



Onderzoek interne cliëntcommunicatie

Sanneke Langendoen

In opdracht van de afdeling Communicatie, juli 2020

Sterker in de samenleving.
Powered by Pluryn



Behandeling en ondersteuning bij
wonen, werken, leren en vrije tijd

Waarom onderzoek naar cliëntcommunicatie?

De kernbelofte van Pluryn is: Sterker in de Samenleving. Dat betekent dat Pluryn gelooft dat elk individu zich kan blijven ontwikkelen. Een onderdeel van de communicatie richt zich daarom op cliëntcommunicatie, immers meedoen in de maatschappij en meepraten begint met begrijpen waar het over gaat.

De afdeling Communicatie wil ten eerste weten of de corporate communicatie via bestaande kanalen en de huidige middelenmix begeleiders/behandelaars, verwanten en cliënten bereikt. Met de uitkomsten van dit onderzoek neemt de afdeling de samenhang van de bestaande communicatiemix onder de loep en doet aanvullend onderzoek per middel. Het doel is om gericht te communiceren.

Maar corporate communicatie is het topje van de ijsberg als je het hebt over ‘communicatie binnen Pluryn’. Het overgrote deel speelt zicht af op locaties, groepen en rechtstreeks rondom de cliënt via bijvoorbeeld een begeleider of behandelaar. Ook de rol van de (lokale) cliëntenraden moeten we niet onderschatten.

Ten tweede wil de afdeling Communicatie weten of de RVE’s/locaties en de cliëntenraden hun rol pakken en in hoeverre de afdeling communicatie hierin een faciliterende rol kan spelen. Het doel is om met de cliëntenraden en locaties de communicatie te verbeteren richting cliënten, verwanten en begeleiders/behandelaars.

De definitie van cliëntcommunicatie is volgens Marcel Hurkens van NoXqs: “Het proces waarbij de communicatie met, voor en over cliënten op een planmatige manier een integraal onderdeel uitmaakt van het ondersteuningsproces gericht op kennisvermeerdering, attitudeverandering en/of gedragsverandering bij de cliënt ten aanzien van zijn ondersteuningssituatie.”

Bron: *Blog Buro Wisselstroom*

Aanpassing van wet Wmcz

Uit deze definitie blijkt dat het niet alleen om het informeren van cliënten gaat, maar ook het aangaan van de dialoog met cliënten; tweerichtingsverkeer. De medezeggenschap van cliënten in de zorg is geregeld in de [Wet medezeggenschap cliënten zorginstellingen](#) (Wmcz). Vanaf 1 juli 2020 verandert de Wmcz, waardoor de cliëntenraden extra rechten krijgen. Instellingen waarin cliënten langdurig verblijven zijn verplicht hun cliënten en hun vertegenwoordigers inspraak te geven in zaken die direct van invloed zijn op hun dagelijks leven¹. De nieuwe wetgeving versterkt hiermee de positie van de cliëntenraden binnen een instelling.

Technologische ontwikkelingen

Door technologische ontwikkelingen is het internet steeds toegankelijker geworden. Ook voor mensen met een beperking. Uit eerder onderzoek (2009, Langendoen) dat Pluryn liet uitvoeren bleek al dat internet sociale verrijking mogelijk maakt, maar voor veel cliënten te talig blijkt. Nog steeds zijn er recente initiatieven, zoals de ‘Zie Mij’ app van Koraal om moeilijke taal om te zetten in iets wat de cliënt begrijpt. Echter, deze ontwikkelingen staan nog in de kinderschoenen.

¹ <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/rechten-van-patient-en-privacy/medezeggenschap-clienten-in-de-zorg>

Gerichter communiceren

Ondanks dat Pluryn al jaren vooruitstrevend is door in 'eenvoudige' taal te communiceren met 'samengevatjes', is de huidige communicatiemix weinig specifiek toegespitst op (sub)doelgroepen of generaties. Zo heeft Pluryn te maken met een brede cliëntpopulatie waarin diverse generaties (babyboomers, generatie X, millennials en generatie Z) zijn vertegenwoordigd. Generaties met ieder een eigen voorkeur voor communicatiekanalen. En Pluryn heeft niet alleen te maken met gehandicaptenzorg, maar ook met jeugdzorg.

Top 10 resultaten & inzichten

In één minuut op de hoogte van de belangrijkste highlights!

1. Cliënten zijn vooral geïnteresseerd in informatie die hen direct aangaat, zoals informatie van de terreinlocatie, woongroep en persoonlijke informatie. Weinigen zijn echt geïnteresseerd in de overkoepelende Pluryn-informatie (mensen in de cliëntenraad zijn wel geïnteresseerd).
2. Meer onderscheid is nodig in de manier waarop de informatie wordt gebracht. De cliëntcommunicatie is in eenvoudige taal met samengevatjes ondersteund met een afbeelding. Er is behoefte aan meer diversiteit. Denk aan: gesproken tekst en filmpjes.
3. De persoonlijk begeleider (PB-er) is cruciaal in de communicatie richting cliënten. Belangrijke informatie komt niet altijd goed aan doordat informatie door vele lagen gaat, waardoor ruis kan ontstaan. In sommige situaties waren verwanten wel op de hoogte, maar de PB-er niet. Corporate regelde deze gestuurde communicatie en de lijn gaf informatie niet of te laat door.
4. Medewerkers worden overspoeld met informatie via de mail, waardoor zij moeilijk de urgente van de niet-urgente berichten kunnen onderscheiden en missen zij wel eens belangrijke informatie. Meer onderzoek is nodig om te achterhalen via welke kanalen zij de informatie dan willen ontvangen.
5. Hoewel veel informatie tegenwoordig digitaal wordt aangeboden, willen de meeste cliënten informatie bij voorkeur in papieren (fysieke) vorm ontvangen. Opvallend, omdat communicatieprofessionals vaak naar digitale oplossingen neigen. De afdeling communicatie van Pluryn maakt van de meeste uitingen ook gedrukte exemplaren en biedt deze fysiek en digitaal aan.
6. Social media wordt vaak gezien als de oplossing om jongeren te bereiken. Jongeren zien deze kanalen echter als 'privé'. Zij gebruiken social media om hun sociale netwerk te onderhouden en willen hier geen Pluryn-gerelateerde informatie ontvangen.
7. Veel groepen voeren zogenaamde huiskamergesprekken. In deze groepsgesprekken wordt relevante informatie met cliënten gedeeld en de dialoog gevoerd. Een kanttekening is dat niet alle groepen dit (meer) doen.
8. De afdeling Communicatie communiceert actuele informatie via de digitale cliëntennieuwsbrief en nieuwsflitsen. In de praktijk wordt de nieuwsbrief nauwelijks gelezen en is het bereik van cliënten laag. Op deze nieuwsbrief kan men zich abonneren. Er zijn 750 abonnees. Dat is laag gezien het aantal cliënten bij Pluryn. De nieuwsflitsen worden via social media gedeeld en hebben een goed bereik.
9. Pluryn is groot. De perceptie van de organisatie is afhankelijk van de plek waar men zorg geeft of ontvangt. Bij jeugdlocaties denkt men bij Pluryn aan jeugd en bij VG-locaties aan een organisatie voor gehandicaptenzorg. Pluryn is er voor jongeren én volwassenen met een verstandelijke beperking.
10. Hoe goed de communicatie verloopt, hangt voor een groot deel van personen af. Zo zijn sommige begeleiders en clusterleiders hier goed en consequent in en andere niet.

Top 10 aanbevelingen

Aanbevelingen afdeling Communicatie	Aanbevelingen RVE's
<p>1. Creëer een gedragen visie en strategie op cliëntcommunicatie. Formuleer deze samen met cliënten en medewerkers. Vergroot hiermee draagvlak en creëer de juiste verwachtingen.</p>	<p>1. Een vast communicatieteam. Een groot deel van de cliëntcommunicatie speelt zich af op de RVE's. Een vast team per RVE dat verantwoordelijk is voor het doorvertalen van corporate informatie en ook over eigen thema's en onderwerpen communiceert, speelt beter in op de informatiebehoefte. Laat hierbij ook cliënten én iemand van de afdeling Communicatie aansluiten. Aanvullend kan gewerkt worden met een eigen Multimediateam om peer-to-peer communicatie in te zetten.</p>
<p>2. Communicatiemiddelen gericht inzetten. Pluryn is voor 50% jeugdzorg en voor 50% volwassenenzorg. Het voormalig Intermetzo heeft weinig ontwikkeld voor communicatie met jongeren. Maak gebruik van de beschreven persona's die in dit rapport om het bereik te vergroten.</p>	<p>2. Een vast communicatiestramien. RVE's verschillen in de communicatie-aanpak, waardoor sommige cliënten/verwanten meer of minder tevreden zijn. Maak gebruik van de corporate communicatiemiddelen en de expertise van de afdeling Communicatie.</p>
<p>3. De afdeling Communicatie faciliterend. Cliëntcommunicatie vindt grotendeels plaats dichtbij de cliënt (binnen de RVE's). De afdeling dient een meer faciliterende rol aan te nemen, zodat RVE's de kwaliteit van communicatie verbeteren.</p>	<p>3. Verbeter de informatie bij in-door-uitstroom. Het klantenbureau, RVE's en teams hebben weinig zicht op welke informatie bij de cliënt en verwanten terechtkomt. Misschien krijgen sommigen een bak aan informatie krijgen en horen anderen amper wat. De ene cliënt/verwant wordt beter geïnformeerd dan de ander. Meer onderzoek is nodig naar de informatiebehoefte in dit proces. Standaardisering en kwaliteitsbewaking is een volgende stap.</p>
<p>4. Stimuleren van onderlinge kennisuitwisseling. Zet een kennisnetwerk op voor mensen vanuit de RVE's die verantwoordelijk zijn voor cliëntcommunicatie. Hierdoor inspireren en leren zij van elkaar en is de leercurve steiler bij uitdagingen, zoals de introductie van een online cliëntenportaal.</p>	<p>4. Informatie bij de juiste persoon. De PB-er speelt een cruciale rol in de communicatie met cliënten/verwanten. Veel informatie wordt via 'de lijn' gecommuniceerd. Toch bereikt de informatie de PB-er niet altijd of is informatie niet compleet. Onderzoek waar ruis ontstaat en verbeter de communicatie richting de PB-er.</p>
<p>5. Metten & evalueren. Onderzoek is nodig om te weten of je daadwerkelijk succesvol bent met je communicatie. Het gaat niet alleen over het bereik ervan, maar ook weten of de communicatie, de boodschap wordt begrepen. Formuleer SMART-doelen, zodat je deze kunt meten. Het advies is om in korte sprint steeds kleine verbeteringen door te voeren en te evalueren na iedere stap.</p>	<p>5. Zet de cliëntenraad meer in positie. Betrek de raden structureel bij dat wat er afspeelt binnen de RVE. Dat betekent niet alleen informeren, maar juist de dialoog aangaan.</p>

7 interne communicatietrends

De belangrijkste trends op gebied van interne communicatie op een rijtje en vertaald naar Pluryn.

Trend #1 Mobiel gaat boven alles

De gemiddelde Nederlander spendeert 2 uur en 28 minuten per dag op zijn mobiel. Voor interne communicatie is het gebruik van apps, met pushnotificatie, op de mobiel trending. Maar denk ook aan sms-berichten en social media. Uit dit onderzoek blijkt ook dat een groot deel van de cliënten beschikt over een mobiel. Zij willen echter geen Pluryn-gerelateerde informatie ontvangen.

Trend #2 Relevante informatie

Medewerkers krijgen een overload aan informatie. Te veel informatie (infobesitas) vormt een afleiding en komt niet ten goede van de gezondheid en productiviteit van medewerkers. Het begeleiden van medewerker bij het vinden van de juiste informatie is essentieel, zoals met een sociaal intranet. Uit onderzoek blijkt dat medewerkers op de werkvloer last hebben van de hoeveelheid informatie via de mail. Meer onderzoek is nodig om te achterhalen welke middelen dan wel passend zijn.

Trend #3 Snel en beknopt

Mensen zijn gewend aan snelheid van kort en krachtige berichten en willen niet wachten op websites die laden, video's die bufferen en collega's die moeten antwoorden op een bericht of mail. Berichten moeten kort en gericht zijn en bij voorkeur niet via de e-mail binnen komen. Uit onderzoek bleek dat de meeste medewerker én cliënten e-nieuws berichten scannen op relevantie.

Trends #4 Authenticiteit creëren met storytelling

Voor medewerkers en klanten is het van belang om het verhaal van de organisatie over te brengen en daarmee je doelgroep echt te 'raken'. Uit onderzoek bleek dat er behoefte is aan meer diepgang in de folders door ervaringsverhalen oftewel het 'echte' verhaal; te vertellen.

Trend #5 Peer-to-peer communicatie

Peer-to-peer communicatie draagt direct bij aan kennismanagement binnen een organisatie. Het is een effectieve en efficiënte manier om kennis en inzichten te verspreiden, heeft een positieve invloed op de wijze waarop medewerker hun taken uitvoeren en komt krachtiger en geloofwaardiger over. Cliënten zullen de nieuwsflitsen eerder bekijken, wanneer er herkenbare items en personen in voorkomen.

Trend 6# Content moet verleiden

Het aantrekkelijk maken van content (visueel, interactief en vermakelijk) is belangrijk. Wat werkt is dynamische content: visueel storytelling, gifjes, foto's, infographics en video's. Voor veel cliënten is het belangrijk om het visueel niet te druk te maken.

Trend 7# Persoonlijke communicatie

Ondanks dat vele trends een technologisch of online karakter hebben, blijkt uit het trendonderzoek (2019, Involve en Adformatie) dat persoonlijke bijeenkomsten en informatiesessies het meeste impact hebben. In de praktijk blijkt ook dat een grote groep cliënten een voorkeur heeft om persoonlijk of met fysieke middelen bereikt te worden met informatie.

Inhoudsopgave

Waarom onderzoek naar cliëntcommunicatie? _____	1
Top 10 resultaten & inzichten _____	3
Top 10 aanbevelingen _____	4
7 interne communicatietrends _____	5
1. Conclusie onderzoek _____	7
2. Differentiatie in communicatie met persona's _____	8
2.1. Cliënten persona's _____	9
2.2. Verwanten persona's _____	10
2.3. Advies communicatiemiddelen en informatie _____	11
3. Onderzoeksopzet _____	12
4. Een overzicht van de huidige communicatiemiddelen _____	13
5. Toelichting communicatiemiddelen _____	14
6. Resultaten onderzoek communicatie op corporate niveau _____	17
6.1. Informatiebehoefte _____	17
6.2. Communicatiemiddelen _____	17
6.3. Begrijpbaarheid van de informatie _____	19
7. Resultaten onderzoek collega communicatieprofessionals _____	20
8. Resultaten onderzoek communicatie op RVE-niveau _____	24
8.1. Informatiebehoefte _____	24
8.2. Informatiekanalen _____	26
8.3. Betrokken partijen _____	27
8.4. Informatie over het coronavirus _____	29
8.5. Overige bevindingen _____	30

1. Conclusie onderzoek

Communicatie met cliënten vindt op verschillende niveaus plaats (corporate, RVE/terrein, groep en persoonlijk) en met verschillende partijen (o.a. persoonlijk begeleider, school, verwanten, clusterleider, ervaringsdeskundigen, cliëntenraden) die daarin een rol spelen. Voor het overgrote deel van de communicatie is de RVE verantwoordelijk. Zie onderstaande afbeeldingen voor verduidelijking.

WIE	Corporate	RVE		
WAT	Pluryn <ul style="list-style-type: none"> informatie wettelijk verplicht instroom Pluryn nieuws faciliteren RVE's 	RVE (terrein) <ul style="list-style-type: none"> doorvertaling centraal beleid RVE-nieuws 	Groep-nieuws <ul style="list-style-type: none"> (leef)regels faciliteiten verandering personeel en bewoners 	Persoonlijk <ul style="list-style-type: none"> perspectief doorstroom uitstroom cliëntendossier
HOE	<ul style="list-style-type: none"> e-nieuws nieuwsflits cliëntenmap (folders) eenvoudige website social media diversen sjablonen 	<ul style="list-style-type: none"> verwanten-nieuwsbrief e-mail 	<ul style="list-style-type: none"> groeps-nieuwsbrieven huiskamer-gesprekken e-mail telefonisch 	<ul style="list-style-type: none"> e-mail telefonisch cliëntenportaal

Communicatie op corporate niveau

De 3 belangrijkste conclusies zijn:

- Cliënten willen geen *nice-to-know* informatie ontvangen van andere RVE's. Cliënten zijn echter wel geïnteresseerd in *need-to-know* informatie, zoals informatie over het coronavirus.
- Om meer cliënten te bereiken met informatie is een differentiatie in communicatiemiddelen nodig. Op dit moment zijn er met name online middelen (niewsbrief en nieuwsflits) om cliënten van actuele informatie te voorzien. Veel cliënten geven echter voorkeur aan fysieke middelen.
- RVE's worstelen met het goed optuigen van communicatiemiddelen en beleid hierop. De afdeling communicatie zou nog dichterbij de RVE's moeten komen staan om hen beter te kunnen faciliteren.

Communicatie RVE-niveau

De 3 belangrijkste conclusies zijn:

- Cliënten (en verwanten) zijn met name geïnteresseerd in informatie dat hen aangaat (terrein/woongroep/persoonlijk). Dus ook de *nice-to-know* informatie van een terrein of groep.
- De wijze waarop cliënten en verwanten worden geïnformeerd en de mate waarin men hierover tevreden is, hangt af van de betreffende RVE (hun communicatiebeleid) en voor een groot deel van de communicatieve vaardigheden van de (persoonlijk) begeleiders en clusterleiders.
- Medewerker worden overspoeld met informatie, waardoor ze belangrijke informatie missen. Veel communicatie gaat 'via de lijn', maar medewerkers zien door de bomen het bos niet meer.

2. Differentiatie in communicatie met persona's

Op basis van de interviews met cliënten, verwanten en medewerkers zijn persona's ontwikkeld. Een persona is een archetype van een gebruiker, ofwel een karakterisering van een bepaald type gebruiker. Voorafgaand van het onderzoek zijn de belangrijkste kenmerken van de persona's samen met de afdeling Communicatie vastgesteld. Dit zijn:

- basiskenmerken (generatie, leeftijd, type zorg, begrijpbaarheid)
- informatiebehoefte (wat willen ze weten?)
- communicatiekanalen (via welke kanalen?)
- betrokkenheid (in hoeverre spelen anderen een rol?)
- toegankelijkheid van kanalen (over welke apparaten beschikken ze?)

Over de persona's

Om de communicatie gericht in te zetten, zowel op corporate als RVE-niveau, zijn aan de hand van de interviews, vijf persona's ontwikkeld. Om het bereik van cliënten (en verwanten) te vergroten is het verstandig om rekening te houden met deze persona's en hun eigen voorkeuren voor o.a. informatiekkanalen.

Hieronder een korte samenvatting van de vijf persona's:

				
De analfabetische cliënt	De betrokken cliënt	De digitale cliënt	De analoge verwant	De digitale verwant
Heeft moeite met communiceren en heeft hulp nodig.	Leefwereld bestaat uit het terrein en de woongroep.	Is zelfstandig en is erg op zichzelf.	Betrokken en wil informatie via offline kanalen.	Betrokken en wil informatie via online kanalen.

Overeenkomsten tussen de persona's

- De persoonlijk begeleider speelt bij alle persona's een centrale rol in communicatie.
- Niemand wil informatie via social mediakanalen ontvangen.
- Informatie moet relevant zijn voor de persoon en zijn of haar welzijn en leefwereld.

Verschillen tussen de persona's

- Hoe minder de persoon te maken heeft met Pluryn (bijv. alleen dagbesteding afneemt), hoe minder interesse in Pluryn-informatie en hoe minder betrokken.
- Een groot verschil in leesvaardigheid tussen cliënten (en verwanten).

2.1. Cliënten persona's

Hieronder staan drie persona's uitgewerkt met de belangrijkste kenmerken. Natuurlijk zijn er subcategorieën te maken, maar wanneer al rekening wordt gehouden met deze voorkeuren zal het bereik van informatiemiddelen al gaan toenemen.

			
naam persona	De analfabetische cliënt	De betrokken cliënt	De digitale cliënt
samenvatting	Heeft moeite met communiceren en heeft hulp nodig.	Leefwereld bestaat uit het terrein en de woongroep.	Is zelfstandig en is erg op zichzelf.
basiskenmerken	Cliënten van alle leeftijden, waarvan de leesvaardigheid laag is.	Cliënten wonend op een terreinvoorziening. Van jong tot volwassen cliënten.	Is volwassen en woont zelfstandig. Krijgt ambulante zorg en/of dagbesteding.
informatiebehoefte	Informatie over wat met name wat hen aangaat. Leven vaak in het 'hier en nu'.	Willen weten wat er op het terrein en de groep gebeurt. En wat hen zelf aangaat: perspectief.	Heeft weinig met Pluryn. Informatie komt vaak via dagbesteding of PB-er.
communicatiekanalen	Eenvoudige picto's of filmpjes.	Offlinekanalen. Beperkte toegang tot mobiel en internet .	Gebruikt online kanalen, met name e-mail.
betrokkenheid	Verwanten, wettelijk vertegenwoordiger is zeer groot.	Heeft met name contact met de persoonlijk begeleider.	Heeft met name contact met de persoonlijk (ambulant/werk) begeleider
toegankelijkheid van kanalen	Hebben vaak PB-ers nodig om informatie te begrijpen.	Eenvoudige teksten met picto's. Voor jeugd meer in hun 'taal' schrijven.	Wil informatie via de mail ontvangen in normale taal, maar niet te ingewikkeld.

2.2. Verwanten persona's






Om het niet te ingewikkeld te maken heb ik twee persona's ontwikkeld voor verwanten. Het grootste onderscheid is te maken tussen betrokken en minder betrokken verwanten en de wijze waarop zij informatie tot zich nemen. Omdat het belangrijk is om alle verwanten toegang tot informatie te bieden of ze nu wel of niet betrokken zijn, ben ik uitgegaan van betrokken verwanten. Dit zijn vaak ouders, waarvan de kinderen op het terrein wonen, verwanten waarvan de cliënt communicatief niet vaardig is of de wettelijk vertegenwoordigers. Deze laatste is echter vaak minder betrokken, alleen rondom financiën en de wettelijk verplichte zaken, zoals bespreking van het individueel plan.

		
naam persona	De analoge verwant	De digitale verwant
samenvatting	Betrokken en wil informatie via offline kanalen.	Betrokken en wil informatie via online kanalen.
basiskenmerken	Dit zijn vaak de wat oudere verwanten, waarvan de cliënten langere tijd in de WLZ zitten en op het terrein wonen.	Dit zijn de relatief jongere verwanten (vaak jonge ouders), waarvan de cliënten in de leeftijd t/m 18 jaar zitten.
informatiebehoefte	De doelen van de cliënt zijn redelijk stabiel. Het gaat om welzijn van de cliënt en veranderingen op de groep en het terrein.	Jongeren zitten vaak kortere tijd bij Pluryn. Voor hen is perspectief belangrijk.
communicatiekanalen	Telefonisch, brieven (post), face-to-face	Telefonisch, app, e-mail.
betrokkenheid	Heeft veel contact met de PB-er.	Heeft veel contact met de PB-er.

2.3. Advies communicatiemiddelen en informatie

Nu de persona's zijn ontwikkeld en de voorkeur voor informatie en kanalen bekend is, kunnen we kijken naar de huidige communicatiemiddelen en wat er nodig is om cliënten (en verwanten) beter te bereiken. Hier gaan we uit van de ontwikkelde persona's. De website voor cliënten en social media is hierin niet meegenomen. Duidelijk werd dat de website vooral wordt gebruikt voor potentiële cliënten. Deze maakte geen onderdeel uit van het onderzoek. Daarnaast wil geen enkele cliënt gebruik maken van social media om informatie te ontvangen. Deze is daarom ook uitgesloten.

Om beter in te spelen om de informatiebehoefte van cliënten is het van belang om vanuit corporate niveau niet langer de *nice-to-know* informatie centraal te verspreiden. Cliënten hebben hier wel behoefte aan op RVE-niveau. Zij zouden deze cliënten nieuwsbrieven (eventueel m.b.v. de afdeling Communicatie), net als de verwantennieuwsbrieven, zelf kunnen versturen. Het secretariaat kan een rol spelen in de verspreiding ervan, aangezien velen cliënten woonachtig op een terrein een voorkeur voor papieren informatie hebben.

	 De analfabetische cliënt	 De betrokken cliënt	 De digitale cliënt	 De analoge verwant	 De digitale verwant
Wekelijkse nieuwsbrief (verwantennieuws)	Is van een te hoog niveau. Belangrijke informatie via de PB-er laten communiceren.	Zorgen dat informatie gerelateerd is aan groep of het terrein. De nieuwsbrief fysiek printen of bespreken in huiskamer-gesprekken.	Heeft geen interesse. Informatie komt via de PB-er of e-mail aan. Optie geven om wel in te schrijven voor een nieuwsgrief.	Wil informatie per post ontvangen gerelateerd aan het terrein en woongroep.	Wil informatie digitaal ontvangen gerelateerd aan het terrein en woongroep.
Nieuwsflits	Leuk, mits herkenbaar voor de cliënt.	Leuk, mits herkenbaar voor de cliënt.	Niet in geïnteresseerd.	Ontvangt bij voorkeur informatie op papier.	Interessant, mits meer toegespitst op de RVE.
Cliëntenmap (folders)	Is van een te hoog niveau. In alternatieve vorm maken met picto's.	Meer gebruik maken van ervarings-verhalen.	Een digitale variant aanbieden.	Wil de map zelf ontvangen, als de cliënt zelf niet communicatief vaardig is.	Een digitale variant aanbieden.

3. Onderzoeksopzet

Met cliëntcommunicatie wil de afdeling Communicatie zowel cliënten, begeleiders en verwanten bereiken. Begeleiders en verwanten zijn immers soms nodig om de communicatie te vertalen richting de cliënt. Dit onderzoek richt zich op de bestaande groep cliënten (de klant) en sluit hiermee potentiële cliënten (klanten) uit. Op verzoek van de afdeling Communicatie zijn zowel jongeren als volwassenen meegenomen in het onderzoek. De reden is dat jeugdzorg het grootste deel van de cliëntenpopulatie vormt, maar waarover het minste bekend is. Daarnaast wil de afdeling ook een compleet pakket aan aanbevelingen. Ook is niet alleen gekeken naar de huidige communicatiemix, maar is ook gekeken naar de wijze waarop er binnen een RVE met cliënten wordt gecommuniceerd.

De **probleemstelling** luidt: Hoe kan Pluryn cliënten beter informeren en bereiken met de voor hen relevante informatie?

Onderzoeksvragen

- Waaruit bestaat de huidige communicatiemix van Pluryn en wat weten we over het huidige gebruik?
- Wat is de informatiebehoefte van de cliënt?
- Wat zijn de preferred communicatiekanalen van de cliënt?
- In hoeverre zijn deze communicatiekanalen ook toegankelijk?
- In hoeverre voldoet de huidige communicatiemix?
- Hoe kan de corporate cliëntcommunicatie worden verbeterd?
- Hoe kan de RVE-niveau cliëntcommunicatie worden verbeterd?

Aanpak onderzoek

Het onderzoek heeft vier maanden in beslag genomen. In overleg met de afdeling is gekozen voor het uitvoeren van kwalitatief onderzoek (interviews). Hierdoor was het mogelijk om verdiepende vragen te stellen en de respondent zelf inbreng te geven. Vanwege het coronavirus zijn alle interviews telefonisch of via beeldbellen afgenomen. In sommige gevallen (met name bij jongeren) zijn enkele interviews afgenomen in een groep en in bijzijn van een medewerker. Het onderzoek bestond uit:

- Vooronderzoek: interview met de afdeling Communicatie en een enquête bij collega zorginstellingen.
- Hoofdonderzoek: interviews met cliënten, verwanten en medewerkers.

Aantal respondenten

De volgende interviews zijn afgenomen, waaronder één enquête:

- interview met medewerkers communicatie
- enquête onder collega zorginstellingen
- interviews met cliënten, medewerkers en verwanten
- interview met ondersteuners cliëntraden

26 respondenten volwassenen	16 respondenten jeugd
<ul style="list-style-type: none"> • 9 cliënten • 10 medewerkers • 7 verwanten 	<ul style="list-style-type: none"> • 6 cliënten • 9 medewerkers • 1 verwant

4. Een overzicht van de huidige communicatiemiddelen

Het doel van de cliëntcommunicatie is om cliënten te informeren over nieuws en ontwikkelingen binnen Pluryn. Het moet leiden tot betrokkenheid en verbondenheid. Om de informatie toegankelijk te maken gebruikt de afdeling Communicatie ‘eenvoudige taal’. Het leesniveau is laagdrempelig en vaak ondersteund door afbeeldingen. Een mooi voorbeeld hiervan is de wekelijkse nieuwsbrief voor cliënten. Zie de onderstaande afbeelding.



Afbeelding 1. Nieuwsitems uit de digitale nieuwsbrief cliënten

De afdeling is zich ervan bewust dat sommige cliënten deze vorm van communicatie niet begrijpen. Denk bijvoorbeeld aan cliënten van de Winkelsteegh. In dit geval spelen zowel de begeleiders als verwanten een rol om de cliënt te informeren. Ook werkt de afdeling veel met filmpjes en animaties. Bijvoorbeeld in de [nieuwsflitsen](#) die door het Multimediacentrum worden gemaakt. Zowel de nieuwsflitsen als de wekelijkse nieuwsbrieven worden in samenwerking gemaakt met de afdeling Communicatie en het Multimediacentrum.

‘Wij willen als afdeling meer gaan **luisteren en een dialoog met cliënten aangaan**. Informatie is nu teveel gericht op het zenden in plaats van het aangaan van een dialoog (interactie). We luisteren onvoldoende waar behoefte aan is.’

De communicatiemix bestaat uit een aantal offline-en online informatie- en communicatiemiddelen. Ook zijn er overige middelen (deze zijn vaak ter ondersteuning en faciliterend). In het onderstaande schema staat een compleet overzicht van alle communicatiemiddelen. Hierin is een onderscheid gemaakt tussen een actieve en passieve rol.

In een actieve rol heeft de afdeling Communicatie een regierol. De communicatiemiddelen bij de passieve rol, heeft de afdeling een faciliterende rol. Andere partijen, zoals de CCR bij het jaarverslag of de locaties bij het verwantennieuws hebben hier zelf een actieve rol. De afdeling Communicatie ondersteunt bijvoorbeeld in het redigeren van teksten, vormgeving en opmaak.

Communicatiemiddelen Pluryn	
• Actieve rol	• Passieve rol
<ul style="list-style-type: none"> • Wekelijkse nieuwsbrief • Nieuwsflits • Eenvoudige website • Social media (Facebook, Instagram, Youtube) • Cliëntenmap (dienstenfolders/leaflets) 	<ul style="list-style-type: none"> • Verwantennieuws • Posters • Feedbackspel • Animaties • Powerpoint presentaties voor cliënten • Sjablonen voor CCR faciliteren • Jaarverslag CCR faciliteren

5. Toelichting communicatiemiddelen

De 3 belangrijkste inzichten zijn:

- Er ontbreekt een **duidelijke en gedragen visie** als het gaat om de cliëntcommunicatie. Communicatiecollega's weten soms niet waarom (nut en noodzaak) zij een bepaald middel inzetten.
- **Metten is weten**. Om te weten of het communicatiemiddel succesvol is, moet je het effect kunnen meten. Doordat er te weinig inzicht is in cijfers (ook tussen collega's onderling), worden aannames gedaan over het gebruik en bereik van communicatiemiddelen.
- De afdeling steekt veel tijd, geld en energie in het **produceren van online informatie**, via de wekelijkse nieuwsbrief en de nieuwsflits. Terwijl het vermoeden is dat zij met deze kanalen de cliënt onvoldoende bereiken. Echter, dit is hét voornaamste middel dat wordt ingezet.

Wekelijkse nieuwsbrief

Het doel van de nieuwsbrief is om nieuws van de locaties of Pluryn algemeen mee te nemen en lokaal waar mogelijk. Hierin staan 3 zaken centraal:

- het overbrengen van corporate (Pluryn) nieuws
- verhalen van cliënten delen (inspiratie, verhalen delen)
- het leren gezond eten en leven (rubriek koken)

Alle medewerkers ontvangen de nieuwsbrief

De nieuwsbrief wordt naar zowel medewerkers als cliënten gemaild, zodat zij geïnformeerd zijn over wat er in de nieuwsbrief staat, mochten er vragen komen van cliënten. Ook kunnen zij de nieuwsbrief of onderdelen onder de aandacht brengen bij cliënten. Of medewerkers ook weten dat dit de bedoeling is van de nieuwsbrief, is onzeker. De boodschap van communicatie was destijds: print uit en deel het met je cliënten.

Het vermoeden is dat een groot deel van de medewerkers de nieuwsbrief negeert en een klein deel (afhankelijk van de persoon) er wel iets mee doet. De afdeling Communicatie heeft de indruk dat medewerkers de nieuwsbrief beter lezen dan cliënten. Dat is ook niet vreemd, omdat alle medewerkers de nieuwsbrief ontvangen ten opzichte van 1000 cliënten. Dat is ongeveer 1/7^e van de totale cliëntenpopulatie. Daarom is het volgens de afdeling Communicatie belangrijk dat ook medewerkers de nieuwsbrief ontvangen. De schatting is dat slechts 1/3^e van die cliënten ook daadwerkelijk de nieuwsbrief leest.

Aanmelden nieuwsbrief

Cliënten kunnen zich vrijwillig aanmelden voor de nieuwsbrief. Dat kan via de eenvoudige website van Pluryn. Deze aanmeldknop is echter moeilijk te vinden. Wanneer cliënten in zorg komen, dan wordt gevraagd naar het e-mailadres dat in het CRM-systeem komst te staan en wordt gebruikt voor het versturen van de nieuwsbrief. Soms komen er aanmeldingen via begeleiders. De afdeling krijgt met regelmaat verzoeken om een bericht op te nemen in het cliëntennieuws. Ook zijn er soms afmeldingen voor de nieuwsbrief. Medewerkers kunnen zich niet afmelden. Het kost de afdeling communicatie een dagdeel per week om de nieuwsbrief op te zetten.

Nieuwsflits

Het doel van de nieuwsflits is om cliënten tegemoet te komen die minder talig zijn en waarvoor de nieuwsbrief te moeilijk is. De nieuwsflitsen zijn in plaats van het weekjournaal gekomen, deze duurde te lang (gemiddeld 15 min), waardoor mensen niet keken of afhaakten. De nieuwsflits wordt verspreid via de nieuwsbrief cliënten, YouTube en Facebook.

De meest populaire items (via YouTube) van de nieuwsflitsen zijn:

- de kerstpakketten zijn onderweg (158 views)
- koninklijk afscheid voor Rob de Jong (154 views)
- waterpret bij de nieuwe waterspeelplek bij Jan Pieter Heije (136 views)

De meest populaire items (via YouTube) van het weekjournaal waren:

- het allerlaatste weekjournaal (51 views)
- vrolijk kerstjournaal (28 views)
- weekjournaal doet een boekje open (12 views)

‘Als afdeling zouden we meer willen inzetten op **visuele content**, zoals nieuwsflitsen. Visueel maakt informatie toegankelijk en werkt beter dan tekst. Het maken van nieuwsflitsen is kostbaar, doordat er meer redactiewerk nodig is. In het verleden is nagedacht over de inzet van bloggers en vloggers. Deze mensen kun je echter moeilijk sturen. Ook heb je te maken met restricties en AVG-wetgeving over welke mensen wel of niet in beeld mogen.’

Eenvoudige website

De eenvoudige website is ooit bedacht met als doel om de corporate website te vereenvoudigen en begrijpbaar te maken voor cliënten. Het doel van de website is nu niet helemaal meer duidelijk. Het zou meer gericht moeten zijn op de potentiële cliënt, terwijl er wel ook interne cliëntenvacatures op te vinden zijn.

Vindbaarheid

De eenvoudige website is slecht vindbaar, omdat je eerst naar de corporate website moet gaan om vervolgens naar beneden te scrollen en te klikken op het icoon van de eenvoudige website.

Content

Volgens de afdeling Communicatie is de content op de eenvoudige website niet meer actueel en trekt het ook weinig bezoekers. De cliëntenvacatures zijn wel actueel, doordat er een intern netwerk binnen Pluryn bestaat dat vacatures aanlevert.

Social media

Hoewel Pluryn op vele social mediakanalen zit (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram), wordt social media niet perse als een kanaal gezien om de huidige cliënt te informeren. Toch wordt er kort bij stil gestaan, omdat Facebook (10100 volgers) en Instagram (1564 volgers) kanalen zijn die door veel jongeren worden gebruikt en mogelijk interessant zijn om cliënten uit jeugdzorg te bereiken.

Instagram en Facebook

Instagram wordt ingezet om ervaringsverhalen van cliënten en medewerkers te delen, maar kent weinig volgers. Facebook Pluryn kent het grootste aantal volgers. De items uit de nieuwsbrieven (medewerkers) worden hier gedeeld evenals de nieuwsflitsen. Er is weinig interactie op deze berichten. Er is geen specifieke groep waarop de informatie zich richt: het is voor iedereen.

Social mediabeleid

Het beleid van Pluryn is dat je alleen op eigen titel een facebookpagina mag aanmaken. Logogebruik is niet toegestaan. In het verleden zijn er locaties geweest die een eigen pagina wilde. Dit werd in de praktijk niet bijgehouden en daarom stopte het. Doordat er nu de digitale omgeving (SharePoint) is, kunnen medewerkers via dat kanaal kennis met elkaar uitwisselen.

Cliëntenmap

De cliëntenmap is een verzameling aan folders. In de wet staat geregeld dat je bepaalde informatie verplicht bent te geven wanneer iemand in zorg komt. Ambulante cliënten krijgen geen cliëntenmap, maar losse dienstenfolders of leaflets. Veel van wat in de cliëntenmap staat is voor hen namelijk niet van belang. Alle informatie staat in eenvoudige taal.

‘De corporate folders missen cliëntverhalen. Neem nu de folder klachten. Deze is heel feitelijk, maar wordt echt interessant om te lezen als je een voorbeeld noemt hoe je hiermee om bent gegaan.’

Actueel houden van de informatie

De uitdaging die de afdeling Communicatie heeft, is dat het moeilijk is om informatie actueel te houden. Een oplossingsrichting zou een digitale variant kunnen zijn, die je bijvoorbeeld aan het cliëntenportaal (toegang tot het dossier) kunt hangen. Alleen heeft nog niet iedereen digitaal toegang tot zijn of haar digitale dossier.

Overige middelen

- **Verwantennieuwsbrief.** Iedere hoofdlocatie heeft de mogelijkheid om op eigen initiatief een wantennieuwsbrief te sturen. Hierin staat informatie over de locatie zelf en de content wordt door de locatie zelf bepaald. De afdeling faciliteert door teksten te redigeren en in de opmaak te ondersteunen. De afdeling is van mening dat de taal vaak te moeilijk is voor verwanten. Velen van hen hebben zelf ook in meer of mindere mate een beperking. Ook maakt niet iedere locatie/RVE gebruik van deze wantennieuwsbrief.
- **Posters.** Deze stuurt de afdeling naar recepties en secretariaten met de vraag om deze op te hangen op plekken waar cliënten en medewerkers komen. Het bereik is volgens de afdeling goed. Vaak als zij zelf op locaties zijn, zien zij de poster ook hangen. Het gaat hier om interne campagnes.
- **Feedbackspel.** Dit spel faciliteert het gesprek tussen cliënten. Deze is door CCR ontwikkeld samen met een collega bij de afdeling. De vraag is echter hoe je dit spel levend houdt en daarmee blijvend onder de aandacht brengt.
- **Animaties.** Animaties staan op de eenvoudige website en YouTube. Per categorie (werken, wonen, leren, vrije tijd, participatiepunt) wordt uitleg gegeven. Animaties worden gemaakt over onderwerpen die cliënten aangaan en die uitleggen waarover het gaat.
- **Ondersteuning CCR.** De CCR wordt gefaciliteerd door de afdeling door te ondersteunen in het maken van een PowerPointpresentatie voor cliënten, het jaarverslag te maken of een sjabloon te ontwikkelen.

6. Resultaten onderzoek communicatie op corporate niveau

6.1. Informatiebehoefte

De meesten cliënten krijgen niet veel mee van Pluryn op de jongerenraad na. Vooral jongeren vanuit jeugdzorg hebben het gevoel dat er veel achter hun rug om wordt gedaan en vinden Pluryn niet transparant. Zo weten sommigen niet naar welke groep ze straks gaan en bij wie ze terecht kunnen met dit soort vragen. De meeste cliënten hebben aangegeven geen interesse te hebben in het Plurynbrede verhaal en zijn met name geïnteresseerd in dat wat hun aangaat: het terrein en de groep waar ze wonen en persoonlijke informatie. Het zijn met name de cliënten vertegenwoordigd in de cliëntraden die het Plurynbrede nieuws wel interessant vinden. Zij willen weten wat er bij Pluryn gebeurt. Hoewel de decentrale raden dan nog steeds meer betrokken zijn bij de RVE/terrein dan Pluryn. Cliënten geven vooral aan relevante informatie te willen ontvangen op het moment dat het er ook toe doet. Informatie rondom het coronavirus wordt als voorbeeld genoemd. ‘Dat is interessant, omdat dit mensen raakt’, aldus een medewerker.

6.2. Communicatiemiddelen

Nieuwsbrief cliënten

De digitale nieuwsbrieven zijn vrijwel onbekend bij de meeste cliënten. Wanneer wordt doorgevraagd of zij interesse zouden hebben om deze te ontvangen, is niemand geïnteresseerd in de huidige vorm. Dit heeft te maken met de inhoud die te breed is. Cliënten willen informatie over dat wat hen aangaat. ‘Wat er bij Pluryn gebeurt is een ver-van-je-bed-show’ zeggen meerdere cliënten. Een cliënt zegt: ‘De nieuwsbrief is mooi qua opmaak, maar de onderwerpen zijn niet altijd interessant. Ik ben meer geïnteresseerd in zaken die rondom Nijmegen afspelen’. Ook wordt een opmerking gemaakt over dat de nieuwsbrief meer voor cliënten met een verstandelijke beperking is geschreven en cliënten die wonen bij Pluryn en meer begeleiding nodig hebben. Het e-nieuws wordt vooral gelezen als er belangrijke zaken, bijvoorbeeld over het coronavirus, in staat. Voor een hoop cliënten is de nieuwsbrief te moeilijk qua taalgebruik en door het gebruik van te kleine letters.

Veel begeleiders weten niet wie de nieuwsbrief wel of niet ontvangt. Als medewerker op de groep is er geen tijd voor een nieuwsbrief en de meesten gooien hem meteen in de digitale prullenbak. Medewerkers die niet op de groep werken, hebben meer tijd om deze nieuwsbrieven globaal te bekijken, maar dan ook met name de items die voor hen relevant zijn.

Weinig begeleiders sturen de digitale nieuwsbrief door naar cliënten. Dat wordt alleen gedaan, wanneer het niveau van de cliënt hoog genoeg is om de nieuwsbrief ook daadwerkelijk te begrijpen, zoals ambulante cliënten. De suggestie die door meerdere medewerkers wordt gemaakt is om een fysieke nieuwsbrief uitgeprint op de groep te leggen. Hierdoor vergroot je de kans dat cliënten ernaar kijken. In sommige gevallen is het secretariaat hierin ondersteunend door het printwerk te doen.

Toch vinden zowel cliënten als medewerkers dat er ook informatie moet zijn voor mensen die wel breder geïnteresseerd zijn in Pluryn. De nieuwsbrief zou een afspiegeling van de organisatie en de maatschappij moeten zijn. Zo mist een cliënt items over het daadwerkelijk meedoen in de maatschappij. De suggestie wordt gedaan om een aparte Pluryn-algemene nieuwsbrief te maken en een aparte voor participatie. Een

andere cliënt merkt op dat er weinig informatie in de nieuwsbrieven staat over jeugdzorg, terwijl die ook onderdeel uitmaken van Pluryn. Ook geeft een medewerker de tip om beter te kijken naar de volgorde van de nieuwsitems. De ‘leuke’ berichten staan tussen de ‘informatieve’ berichten. Hierdoor zouden mensen eerder de nieuwsbrief niet lezen.

Posters en flyers

Er is niet veel gezegd over posters. Wel wordt de opmerking gemaakt door een medewerker dat het verspreiden van posters niet veel zin heeft. Deze zouden van de muur worden getrokken. Bij het Hietveld wordt juist aangegeven dat wanneer zij een event aankondigen dit doen via posters en flyers en dat werkt goed.

Folders (cliëntenmap)

Vaak is het moment van plaatsing in jeugdzorg een stressvolle periode voor iedereen. Folders worden gegeven aan verwanten, maar het zou beter zijn om deze digitaal aan te leveren, zodat ze informatie makkelijker terugvinden en de informatie lezen wanneer de rust ervoor is. In sommige situaties wordt informatie stapsgewijs aangeboden. ‘Je geeft ze informatie waaraan ze toe zijn’, aldus een medewerker. Ook zijn jongeren niet zo van de folders. Informatie willen zij liever via een film ontvangen. Maar zelfs een tekening zou goed werken, bijvoorbeeld illustraties naast gesproken woord. Voor een grote groep cliënten is een folder te moeilijk. Er zijn veel cliënten met een verstandelijke beperking, zoals bij Werkenrode jongeren, Kemnade en het Hietveld, die voorkeur hebben om met beeld te communiceren. Zij kijken naar de plaatjes. Het sturen van folders met veel tekst heeft dan geen zin. Toch ontvangen zij de cliëntenmap met folders. Verwanten vinden dat zij dan die map moeten krijgen. Sommige medewerkers nemen wel de tijd om de informatie met de cliënt samen door te nemen.

‘Laat meer realiteit zien en sluit aan bij het maatschappelijk debat. Het is gek om een mooi beeld naar buiten te brengen, terwijl er veel negativiteit over jeugdzorg is’, aldus een medewerker. Dat creëert een kloof tussen de instelling en jongeren. Laat jongeren zelf vertellen hoe het is: peer-to-peer communicatie. Het verhaal moet meer over de inhoud gaan: hoe moeilijk het voor kinderen is. Gaat nu teveel over Pluryn.

Nieuwsflits

Zowel cliënten als medewerkers geven aan dat video’s jongeren het meeste aanspreekt. De informatie zou beter binnenkomen dan bij een folder. Bij veel tekst is namelijk een bepaalde mate van leesvaardigheid nodig. Toch zijn er maar weinig cliënten die zeggen naar de nieuwsflitsen te kijken. Zij kijken wanneer er iemand in zit die zij kennen die is geïnterviewd. Sommige cliënten denken ook dat de nieuwsflitsen (vanwege stoppen van het weekjournaal) niet meer bestaat. Een andere cliënt maakt de opmerking dat de nieuwsflitsen te veel prikkels geeft en voor mensen met autisme minder geschikt is.

Social media

Veel jongeren maken gebruik van Facebook of Instagram. Deze platformen gebruiken ze voor hun sociale contacten en zijn niet geïnteresseerd in Pluryn of hebben zelf een aversie tegen Pluryn. Zo zoeken ze Pluryn niet op en hebben geen behoefte om via die kanalen informatie te ontvangen. ‘De meesten cliënten zijn niet zo bezig met het nieuws’, aldus een medewerker. Ook cliënten uit volwassenzorg geven aan geen berichten via kanalen als Facebook of Instagram te willen ontvangen. Dat wil niet zeggen dat ze niet eens hebben gekeken op de Facebookpagina, maar ze doen er verder niks mee.

6.3. Begrijpbaarheid van de informatie

Leesniveau van de cliënt

Er zijn twee groepen: de cliënten waarvan de leesvaardigheid op een lager niveau ligt en de cliënten waarvan de leesvaardigheid op een hoger niveau ligt. Zo vertelde een cliënt dat ze vaak brieven krijgt, maar doordat ze niet goed kan lezen, afhankelijk is van de begeleiders die het vervolgens voorlezen. Een film met uitleg had voor haar had beter gewerkt. Een andere cliënt geeft aan: 'Ik begrijp niet altijd alles wat er in de nieuwsbrieven cliënten staat'. De communicatie zou in sommige gevallen nog makkelijker moeten in 'Jip en Janneke' taal en meer werken met plaatjes. Andere cliënten haken juist af, omdat de informatie te simpel is. Dit zijn veelal cliënten met een lichamelijke beperking. Alle cliënten uit de cliëntraden hebben een medewerker account. Zij ontvangen ook de reguliere nieuwsbrief. Die vinden ze vaak te moeilijk. Ook is het verwarrend al die verschillende nieuwsbrieven.

De (persoonlijk) begeleiders ondersteunen

Voor veel cliënten uit de WLZ is lezen en schrijven op een dusdanig niveau dat het zonder hulp van de begeleiding sowieso moeilijk is om informatie te begrijpen. Zo vertellen medewerkers dat zij in de periode van Corona een praatplaat hebben gemaakt, maar deze nog steeds met cliënten samen door moesten nemen. En degenen die wel technisch kunnen lezen, begrijpen de informatie vaak niet. Voor sommige begeleiders is het ook moeilijk om met de cliënt te communiceren, zoals cliënten die op peuterniveau functioneren. Zo wordt dagstructuur bijvoorbeeld aangegeven met behulp van picto's die op hun kamer hangen. Gedacht wordt aan het niveau van 'Nijntje', maar het ontbreekt vaak aan tijd of expertise om dit als begeleider zelf in elkaar te zetten. In dit geval wordt veelal gecommuniceerd met verwanten. Ook communiceren begeleiders met sommige verwanten ook op een 'Jip-en-Janneke' manier, omdat zij zelf ook een bepaalde beperking hebben.

Gebruik van taal

Communicatie komt heel nauw. Jongeren willen zich niet gekleineerd voelen door geconfronteerd te worden met te eenvoudige taal. Dat benadrukt hun gevoel dat ze geen deel uitmaken van de maatschappij. 'In de communicatie gaat het om een taal die ze begrijpen én accepteren, maar in de praktijk schatten zij zichzelf ook vaker hoger in', zegt een medewerker. Het belangrijk om in taal aan te sluiten bij de jongeren. Het zijn ook name jongeren vanuit jeugdzorg die het niet prettig vinden dat Pluryn bekend staat als een zorginstelling voor mensen met een verstandelijke beperking. Daar willen zij niet mee geassocieerd worden en vinden het fijn te horen dat jeugdzorg hun grootste tak is.

Cliënten en verwanten met een migratieachtergrond

Er zijn veel cliënten (en gezinnen) die een buitenlandse achtergrond hebben en die de Nederlandse taal niet goed beheersen. Een medewerker geeft een voorbeeld van een folder over de nieuwe wet zorg en dwang: 'ze bellen meteen op, wat betekent dit en wat moet ik ermee?' In een ander voorbeeld wordt een Syrisch gezin genoemd. 'Als begeleider is het belangrijk informatie toegankelijk te maken door bijvoorbeeld langzamer te praten en te zoeken naar taal die wordt begrepen. Communicatie is een soms een zoektocht en vraagt om verfijning', aldus een medewerker.

7. Resultaten onderzoek collega communicatieprofessionals

Het is belangrijk om de resultaten uit het onderzoek naar cliëntcommunicatie in perspectief te kunnen zetten door een kijkje te nemen in de keuken van collega-zorginstellingen. Om dit te doen is een online enquête uitgezet (18 respondenten hebben de enquête ingevuld). Er was één organisatie waarvan de cliëntenpopulatie kleiner dan 500 is. De overige zorginstellingen variëren tussen 500-1000 (16,7%), 1000-2500 (27,8%), 2500-5000 (33,3%) en 5000-10.000 (16,7%) cliënten. Dit geeft aan dat er een mooie representatie is en diversiteit in soorten zorginstellingen die hebben deelgenomen aan dit onderzoek.

De belangrijkste 3 inzichten zijn:

- Communicatieprofessionals zien over het algemeen **veel ruimte tot verbetering** als het gaat om de interne cliëntcommunicatie. Zo is een grote groep matig tevreden en zelfs ontevreden over de huidige communicatie en het bereik van cliënten.
- **Het aangaan van een dialoog** wordt niet direct gezien als een onderdeel van de afdeling communicatie. Veel middelen zijn gericht op eenrichtingsverkeer. Hoewel social media hier bij uitstrek een geschikt middel voor is, is het de vraag of men via deze openbare kanalen een dialoog wil gaan voeren.
- Er is **weinig diversiteit aangebracht in communicatiedoelgroepen**. De meeste organisaties maken onderscheid op basis van de doelgroep zelf. De vraag die reist is of dit onderscheid recht doet aan de cliënt. Zijn dit voldoende homogene groepen die dezelfde informatie-en communicatiebehoefte hebben?
-
- De 3 zaken die beter kunnen volgens de communicatieprofessionals:
- **Samenwerking met cliënten via dagbesteding**
De gedachte hierachter is het 'voor-en-door-clieuten' principe. Dat betekent dat je structureel samenwerkt met ervaringsdeskundigen en een focusgroep hebt.
- **Rechtstreeks bereiken van cliënten**
Het is een uitdaging om cliënten rechtstreeks te bereiken. Veel informatie gaat via begeleiders en de standaard communicatiemiddelen. De oplossingsrichting van meerdere communicatieprofessionals wordt gezien in digitale mogelijkheden, zoals een online portaal, digitale nieuwsbrief of website gericht op cliënten. Of de inzet van social media, met als kanttekening beter aansluiten op de kanalen waar zij gebruik van maken, geen Twitter, maar Instagram inzetten.
- **Beter aansluiten op (niveau)behoefte cliënt**
Communicatieprofessionals willen beter aansluiten op de verschillende (lees)niveaus van cliënten. Het aanbod is op dit moment niet divers genoeg. Er is meer tijd, middelen en mankracht nodig om te kunnen differentiëren. Medewerkers worden als experts gezien en een belangrijke schakel tussen informatie en de cliënt. Ook is tijd nodig om in gesprek te gaan met cliënten over hun individuele behoeftes. Niet elk middel is voor iedere cliënt geschikt.
-

Het doel van cliëntcommunicatie

Op de vraag wat de doelen zijn van de afdeling Communicatie met de interne cliëntcommunicatie kwamen drie doelen duidelijk naar voren:

1. het omzetten van moeilijke taal in begrijpelijke taal (88,9%)
2. het informeren over wat er gebeurt in de organisatie, regio en/of groep (72,2%)
3. nieuws van de wereld om hun heen begrijpelijk maken (66,7%)

Het delen van verhalen van andere cliënten en het faciliteren van medewerkers om het gesprek met de cliënt aan te gaan komt op een gedeelde 4^e plek te staan met 61,1%. Gevolgd met het doel van het stimuleren van gedrag door thema's te bespreken (55,6%).

Een mooi voorbeeld van de wereld om je heen begrijpelijk maken is bijvoorbeeld de informatie die door zorginstellingen zelf is ontwikkeld rondom het coronavirus. Zie hiervoor onderstaande afbeeldingen.



Bron: Whatsappgroep BegrijpenlijkeCommunicatie, informatie rondom coronavirus voor cliënten

Aangeboden informatie

Op de vraag wat voor soort informatie door jouw organisatie wordt aangeboden aan de interne cliënt komt de volgende top drie:

1. waar cliënten terecht kunnen met problemen (100%)
2. informatie over dagelijks leven, over rechten & plichten, de belangrijkste wet-en regelgeving (72,2%)
3. verkiezingen en stemmen (50%)

Het is niet zo vreemd dat deze onderwerpen hoog scoren. Immers je bent als zorginstelling ook verplicht om de cliënt van dergelijke informatie te voorzien.

Middelenmix

Op de vraag welke communicatiemiddelen jouw organisatie voor de huidige cliënten gebruikt, dan staat op de eerste plek het gebruik van folders en flyers (88,9%), gevolgd op de tweede plaats (77,8%) door posters en een website.

Offline		Online	
88,9%	Folders/flyers	55,6%	Vlogs
77,8	Website	50%	Youtube
77,8%	Posters	44,4%	Digitale cliënten blad
55,6%	Papieren cliënten blad	44,4%	Instagram
44,8%	Infographics	44,4%	Beeld en geluid (journaals en video's)
33,3%	Informatiebijeenkomsten	38,9%	Digitale nieuwsbrieven
		33,3%	Intranet/cliëntenportaal
		33,3%	Gesproken taal
		33,3%	Facebook
		22,2%	Blogs
		11,1%	Twitter
		5,6%	Polls
		0%	Webinar
		0%	Podcast

Aan de resultaten te zien valt op dat de traditionele communicatiemiddelen, zoals folders en een website verreweg het meest worden ingezet. Er is echter wel een opkomst op gebied van digitale middelen die vooral visueel en online zijn, zoals vlogs en YouTube.

Diversiteit in doelgroepen

De meeste zorginstellingen hebben te maken met een grote diversiteit aan doelgroepen. Daarom is het interessant te weten op welke manier zij onderscheid maken als het gaat om de interne communicatie richting cliënten. Opvallend is dat de meeste organisaties (61,6%) dit onderscheid maakt op basis van de doelgroep zelf, zoals EMB (ernstig meervoudig beperkt) of LVB (licht verstandelijk beperkt). Ook hanteert een groot deel (22,2%) één type doelgroep. Zo zijn er drie organisaties die persona's ontwikkeld hebben en twee organisaties die onderscheid maken per levensgeneratie.

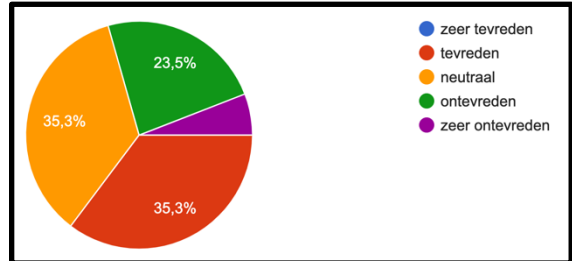
Betrokkenheid cliëntcommunicatie

Op de vraag welke mensen, groepen betrokken zijn bij de interne communicatie blijkt dat vrijwel altijd (94,4%) de medezeggenschap/cliëntenraad betrokken is, cliënten in het algemeen (88,9%) of via een multimedia-achtige setting (61,1%). Ook medewerkers zelf worden ingezet (55,6%). Het is minder gebruikelijk om bijvoorbeeld logopedisten (27,8%), behandelaars (38,9%) en verwanten (27,8%) in te zetten.

Zelfreflectie op interne cliëntcommunicatie

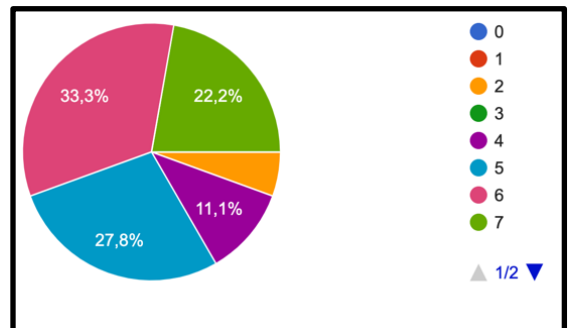
Hoe tevreden ben je?

De communicatieprofessionals is gevraagd naar hun eigen mening als het gaat om de interne cliëntcommunicatie. Opvallend is dat zij zelf veel ruimte tot verbetering zien. Als we kijken naar de eigen tevredenheid dan is 29,4% ontevreden tot zeer ontevreden. Slechts 35,5% is tevreden en 35,3% geeft aan niet tevreden, maar ook niet ontevreden te zijn.



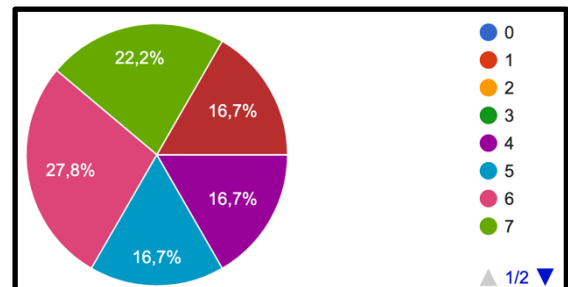
Hoe goed is je bereik?

Wanneer vervolgens de vraag wordt gesteld of de communicatieprofessional denkt hoe goed zij de cliënten bereiken met de interne communicatie scoren zij zichzelf op een schaal van 1 (laag) t/m 10 (hoog) ook relatief laag. Zo scoort 44,5% zich 5 punten of lager en scoort niemand zich 8 of hoger. Een groot deel geeft zichzelf een 6 (33,3%) en 7 (22,2%). Ook op dit vlak zijn er verbeteringen aan te brengen.



Wordt de informatie ook begrepen?

Op de vraag hoe goed communicatieprofessionals denken dat de communicatie ook daadwerkelijk wordt begrepen, wordt al iets positiever gedacht. Zo scoren 66,7% van de communicatieprofessionals een 6 of hoger. Toch blijft er nog een groot deel over (33,4%) die vindt dat de begripbaarheid nog te wensen over laat.



8.

9. Resultaten onderzoek communicatie op RVE-niveau

9.1. Informatiebehoefte

Terreininformatie

Voor cliënten die op een terrein wonen is het leuk om informatie daarover te ontvangen. Er wordt gedacht aan een eigen multimediateam dat verslag legt van gebeurtenissen op het terrein. Herkenbaarheid is hierin erg belangrijk. Zo was er de Hoenderloo televisie, een medium waar jongeren vanuit jeugdzorg graag naar keken. ‘Jongeren zien zich graag zelf terug, bijvoorbeeld in de activiteiten die op het terrein afspeelden. Ze vinden het vooral belangrijk gezien te worden op een normale manier en niet het gevoel te hebben gebrandmerkt te zijn’, aldus een medewerker. Dit geldt overigens voor iedereen die op een terrein woont. Voor cliënten die ambulante wonen of in een groep buiten het terrein, is terreininformatie niet relevant. Zij staan verder af van Pluryn en zijn meer geïnteresseerd in het maken de volgende stap: studie of werk.

Groepsinformatie

In veel gevallen gaat de plaatsing in jeugdzorg vrij snel en plots. ‘Ineens moet je weg uit de huidige situatie en word je geplaatst’ zegt een cliënt. In dit geval weten jongeren weinig van de groep. Er is wel een intake met de leiding, waarin ze de groepsregels bespreken. ‘Je went wel aan de situatie als je er eenmaal zit’ aldus een cliënt. De ideale situatie is dat jongeren eerst kennis komen maken op de groep, maar daar is niet altijd tijd voor en daardoor wordt er weinig informatie vooraf verstrekt. Ook beschikken niet alle groepen over een folder die je vooraf kunt geven. Bij Gezinsfact hebben ze daar een oplossing voor bedacht door een eigen welkomstmap te maken, met daarin alle foto’s van de medewerkers, uitleg van de methodieken, kopie van de onderzoeklijsten en informatie over de financiering. Er komen geen complexe woorden in voor en alles staat in ‘Jip-en-Janneke’ taal uitgelegd. In het verleden is er een poging gedaan om gezinshuizen foto’s en filmpjes te laten maken en op te sturen. ‘Dit doen ze niet, omdat ze gewend zijn aan de standaard folders. Dat is jammer, want deze folders geven geen realistisch beeld van de werkelijkheid’, aldus een medewerker.

Voor cliënten met een LVB-achtergrond die op een groep komen te wonen, is vaak wat meer tijd om informatie voorafgaand aan te bieden. Zo kreeg een cliënt een rondleiding op het terrein, kon ze vragen stellen aan de clusterleider en kennismaken met de andere bewoners.

Voor de meeste cliënten speelt hun leven af op de groepen en op school. Voor cliënten die langdurig in zorg zijn, is de groep en het terrein hun leefwereld. Een begeleider zegt hierover: ‘Wanneer je altijd in instellingen hebt gewoond, kun je moeilijk bedenken wat voor informatie je buiten die wereld nog meer wilt. De meeste cliënten leven in het hier en nu.’

Cliënten willen vooral praktische zaken weten zoals:

- Hoe ziet mijn huis eruit?
- Wie is mijn begeleider?
- Wanneer kan ik er terecht?
- Wat zijn de verloffregelingen?
- Wanneer ga ik verhuizen naar een andere groep?
- Wie zijn de nieuwe bewoners of begeleiders?
- Wat zijn de afspraken op de groep?

- Moet je een badkamer delen?
- Wanneer wordt er weer een soos-avond georganiseerd?
-

Voor ambulante wonende cliënten, zoals in een wooncomplex, is het belangrijk dat zij zich serieus genomen voelen en betrokken zijn bij wat er gebeurt rondom de woonvorm. Het liefst doen ze alles in overleg met de begeleiders en clusterleider. Ze vinden het niet fijn als er voor ze wordt gedacht.

Persoonlijke informatie

Wanneer jongeren eenmaal residentieel geplaatst zijn, dan wordt er gewerkt aan de basis. Dit betekent het opbouwen van een band en een gevoel van veiligheid en vertrouwen creëren. Vragen die cliënten hebben, stellen zij rechtstreeks aan de begeleider (mentor). Wanneer je op een groep woont, dan kunnen cliënten in principe bij alle begeleiders terecht met vragen. Toch blijkt dat wanneer het moeilijk wordt, wordt verwezen naar de persoonlijk begeleider.

Voor jongeren is het hebben van perspectief belangrijk. Hoewel veel leven in het 'hier en nu', zijn jongeren over het algemeen wel bezig met het zetten van de volgende stap.

Jongeren willen informatie over:

- Waarom kan ik niet bij mijn ouders wonen?
- Wie is mijn begeleider en behandelaar?
- Waar heb ik recht op?
- Wat zijn mijn restricties?
- Wie betaalt er wat?
- Wat moet ik doen om door te stromen naar een groep met minder restricties?
- Hoe gaat diagnostiek in zijn werk en hoe worden mijn ouders betrokken?
- Wat is mijn perspectief op gebied van studie en werk?
- Wat zijn de mogelijkheden voor mij om te huren?
- Moet ik mij inschrijven bij een huisarts, tandarts, gemeente?
- Hoe zit het met personeelsbezetting?
-

Hoe verder de cliënt van Pluryn af staat, hoe minder geïnteresseerd ze lijken te zijn in Pluryn, de RVE of het terrein. Zo zegt een ambulante cliënt: 'Ik werk gewoon bij Pluryn. Informatie die voor mij belangrijk is, komt wel via de begeleiders of via andere instanties'.

Informatiebehoefte verwanten

Daarnaast is er ook een groep cliënten die nauwelijks in staat is om te communiceren, zoals cliënten wonend op de Winckelsteegh en op het Hietveld. De informatie gaat over dagelijkse zaken, zoals het maken van keuzes tussen kaas of jam op het brood. Een enkeling maakt gebruik van een spraakcomputer. In dit geval zijn verwanten (of wettelijk vertegenwoordigers) het aanspreekpunt. Ook vanuit jeugd is er een groep betrokken verwanten, met name voor de kinderen jonger dan 14 jaar.

In principe kun je hier hetzelfde onderscheid aanbrengen als het gaat om de informatiebehoefte:

- Het terrein: Veranderingen op het terrein of aanbod, zoals het samengaan van wonen en dagbesteding.
- De groep: Wisseling van het personeel en afspraken op de groep.
- Persoonlijk: Hoe het gaat met de cliënt, hoe gedraagt en voelt hij/zij zich? Waarom worden bepaalde keuzes gemaakt? Of de vraag om rapportages op te sturen.

9.2. Informatiekanalen

Verwantennieuwsbrieven

Ieder terrein/RVE is vrij om een wantennieuwsbrief te sturen, evenals de frequentie ervan te bepalen. Hierdoor zijn sommige verwanten beter op de hoogte dan anderen. De terreinen/RVE's die dit wel doen, geven aan het lastig te vinden om die nieuwsbrief te vullen. 'Het is een soort bij-taak en wordt snel afgeraffeld' zegt een medewerker. Toch staan hier relevante zaken in voor verwanten, zoals de nieuwe wet zorg en dwang, leven in vrijheid en het cliëntenportaal.

Op de Winkelsteegh zijn er in het voor-en najaar wantennieuwsbrieven die worden gestuurd. Ook vanuit de groepen worden nieuwsbrieven gestuurd. Daar staan bijvoorbeeld vakantiefoto's in, wanneer iemand jarig was of worden nieuwe medewerkers voorgesteld en zij krijgen positieve reacties hierop. Ook in Groesbeek worden nieuwsbrieven gestuurd naar verwanten. Dit doen ze digitaal, maar sommige verwanten geven voorkeur aan een geprinte versie die ze op de tafel neer kunnen leggen voor als er bezoek langs komt.

Naast wantennieuwsbrieven organiseert de Winkelsteegh ook themadagen. Iedere keer staat een ander thema centraal, zoals over de paramedische dienst of de meldbank (beeldbellen). Doordat er nu een standaard format is ontwikkeld, is het organiseren ervan ook makkelijker. Toch vraagt ook de Winkelsteegh zich af of zij iedereen bereiken. Op de themadagen komen 50-60 mensen, terwijl ze weten dat er 300-350 cliënten en dus verwanten zijn. Er wordt wel een verslag gemaakt en gemaild naar verwanten.

Persoonlijk begeleider

Met name de jongeren vanuit jeugdzorg vinden het vervelend dat ze bij een jeugdzorginstelling zitten. Dit is iets wat ze niet aan de 'grote klok' willen hangen en ook hun vrienden niet willen vertellen. Ze schamen zich ervoor. Het benaderen van jongeren via digitale wegen, zoals social media of e-mail voelt voor hen niet veilig aan. Informatie die zij nodig hebben komt via de (persoonlijk) begeleider en dat is voldoende. Voor deze jongeren heeft het ook geen zin om hen te willen bereiken via online wegen. Velen hebben geen toegang tot internet of een mobiel en degenen die dat wel hebben, willen er andere dingen mee doen. Deze jongeren bereik je via de begeleiders op de groepen of de behandelaar. In de praktijk wordt er veel mondeling gedaan. Cliënten die wat zelfstandiger wonen hebben contact met hun begeleider via e-mail of WhatsApp. Persoonlijke onderwerpen worden meestal face-to-face besproken. Ook cliënten in volwassenzorg hebben met name veel contact met hun persoonlijk begeleider.

Woongroepen

Een groot deel van de cliëntenpopulatie woont op een terrein in een woongroep. Mede door de restricties van de mobiel en internet is het niet verstandig om digitaal informatie op te sturen. Sommigen cliënten geven aan dat ze het prettig vinden om informatie op papier te ontvangen. Zo geeft een cliënt aan: 'Alles moet tegenwoordig digitaal en dat is voor mensen met een beperking ingewikkeld. Een brief komt aan en is duidelijk'. Informatie kan verspreid worden via het secretariaat naar de woongroepen. Dat kan een folder zijn of iets wat uitgeprint moet worden. Doordat informatie fysiek is en op een centrale plek ligt, hebben cliënten vervolgens zelf de keuze om het te lezen of niet.

Daarnaast maken een hoop woongroepen gebruik van zogenaamde 'huiskamergesprekken'. Dit zijn gesprekken met alle bewoners van de groep om zaken rondom de groep te bespreken. Het verschilt per groep of ze dit doen. Zo vertelde een cliënt dat ze er mee waren gestopt: 'want er gebeurt nooit wat, dus

wat heb je er dan aan?’ Sommige raden maken gebruik van deze groepsvergaderingen door hun verslagen hier terug te koppelen of vragen uit te zetten.

Mobiel

Bijna alle cliënten beschikken over een mobiele telefoon. Er zit echter wel een groot verschil in de mate waarin de mobiel toegankelijk is. Zo moet je bij besloten jeugdzorg het ‘recht’ op je mobiel winnen door goed gedrag te vertonen. Sommige cliënten zijn erg kwetsbaar en mogen hun telefoon maar een klein deel van de dag hebben. En wanneer zij toegang hebben tot een mobiel is dat vaak maar een half uur per dag. Dit half uurtje wordt gebruikt om sociale contacten bij te houden, zoals vrienden en familie. ‘Dan gaan ze echt geen Pluryn-informatie op bekijken’, aldus een medewerker.

Alle woongroepen binnen de jeugdtaak-LVB beschikken ook over een groepsmobiel. Dit nummer is bekend bij de cliënten, maar ook bij de verwanten. Sommige groepen beschikken over twee mobiele telefoons. Dit is het geval wanneer de cliënten (die te jong zijn om een eigen mobiel te hebben) gebruik maken van bijvoorbeeld WhatsApp om verwanten (ouders) te contacteren. Cliënten die wat ouder zijn of zelfstandig wonen hebben over het algemeen wel toegang tot een mobiel en internet. Hiermee onderhouden ze ook hun sociale netwerk. Opvallend is dat bijna niemand informatie via de mobiel wil ontvangen. De mobiel wordt als iets privé gezien en zij willen dit niet mengen met Pluryn-gerelateerde informatie.

Mail

Hier zit een groot verschil tussen jongeren en volwassenen. Zo hebben jongeren vaak wel toegang (soms beperkt) tot een internet en e-mail. Toch is e-mail een niet veelgebruikt medium. Ze beschikken erover, maar doen er niet zoveel mee. ‘Jongeren appen en bellen, maar mailen bijna niet’, aldus een medewerker. De volwassen cliënten geven aan het heel prettig te vinden om informatie via de e-mail te ontvangen. Voor sommige cliënten is mail een perfect middel, omdat de tekst groter gemaakt kan worden (bij slechte ogen). Ook zijn mensen met een lichamelijke beperking dan niet afhankelijk van de begeleider die een brief moet open maken en het vervolgens gaat voorlezen.

Informatiekanalen verwanten

Voor verwanten vormt de persoonlijk begeleider het voornaamste informatiekanaal. Uit de interviews blijkt dat hoe de communicatie verloopt erg afhankelijk is van de begeleider in kwestie. Dit gaat zowel via de mail, telefoon als face-to-face. Veel verwanten vinden het erg vervelend als de persoonlijk begeleider veel wisselt. Een verwant zegt: ‘Je start steeds opnieuw en bent net een grammofoonplaat die zich repeteert’.

9.3. Betrokken partijen

Rol van school

School speelt een belangrijke rol in om het ‘gewone’ leven op gang te brengen bij jongeren. Er is een soort onvoorwaardelijkheid nodig: je mag zijn, wie je bent. Wanneer je je niet aan de afspraken houdt, hoef je niet meteen van het terrein af. Een kanttekening is echter dat in een gesloten setting men geen maatwerk kan bieden als het gaat om onderwijs. Zo zijn er zijn veel voorbeelden van jongeren die voorheen een hoger niveau op school volgden en nu gedwongen een lager niveau volgen. Dit is een groot frustratiepunt van de jongeren.

Rol van ervaringsdeskundigen

Voorals bij jeugdzorg wordt gebruik gemaakt van ervaringsdeskundigen. Het werkt ook goed om mensen uit de eigen cultuur te spreken. Cliënten hebben dan het gevoel dat ze een soort ‘medestander’ hebben. Een ervaringsdeskundige kan uitleg geven over waarom je er bent, welke stappen je gaat zetten en hoe je eruit komt om deel te nemen aan de normale samenleving. Hoewel de inzet van ervaringsdeskundigen goed werkt, blijkt het in de praktijk moeilijk om aan voldoende ervaringsdeskundigen te komen.

Rol van de Clusterleider

In enkele gevallen spreken de cliënten de clusterleiders zelf. Dit gebeurt wanneer de PB-er als het ware het doorgeefluik vormt naar de cliënt, maar zelf niet alle ‘ins-and-outs’ kent. Bij verdiepende vragen van cliënten, moet de PB-er terug naar de clusterleider om het antwoord te krijgen op de vraag van de cliënt. Dit leidt tot ruis en in sommige gevallen is er daarom rechtstreeks contact met de clusterleider via de e-mail, bijvoorbeeld cliënten vanuit een woningcommissie.

Rol van de begeleiders

Veiligheid en vertrouwen zijn de belangrijkste thema’s die in ieder gesprek terugkomen. Voor jongeren zelf heeft dit o.a. te maken met het nakomen van de gemaakte (vaak praktische) afspraken met de (persoonlijk) begeleiders. Wanneer afspraken zijn gemaakt, zoals naar het dorp mogen, blijkt dit niet gecommuniceerd te zijn naar de andere begeleiders. Dit werkt veel wantrouwen en irritatie op bij cliënten. Tijdens de interviews zijn er opmerkingen gemaakt, zoals: ‘ze luisteren toch niet’ en ‘het heeft geen zin om het nog een keer te zeggen’. Het nakomen van afspraken is voor alle cliënten (zowel jeugd als volwassenen) belangrijk. Wanneer er bijvoorbeeld is afgesproken dat er twee contactmomenten zijn met de cliënt op een dag en dit niet wordt nageleefd, wordt dit als vervelend ervaren. ‘Daar moeten ze dan zelf achteraan’, aldus een cliënt. Ook de overdracht tussen de begeleiders over de gemaakte afspraken kan beter. Opvallend is dat cliënten en verwanten van bepaalde terreinen meer tevreden zijn dan andere terreinen. Het hangt ook af van de persoon in kwestie.

Het is van belang dat de PB-er goed geïnformeerd wordt door bijvoorbeeld de clusterleider. Dit speelt zich overal binnen Pluryn af. De PB-ers zijn erg afhankelijk van anderen op goed geïnformeerd te blijven. De ene clusterleider is daar iets beter in dan de andere, maar kan wel tot ruis en onvrede leiden onder cliënten en verwanten. ‘Als begeleiders worden we overspoeld met informatie. Zo beschikken verwanten soms eerder over een folder, die wij dan niet kennen of weten te vinden’, aldus een medewerker.

Rol van verwanten

Contact met de buitenwereld hangt af van de fase waarin een cliënt zich bevindt. Wanneer jongeren net residentieel geplaats zijn, is het contact er nauwelijks en moet deze worden opgebouwd. Contact met ouders is van groot belang voor jongeren, maar tegelijkertijd soms ook lastig. ‘Zij zijn niet altijd even bekwaam en kunnen bijvoorbeeld dingen beloven die ze niet waarmaken’, aldus een medewerker. Ook zijn niet alle ouders even betrokken bij hun kinderen. De visie vanuit jeugdzorg is om ouders zoveel mogelijk proberen te betrekken. Zo worden er maandrapportages gestuurd via de mail (straks via het online Morecare4 portaal).

Ouders verwachten steeds meer communicatie van de begeleiding. En hoewel begeleiding ook graag vragen beantwoordt, is de tijd schaars. ‘Het al lastig om een half uurtje aan de telefoon te zitten, omdat je ook de groep in de gaten moet houden’, aldus een medewerker vanuit jeugd. Betrokken verwanten willen met

name meer betrokken zijn bij de zorg rondom de cliënt. Zo zegt een verwant: 'wij hebben een schat aan informatie over onze kinderen'. Helaas hebben sommige verwanten niet het gevoel dat zij als volwaardige gesprekspartner worden beschouwd. Transparantie, betrokkenheid, bereikbaarheid en toegankelijkheid zijn erg belangrijk.

Andersom zijn er ook verwanten die minder betrokken zijn en snel geneigd zijn om de zorg uit handen te geven. Medewerkers proberen verwanten daarom altijd een 'welkom gevoel' te geven. 'We proberen betrokkenheid te vergroten door via appjes leuke dingen te delen die we doen, zoals vandaag hebben we het badje met het warme weer buiten gezet', aldus een medewerker. In sommige gevallen zijn het niet de persoonlijk begeleiders, maar de maatschappelijk werkers die contact hebben met de verwanten of wettelijk vertegenwoordigers. Persoonlijk begeleiders besluiten soms wel om bij een conflict wel contact op te nemen met de ouders ondanks een wettelijk vertegenwoordiger. Bij ambulante cliënten (volwassenen) spelen verwanten een minder grote rol. In bepaalde situaties is er alleen contact als het bijvoorbeeld gaat om financiën.

Rol van de decentrale cliëntenraden

De decentrale cliëntenraden hebben een centrale rol als het gaat om cliëntcommunicatie. Zo nemen zij signalen mee van cliënten en zetten vragen uit in de groepen om mee te denken over bijvoorbeeld activiteiten die ze tijdens de zomer willen doen. Hiervoor maken ze gebruik van de huiskamergesprekken, maar daar krijgen ze niet altijd respons uit. Vanuit de centrale cliëntenraad was er ooit een boek FF bijpraten. Hierin stond ieder jaar een samenvatting van wat er was besproken. Door bezuinigingen kon deze niet meer worden gemaakt.

9.4. Informatie over het coronavirus

Het coronavirus stelde de communicatie van terreinen en RVE's op de proef. Vanuit Pluryn werd algemeen beleid gemaakt en gecommuniceerd op bijvoorbeeld de website. Deze informatie kwam meestal niet overeen met de informatie die betrekking had op de verschillende terreinen/locaties of de woonvormen. Over het algemeen was het voornaamste dat cliënten en verwanten wilden weten, hoe het zat met de bezoeksregelingen. Velen hebben gebruik gemaakt van beeldbellen om contact te onderhouden met de cliënten.

Hieronder volgen een aantal voorbeelden van hoe de communicatie is gegaan.

- **De Winkelsteegh.** Stuurde e-mail vanuit de manager naar de verwanten. Kritiek was onder andere dat deze soms te laat op de avond werd gestuurd, waardoor verwanten soms met slecht nieuws naar bed gingen. Sommige verwanten ontvangen geen nieuws en ging er iets mis in de verzending of waren e-mailadressen niet up-to-date.
- **Ambulant.** Cliënten waren niet betrokken bij de maatregelen die werden genomen. Pluryn-breed kwam er beleid, maar de vertaalslag ontbrak. Zo werd in het begin verteld dat regels door RIVM werden bepaald. Daar was wel begrip voor. Er was geen begrip toen het RIVM aangaf dat bezoek werd toegestaan, maar nog niet binnen Pluryn. De bewonersraad en cliënten hebben onvrede gedeeld met de teamleider(s). Veel cliënten die zelfstandig wonen kregen soms wat informatie via de persoonlijk

begeleider. Velen hadden vragen hoe het ervoor stond met dagbesteding.

- **Jongeren.** Informatie over het coronavirus kregen jongeren door samen op de groep naar de persconferenties te kijken. Doordat er corona-nieuws in de nieuwsbrieven van cliënten stond, is deze vaker door de begeleiding met de cliënten gedeeld. Informatie die kwam vanuit Pluryn was erg gericht op de VG-doelgroep en ouderen, waardoor de vertaalslag naar jeugd ontbrak. De jongerenraad werd niet betrokken, terwijl ze vol zitten met ideeën en goed mee kunnen denken. Wat jongeren wilden weten was of ze tijdens Suikerfeest met verlof mochten gaan of dat de soos-avonden door gingen, welke groepen wel of niet mochten mengen en informatie over bezoekersregelingen. Sommige begeleiders hebben bewust brieven niet altijd doorgestuurd, omdat de informatie niet aansloot bij het beleid van de groep. ‘Veel jongeren waren weg, dan hoef je geen regels door te sturen’, aldus een medewerker. Persoonlijk begeleiders hadden contact met de jongeren wanneer zij niet op de woongroep verbleven door een aantal keer per week te bellen of te appen.

9.5. Overige bevindingen

Urgente berichten van de niet urgente berichten scheiden

In de gesprekken met medewerkers komt duidelijk naar voren dat ze last hebben van de hoeveelheid aan informatie die wordt gestuurd, met name via de mail. Zo worden de vacatures en nieuwsbrieven soms direct in de digitale prullenbak gestopt of snel gescand. Medewerkers krijgen een hoop informatie vanuit verschillende kanalen: teamleider, behandelaar, secretariaat. ‘Als medewerker krijg je te veel informatie doorgestuurd, waardoor het moeilijk is om de relevante en belangrijke informatie te scheiden van de niet relevante informatie en meer leuke weetjes. Het is een zoektocht om dat te achterhalen, waardoor je informatie ook gaat missen’, aldus een medewerker.

De volgende suggesties worden gedaan:

- Urgente berichten visueel anders vorm te geven, zodat ze herkenbaar zijn.
- Of urgente berichten via een apart kanaal binnen laten komen.
- Het gericht sturen van informatie naar mensen, zodat zij relevante informatie binnen krijgen.
- Niet alle informatie via de mail versturen, maar bijvoorbeeld als pop-up via intranet.
- Een overzicht van nieuwsbrieven, zodat medewerkers zichzelf aan-en afmelden.
- Ook zou je moeten kunnen kiezen wat voor informatie je wilt: locatie of Pluryn.

Toegang tot het dossier

Het krijgen van toegang tot het eigen dossier zien cliënten niet direct als een oplossing voor het laten nakomen van de gemaakte afspraken. Wel zien de verwanten (ouders) dit als een mooie tool om zelf ook te rapporteren over wat er in de weekenden afspeelt wanneer de cliënt thuis is geweest. Of om zelf het gedrag van de cliënt te begrijpen. Bij Groesbeekse Tehuizen en de Winckelsteegh hebben cliënten/verwanten toegang tot het dossier. Met name bij cliënten die in de weekenden naar huis gaan, is het fijn om ook hierover te rapporteren in het dossier wordt opgemerkt.

Jongeren mogen in hun dossier kijken, afhankelijk van leeftijd en of ze het aankunnen. Twee keer per jaar zijn er besprekingen, een over evaluatie en de ander over het perspectiefplan. Als ouders kunnen en willen, dan worden ze ervoor uitgenodigd, evenals gezinsvoogden. Medewerkers zien het niet zitten wanneer

cliënten toegang zouden krijgen tot de rapportages. ‘We bespreken wel alles, maar soms zet je er observatiepunten in voor je collega’s die je niet altijd ziet’, aldus een medewerker.

‘Als cliënt heb je recht op je dossier (individueel plan) in te zien. Maar als je vraagt om het inzien ervan (rapportages) dan geeft begeleiding aan er geen tijd voor te hebben. Je wordt dan wantrouwig of ze iets te verbergen hebben’, aldus een cliënt. Cliënten geven aan graag digitaal toegang te hebben tot het dossier: ‘Je weet dan welke begeleider eerlijk is en welke niet’, aldus een cliënt. Toch zouden vele jongere cliënten ook weer niet hun kostbare online-tijd gebruiken om het dossier te bekijken. Immers, zij mogen vaak beperkt op internet en bovendien beschikken groepen over één laptop die het ook niet altijd doet.

Bij Kemnade krijgen cliënten binnenkort toegang tot het dossier. Zo kregen begeleiders te horen dat ze zakelijker moeten gaan rapporteren. Medewerkers vinden dit ingewikkeld. Sommige cliënten kunnen niet lezen of schrijven of begrijpen wat erin staat. Bij de Winkelsteegh is dit ook een zoektocht geweest. ‘Je geeft verwanten de mogelijkheid om informatie zelf vanuit de bron door te nemen, zonder dat er ruis ontstaat. Soms is het zoeken wat je wel of niet deelt. Zo mogen we geen namen van andere cliënten erin zetten, terwijl dat voor collega’s wel goed is om te weten. We gebruiken dan een voorletter. Ook was er behoefte vanuit de verwanten om over ook leuke zaken te rapporteren. Hiervoor hebben we de doelen iets anders geformuleerd. Bijvoorbeeld ‘meedoen in de maatschappij’ vertalen naar ‘het doen van boodschappen. Voor medewerkers is het belangrijk om te weten hoe het is gegaan, voor verwanten is het leuk om te lezen dat er iets is ondernomen.’, aldus een medewerker.

Betrokkenheid raden

Hoewel iedere locatie over een raad beschikt, vinden zij dat ze niet altijd voldoende worden betrokken. De oproep die men doet is: ‘vraag om hun mening, zij hebben goede ideeën, ga het gesprek aan’. Vooral bij jeugdzorg wordt alles voor de jongeren bepaald. Het is echter heel persoonsafhankelijk in welke mate jongeren worden betrokken. Zo gaven cliënten een voorbeeld van een nieuwe hoofd behandeling, die de jongeren structureel meer betreft en vragen bij de jongerenraad neer legt, bijvoorbeeld over vrijheidsbeperkingen maatregelen.

De ondersteuners van de cliëntraden geven de volgende wensen door:

- Ga meer een dialoog aan i.p.v. het sturen van informatie.
- Geef ons tools in handen, zoals een nieuwsbrief, die we regelmatig naar cliënten/verwanten kunnen sturen om hen te informeren of geef ons ruimte in de verwantennieuwsbrieven.
- Help ons met het verkrijgen van adressen, zodat we informatie fysiek op kunnen sturen.
- Neem ons serieus wanneer wij een vraag of verzoek uitzetten bij het (midden)management.
- Denk met ons mee als het gaat om de AVG-wetgeving en het gebruiken van foto’s en adressen van cliënten/verwanten.

Betrokkenheid hoofdkantoor

Een aantal medewerkers geeft signalen af dat medewerkers op het hoofdkantoor vaak ver van de realiteit en de praktijk staan. Als voorbeeld wordt een ervaring met afdeling Communicatie gebruikt, waarmee een folder werd gemaakt. Medewerkers hadden kritiek op de tekst, maar daar werd ‘moeilijk’ over gedaan. ‘Ook als je een kleine vraag stelt, wordt het ineens een groot project en voor je het weet ben je een half jaar verder. Dank denk je, laat maar’, aldus een medewerker. Toch vinden medewerkers de connectie met bijvoorbeeld een directeur belangrijk en wordt het gewaardeerd wanneer deze persoon zich op de werkvloer laat zien. ‘Dat geeft een gevoel van connectie en verbondenheid’, aldus een medewerker.

Over Pluryn

Sterker in de samenleving.

Een mens kijkt van nature graag vooruit, maakt plannen, heeft dromen. Goed wonen, een vak leren en werken. Ook wanneer er sprake is van complexe problematiek. Pluryn behandelt en ondersteunt mensen, met als doel het vergroten van kansen op een zo volwaardig en zelfstandig mogelijke plek in de samenleving. Dit doen we met ruim 6.000 medewerkers via onze landelijk werkende voorzieningen voor gehandicaptenzorg, jeugdzorg en GGZ. En ook door middel van ambulante diensten, arbeidsintegratie, onderwijs en maatschappelijke ondernemingen. Iedereen doet mee! De kracht komt uit de mensen zelf. Pluryn ondersteunt hen daarbij.

Informatie en advies

Voor meer informatie of aanmelding kun je terecht bij het klantenbureau van Pluryn:

 088 - 779 50 00

 klantenbureau@pluryn.nl