet iets te proberen te verkopen op deze manier! Uw beloning is naamsbekendheid en een link naar uw website.

8. Verover een plek op het menu

Als het maar even mogelijk is, laat anderen uw product dan promoten. Sluit een deal met plaatselijke winkeliers, horeca-ondernemers, enzovoort.

9. Organiseer een online beurs

Een traditionele beurs bezoeken kost duizenden euro's. waarom zou u zoveel geld uitgeven als u voor een fractie van dat bedrag een virtuele beurs kunt organiseren?

10. Maak kennis met de burens

Er zijn inmiddels talloze sites online die zich concentreren op een bepaalde wijk of buurt. Maak uzelf zichtbaar op deze netwerken en bereik uw buurtgenoten optimaal.

11. Stel een bestuur aan

Waar het kleine ondernemingen vaak aan ontbreekt is geloofwaardigheid. Dit kunt u verhelpen door een raad van adviseurs aan te stellen, samengesteld uit betrouwbare personen. Zorg dat er diverse expertises verenigd zijn in deze raad. Het beste is om voor een oneven aantal te kiezen zodat de

stemmen bij belangrijke beslissingen nooit staken. Zorg bovendien dat de adviseurs kennis hebben van uw branche en werkterrein.

12. Stuur leuke e-mails

E-mailmarketing is een bekend fenomeen, maar hoe zorgt u dat de ontvangers uw mail ook daadwerkelijk openen? Drie tips: verstuur de mail niet vanaf een algemeen e-mailadres (sales@, info@, enzovoort), verstuur al uw e-mail met een herkenbare afzender en wees zo duidelijk mogelijk in de onderwerpregel ('persbericht', of 'nieuwsbrief' volstaan echt niet).

13. Maak marketing integraal onderdeel van de bedrijfsvoering

Zorg dat de marketing niet iets is dat u als allerlaatste even doet. Denk bij elk onderdeel van uw bedrijfsvoering na over de marketingelementen. Stel: uw wilt het bezoek aan uw tandartskliniek leuk maken voor kinderen. Het heeft geen zin dit alleen te roepen in uw advertenties, u moet dit waar maken en zorgen dat de ervaring daadwerkelijk leuk is. Door bijvoorbeeld uw behandelruimtes zo in te richten dat ze kinderen aanspreken, hen vermaak te bieden tijdens het wachten en ouders een reden te geven juist naar uw praktijk te komen.

14. Begin een ruilhandeltje

Hoe meer mensen een link naar uw website op hun site hebben, hoe hoger u scoort in Google. Dit is waar al die enthousiaste bloggers van pas komen. Benader bloggers die schrijven over onderwerpen die (in de verte) gelieerd zijn aan uw product met een leuk aanbod in ruil voor een link naar uw site.

15. Word vriendjes met beroemdheden

Benader bandjes en beginnende artiesten en vraag of ze iets willen dragen met uw merknaam erop. Mochten zij doorbreken, dan bent u in een klap binnen. Het is een gok, maar indien u 'wint' zit u op rozen. Bovendien kost het u alleen tijd, en weinig geld.

16. Kijk met een andere blik naar uw markt

Verkoopt uw product maar niet, dan is het misschien tijd voor een hele andere benadering. Laat onderzoeken wanneer men bereid is geld neer te tellen voor uw dienst of product. Misschien moet u zich richten op een hele andere doelgroep, de prijs aanpassen of de verpakking veranderen. Om hier achter te komen is marktonderzoek noodzakelijk. Dit kan vaak goedkoper dan u denkt, er zijn genoeg onderzoeksbureaus die u voor een heel schappelijk tarief aan de gewenste data kunnen helpen.

Bron: www.managersonline.nl

5. Partnerschap in de crisis: wijkontwikkeling in drie stappen

Werken aan leefbaarheid en sociale samenhang wordt op de proef gesteld nu de economie tegen zit en gemeentes voor een grote bezuinigingsopgave staan. Er zijn geen grote vergezichten en dito budgetten, het gaat om partnerschap: coalitievorming, samenwerking, afstemming.

Een wijkontwikkelingsplan geeft een ontwikkelingsrichting aan een gezamenlijke aanpak. Op welke punten heeft de wijk verbetering nodig om de kwaliteit van de leefomgeving op niveau te houden? Welke problemen en wensen worden belangrijk gevonden om aan te pakken? Vanuit een wijkontwikkelingsplan worden wijkactieplannen geschreven met daarin vastgelegd wie daar een bijdrage aan levert. Doel is om van de wijk een prettiger leefbare wijk te maken. De gemeente Purmerend wil voor alle wijken wijkontwikkelingsplannen met wijkactieplannen maken. Het plan dat nu voor Overwhere wordt gemaakt vormt een pilot voor een wijkontwikkelingsplan nieuwe stijl: geen grote vergezichten maar een praktische op samenwerking gerichte aanpak met meer sociale invulling en inbreng van bewoners, zowel bij de planvorming als de implementatie, meer synergie bij de inspanningen van stakeholders. Stade Advies heeft met de gemeente Purmerend een model ontwikkeld. Het model behelst drie fasen, om in een kort traject te komen tot een wijkontwikkelingsplan. Dat plan bevat een gedragen visie, een vertaling daarvan in plannen voor de middellange termijn (4 jaar) en concrete acties op de korte termijn. Die fasen worden nu in de naoorlogse wijk Overwhere doorlopen:

Fase één, verkennen:

De kick-off:

In het najaar werd die voor Overwhere gehouden en was zeer succesvol. Alle partners in de wijk bezochten de startbijeenkomst. De startbijeenkomst zette Overwhere op ieders netvlies:

- De wijk werd ingekleurd wijk met bewoners die vergroeid zijn met de wijk: De wijkagent, de bakker en de Turkse slager schetste hoe Overwhere als naoorlogse wijk is veranderd.
- De deelnemers werden uitgenodigd richting te geven aan de visie op Overwhere: Van te voren geselecteerde thema's werden aan ronde tafels verder aangevuld en geplaatst in de wijk. Er kon een thema toegevoegd worden.

Terreinverkenning:

Na de startbijeenkomst werd informatie in de wijk opgehaald, tijdens thema- en doelgroepschouwen, tijdens buurtbijeenkomsten, bij informatie kramen en op scholen. Jongeren en ouderen leverden zo niet alleen een veel informatie aan, maar ook veel praktische tips. Ook veel individuele bewoners deden een duid in het zakje.

Fase twee, zaaien:

Snelkookpansessie:

Begin december kwamen rond de vijftig wijkprofessionals, ondernemers en actieve bewoners in een kerk bijeen om aan de hand van de vastgestelde visie aan de slag te gaan met de opgehaalde informatie. Dat gebeurde in twee stappen:

Vertaalslag

- In kenniskringen bespraken ze stapsgewijs wat er verkend was en vertaalden ze dat naar de visie, een programma en activiteiten, een centrale controlekamer zorgde tijdens de dag voor de verbinding tussen de kringen.

Keuzes en trekkerschap

- De dag werd afgesloten met een stemming: wat heeft de hoogste prioriteit, welke coalities kunnen daarbij gevormd worden en wie wil dat trekken. Het werkte, geen enkel thema bleef zonder trekker. Ook wijkwethouder Mona Keizer tekende in.

Fase drie, oogsten:

- Finale toets

Momenteel wordt de oogst vertaald een wijkontwikkelingsplan dat in april aan de buurt wordt gepresenteerd in een interactieve bijeenkomst. Dan vindt de laatste toets plaats: wordt de analyse

gedeeld en is het programma haalbaar en uitvoerbaar. Hierna volgt het formele traject: afspraken worden vastgelegd en de bestuurlijke besluitvorming.

Kader

Vooraf in deze tijd van neergang en krimp is bij wijkontwikkeling sprake van een onlosmakelijke lotsverbondenheid tussen overheid, burgers, instellingen en bedrijfsleven. Ze zijn tot elkaar 'veroordeeld' en moeten het dus ook samen aanpakken. De overheid en burger, instellingen en bedrijfsleven staan niet tot elkaar als producent tot consument, of als subsidieverstrekker en subsidieontvanger. Er is nu sprake van co-productie en/of co-creatie. Vermindering van zowel overheidsmiddelen als overheidsbeleid bevordert de eigen verantwoordelijkheid van burgers, instellingen en bedrijfsleven.

Informatie

[Gemeente Purmerend](#)

Wilt u meer informatie of een afspraak maken voor een oriënterend gesprek? Neem dan contact op met de betrokken adviseurs:

Cyriel Thomas

T: 06 – 22 47 9460

E: c.thomas@stade.nl

of

Kitty Burer

T: 06 – 46 34 8265

E: k.burer@stade.nl

6. Hoe blijft u een goede baas: 10 tips

Eigenlijk kan een baas het nooit goed doen. Werknemers hebben immers altijd de neiging om te mopperen. Daarom hieronder een aantal tips voor u op een rij over hoe u op een goede manier de baas blijft over uw werknemers.

Reorganisaties, [slechtnieuwsgesprekken](#) en ontslagen; ga er maar aan staan. Het is voor de gemiddelde leidinggevende niet gemakkelijk om het personeel tevreden te houden.

Werknemers mopperen

Uit een vorig jaar gehouden onderzoek van Integron onder werknemers in elf verschillende sectoren blijkt dat werknemers veel mopperen op hun baas. Bijna de helft vindt dat alles wat werkgevers aanbieden voor verbetering vatbaar is. Wel is hoger management meer [tevreden](#) dan het lagere personeel in organisaties. Maar dat is niet zo verwonderlijk omdat het hoger management normaal gesproken meer op de hoogte wordt gehouden van wat er speelt in een bedrijf.

Onderzoeker Rob Fest van Integron verbaasde zich ook over het gebrek aan interesse bij de gemiddelde baas voor zijn personeel. Wel erkent Fest het feit dat het er op lijkt dat een werkgever het eigenlijk nooit goed kan doen. Zo laten dus maar? Nee, want een werkgever weet ook wel dat het personeel voor een groot deel zijn bedrijf is.

Kwart werknemers voelt zich ondergewaardeerd door baas

Ook uit de Randstad Werkmonitor (november 2009) blijkt dat bijna één op de vier werknemers zich niet gewaardeerd voelt door zijn werkgever.

Daarnaast vindt 27% dat er te weinig in hem of haar wordt geïnvesteerd. En dat zij [persoonlijke aandacht](#) van de baas missen. Rekent u even mee? U heeft 12 medewerkers in dienst. Daarvan zijn er 3 ontevreden. Hoogste tijd voor wat tips dus.

1- Niet een van hen (meer)

Ineens bent u leidinggevende. Dat komt omdat u een eigen bedrijf bent begonnen en personeel in dienst moet nemen. Of dat komt omdat u promotie hebt gemaakt en binnen een bedrijf ineens de leiding moet/mag nemen. In beide gevallen moet u in uw rol groeien. Voor u, maar vooral voor de andere medewerkers van de afdeling is ineens alles anders. U bent niet meer 'een van hen'. Datzelfde geldt voor bijvoorbeeld ondernemers die ineens personeel in dienst moeten nemen: u bent niet (meer) een van hen.

2 - Niet opscheppen

Als u [leidinggevende](#) bent is opscheppen niet heel verstandig. Een (kersverse) leidinggevende die zich (ineens) gedraagt alsof hij een ongenaakbare Koninklijke hoogheid is, kweekt weinig goede wil bij de werknemers. Aan de andere kant zal een baas die zich krampachtig gedraagt of alles heel formeel behandelt, geen gezellige, vriendelijke of welwillende afdeling/onderneming creëren.

3 - Wees niet te joviaal

Ga er maar aan staan. Ook als u te joviaal bent is het niet goed. De sfeer op het werk moet namelijk niet doorslaan naar te joviaal. Dat kan de verantwoordelijkheden en het handelingsvermogen in de weg gaan zitten. Soms moet een leidinggevende nu eenmaal een minder prettige beslissing nemen, of voet bij stuk houden. Dat kan lastiger worden als de leidinggevende zich altijd joviaal opstelt en op gelijke voet met zijn medewerkers omgaat.

4 - Flap er niet alles zomaar uit

Als leidinggevende kunt u niet straffeloos alles er maar uitflappen wat er in u opkomt. Uw woorden hebben consequenties: voor de sfeer, voor uw geloofwaardigheid, voor de verwachtingen die mensen hebben. En, niet in de laatste plaats, voor de bereidwilligheid waarmee medewerkers hun taken zullen uitvoeren. Een verkeerd gevallen woord kan loyale medewerkers soms zelfs doen veranderen in boos en weigerachtig personeel.

5 - Niet geheimzinnig doen

Communiceer alle belangrijke informatie aan uw werknemers. Indien u dit niet doet kunnen ze het

gevoel krijgen dat ze hun werk moeten doen met halve informatie. Als u dan ergens een beslissing over hebt genomen, wees dan helder. Probeer het duidelijk over te brengen. Laat geen twijfel bestaan over de consequenties en draai niet om de hete brij heen. Een beetje betrokken medewerker weet namelijk vaak best hoe het bedrijf er ongeveer voor staat.

6 - Badineer niet

Badineer niet. Een goed voorbeeld daarvan is een [reorganisatie](#). Als er namelijk een reorganisatie voor de deur staat en als daarbij ook nog eens gedwongen ontslagen vallen, moet u als leidinggevende dit zeker niet verkopen als 'een uitdaging'. Medewerkers gruwen daarvan. U kunt met dergelijke opmerkingen de loyaliteit van uw medewerkers op het spel zetten.

7 - Geef geen negatieve feedback (zeker niet waar anderen bij zijn)

Geef geen [onconstructieve feedback](#). Uw feedback is nodig om er voor te zorgen dat medewerkers hun werk kunnen verbeteren. Probeer dus altijd zo constructief mogelijk te zijn in uw kritiek op het werk en/of gedrag van uw medewerkers. En geef zeker geen negatieve feedback in het bijzijn van anderen. Als u dat doet zal die persoon zich wel eens aangevallen of zelfs vernederd kunnen voelen. En dat in het bijzijn van anderen. Dat zal de loyaliteit van uw medewerkers zeker niet ten goede komen.

8 - Plan geen onnodige en/of onproductieve vergaderingen

Managers spenderen ongeveer tien procent van de werktijd of 24 werkdagen per jaar aan onnodige en onproductieve meetings. Dat blijkt uit onderzoek uit 2007 van Opinion Research USA. Dus vergader zeker niet met een te grote groep (vijf tot acht personen) omdat meestal iedereen wel iets wil zeggen. En vergader vooral niet te lang (ongeveer anderhalf uur). Daarna is de concentratie bij de meesten wel weg. Een vergadering is er ook niet om oeverloos standpunten uit te wisselen, maar om kort een mening te geven. Dat geldt ook voor de leidinggevende zelf. Plan dus geen onproductieve en/of onnodige vergaderingen. Zo verdoen de medewerkers hun tijd en krijgen ze ook het gevoel dat u hun tijd niet waardeert.

9 - Leg geen overbodige regels op

Een van de moeilijkste dingen van een leidinggevende is grip houden op de afdeling en/of het bedrijf. Die grip wordt niet groter door veel (overbodige) regels op te stellen. Te veel regels geeft medewerkers het gevoel dat u ze niet vertrouwt. En [vertrouwen](#) tussen u en het personeel, of het nu op een afdeling is of binnen een heel bedrijf, kan de basis voor succes zijn.

10 - Laat het talent niet onbenut

En tot slot: laat het [talent](#) niet onbenut. Uw medewerkers moeten het gevoel krijgen dat u hun talent erkent en daar ook gebruik van maakt. U heeft ze immers niet voor niets in dienst genomen. Als u dit niet doet zullen ze vroeg of laat van baan veranderen. Te hoge verwachtingen kunnen onnodig veel stress opleveren, maar te lage verwachtingen kunnen demotiverend werken. Als een medewerker het gevoel heeft dat u weinig van hem verwacht en hem weinig aandacht geeft, gaat hij ook minder van zichzelf verwachten.

Eigenlijk kan een baas het nooit goed doen. Veel succes.

Bron: www.businesscomplete.nl

7. Trends in 2010

Bij de overgang naar een nieuw decennium duiken altijd overal voorspellingen op. De afgelopen weken liepen die uiteen van een wereldmunt en de verdwijning van de armoede tot het waarheid worden van de film 2012. Maar wat staat managers te wachten? Managersonline zette enkele trends voor u op een rij...

1. Persoonlijke ontmoetingen

Videoconferencing is een effectieve en goedkope manier geworden om te vergaderen met medewerkers die zich op allerlei plekken ter wereld bevinden. Informatie wordt echter anders verwerkt via videoconferenties en niet altijd even goed geïnterpreteerd. Dit kan een negatieve invloed op de besluitvorming hebben. Onze hersens zijn namelijk geprogrammeerd voor face-to-face interactie. Bovendien staat persoonlijk contact in veel opkomende economieën nog veel hoger in het vaandel dan hier. Persoonlijke ontmoetingen worden dus weer belangrijker. Managers moeten goed af gaan wegen wanneer een vergadering een duur vliegticket waard is.

2. Filantropkapitalisme

Samenwerkingsverbanden tussen bedrijven, overheid en liefdadigheidsinstellingen winnen aan belang om enkele van de grootste wereldproblemen het hoofd te bieden. Daarnaast zijn het de jonge managers die veel maatschappelijke betrokkenheid tentoon spreiden die de komende jaren de top gaan bereiken.

3. China

Hoe is uw Chinees? China gaat het komende decennium op vrijwel ieder terrein een hoofdrol spelen. Het land staat op het punt Japan te verslaan als de op een na grootste economie ter wereld. Wat opvallend is, is dat hoewel managers het belang van China zeker erkennen, ze weinig weten van de geschiedenis en cultuur van deze opkomende reus. Verdiep u er eens in!

4. Diversiteit

Er zijn nog steeds bedrijven waar een manager die niets weet van andere culturen prima kan floreren. Maar die dagen zijn binnenkort voorbij. De mobiliteit van mensen, producten en diensten neemt alleen maar toe. Niet alleen is een cultureel onderlegde manager beter in staat in te springen op diverse werknemers en markten; inzicht in andere culturen draagt ook bij aan het innovatief denkvermogen en probleemoplossend vermogen.

5. Generatie Y

Niet alleen etnische diversiteit, maar ook leeftijdsdiversiteit gaat de manager parten spelen. De jongeren van nu bestormen de werkplek veel rustelozener dan de voorgaande generaties. Ze willen banen die net zo snel en spannend zijn als de globale, virtuele wereld waarin ze opgegroeid zijn. Ze willen geen strak omliggende procedures maar wel continue feedback. Sociale netwerken en een smartphone zijn essentieel en bovendien verwachten ze maatschappelijke betrokkenheid en de kans om de wereld te verbeteren middels hun werk.

6. Een bredere godsdienstoriëntatie

God is nog lang niet dood, maar er ontstaat wel een breder godsdienstbegrip, spiritualiteit en bewustzijn nu steeds meer Christenen, Moslims, Joden, agnostici en Hindoes naast elkaar werken en leven. Religieuze verschillen hebben ook op de werkplek tot aanvaringen geleid, maar een groeiend bewustzijn onder managers kan leiden tot een rechtvaardiger, eerlijker en zorgzamer bedrijfsleven – en daarmee een betere wereld.

Bron: www.managersonline.nl

8. Welkom in mijn achtertuin?

Locatiekeuze maatschappelijke opvang in Leeuwarden

Roel Sluiter,
wethouder Algemene Opvang van de gemeente Leeuwarden

In de zoektocht naar geschikte locaties voor maatschappelijke opvang in de afgelopen jaren heeft de gemeente Leeuwarden veel geleerd. Langzaam maar zeker hebben we onze huidige, succesvolle aanpak weten te ontwikkelen. Deze aanpak leverde nieuwe locaties op met instemming van alle betrokken partijen.

De Leeuwarder aanpak trekt in de rest van Nederland steeds vaker positief de aandacht en daar zijn we trots op! Maar we willen onze kennis ook delen met alle professionals in het land die tegen problemen aanlopen in hun zoektocht naar geschikte locaties. Daarom nodigen we u van harte uit voor een kijkje in de Leeuwarder achtertuin.

U bent van harte welkom op ons congres op vrijdag 19 maart 2010 in Leeuwarden.

Door middel van discussies, ontmoetingen, filmpjes, stellingen, workshops en presentaties nemen de sprekers van dit congres u mee langs de onderdelen en belangengroepen van het proces.

Onder de sprekers mogen we staatssecretaris Jet Bussemaker verwelkomen. Uiteraard is wethouder Roel Sluiter van de gemeente Leeuwarden zelf ook van de partij. Hij licht het Leeuwarder model toe. Vanuit de kant van de woningbouwcorporaties is Sije Holwerda aanwezig. Hij is directeur-bestuurder van woningcorporatie Volkshuisvesting Lingewaard Wonen. Roel Schoemaker is trendanalist bij Motivaction. Hij gaat in op maatschappelijke trends die invloed hebben op de zoektocht naar locaties. De doelgroepen die de locaties gaan bewonen komen aan bod in een interview met twee vertegenwoordigers.

Alle sprekers nemen u op een interactieve manier mee in de verschillende aspecten van het zoekproces. Deze trend wordt voortgezet in de zes workshops in het middagedeelte.

Meer informatie kunt u vinden op www.welkominmijnachtertuin.nl
U kunt zich daar ook aanmelden.

9. Toolkit Commissariaat

Tijdens het symposium 'Vooruitzien en ondernemen' dat dinsdag 15 december 2009 plaatsvond in Amsterdam, is de nieuwe *Toolkit Commissariaat* gepresenteerd.

Het commissariaat verandert; dat betekent dat er behoefte is aan praktische informatie over de invulling en uitoefening van het commissariaat in de huidige tijd.

In deze Toolkit vindt u handreikingen en voorbeelden uit de praktijk van het Nationaal Register Commissarissen en Toezichthouders en komen een aantal relevante thema's nader aan de orde, zoals strategievorming, werkgeverschap, risicobeheersing en de inrichting van het commissariaat.

U kunt de *Toolkit Commissariaat* bestellen per e-mail (info@nationaalregister.com) of via de website www.nationaalregister.com.

10. De wijk op de voorgrond, de skyline op de achtergrond: bewonersparticipatie scoort

De mogelijkheden die gemeenten bewoners bieden om te participeren is sterk verbeterd sinds 2008 wordt geconcludeerd in het onderzoeksrapport 'Nogmaals aandacht voor bewonersparticipatie'. De kwaliteitskaart werd gepresenteerd aan minister Van der Laan en aan de wethouder Kamsteeg van Dordrecht tijdens de Landelijke Bewonersdag. De rapportcijfers zijn gegeven door het Landelijk Samenwerkingsverband Aandachtswijken (LSA), naar aanleiding van een onderzoek van de Tilburgse school voor Politiek en Bestuur van de Universiteit van Tilburg in opdracht van het LSA.

Lange adem

Corporatie- en Aedes-bestuurder Margriet Drijver liet er tijdens de presentatie in november geen misverstand over bestaan: 'De wijkaanpak is een kwestie van lange adem. Bewoners mogen corporaties aanspreken op de resultaten in de wijkaanpak. Daar staan wij als corporaties voor'. Ook Dominic Schrijer (Rotterdamse wethouder Werk, Sociale Zaken en Grotestedenbeleid) etaleerde zijn visie op de wijkaanpak. 'Voor de wijken Spangen, Hoogvliet en de Millinxbuurt kostte het tien jaar om de wijken er bovenop te krijgen. De bezuinigen mogen dan ook niet ten koste gaan van de aanpak van kwetsbare wijken. Voor mij geldt: 'De wijk op de voorgrond, de skyline op de achtergrond'. Minister van der Laan toonde zich enthousiast over de wijkaanpak: 'De ontwikkelingen in de krachtwijken geven mij kracht. Ik zie dat de bewoners centraal staan en ik zie dat de integrale aanpak werkt. En ik zie ook dat de woningcorporaties anders werken dan enkele jaren geleden en daar ben ik enthousiast over: corporaties doen goed werk!'. Verder kan ik niet ontkennen dat er lastige tijden aankomen. We moeten immers bezuinigen op de overheidsfinanciën: de wijkaanpak gaat door. Echter wel in de wetenschap dat er ook voldoende geld moet zijn voor de krimpgebieden'.

Flinke verschillen op wijkniveau

Volgens het onderzoek hebben de bewoners in alle wijken de mogelijkheid om te participeren in de uitvoering. Op wijkniveau zien de onderzoekers wel grote verschillen in de mate van participatiebevordering. Zo scoren het Schiedamse Nieuwland, het Dordtse Wielwijk-Crabbehof, de Haagse wijk Transvaal en de Leeuwardense wijk Heechterp-Schieringen het hoogst. De lagere scores zijn te vinden in Rotterdam Vreewijk, het Arnhemse Broek en Utrecht.

De scores zijn gebaseerd op de volgende criteria:

'gelegenheid':

In hoeverre en op welke wijze hadden bewoners de gelegenheid om te participeren in de uitvoering van de wijkactieplannen tot aan 1 augustus 2009?;

'invitatie':

In hoeverre en op welke wijze zijn bewoners gevraagd te participeren in de uitvoering van het wijkactieplan tot aan 1 augustus 2009?;

'respons':

In hoeverre en op welke wijze heeft vanuit de gemeente en andere organisaties onder regie van de gemeente terugkoppeling richting en overleg met bewoners plaatsgevonden over de resultaten van de uitvoering van de wijkactieplannen tot aan 1 augustus 2009 en de inbreng van bewoners daarin?

Punten ter verbetering

De onderzoekers stellen dat er voor de bevordering van bewonersparticipatie op een aantal punten nog mogelijkheden voor verbetering zijn. Zo zouden afspraken met bewoners vaker en beter kunnen worden vastgelegd. Bewoners kunnen ook beter ondersteund worden bij het leveren van hun bijdrage en bewoners zouden door middel van meer communicatiekanalen kunnen worden uitgenodigd om mee te doen. Als laatste verbeterpunt noemen de onderzoekers dat er uitgebreider en gericht teruggekoppeld kan worden aan bewoners over de stand van zaken in de uitvoering en hun inbreng daarin.

Kwaliteitskaart Bewonersparticipatie

Het onderzoeksrapport 'Nogmaals aandacht voor bewonersparticipatie' geeft antwoord op de vraag op welke wijze en in hoeverre gemeenten bewonersparticipatie bij de uitvoering van de wijkactieplannen in de 40 door de minister voor WWI aangewezen aandachtswijken hebben bevorderd. Het onderzoek is uitgevoerd door de Tilburgse School voor Politiek en Bestuur in opdracht van het LSA. Het onderzoek is omgezet in een kwaliteitskaart waarop snel te zien is welke gemeenten een voldoende scoren en welke een onvoldoende.

Bronnen:

<http://www.isabewoners.nl>

<http://www.aedesnet.nl>

11. **Cursus: het opstellen van een integraal gebiedsbeheerplan**

Corporaties werken in toenemende mate gebiedsgericht. Belangrijk is dat plannen in de organisatie voor dat gebied op elkaar zijn afgestemd en elkaar ondersteunen. Interventies op de korte termijn op het gebied van beheer dienen daarbij bij te dragen aan de doelen voor het gebied op de lange(re) termijn. Om die reden is een planmatige aanpak van gebiedsbeheer van belang.

Voordelen van een gebiedsbeheerplan

Het opstellen van een gebiedsbeheerplan door de afdeling gebiedsbeheer of gebiedsregie van een woningcorporatie gebeurt nog relatief weinig. De voordelen van een dergelijk plan zijn echter groot. Zeker wanneer er in het plan ook rekening wordt gehouden met de doelstellingen van de afdeling strategie en beleid en de afdeling project(ontwikkeling) en afgestemd is met partners in de buurt. Dit levert direct meer erkenning op voor de bijdrage van gebiedsbeheer aan de organisatiebrede doelen. Maar de voordelen van gebiedsbeheerplannen reiken verder. Gebiedsbeheerplannen maken het mogelijk om aan de hand van sturingsinformatie ontwikkelingen in het gebied te kunnen volgen, doelen te stellen en dit te vertalen in een strategie en bijbehorende activiteiten. Het biedt houvast voor leidinggevenden om sturing te geven aan medewerkers, het geeft richting aan het werk van gebiedsbeheerders. Maar ook zijn gebiedsbeheerplannen belangrijk om de buitenwereld te laten weten wat zij al dan niet kunnen verwachten van de afdeling gebiedsbeheer of gebiedsregie.

Voor wie is deze cursus bedoeld?

De cursus 'Het opstellen van een gebiedsbeheerplan' is bedoeld voor medewerkers werkzaam bij de afdeling gebiedsbeheer of gebiedsregie van woningcorporaties.

Als voorbeeld zullen we materiaal gebruiken dat door Stade Advies ontwikkeld is ten behoeve van de afdeling gebiedsregie van een grote woningcorporatie.

"Stade Advies heeft mij instrumenten gegeven om samen met mijn medewerkers een wezenlijke bijdrage te leveren aan onze gebiedsaanpak." Jan Willem Kluit (Manager gebiedsregie, Stadgenoot)

Datum en locatie:	donderdag 22 april 2010 in Utrecht
Tijd	9.30 uur tot 16.30 uur
Kosten	495 euro per deelnemer. Bij aanmelding met drie of meer personen van één organisatie ontvangt u tien procent korting.

Het programma kent de volgende opzet:

- Het opstellen van een gebiedsbeheer in een aantal praktische stappen
- Indicatoren bepalen, gegevens verzamelen en analyseren
- Analyseren en vertalen van de gegevens
- Conclusie trekken voor het gebiedsbeheerplan
- Kiezen voor een beheerstrategie
- Vertalen van de strategie in meetbare doelen
- Vertalen van de doelen in maatregelen en activiteiten

Aan het einde van de dag kunt werken met een format voor een gebiedsbeheerplan passend bij uw organisatie.

Docenten

De cursus wordt verzorgd door Ingrid Horstik en Cyriel Thomas. Beiden werken sinds enkele jaren bij Stade Advies als adviseurs. Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Cyriel Thomas (06) 22479460

Inschrijven:

U kunt zich voor deze workshop via het cursussecretariaat:
Mariëtte Jansen-Terra,
Telefoon: (030) 23 61 841
E-mail: [Mariëtte Jansen-Terra](mailto:Mariette.Jansen-Terra@stadium.nl)

De uiterste inschrijfdatum is drie weken voor aanvang.

12. Citymarketing is meer dan hippe slogan

Onlangs zijn de City Marketing Innovatie Award 2010 en de Stimulerings Award uitgereikt. Zes inzendingen vielen op, aldus projectleider Michiel van der Schaaf.

Gemeenten denken bij citymarketing vaak alleen aan stads- of evenementenpromotie. Michiel van der Schaaf, projectleider van de City Marketing Awards 2010, maakt dit op uit de tientallen inzendingen die meedingen naar de prijzen. Van der Schaaf: 'Soms lijkt het alsof citymarketing gewoon een hippe benaming is voor iets dat we al jaren doen: we promoten onze stad voor de bezoekers en organiseren wat leuke evenementen voor de bewoners. Slogan verzinnen, strak logo erbij en klaar is Kees. Maar hoe onderscheidend is dat?'

Citymarketing is een sluitstuk

Citymarketing is meer dan stadspromotie. Het is het sluitstuk. Maak een goede analyse van wat jouw stad onderscheidt van andere steden. Waarom wonen mensen er graag, wat trekt bezoekers en waarom vestigen bedrijven zich in jouw stad, of juist niet? Het aanbod van inzendingen voor de Awards overziend, die dit jaar voor het eerst worden uitgereikt, vindt Van der Schaaf dat citymarketing in Nederland nog in de kinderschoenen staat, terwijl de urgentie om onderscheidend te zijn snel toeneemt. 'Een naburige stad die een winkelmagazine bij jouw bewoners op de deurmat laat vallen, is tenslotte gewoon een concurrent', meent Van der Schaaf, in het dagelijks leven citymanager van de gemeente Schoonhoven.

En hij zegt: 'In het bedrijfsleven zijn ze verder. Daar kent men de markt en de positie van de directe concurrenten. Daar worden keuzes gemaakt om jezelf te profileren. Is ook nodig, want voor je het weet, word je gemiddeld. Je wilt alles verkopen, aan iedereen en tegen elke prijs. Dan ben je kansloos.' Martijn Delaere De City Marketing Innovatie Award en de City Marketing Stimulerings Award (projecten die nog niet zijn uitgevoerd) worden op 14 januari in het hoofdkantoor van de Rabobank in Utrecht uitgereikt. Juryvoorzitter is Ivo Opstelten, VVD-voorzitter en tijdelijk burgemeester van Tilburg.

Zes maal citymarketing

Zes projectleiders beschrijven kort hun inzendingen voor de City Marketing Awards

5x5x5 Venlo ben ik zelf

Miel Theeuwen: 'Het is geen gelikte campagne, maar een initiatief van onderop. We zijn begonnen met 5 jonge Venlonaren, die ieder 5 Venlonaren hebben benaderd, etcetera. 125 trotse Venlonaren zullen een jaar lang bij omroep Venlo de stad bombarderen met positieve en doordachte televisiespotjes. Twee korte spotjes per dag. We hebben 25 duizend euro nodig. De gemeente heeft nog geen bijdrage gegeven.' (www.5x5x5.nl)

The Truth About Amsterdam Hans Dominicus: 'Citymarketing is voor een groot deel imago. Als Fox News in Amerika Amsterdam zwart maakt, wat doe je dan? Laten we over ons imago praten en je mag best polariseren! Dat is in Nederland nieuw. We hebben anoniem een filmpje op YouTube gezet. Het neigt naar guerrilla-marketing. Fox reageerde op dat filmpje. Daar droom je alleen maar van.' (www.atcb.nl)

Proefwonen in Drenthe

Charles van Santvoord: 'Wij plaatsen wonen, werken en toerisme centraal. We konden Proefwonen daarom meenemen in onze provincie-marketing. Van de negentig aanmeldingen hebben we dertig gezinnen drie dagen ondergebracht. De schaal van het project was uniek en het heeft enorm veel publiciteit opgeleverd. Drenthe is met stip naar de tweede plaats geschoten als favoriete provincie om naartoe te verhuizen.' (www.proefwonen.eu)

Spot Groningen

Dirk Nijdam: 'We geven bezoekers, bedrijven en bewoners de kans om hun eigen Groningen-commercial te maken. Je kunt 32 eigen foto's downloaden. Drie stappen en je bent klaar. 's Ochtends een eigen spotje over sneeuw in Groningen op de site gezet, 's avonds bij de publieke omroep uitgezonden. We hebben overal rondgevraagd, maar Spot Groningen blijkt echt een wereldprimeur.' (www.spotgroningen.nl)

Stichting Centrum Management Hoogeveen

Jaap Bosma: 'Hoogeveen heeft als eerste een Bedrijven Investerings Zone gecreëerd waar voorzieningen worden gefinancierd die ondernemers zélf wensen. Ze leveren een financiële bijdrage aan een schoon, veilig en aantrekkelijk centrum. De Stichting stuurde 25 ambassadeurs op pad. En het is gelukt, 80 procent van de ondernemers zei ja.' (www.stadscentrumhoogeveen.nl)

Gids in Eigen Stad

Tim van Vlierden: 'De gepassioneerde bewoner van een stad neemt jou als reiziger mee door zijn stad, in Nederland of het buitenland. Je treft elkaar op de site en maakt gratis een afspraak. Om naar dat pleintje te gaan dat niet in de gids staat of om bij iemand stoofpot te eten. Wij financieren het platform uit eigen zak. Er zit geen commercie achter.' (www.GuideByALocal.com)

Bron: www.binnenlandsbestuur.nl

13. Een nieuwe rol voor het maatschappelijk werk

Lector Margot Scholte pleit voor een herijking van de rol van het maatschappelijk werk. Donderdag houdt ze haar lectorale rede bij Hogeschool INHolland over de kracht van maatschappelijk werk in de 21e eeuw. 'De hulpverlening is nog te veel op de spreekkamer gericht.'

Vanaf 1992 houdt Margot Scholte zich bezig met de beroepsontwikkeling van het maatschappelijk werk. Sinds 2008 richt Scholte zich op de ontwikkeling van methoden en technieken van het maatschappelijk werk binnen de Wet maatschappelijke ondersteuning (Wmo). De wet doet een groter beroep op de eigen verantwoordelijkheid van cliënten en vergt volgens Scholte een modernisering van de hulpverlening. 'Maatschappelijk werkers moeten beter aansluiten bij netwerken in de omgeving van de cliënt, dienen meer aandacht te besteden aan het activeren van cliënten. De beroepsgroep kan zich meer generalistisch opstellen en beter aansluiten op het alledaagse leven van de cliënten.'

Kerntaak

De materiële hulp- en dienstverlening moet weer een kerntaak van het maatschappelijk werk worden, stelt Scholte. 'De hulp dient verder te gaan dan de psychosociale hulpverlening, dus ook gericht te zijn op de materiële voorwaarden, bijvoorbeeld de activering naar werk. Het maatschappelijk werk kan nog beter inspelen op moeilijk bereikbare groepen, zoals de nieuwe kansarmen, dat wil zeggen op hun basale bestaansvoorwaarden. De hulpverlening is wel outreachender gaan werken maar is nog altijd te veel naar binnen, op de eigen spreekkamer gericht.'

Uitkering stopgezet

Scholte illustreert de nieuwe rol met een casus uit een recent [consumentenprogramma](#). Voor het huis van een jonge moeder met een WAO-uitkering werd 180 uur gesurveilleerd. Ze werd ervan beschuldigd heimelijk samen te wonen en haar uitkering werd stopgezet. De vrouw maakte schulden, kon de huur niet meer betalen en kreeg al snel bezoek van deurwaarders en incassobureaus. Een rechter noemde het besluit haar uitkering stop te zetten hierop 'onzinnig' en draaide dat besluit weer terug.

Ervoor staan

'Het maatschappelijk werk beperkte zich in deze zaak puur tot het toepassen van de regels; het hielp om de schulden te saneren, waardoor de moeder nog € 10 besteedbaar inkomen per dag voor haar en haar twee kinderen over had. De maatschappelijk werker in kwestie had voor de rechtvaardige belangen van de cliënt moeten gaan staan. Het gaat ook om het aanpassen van instituten aan de leefwereld van de cliënt, niet alleen om problemen in de logica van de instituten te wrikken.'

Schuldhelpverlening

De 'poli' voor schuldhelpverlening van de Maatschappelijke Dienstverlening Flevoland zet stappen in de goede richting, vindt Scholte. 'Idealiter is maatschappelijk werk vasthoudend en doelgericht vanaf het moment dat de cliënt met zijn schulden binnenkomt. De maatschappelijk werker neemt de cliënt aan de hand en leidt hem door het doolhof van de verschillende disciplines en stemt die op elkaar af vanuit het perspectief van de cliënt. Daarbij wordt de cliënt niet in de watten gelegd, dat wil zeggen er wordt ook iets van hem verwacht. De maatschappelijk werker zorgt met een combinatie van begeleiding en activering voor gedragsverandering. Zo voorkom je draaideurcliënten en het telkens weer opbouwen van problematische schulden. Mensen zijn dan beter in staat zich aan het leven in de marge te ontworstelen.'

Professionele ruimte

Om aan de bestaansvoorwaarden van cliënten te kunnen werken is ook een betere verbinding nodig met andere eerstelijns professionals, zoals opbouwwerkers en psychologen. Alle beroepsgroepen binnen het domein 'social work' zouden veel meer van elkaar moeten leren, vindt Scholte. 'De klacht dat de protocollen van het algemeen maatschappelijk werk daarvoor niet veel ruimte laten, lijkt me niet terecht. Er is veel meer vrijheid van handelen dan vaak gedacht. Als het puur om lichte psychosociale kwesties gaat moet je ook gewoon durven verwijzen naar de eerstelijns psycholoog. Tegelijk is er wel een uitbreiding van de eerste lijn nodig om echte ondersteuning in de leefwereld te kunnen bieden. Als het om collectieve kwesties gaat kan er nog beter worden samengewerkt met het opbouwwerk.'

Schakelende rol

In haar lectoraat wil Scholte de methodische basis van het maatschappelijk werk steviger onderbouwen. De methoden moeten beter aansluiten op de nieuwe doelgroepen, het signaleren van maatschappelijke issues en antwoorden helpen formuleren op bijvoorbeeld de gevolgen van de kredietcrisis. 'Maar dan moet je als professie je zaakjes wel op orde hebben en voor anderen een serieuze gesprekspartner zijn. Je hebt daarvoor veel kennis nodig van andere beroepsgroepen, van de werkwijze, maar ook de manier waarop ze zijn georganiseerd. Huisartsen werken bijvoorbeeld op een hele andere schaalgrootte dan maatschappelijk werkers, dat levert nogal eens problemen op.' Maatschappelijk werkers moeten vanuit deze kennis en kunde veel meer een schakelende rol pakken: neem het initiatief om de zorg en hulp om het cliëntsysteem te organiseren. 'Neem jezelf en je beroep serieus. Sta ergens voor', betoogt Scholte.

Bron: [Programma Lectorale rede Maatschappelijk Werk, Hogeschool InHolland](#)

14. Van klacht naar compliment

Zelfs al tonen we uitmuntende inzet, helaas bestaat de kans dat er toch iets fout gaat. Hoe benutten we die kans? En als we al alert reageren, ons uiterste best doen om vervolgklachten te voorkomen, wat is dan de essentie van klachtmanagement én hoe pakken we klachten juist op?

Zonder klanttevredenheid ben je nergens, zegt Zanna van Dun, onderzoekster aan de **Radboud Universiteit**. Ze beschrijft hoe Carglass klachtenmanagement dagelijks toepast én wat dit hen heeft gebracht: de kip met gouden eieren. Carglass is van mening dat niet tevreden klanten, maar enthousiaste klanten de beste klanten zijn. Enthousiaste klanten zijn loyaler, bevelen aan, verlengen soepeler een contract en zijn minder prijsgevoelig. De vraag is: hoe maken we van onze tevreden klanten enthousiaste klanten?

Wat we mogen leren is dit:

Zónder klachten is het vrijwel onmogelijk van tevreden klanten naar enthousiaste klanten te komen. Het klinkt raar, maar juist klachten zijn de brug naar enthousiaste klanten. Maar hoe pakken we klachten juist aan? Hoog tijd voor tips.

Klachtenbehandeling: het triade model

Er zijn drie factoren om een klacht naar tevredenheid te behandelen. Deze factoren heeft Loos in het triade model gegoten:

1. Begrip Tonen

Een klacht bestaat vaak uit twee delen. De feitelijke klacht en de emotie. De fase 'Begrip Tonen' is de mate waarin wij belangstelling tonen voor het emotionele gedeelte van de klacht.

Veel commerciële mensen worstelen hiermee. Ze hebben een hekel aan klagers en klachten en willen 'het telefoontje' snel afhandelen. Maar de klant stuit op een muur, voelt zich onbegrepen en wordt zienderogen bozer.

Het gevolg?

Onder druk van het gesprek beloven verkopers vaak te veel. Ze kunnen het vervolgens moeilijk nakomen en houden een teleurgestelde klant over. In het uiterste geval bestelt deze minder, vervolgens praat negatief en verdwijnt tenslotte geruisloos met de omzet. Begrip Tonen is belangrijk. Het gaat erom de wil te hebben de klacht te ontvangen. Bijvoorbeeld: 'Meneer Evers, dit is inderdaad vervelend voor u. Ik zou zelf ook kwaad geworden zijn.'

2. Sorry zeggen

Het tweede aspect is 'sorry zeggen.' We stellen ons kwetsbaar op door ons excuses aan te bieden; 'Excuses voor het ongemak.'

Hier gaat het erom of u in staat bent de angel eruit te trekken, anders blijft het gif uit de angel druppen. Met Begrip te Tonen en met Sorry zeggen, doen we een uiterste poging om die druppende angel te verwijderen.

3. Oplossen

De derde factor is Oplossen. We verzamelen de feiten, vatten samen, leggen duidelijk de komende stappen uit en geven aan hoeveel tijd we nodig hebben om het uit te zoeken. Bijvoorbeeld:

'Ik zoek het morgen uit en bel u om 15.00 u. terug. Schikt dat tijdstip?'

Maak zichtbaar wat u weggeeft

Voorbeeld: stel u heeft de situatie waarvoor u niet aansprakelijk bent, maar u neemt het op als coulance. Wat dan? Gewoon coulance, bedankt en de volgende keer weer? Nee, u laat een kans liggen! Maak inzichtelijk wanneer u wat weggeeft. Schrijf de klant wat de klacht was, welke acties u heeft ondernomen, wat de klant al dan niet heeft bijgedragen én bovenal dat u uitziet naar een plezierige samenwerking.

Samengevat

Als u echt van klacht naar compliment wilt gaan, dan moet u aan alle drie factoren van het triade model werken. Dat betekent dat als u niet voldoet aan alle drie, dat de klacht niet effectief opgelost is. De angel blijft druppen. Juist wanneer er iets mis gaat bij uw klant, dan is dat hét moment te

demonstreren dat u meeleeft en het voor hem oplost. Dan gaat klachtenmanagement lopen als de kip met gouden eieren...

Bron: www.managersonline.nl

15. Dorpshuis tegen depressie

'Drastische en rigide' samenwerking tussen gezondheidszorg en welzijnswerk in een buurt- of dorpscentrum kan veel psychische problematiek en daaruit voortvloeiende maatschappelijke ellende verhelpen.

Gemeenten moeten meer plekken faciliteren waar burgers elkaar ontmoeten, een praatje met elkaar maken of samen dingen ondernemen. Dat stelt de directeur van het Trimbos-instituut voor geestelijke gezondheidszorg, verslavingszorg en maatschappelijke zorg, Jan Walburg. Depressiepreventie is een gemeentelijke taak sinds minister Klink (Volksgezondheid, CDA) bestrijding van de ziekte tot prioriteit heeft verheven. Maar veel gemeenten worstelen nog met deze taak, constateert Walburg. 'Er is veel goede wil en er zijn allerlei losse initiatieven, maar er is meer nodig.'

Huisartsen en welzijnswerk bij elkaar brengen

Door huisartsen en welzijnswerk bij elkaar te brengen kunnen problemen eerder en makkelijker worden geconstateerd en opgelost. Walburg: 'Gemeenten hebben de groep mensen met zware psychische problematiek, zoals verslaafden en daklozen wel in beeld en daar zijn voorzieningen voor. Maar daaronder zit een heel veel grotere groep mensen die met fikse problemen kampt. Iemand met een milde depressie zal nu naar de huisarts stappen, waar vaak pillen worden voorgeschreven. Op lange termijn lost dat niks op, iemand moet ook weerbaar gemaakt worden om volgende tegenslagen te kunnen opvangen.'

'Welzijnsorganisaties kunnen dat heel goed, bijvoorbeeld door in kleine clubjes te gaan sporten. Maar die hebben vaak geen goede reputatie. Mensen gaan daar liever niet heen. Door de huisarts, het welzijnswerk en nog veel meer voorzieningen bij elkaar onder te brengen ontstaan een levendig centrum. Je zou er bijvoorbeeld na het werk voor weinig geld moeten kunnen eten en bij anderen aan tafel aanschuiven voor een praatje. De nadruk moet niet liggen op gezondheidszorg, het moet er leven.'

Ontmoetingscentra nieuwe stijl

Het opbouwen van dergelijke ontmoetingscentra zal een belangrijk gat in onze samenleving kunnen opvullen, denkt hij: 'Wat is er nog voor leven in een nieuwbouwwijk? Alle voorzieningen zijn naar de periferie gedreven, er is nog maar weinig dat mensen uitnodigt zich met elkaar te verbinden. Onderzoek laat zien dat het aantal psychische stoornissen niet toeneemt, en toch groeit het aantal mensen dat zegt last te hebben van depressies en angsten. Bovendien melden steeds meer mensen zich om die redenen ziek. Dat is een groot maatschappelijk probleem.'

Walburg ontvouwde zijn visie op zijn gedroomde centra op de GGZ Kennisdag op donderdag 21 januari in Apeldoorn, in het teken van de 'Geestelijk gezonde gemeente'.

Bron: www.binnenlandsbestuur.nl

16. Gemeenten moeten meer doen aan zorg

Gemeenten zijn er niet in geslaagd maatschappelijke zorg op te zetten voor bijvoorbeeld dementerende ouderen en jongeren met psychiatrische problemen. Staatssecretaris Jet Bussemaker van het ministerie van Volksgezondheid moet gemeenten dwingen hun nieuwe maatschappelijke taken beter op te pakken. Daarvoor heeft een aantal belangenorganisaties van ouderen, zieken en gehandicapten gepleit.

Begin vorig jaar hebben 220.000 mensen te maken gekregen met de bezuiniging op de rijkspot AWBZ. Volgens de belangenorganisaties, zoals de Nederlandse Patiënten en Consumenten Federatie (NPCF) en de CG-Raad voor gehandicapten en chronisch zieken, heeft een derde van de groep minder zorg en hulp gekregen. Van die groep zijn vier op de tien in problemen gekomen. Ze vereenzamen, maken zich zorgen of ze nog wel zelfstandig kunnen blijven wonen, of roepen hulp in van vrienden of familieleden terwijl die daar eigenlijk geen tijd voor hebben.

Organiseren

Het ministerie van Volksgezondheid had gehoopt dat gemeenten de zorg op zich zouden nemen. Via een nieuwe wet, Wmo, zijn ze daartoe immers verplicht. Maar gemeenten weten volgens de belangenorganisaties vaak niet hoe ze de zorg moeten organiseren.

Vereenzamen

De belangenorganisaties maken zich met name zorgen om mensen die licht dementerend zijn en zelfstandig wonen, gezinnen met een thuiswonend gehandicapt kind, en mensen met psychiatrische klachten die tot voor kort een uur in de week een hulpverlener over de vloer kregen die het weekschema van de cliënt doornam. Ook zijn er bijvoorbeeld veel ouderen die niet meer naar de dagopvang mogen, en nu dreigen te vereenzamen.

Meer geld

Woordvoerder Jan Coolen van de belangenorganisaties hekelde de instelling van veel gemeenten. 'Ze hebben domweg de houding: We weten niet wat we moeten doen, we willen eerst meer geld en pas dan gaan we actie ondernemen.' Volgens hem zijn de kwetsbaren hiervan de dupe. Staatssecretaris Bussemaker moet de gemeenten volgens hem veel meer achter de vordes zitten.

Stemmen

Woordvoerder Wim van Minnen van de samenwerkende Ouderenbonden riep burgers op bij de komende gemeenteraadsverkiezingen in maart niet te stemmen op wethouders die weinig werk hebben gemaakt van de maatschappelijke opvang van ouderen, gehandicapten en zieken in hun gemeente.

Bron: www.zorgwelzijn.nl

17. Buurteconomie en leefbaarheid: Criminele jongeren, kaalplukken of verleiden?

In Nederland zijn 92 criminele jeugdbendes actief. In totaal zijn er 1.760 groepen jongeren actief die in meer of mindere mate overlast en criminaliteit veroorzaken. Vooral de harde kern is taai en groeit, moeten we die kaalplukken of verleiden?

“Het is belangrijk te weten wat voor groepen er zijn, zodat je beter weet hoe je ze moet aanpakken. Door snel en vroegtijdig in te grijpen, kun je veel ellende voorkomen”, aldus Korpschef Martin Sitalsing van de politie Twente, tegenover NRC handelsblad. Hij is binnen de Raad van Hoofdcommissarissen belast met de portefeuille jeugd. Aanpak onder regie van de gemeenten geeft volgens hem de meeste kans op succes. “Het is belangrijk dat de jongeren perspectief wordt geboden, met activiteiten, scholing of werk.”

Aantrekkingskracht van jeugdbendes

Het aantal jeugdbendes in Nederland neemt toe. Door het geringe perspectief van jongeren in de huidige economische crisis zal hun aantal nog meer toenemen. “De aantrekkingskracht van jeugdbendes voor jongeren is groot”, aldus Frank van Gemert, criminoloog aan de Vrije Universiteit van Amsterdam in het Crimelink Magazine: “Het is een bekend feit dat voor opgroeiende jongeren de peer group (eigen leeftijdsgenoten- red) een belangrijk referentiekader vormt. Dit geldt in nog sterkere mate voor jeugdbendes.” Jongeren willen zich onderscheiden, dwars en rebels oogsten waardering binnen hun groep, afkeuren van de gevestigde wereld versterkt dat. “Cohesie binnen een jeugdbende kan als gevolg hiervan sterker zijn dan die binnen ‘normale’ jeugdgroepen”, stelt Frank van Gemert.

Hosselen als loopbaan, het nieuwe ondernemen

Hosselen, een van oorsprong Surinaamse term, is typerend voor het criminele gedrag van groepen jongens, zowel in grote steden als in plattelandskernen, autochtoon en allochtoon. Van Dale spreekt van ‘scharrelen om aan eten, geld te komen’. De criminele, harde kern is werkloos en heeft geen diploma. Ze zijn goed in staat te overleven, ze laten zich niet binden en willen opvallen, ze zijn ondernemend. “Pluk ze kaal!” was een wanhopig pleidooi van burgemeester Cohen in de Volkskrant vrijdag 6 januari.

Er is een nieuwe, andere betekenis voor hosselen: De ‘nieuwe loopbaan’ met een stevige afwisseling van ‘vast werk’, tijdelijke contracten en zelfstandige opdrachten.

De harde kern van overlast gevende jongeren kan ook gezien worden als een groep entrepreneurs, die al doende leren. Ze willen snel resultaat zien, met korte stappen, boter bij de vis, snel geld, status, respect en waardering. Past hun aanpak bij de nieuwe economie van dit decennium waar, minder regels, meer verantwoordelijkheid en betrokkenheid, flexibiliteit en ondernemerschap centraal staan? Moeten we die jongeren niet verleiden tot meer duurzaam en verantwoordelijk ondernemen, als alternatief voor de illegale, doodlopende steeg waarin ze terecht zijn gekomen?

Het sluit aan bij wat nu al bij andere minder problematischere groepen jongeren gebeurt in het kader van de shortlist-methodiek, de groepsaanpak. Per groep en per individuele jongere wordt in zijn of haar context bekeken welke maatregelen het beste werken. Voor harde-kerngroep-jongeren, is dat een justitieel traject. Maar verleid zijn tot legaal ondernemen zullen crimineel ondernemen als geuzennaam gebruiken, zou dat werken? Net zo als gangsterrappers het woord gangster gebruiken. Ze zijn een rolmodel en doen tevens een moreel appel op jongeren die dreigen af te glijden. Er zijn sporadisch best practices zoals JOLO in Rotterdam, een methodiek voor jongerenbuurtbemiddeling, winnaar van Buurtbusiness 2009. Hangjongeren worden betrokken bij het zoeken naar oplossingen of bemiddelen bij conflicten. Dat leidt tot een wederkerige, duurzame en vaak verrassend creatieve oplossing. De stap naar legaal handelen, ondernemen is het meest duurzaam in eigen sociale context, de groep, de buurt. Jongeren kunnen kiezen, of dit of voor burgemeesters als Cohen die ze kaalplukt. Of dat laatste effectief is blijft dus de vraag. Hoe sterker de repressie hoe meer aantrekkingskracht de harde kern heeft bij jongeren, helaas.

Meer informatie

Shortlist-methodiek of groepsaanpak:

http://www.beke.nl/beke/shortlistmethodiek_of_groepsaanpak

Over JOLO:

<http://www.jongerenbuurtbemiddeling.nl>

De adviseur bij Stade Advies:

Cyriel Thomas

Telefoonnummer: (06) 22479460

E-mailadres: c.thomas@stade.nl

18. Maatschappelijk Rendement een issue bij verkiezingsprogramma's

De gemeente Nunspeet moet nog 2 à 3 miljoen euro bezuinigen, omdat de rijksoverheid minder geld aan lokale overheden beschikbaar stelt. Dat is onmogelijk zonder pijnlijke keuzes te maken. De ChristenUnie in Nunspeet vindt het een verkeerd signaal als er bij bezuinigingen vooral gekeken wordt naar sociaal-maatschappelijke doelen, omdat de overheid een steeds sterker beroep doet op de inzet van mensen voor elkaar. De ChristenUnie wil dat de gemeente Nunspeet de sociaal-economische waarde van informele zorg en vrijwilligerswerk in beeld brengt.

Alex Westerbroek: "De vrijwillige inzet in onze gemeente is van onschatbare waarde, maar nog nooit hard gemaakt". De partij vreest dat de vrijwillige inzet daar bij de aanstaande bezuinigingsronde de rekening voor betaalt: "De overheid doet steeds vaker een stap terug en dus moet de samenleving zelf meer verantwoordelijkheid nemen. Dat gebeurt in Nunspeet ook en de gemeente stimuleert dat met subsidies. De vraag is dan echter al snel: wat kost dat? Maar voordat we in blinde bezuinigingswoede het mes zetten in het sociaal kapitaal van onze samenleving moeten we ook vragen: wat levert het op?"

De VVD in de dorpen van Giessenlanden wil bij investeren inzetten op maatschappelijk rendement. Ook in Giessenlanden moet bezuinigd worden om de begroting sluiten te krijgen. Zij wil de tweederde reserve van het Woningbedrijf van € 70 miljoen storten in een fonds. Uit 'het Fonds' kunnen in tijden van bezuinigingen in de dorpen voorzieningen mee in stand worden houden. Het onderhoud kan uit het Fonds worden betaald. De VVD is van mening dat de leefbaarheid van de dorpen sterk bepaald wordt door het eigen karakter, de grote maatschappelijke betrokkenheid van de inwoners en een goed voorzieningenniveau. Veel inwoners willen het liefst zoveel mogelijk in eigen dorp doen, zoals lid zijn van een vereniging op sportief, cultureel en/of maatschappelijk gebied.

Het Fonds is voor de toekomst van vitale dorpen en in het belang van de inwoners. Daarmee wordt volgens de VVD 'een maatschappelijk rendement' gerealiseerd. Zo'n rendement is nog meer waard dan een financieel rendement, want het gaat om de kwaliteit van wonen, werken en vrijetijdsbesteding in de dorpen.

Meer informatie: zie op [Nunspeet](#) of [Giessenlanden](#)

Op Maandag 15 maart 2010 organiseert [Stade Advies](#) een workshop maatschappelijk rendement

Wilt u meer informatie over de inhoud van deze workshop? U kunt dan contact opnemen met één van de docenten

Jan Tilburgs
Telefoon: 06 51242511
E-mail: [Jan Tilburgs](mailto:Jan.Tilburgs@stadeadvies.nl)

Cyriel Thomas
Telefoon: 06 22479460
E-mail: [Cyriel Thomas](mailto:Cyriel.Thomas@stadeadvies.nl)

19. Proeftuinen woonservicegebieden

De SEV begon in het nieuwe jaar tien over het land verspreide proeftuinen met hun deelname aan de ontwikkelings- en evaluatiemodules van het project 'Proeftuinen woonservicegebieden (wonen/welzijn/zorg).

Basismodule

Er zijn vier verschillende modules. Alle tien proefprojecten nemen deel aan de basismodule. Hierin speelt de effectenarena een grote rol. Met dit instrument kunnen de deelnemers:

- beoogde maatschappelijke effecten identificeren;
- beoogde resultaten per prestatieveld invullen;
- te onderzoeken effecten selecteren;

Op basis van de effectenarena maakt de SEV in samenwerking met prof. George de Kam een onderzoeksvorstel om de voornaamste effecten van woonservicegebieden te meten.

Overige modules

- Wonen - evaluatie resultaten woningbouw en woningaanpassing en aanpak particulier bezit;
- Welzijn - bouw/exploitatie van multifunctionele dienstencentra en ontwikkeling wijkdienstenteams;
- Zorg - integrale wijkzorg en facilitering mantelzorg.

Lees meer op www.sev.nl

20. De jaren tien: een nieuwe invulling aan onze lotsverbondenheid

Niet alleen klagen graag! aldus Piet Hilhorst in zijn column in de Volkskrant.

Als de filosofie van de jaren tien één ding moet doen, dan is het een nieuwe invulling geven aan onze lotsverbondenheid. Te lang hebben we onze gemeenschappelijkheid uitbesteed aan de staat. Maar het vertrouwen in de overheid is aangetast omdat de bureaucratische logica van de overheid slecht aansluit bij de leefwereld van mensen.

Samenredzaamheid

De vraag is hoe er een gemeenschappelijkheid kan ontstaan die mensen ervaren als iets dat van hen is. We moeten meer oog hebben voor netwerken. Die bieden een middenweg tussen ieder voor zich en het collectief voor ons allen. Dat betoog lijkt een beetje op mijn pleidooi voor samenredzaamheid. Een mooi voorbeeld van samenredzaamheid is de Eigen Kracht-beweging.

Eigen kracht

Gezinnen die dreigen te verdrinken in problemen krijgen de kans hun eigen hulptroepen te mobiliseren. Ze organiseren met hulp van de mensen van Eigen Kracht een conferentie met familieleden en vrienden die ze nodig hebben om weer greep te krijgen op hun leven. Op die conferentie worden afspraken gemaakt over ieders verplichtingen. Inmiddels zijn er al honderden gehouden.

Het gezin van Annemarie heeft al jaren grote problemen. Hulpverleners komen en gaan, maar weten niet hoe ze het gezin moeten helpen. Annemarie besluit een 'Eigen Kracht-conferentie' te organiseren. In NCRV Dokument Met eigen kracht dat op 11 januari werd uitgezonden was te zien hoe zij met familieleden en vrienden op overtuigende wijze en zonder de inbreng van hulpverleners de problemen oplost.

<http://extra.volkskrant.nl/opinie/artikel/show/id/4854>

<http://dokument.ncrv.nl/node/25633>

www.eigen-kracht.nl/

21. Woningcorporaties willen uit bestel stappen

Woningstichting Den Helder wil uit het bestel van woningcorporaties stappen en verdergaan als privaat bedrijf. Zij heeft dat woensdag aan minister Eberhard van der Laan (Wonen, Wijken en Integratie) laten weten. Als hij niet akkoord gaat, stapt de stichting naar de rechter. Dat heeft woningcorporatie De Veste uit Ommen al gedaan. Vrijdag volgt de uitspraak.

Vogelaar

Zowel de Helderse woningstichting als De Veste uit Ommen deden [al eerder pogingen](#) om uit het bestel te stappen en verder te gaan als commercieel bedrijf. De toenmalige minister van WWI Vogelaar hield dat echter tegen.

Budget gehalveerd

De Helderse woningcorporatie meldde dat zij door meerdere maatregelen van het kabinet hard in de portemonnee is getroffen. Zo moeten corporaties sinds enkele jaren vennootschapsbelasting en een heffing voor het fonds voor de zogeheten Vogelaarwijken (achterstandswijken) betalen. De stichting stelt dat haar budget voor investeringen daardoor is gehalveerd. Daardoor loopt de bouw van verpleeghuizen en scholen vertraging op of kan die zelfs helemaal niet meer doorgaan. Ook kan de corporatie niet langer vervallen panden in het centrum van Den Helder opkopen en opknappen.

Virtueel beeld

Algemeen directeur Gerrit Seegers: 'Den Haag koestert het beeld van een schatrijke corporatiesector waar het geld tegen de plinten opklotst. Een virtueel beeld dat nodig bijstelling behoeft.' Door verder te gaan als commercieel bedrijf denkt Woningstichting Den Helder meer financiële ruimte te krijgen. Zo kan zij meer aftrekposten opgeven bij de Belastingdienst en hoeft zij de Vogelaarheffing niet meer te betalen.

De corporatie wil wel blijven voldoen aan haar taak om voor sociale huisvesting te zorgen. Ook woningcorporatie De Veste uit Ommen wil overigens al een tijd verder als privaat bedrijf. Ook zij kreeg nul op het rekest van de regering. De stichting stapte daarom naar de rechter, die vrijdag uitspraak doet.

Bron: www.binnenlandsbestuur.nl

22. Ondernemende Organisaties

Uit een peiling van MOgroep blijkt dat in 2010 vele tientallen gemeenten gaan bezuinigen op hun budget voor maatschappelijke ontwikkeling en welzijn. Na 2010 zal dat aantal waarschijnlijk nog fors toenemen.

Voor veel maatschappelijke organisaties betekent dit dat ook zij met bezuinigingen worden geconfronteerd. Geen prettig vooruitzicht maar 'ieder nadeel heeft zijn voordeel', want tegelijk is dit ook vaak een kans om de organisatie aan te kunnen passen aan de eisen die de omgeving stelt. Een kans om meer ondernemerschap binnen te brengen en uw medewerkers daarin mee te nemen!

Ondernemen in maatschappelijke ontwikkeling

Het ontwikkelen van de samenleving vraagt om een pro-actieve houding en om ondernemerschap van maatschappelijke organisaties.

Stade Advies heeft de laatste jaren veel ervaring opgedaan met ondernemingsplannen voor maatschappelijke organisaties. In tientallen opdrachten werkten wij aan reorganisaties, fusies en andere samenwerkingsverbanden, om planmatig opnieuw het hele proces van 'richten, inrichten en verrichten' te ordenen en uit te werken.

De inzichten die wij daarbij opdeden hebben wij verwerkt in een model voor ondernemend (re)organiseren.

Modules

In het model voor ondernemend (re) organiseren komen de volgende modules naar voren:

- Ondernemen met visie (ondernemingsplan)
- Ken uw markten (markt- en productanalyse, positiebepaling)
- Ken uw klanten (klantanalyse, tevredenheidsmeting, horizontale verantwoording, vraaggericht werken)
- Strategie en allianties (fusie, joint venture, holding)
- Besturing en financiering (sturen op maatschappelijk rendement, BCF)
- Governance (diverse modellen in transparante besturing en toezicht, toepassen governancecode)
- Human Resources (de medewerkers als medeondernemers)
- Onderzoek, ontwikkeling en innovatie
- Kwaliteit ('dienend' kwaliteitssysteem, ISO, HKZ)

U wilt uw organisatie opnieuw (in)richten? U wilt fuseren of strategisch samenwerken?

Stade Advies wil u daar graag ondersteuning bij bieden.

Met een korte 'ondernemingsscan' brengen wij in beeld wat uw knelpunten en wensen zijn en vervolgens waar voor uw organisatie mogelijkheden en kansen liggen. Op basis van de uitkomsten wordt een plan van aanpak voorgesteld.

Uitgangspunt daarbij is een lerende (adaptieve) en ondernemende organisatie.

U wilt informatie of een vrijblijvende offerte?

U kunt dan contact opnemen met:

Nico Kersten, senioradviseur, tel. 030-2361 861 / 0646 070 761 of e-mail n.kersten@stade.nl

Jan Tilburgs, senioradviseur, tel 030 – 2361 861 / 0651 242 511 of e-mail j.tilburgs@stade.nl

Sjaak Floris, senioradviseur, tel 030- 2361 861 / 0653 944 945 of e-mail j.floris@stade.nl

23. Woonservicezones: de nieuwe generatie

Zo'n 3 tot 4 jaren geleden startten veel gemeenten de ontwikkeling van woonservicezones, ook wel wonen-welzijn-zorg zones genoemd. De meeste provincies stimuleerden die ontwikkeling met aanvullende subsidieregelingen, gericht op de regiefunctie van de gemeente en op innovatie. Inmiddels is de eerste ontwikkelingsfase achter de rug, en komt het er nu op aan om de tot nu toe bereikte resultaten te verankeren en daar op voort te bouwen. Ook provincies haken daar op in, door daarvoor in hun tweede tranches van subsidieregelingen geld beschikbaar te stellen.

Sinds de start van de woonservicezones is ook de Wet Maatschappelijke Ondersteuning ingevoerd. Zoals bekend beoogt de WMO onder andere de mens te ondersteunen in zijn zelfstandig leven en wonen. Inzet is dat de 'civil society' tot stand komt, waarin mensen de regie over hun eigen leven hebben en elkaar daarbij helpen.

Nieuwe generatie zones

In dit streven van de WMO passen naadloos beleid en praktijk zoals die de afgelopen jaren zijn ontstaan rond de woonservicezones. Ook de toenemende aandacht voor levensloopgeschikte woningen past hierin.

Verankeren, doorgaan en vernieuwen: Stade Advies kan u helpen

Halen en brengen in de woonservicezone

Het hart van een woonservicezone bestaat vaak uit een multifunctionele accommodatie, waarin vele functies bij elkaar zijn gebracht. Denkt u bijvoorbeeld aan hoogwaardig wonen, informatie & advies, educatie en onderwijs, gezellig kunnen eten in een restaurant, eerstelijns zorg, en dergelijke. Dit zijn de zogenoemde 'haalfuncties'.

Om het hart van de woonservicezone zijn vervolgens cirkels getrokken, waarbinnen bewoners meer of minder intensieve zorg thuis gebracht krijgen. Ook kunnen zij allerlei services inkopen, zoals maaltijden, tuinonderhoud, klussendienst, etc. Dit zijn de 'brengfuncties'.

Stade Advies ontwikkelde een concept voor integrale samenwerking

Informatie

Lees verder onze [brochure](#)

Informatie kunt u krijgen bij Nico Kersten (n.kersten@stade.nl) en Sjaak Floris (j.floris@stade.nl)

24. De wijk op de voorgrond

De wijk op de voorgrond, de skyline op de achtergrond: bewonersparticipatie scoort

De mogelijkheden die gemeenten bewoners bieden om te participeren is sterk verbeterd sinds 2008 wordt geconcludeerd in het onderzoeksrapport 'Nogmaals aandacht voor bewonersparticipatie'. De kwaliteitskaart werd gepresenteerd aan minister Van der Laan en aan de wethouder Kamsteeg van Dordrecht tijdens de Landelijke Bewonersdag. De rapportcijfers zijn gegeven door het Landelijk Samenwerkingsverband Aandachtswijken (LSA), naar aanleiding van een onderzoek van de Tilburgse school voor Politiek en Bestuur van de Universiteit van Tilburg in opdracht van het LSA.

Wijkaanpak is kwestie van lange adem

Corporatie- en Aedes-bestuurder Margriet Drijver liet er tijdens de presentatie in november geen misverstand over bestaan: 'De wijkaanpak is een kwestie van lange adem. Bewoners mogen corporaties aanspreken op de resultaten in de wijkaanpak. Daar staan wij als corporaties voor'. Ook Dominic Schrijer (Rotterdamse wethouder Werk, Sociale Zaken en Grotestedenbeleid) etaleerde zijn visie op de wijkaanpak. 'Voor de wijken Spangen, Hoogvliet en de Millinxbuurt kostte het tien jaar om de wijken er bovenop te krijgen. De bezuinigen mogen dan ook niet ten koste gaan van de aanpak van kwetsbare wijken. Voor mij geldt: 'De wijk op de voorgrond, de skyline op de achtergrond'.

Minister van der Laan toonde zich enthousiast over de wijkaanpak: 'De ontwikkelingen in de krachtwijken geven mij kracht. Ik zie dat de bewoners centraal staan en ik zie dat de integrale aanpak werkt. En ik zie ook dat de woningcorporaties anders werken dan enkele jaren geleden en daar ben ik enthousiast over: corporaties doen goed werk!'. Verder kan ik niet ontkennen dat er lastige tijden aankomen. We moeten immers bezuinigen op de overheidsfinanciën: de wijkaanpak gaat door. Echter wel in de wetenschap dat er ook voldoende geld moet zijn voor de krimpgebieden'.

Flinke verschillen op wijkniveau

Volgens het onderzoek hebben de bewoners in alle wijken de mogelijkheid om te participeren in de uitvoering. Op wijkniveau zien de onderzoekers wel grote verschillen in de mate van participatiebevordering. Zo scoren het Schiedamse Nieuwland, het Dordtse Wielwijk-Crabbehof, de Haagse wijk Transvaal en de Leeuwardense wijk Heechterp-Schieringen het hoogst. De lagere scores zijn te vinden in Rotterdam Vreewijk, het Arnhemse Broek en Utrecht.

De scores zijn gebaseerd op de volgende criteria:

'gelegenheid':

In hoeverre en op welke wijze hadden bewoners de gelegenheid om te participeren in de uitvoering van de wijkactieplannen tot aan 1 augustus 2009?;

'invitatie':

In hoeverre en op welke wijze zijn bewoners gevraagd te participeren in de uitvoering van het wijkactieplan tot aan 1 augustus 2009?;

'respons':

In hoeverre en op welke wijze heeft vanuit de gemeente en andere organisaties onder regie van de gemeente terugkoppeling richting en overleg met bewoners plaatsgevonden over de resultaten van de uitvoering van de wijkactieplannen tot aan 1 augustus 2009 en de inbreng van bewoners daarin?

Punten ter verbetering

De onderzoekers stellen dat er voor de bevordering van bewonersparticipatie op een aantal punten nog mogelijkheden voor verbetering zijn. Zo zouden afspraken met bewoners vaker en beter kunnen worden vastgelegd. Bewoners kunnen ook beter ondersteund worden bij het leveren van hun bijdrage en bewoners zouden door middel van meer communicatiekanalen kunnen worden uitgenodigd om mee te doen. Als laatste verbeterpunt noemen de onderzoekers dat er uitgebreider en gericht teruggekoppeld kan worden aan bewoners over de stand van zaken in de uitvoering en hun inbreng daarin.

Kwaliteitskaart Bewonersparticipatie

Het onderzoeksrapport 'Nogmaals aandacht voor bewonersparticipatie' geeft antwoord op de vraag op welke wijze en in hoeverre gemeenten bewonersparticipatie bij de uitvoering van de wijkactieplannen in de 40 door de minister voor WWI aangewezen aandachtswijken hebben bevorderd. Het onderzoek

is uitgevoerd door de Tilburgse School voor Politiek en Bestuur in opdracht van het LSA. Het onderzoek is omgezet in een kwaliteitskaart waarop snel te zien is welke gemeenten een voldoende scoren en welke een onvoldoende.

Bronnen:

<http://www.lsabewoners.nl>

<http://www.aedesnet.nl>

25. HR moet beter: het geheim van fitte organisaties

De meerderheid van de werkgevers realiseert zich dat de gereedschap van HR in de toekomst verbeterd moet worden. Dit meldde directeur Arbeidsvoorwaardenbeleid Hans van der Steen van AWWN op het jaarlijkse Arbeidsvoorwaardencongres van de werkgeversvereniging. Hij baseerde zich daarbij op een recente ledenenquête.

Daaruit blijkt dat 60 procent van de werkgevers zich realiseert dat het bestaande HR-instrumentarium niet voldoende is. Van der Steen riep werkgevers daarom op een actieplan voor duurzame inzetbaarheid op te stellen, om te werken aan fitte werknemers en een fitte organisatie. "Alleen dan kunnen we straks fit aan de periode na de recessie beginnen," zo stelde Van der Steen.

Arbeidsmarktontwikkeling

Van der Steen wees daarbij op de ontwikkeling van de potentiële beroepsbevolking in de komende 25 jaar: "Krapte is onvermijdelijk, dus moeten we inzetten op duurzame inzetbaarheid, om produktiviteit en participatie op te voeren." Hij gaf daarbij onder meer suggesties wat werkgevers in 2010 al kunnen doen: "Breng alvast de benodigde en aanwezige competenties in overeenstemming, en onderzoek wat er nodig is om mensen productief, slim en met plezier tot hun 67ste te laten werken." Ook riep hij werkgevers op om bij de externe instroom ruimte te geven aan diversiteit.

Ouderen

Op dit moment meent slechts 28 procent van de ondernemers daadwerkelijk klaar te zijn om langer doorwerken van ouderen te realiseren. 59 procent van de ondernemers geeft nu geen uitvoering aan maatregelen om ouderen langer aan het werk te houden. Van deze groep ondernemers geeft 71 procent aan wel met het onderwerp aan de slag te willen.

Bron: www.managersonline.nl