

Handreiking

Contact met uw achterban

**Beknopte handreiking voor
belangenbehartigers**

Mei 2014



ieder(in)

Inhoud

Samenvatting	3
Voorwoord	4
1. Achterban	5
2. Contact met de achterban	7
3. Achterbanraadpleging, zo ja, hoe?	10
4. Twintig inspirerende voorbeelden	12
5. Meer weten?	20
Bijlage 1 Checklist voor het afbakenen van de achterbanraadpleging	21
Bijlage 2 Voorbeeld evaluatieformulier bijeenkomst achterbanraadpleging	23

Samenvatting

In deze handreiking kunt u lezen wanneer het wel of niet belangrijk is om uw achterban te raadplegen. U vindt tips over hoe u uw achterban kunt verbreden en met welke organisaties u kunt optrekken om mensen met een beperking te bereiken. Tot slot leest u over methoden hoe u uw achterban kunt raadplegen en wat daarbij belangrijk is.

Deze handreiking helpt u bij het beantwoorden van de volgende vragen over uw achterbanraadpleging:

- Waarom wilt u uw achterban raadplegen? Wat is uw doel?
- Wat moet het opleveren?
- Waarover moet het precies gaan?
- Wie gaat u benaderen?
- Hoe gaat u uw achterban raadplegen?
- Met wie kunt u samenwerken?

Voorwoord

Voor u als lokale of regionale belangenorganisatie of patiëntenvereniging bestaat uw achterban uit (al dan niet georganiseerde) mensen met een beperking¹ en/of chronische ziekte en hun familie.

Uw achterban is van groot belang, omdat u deze mensen vertegenwoordigt in uw contacten met de gemeente en andere organisaties. Deze organisaties kunnen een bijdrage leveren aan de volwaardige deelname van mensen met een beperking aan de maatschappij. U kunt daarbij bijvoorbeeld denken aan contacten met onderwijsinstellingen, werkgevers, sportclubs en aanbieders van zorg, ondersteuning, hulpmiddelen.

De vraag is: wat leeft er onder uw achterban? Om collectieve belangenbehartiging goed vorm te geven is het belangrijk om de ervaring en kennis van uw achterban te benutten. Kennis over behoeften en knelpunten van uw achterban levert een goede onderbouwing van de belangenbehartiging op.

Achterbanraadpleging is ook een manier om mensen met een beperking en hun familie te betrekken bij die belangenbehartiging. U creëert draagvlak als mensen met een beperking en hun familie mee kunnen denken over de inhoud. Ook vergroot u hiermee de kwaliteit van uw belangenbehartiging. Wellicht zijn er ook mensen uit de achterban die een deel van de activiteiten mee willen uitvoeren.

In deze handreiking vindt u suggesties hoe u contact met uw achterban kunt leggen en hoe u dit contact kunt onderhouden.

¹ Als in deze handreiking wordt geschreven over mensen met een handicap of een beperking worden daaronder de volgende doelgroepen verstaan: mensen met een lichamelijke, zintuiglijke of verstandelijke beperking en/of mensen met een chronische ziekte.

1. Achterban

Wie is uw achterban?

De achterban van uw organisatie is te verdelen in georganiseerde en ongeorganiseerde achterban.

De georganiseerde achterban bestaat uit mensen die lid zijn van een patiënten- of oudervereniging of algemene (al dan niet lokale) belangenorganisatie voor mensen met een beperking. Dit kunnen bijvoorbeeld leden zijn van:

- de Nederlandse Federatie van Ouders van Slechthorende Kinderen en van Kinderen met Spraak-taalmoeilijkheden (FOSS),
- ouderverenigingen van mensen met een verstandelijke beperking,
- reuma-, kanker- of andere patiëntenverenigingen,
- Landelijke Federatie Belangenverenigingen (LFB = de belangenorganisatie van mensen met een verstandelijke beperking).

In deze handreiking bedoelen we met uw achterban niet alleen de georganiseerde mensen met een beperking en hun familie, maar ook burgers met een beperking en hun familie die niet aangesloten zijn bij een organisatie.

Achterbanraadpleging is een middel om informatie te verkrijgen uit zowel georganiseerde als ongeorganiseerde mensen met een beperking.

Hoe verbreedt u uw achterban?

Een deel van uw achterban is bij u bekend. Zij zijn bijvoorbeeld georganiseerd via organisaties gericht op hun eigen ziekte en/of beperking. Via een vertegenwoordiger van deze organisatie in uw belangenorganisatie heeft u ook contacten met deze leden. Voor een overzicht van organisaties voor mensen met een beperking kunt de ledenlijst van Ieder(in) raadplegen (ga naar www.iederin.nl, klik op Leden - Ledenlijst). Een groot deel van mensen uit uw achterban is echter niet georganiseerd. Het is goed om ook te weten wat de ervaringen zijn van mensen met beperkingen in uw gemeente die niet georganiseerd zijn. Immers: hoe meer u weet wat leeft onder uw achterban des te beter kunt u de belangen van mensen met een beperking behartigen.

Uw achterban bestaat uit mensen met diverse beperkingen, mensen van verschillende leeftijden en mensen uit verschillende landen van herkomst. Hebben al deze groepen een inbreng in de belangenbehartiging die u namens hen uitvoert?

Samenwerkingsverband De Achterkant

De Achterkant is een samenwerkingsverband van cliëntenraden en een belangenbehartiger in Utrecht. De Achterkant komt op voor de belangen van cliënten van de maatschappelijke opvang, verslavingszorg, beschermd wonen, vrouwenopvang en jongerenopvang.

Solgu (Stedelijk Overleg Lichamelijk Gehandicapten Utrecht) is betrokken. Zij adviseren de gemeente onder meer over het benutten en inzetten van ervaringsdeskundigheid.

Ouders Ontmoeten Ouders Migranten

In Den Haag wordt het project OOOM (Ouders Ontmoeten Ouders Migranten) uitgevoerd. Bij OOOM kunnen ouders elkaar ontmoeten tijdens contactbijeenkomsten. Via het loket in de I-shop kunnen vragen gesteld worden over zorg-, welzijn- en mantelzorgvoorzieningen. Het loket wordt bemand door migrantenouders die zelf ook een zorgkind hebben.

Voorall (belangenbehartiger voor Hagenaars met een beperking) helpt OOOM om zich verder te professionaliseren, in het bijzonder door de wijze van aanpak. Door OOOM in contact te brengen met andere bekende netwerken van Voorall raken meer migrantenouders bekend met de activiteiten. Ook worden vrijwilligers geworven voor de verschillende diensten van OOOM.

Moeilijk bereikbare doelgroepen in uw achterban

Artikel 3, lid 4 f van de Wet maatschappelijke ondersteuning (Wmo) stelt dat in het beleidsplan Wmo in ieder geval moet worden aangegeven op welke wijze de gemeenteraad en het college van burgemeester en wethouders zich op de hoogte hebben gesteld van de behoeften van kleine groepen. Daarnaast wordt in artikel 11, lid 4 van de Wmo nog eens gesteld: 'Onverminderd het eerste lid stelt het college van burgemeester en wethouders zich bij de voorbereiding van het beleid tevens op de hoogte van de belangen en behoeften van inwoners die hun belangen en behoeften niet goed kenbaar kunnen maken.'

Dit betekent dat de gemeente voor moeilijk te bereiken groepen of groepen die zich afzijdig houden van inspraakprocedures andere vormen van cliëntenparticipatie moet organiseren. Hoewel in de wet niet staat omschreven welke doelgroepen onder specifieke doelgroepen moeten worden verstaan, denken wij bijvoorbeeld aan mensen met een verstandelijke beperking, mensen een zintuiglijke beperking, mensen die zeldzame ziekten hebben, jongeren of allochtonen met een beperking. Hoewel de Wmo zegt dat het in beeld brengen van de behoeften van specifieke doelgroepen een taak is van het college van burgemeester en wethouders, is het ook voor belangenorganisaties belangrijk om met de brede achterban contact te hebben. Via een achterbanraadpleging voor zo'n specifieke doelgroep neemt uw kennis over deze doelgroep toe en kunt u beter opkomen voor de belangen van de brede groep mensen met een beperking of chronische ziekte. Inspirerende voorbeelden van achterbanraadpleging vindt u in hoofdstuk 4.

2. Contact met de achterban

PR

Om ervoor te zorgen dat uw achterban weet wat uw organisatie doet en dat zij u tevens gemakkelijk kunnen bereiken, kunt u verschillende communicatiemiddelen en -kanalen inzetten.

Bijvoorbeeld:

- een eigen website
- een (digitaal) informatiebulletin
- folders
- regelmatig stukjes in de lokale (huis aan huis)bladen
- uitzendingen op de lokale/regionale televisie en radio
- accounts op sociale media, zoals Twitter, Facebook en LinkedIn
- het opbouwen van een e-mailbestand van geïnteresseerden zodat u hen rechtstreeks kunt benaderen

Denk ook aan vermelding van uw organisatie in de gemeentegids, het (digitale) telefoonboek en bij Google.

Hoe krijgt u voldoende reactie uit de achterban?

Om reacties van uw achterban te krijgen, moet u mensen het belang laten zien van de raadpleging en ze toezeggen dat u ze informeert over de resultaten. Voor het verkrijgen van een grotere reactie helpt het als men weet wie de initiatiefnemer van de raadpleging is, dus dat zij weten wie u bent. Dit vraagt om een goede, weloverwogen PR over de raadpleging.

U vergroot de kans op reactie aanzienlijk als u helder communiceert over de raadpleging: over het doel, het nut, de functie en de resultaatverwerking ervan. Bovendien dient er PR te zijn over de uitkomsten en resultaten van de raadpleging (persbericht, bericht in informatiebulletin, op website e.d.).

Via eigen contacten

Voor de achterban die al bij u bekend is (uw eigen contacten), kunt u verschillende vormen van achterbanraadpleging organiseren. Voor suggesties zie hoofdstuk 4. U kunt tijdens dergelijke activiteiten informatie geven, horen wat er onder mensen met een beperking en hun familie leeft en uw standpunten toetsen. Ook kunt u vertellen wat uw inzet is geweest en wat de resultaten daarvan zijn. Maak een verslag van dergelijke activiteiten. Registreer daarin vragen, klachten en opmerkingen.

Via andere organisaties

Andere organisaties beschikken – door de aard van hun werk – over adressenbestanden van mensen met een beperking. U kunt daarbij bijvoorbeeld denken aan de gemeente, die ondersteuning verleent op grond van de Wet maatschappelijke ondersteuning (Wmo). Ook beschikken MEE, de Sociale Werkvoorziening, woonvormen, activiteitencentra, revalidatiecentra, sportclubs met activiteiten voor mensen met een beperking, zorgaanbieders zoals de thuiszorg en scholen voor mensen met een beperking over adressen van mensen met een handicap. Denk ook aan het Rode Kruis en de Zonnebloem, die activiteiten organiseren voor mensen met een handicap. Ook lokale geestelijken kennen vaak mensen met een beperking.

Deze organisaties mogen hun adresbestanden niet zomaar aan anderen geven. Wel kunt u hen vragen of zij bereid zijn om namens uw organisatie een brief of mail te versturen of een brief af te geven. In deze brief kunt u vragen of mensen met een beperking door uw organisatie op de hoogte gehouden willen worden van uw activiteiten. Als ze daar positief op reageren kunnen zij aan uw organisatie hun (e-mail)adres sturen.

Ook kunt u dergelijke organisaties vragen of u een bijeenkomst mag organiseren voor hun klanten over een bepaald thema. Deze organisatie kan dan bijvoorbeeld de uitnodiging versturen, ruimte en iets te drinken beschikbaar stellen, een inhoudelijk deel van de bijeenkomst verzorgen enzovoorts. Vraag de aanwezigen of u hen in uw adressenbestand mag opnemen.

Geslaagde achterbanraadpleging in Etten-Leur

Stichting Gehandicaptenplatform Etten-Leur (SGE), het platform in Etten-Leur, heeft een geslaagde achterbanbijeenkomst gehouden. Dankzij de welwillende medewerking van de gemeente was het mogelijk een uitnodiging rond te sturen naar zo'n 750 mensen. Daarvan was een kleine 70 mensen aanwezig. Daarnaast liet een aantal mensen weten niet aanwezig te kunnen zijn, maar wel geïnteresseerd te zijn in het werk van SGE. Dus bij voorbaat al een succes.

De bijeenkomst was levendig en gezellig. SGE keek op ludieke wijze terug op de resultaten van het afgelopen jaar en ging in debat over prioriteiten in de plannen voor het komende jaar. Ook werd de nieuwe website gepresenteerd samen met een Twitter- en Facebook-account.

De wethouder deed daarna uit de doeken hoe de gemeente tegen het platform aankijkt (en dat is positief!). De wethouder bleef beschikbaar om diverse vragen uit het publiek te beantwoorden. Na dit officiële deel was er gelegenheid om met een hapje en een drankje informeel verder te praten. De pers was ook aanwezig en dat leverde een bericht op in het dagblad BN De Stem.

Via sociale media

Sociale media maken nieuwe vormen van contact mogelijk. U kunt uw achterban raadplegen via een stelling of forum op de website of de mail. Een filmpje op YouTube kan veel bekendheid

opleveren. Op <https://www.youtube.com> onder Help vindt u informatie hoe u video's kunt maken en op YouTube kunt zetten.

U kunt sociale media op verschillende manieren inzetten om uw contacten met de achterban te versterken:

Uitwisseling en binding

Sociale media zijn bedoeld voor snelle informatieuitwisseling. Dat maakt sociale media geschikt als handige platforms om in contact te komen met uw achterban. Actief in gesprek gaan op sociale media versterkt de band met uw achterban.

Steeds meer belangenorganisaties hebben daarom naast hun website ook een account op Facebook en Twitter en/of een discussiegroep op LinkedIn. Op deze manier weet uw achterban u goed te vinden, mogelijkheden om in contact te treden. Deze platforms hebben een groot bereik en zijn geschikt om (organisatie)nieuws en oproepjes zoals stellingen en meldacties breed en snel te verspreiden, in het verlengde van de website.

- Twitter: in tweets handig gebruikmaken van relevante/populaire hashtags (labels) om het gewenste publiek te bereiken. Om de achterban te raadplegen kunt u bijvoorbeeld een Twitterborrel organiseren, een online bijeenkomst.
Voorbeelden: #wmo2015 #toegankelijkheid #inclusief #VG20
- Facebook: maak een organisatiepagina over uw belangenorganisatie aan of een community-pagina over een bepaald onderwerp, bijvoorbeeld een openbaar evenement of een aandoeningsspecifiek thema. Om de achterban te raadplegen kunt u bijvoorbeeld een poll plaatsen, een evenement aanmaken of de chatfunctie gebruiken.
- LinkedIn: organiseer via een open of besloten discussiegroep snelle uitwisseling van kennis en ervaring, stellingen, meldacties. Om de achterban te raadplegen kunt u bijvoorbeeld een enquête aanmaken of een poll plaatsen.

Achterban vinden en bereiken

Steeds meer mensen uit uw achterban zijn actief op sociale media. Via die weg kunt u grote of juist specifieke groepen mensen (aandoeningsspecifiek) uit of buiten uw achterban bereiken. Zij nemen bijvoorbeeld deel aan - open en besloten - communities (uitwisselingplatforms) op Facebook of zijn actief in discussiegroepen op LinkedIn.

Om uw achterban te raadplegen, kunt u bijvoorbeeld meedoen aan bestaande discussies of berichten publiceren op bestaande pagina's en platforms.

- Facebook: voorbeelden van communities zijn 'Reuma en dan' of 'Autisme Nederland'
- Twitter: voorbeelden van tijdelijke 'coalities' om mensen te bereiken rondom een bepaald onderwerp gebeurt via hashtags als #wmo2015, #VG20, #passendonderwijs
- LinkedIn discussiegroepen: voorbeelden zijn te vinden bij onderwerpen als: Wmo, inclusie, onderwijs.

3. Achterbanraadpleging, zo ja, hoe?

De keuze om uw achterban te raadplegen is van een aantal zaken afhankelijk. Het is belangrijk om te besluiten of achterbanraadpleging moet worden ingezet. En zo ja, wanneer de raadpleging wordt ingezet en hoe. Hoe groter uw kennis is over wat er leeft onder mensen met een beperking, hoe sneller u een standpunt over een bepaalde kwestie kunt innemen. U hoeft dan niet apart de achterban te raadplegen.

U kunt zich de volgende vragen stellen om te besluiten of u achterbanraadpleging gaat organiseren.

- Wie heeft belang bij de achterbanraadpleging: mensen met een beperking zelf en hun familie, de pers, de gemeente, uw eigen organisatie, anderen?
- Bent u de aangewezen organisatie om een standpunt in te nemen of kunnen anderen dat ook? Is het misschien beter dat anderen het doen, ligt het meer op hun terrein?
- Is het onderwerp of de actualiteit belangrijk genoeg om er prioriteit aan te geven?
- Wat komt er mogelijk uit de achterbanraadpleging voort, zijn vervolgvactiteiten te voorzien en gewenst? Denk bijvoorbeeld aan advies geven, actie ondernemen, werkgroep oprichten, communicatie en PR. Kan uw organisatie dit qua menskracht, middelen en kennis wel aan?

Baken de raadpleging goed af: waar gaat het precies over, wat wilt en kunt u met de uitkomsten, hoe omvangrijk moet de raadpleging zijn en wie behoort in dit geval tot de achterban?

U kunt kiezen om de achterbanraadpleging meer of minder arbeidsintensief te maken. Hoeveel menskracht kan en wil uw belangenorganisatie inzetten? Wat zijn de gevolgen van hun inzet voor de overige werkzaamheden en bereikbaarheid van uw organisatie?

In hoofdstuk 4 leest u een korte omschrijving van een aantal inspirerende vormen van achterbanraadpleging.

Investeren in online achterbanraadpleging

PGOsupport heeft de Toolkit e-Health ontwikkeld. Deze toolkit bevat een aantal online methoden om de achterban te raadplegen. Bij elke methode is uitgezocht wat het van een organisatie vraagt om met de methode aan de slag te gaan. Zijn de consequenties groot of klein?

Er is daarbij gekeken naar de volgende aspecten:

1. Financiën: de kosten.
2. Inspanning: resources die de organisatie moet inzetten zoals tijd, energie, aantal medewerkers/vrijwilligers, kennis.
3. Ontwikkelen: benodigde kennis om de methode te ontwikkelen.
4. Organiseren: benodigde inspanning voor de organisatie.
5. Werving: benodigde wervingsacties voor deelname zoals tijd, geld, herhaling, communicatie.

Ervaringen verzamelen

<i>Methode</i>	Financiën	Inspanning	Ontwikkelen	Organiseren	Werving
<i>Polls</i>	+/n.v.t.	+	+	+	++
<i>Vragenlijst *</i>	+	++	++	+	++
<i>Website*</i>	++	++	++	++	++
<i>Sociale Media</i>	+/n.v.t.	++	+	++	+++
<i>Online events</i>	++	++	++	++	++
<i>Testers</i>	+	++	+	++	++
<i>Panels*</i>	+	++	++	++	++

+ = laag, +++ = hoog

liever: + = vraagt weinig inspanning

+++ vraagt veel inspanning/arbeidsintensief

4. Twintig inspirerende voorbeelden

1. Cliëntenpanel

Wat:	Vaste groep mensen met een beperking die bereid is om enkele malen per jaar te vertellen over hun ervaringen.
Waarom:	Snel en gericht signalen en informatie verzamelen voor uw belangenbehartiging of advieswerk.
Wanneer:	Ter onderbouwing van gevraagd of ongevraagd advies bij voorgestelde veranderingen in het gehandicaptenbeleid of signalen uit de achterban over knelpunten in het gehandicaptenbeleid.
Hoe vaak:	Naar behoefte, een paar keer per jaar.
Voordeel:	U krijgt gericht en structureel informatie van een vaste groep. U kunt de achtergrondgegevens van het panel gebruiken in de analyse van subgroepen (leeftijd, aard van de aandoening, enz.). U kunt de vragenlijst herhalen en de resultaten vergelijken.
Nadeel:	Werven van panel van voldoende omvang (representatief) vraagt tijd. U heeft medewerking van organisaties nodig voor de namen en adressen van hun klanten; en het is arbeidsintensief.
Tip:	Waarborg de anonimiteit en de privacy van uw panelleden en koppel de resultaten ook terug. Onderhoud contact met deze groep mensen met een beperking.
Meer info:	Conceptnotitie Draaiboek panels.
Uitgever:	Programma PG werkt samen.
Voorbeeld:	Cliëntenpanel van Ieder(in) waarbij gebruik gemaakt wordt van de enquête tool Spidox (onderdeel programma PG werkt samen).

2. Klankbordgroep

Wat:	Vaste groep mensen met een beperking die bereid is om enkele bij elkaar te komen om met elkaar en met u te praten over ervaringen met (een onderdeel van) het gehandicaptenbeleid. De groep wordt periodiek 'ververst'.
Waarom:	Gericht signalen en informatie verzamelen voor uw advieswerk.
Wanneer:	Ter onderbouwing van gevraagd of ongevraagd advies bij voorgestelde veranderingen in het gehandicaptenbeleid of signalen uit de achterban over knelpunten in het gehandicaptenbeleid.
Hoe vaak:	Naar behoefte, een keer of een paar keer per jaar.
Voordeel:	U krijgt gerichte informatie van een vaste of een wisselende groep mensen die u kent.
Nadeel:	U heeft medewerking van organisaties nodig voor de namen en adressen van hun klanten; en het is arbeidsintensief.

- Tip: Koppel de resultaten terug. Onderhoud contact met deze groep mensen met een beperking.
- Meer info: Reflectie raadplegingen GGz volgens de methodiek cliëntenpanel.
- Auteurs: Mary Fahrenfort, Marian Vink en Harrie van Haaster.
- Uitgever: APCP en IGPB, Amsterdam.
- Varianten: A. Rondetafelgesprek.
B. Gedachtewisseling per e-mail (u structureert de discussie door uw vragen
C. Telefonisch vergaderen met een vaste groep mensen.

3. Website

- Wat: Eigen website of ruimte op de website van een andere organisatie. Te gebruiken voor standaardinformatie over uw belangenorganisatie, informatie over actuele onderwerpen, oproepen, meningspeilingen/enquêtes, discussies, polls. U kunt ook informatie uitwisselen via een digitaal prikbord. Ook het e-mailadres van uw belangenorganisatie kan daaraan gekoppeld worden.
- Waarom: Oproepen, inventariseren van wensen, meningen en knelpunten, discussie.
- Wanneer: Actuele informatie, enquête, informatie ten behoeve van advisering.
- Hoe vaak: Continu beschikbaar.
- Voordeel: Snel en actueel.
- Nadeel: Niet iedereen beschikt over internet. Moet regelmatig bijgehouden worden. Vraagt specifieke deskundigheid.
- Handig bij: Snelle informatie-uitwisseling.
- Tip: Maak gebruik van internetdeskundigen (familieleden, vrienden, bekenden) over de mogelijkheden en voorwaarden. En zorg dat uw eigen pagina en uw e-mailberichten herkenbaar zijn door het gebruik van eigen logo en kleuren

4. Enquête

- Wat: Vragenlijst over een specifiek onderwerp waarover u de mening / ervaringen van uw achterban wilt weten.
- Waarom: Meningsvorming van uw belangenorganisatie.
- Wanneer: Bij adviesvraag of een ongevraagd advies.
- Hoe vaak: Incidenteel.
- Voordeel: Gerichte informatie van veel mensen met een beperking. Vragenlijst is anoniem. Het kan problemen zichtbaar maken.
- Nadeel: Veel werk, specifieke deskundigheid nodig.
- Noodzakelijk: Bij adviezen over de concrete dagelijkse dienstverlening.
- Tip: Stuur na een aantal weken een mailing om mensen erop te wijzen hun enquête in te vullen en op te sturen, en om het belang hiervan te benadrukken. Deze aanpak blijkt uiterst effectief!
Overleg met aanbieder/gemeente over het inschakelen van externe ondersteuning bij opzet en verwerking van de vragenlijst.

5. Bel-actie

Wat:	Gericht bellen (door medewerkers of bestuursleden) van een x-aantal leden van uw organisatie over een specifiek onderwerp waarover u de mening of de ervaringen van uw achterban wilt weten (open vragen en/of gesloten vragenlijst).
Waarom:	Meningsvorming van uw belangenorganisatie, peiling van de beleving of betrokkenheid van uw achterban en/of versterken band met achterban door persoonlijk contact.
Wanneer:	Bij adviesvraag of een ongevraagd advies, of bij aanpassen beleidsuitvoering.
Hoe vaak:	incidenteel.
Voordeel:	Gerichte informatie van beperkte groep mensen met een beperking. Belangstelling tonen wordt zeer gewaardeerd. Vragenlijst is informatie (niet anoniem).
Nadeel:	Veel werk, specifieke deskundigheid nodig. Vaak is het lastig om mensen te bereiken. Bellen moet vaak geschieden in de avonden als mensen thuis zijn.
Noodzakelijk:	Bij adviezen over de concrete dagelijkse dienstverlening.

6. Referendum

Wat:	U legt uw achterban één vraag voor met de verschillende standpunten die er binnen de belangenorganisatie zijn over een bepaald advies. Uw achterban kiest één standpunt. Het meest gekozen standpunt is uw leidraad.
Waarom:	Standpuntbepaling binnen de belangenorganisatie.
Wanneer:	Bij verdeeldheid binnen de belangenorganisatie over een uit te brengen advies.
Voordeel:	Advies wordt gedragen door de achterban.
Nadeel:	Tijdrovend, respons kan laag zijn.
Handig bij:	Verdeeldheid binnen de belangenorganisatie.
Tip:	Maak duidelijk wat het doel is en wat u met de uitkomst doet.

7. Themabijeenkomst, themacafé

Wat:	Bijeenkomst over een bepaald (actueel) thema dat de interesse heeft van uw achterban.
Waarom:	Meningen en behoeften van de achterban in beeld brengen; informatie geven, belangenorganisatie promoten.
Wanneer:	Als u speciale aandacht wilt besteden aan een onderwerp/gebeurtenis/actualiteit.
Hoe vaak:	Tenminste één keer per jaar.
Voordeel:	Het maakt (het werk van) de belangenorganisatie zichtbaar.
Nadeel:	Het vraagt organisatievermogen, tijd/energie.
Handig bij:	wijzigingen in de organisatie, kwaliteitstrajecten.
Tip:	Maak een draaiboek dat u elke keer kunt gebruiken. Nodig voor de bijeenkomst ook een externe spreker uit. En breng variatie aan in de vorm van de bijeenkomsten, bijvoorbeeld af en toe een inloopcafé.

8. Creatieve achterbanraadpleging

Wat:	Andere' manier voor contact met uw achterban: <ul style="list-style-type: none">- (wegwerp)camera's waarmee mensen met een handicap foto's maken van wat zij 'goed/kan beter' vinden in het gehandicaptenbeleid;- een wensenboom waarin iedereen een wens kan hangen;- een spel/quiz met vragen over het gehandicaptenbeleid;- een theatergroep om een discussie op gang te krijgen.
Waarom:	Leden van uw achterban stimuleren om hun mening te geven.
Wanneer:	Ter aanvulling op de meer 'gewone' middelen. Of om aan te sluiten bij een specifiek thema.
Hoe vaak:	Af en toe.
Voordeel:	Zware onderwerpen kunnen lichter gemaakt worden, waardoor mensen makkelijker hun mening geven.
Nadeel:	Kan veel werk met zich meebrengen. 'Resultaten' moeten verwerkt worden.
Handig als:	Het contact met de achterban een oppepper kan gebruiken.
Tip:	Zoek een aantal mensen dat eens buiten de gebaande paden wil gaan.

9. Vertegenwoordiger/contactpersoon van een specifieke groep

Wat:	U heeft regelmatig contact met leden van een specifieke groep van mensen met een beperking.
Waarom:	Informatie geven, signalen en meningen krijgen van deze specifieke groep.
Wanneer:	Als u wensen en knelpunten wilt verzamelen.
Hoe vaak:	Minimaal twee keer per jaar.
Voordeel:	Directe informatie en meningsuitwisseling.
Nadeel:	U kunt als doorgeefluik van klachten gezien worden.
Handig bij:	Het behandelen van een advies.
Tip:	Geef duidelijk uw positie aan, wat u met de informatie doet en koppel het resultaat terug.

10. Telefonisch spreekuur / vraagbaak / meldpunt

Wat:	Contactmogelijkheid voor mensen met een beperking voor het stellen van vragen of het bespreken van problemen.
Waarom:	Dienstverlening aan uw achterban.
Wanneer:	Eén of meer vaste dagdelen van de week om mensen met een beperking een contactmogelijkheid te bieden.
Hoe vaak:	Regelmatig.
Voordeel:	Laagdrempelige contactmogelijkheid voor mensen met een beperking.
Nadeel:	U kunt als doorgeefluik van klachten gezien worden.
Handig bij:	Grote organisaties met veel cliënten; snel inzicht in (beleids)problemen.

11. Meldactie

Wat:	Oproep om specifieke knelpunten te melden (telefoon, e-mail, internet).
Waarom:	Als klachten of signalen vanuit uw achterban nodig zijn in kader beleidsontwikkeling of belangenbehartiging.
Wanneer:	Gedurende een vastgestelde periode, naast 24/7 digitaal contact ook meerdere vaste dagdelen van de week telefonische bereikbaarheid.
Hoe vaak:	Alleen indien er aanleiding toe is
Voordeel:	Laagdrempelige contactmogelijkheid voor mensen met een beperking. Persoonlijke ervaringen worden zichtbaar gemaakt.
Nadeel:	Het is noodzakelijk om goede en gerichte publiciteit vooraf te organiseren. Meldpunt kan als doorgeefluik van klachten gezien worden. Verwachting dat persoonlijke problemen opgelost kunnen worden. Omdat voor sommige doelgroepen meedoen aan een meldactie niet mogelijk is, moet ook gedacht worden aan andere manieren om de ervaringen en standpunten te verzamelen.
Aandachtspunt:	Het is noodzakelijk om een goed registratiesysteem te gebruiken.
Handig bij:	Problemen achterban zichtbaar maken in media.
Meer info:	Draaiboek Regionale Meldacties.
Auteur:	IKG.
Uitgever:	Zorgbelang Gelderland.
Varianten:	A. Meldactie telefonisch B. Meldactie online C. Meldactie schriftelijk

12. Themaweek

Wat:	Week die geheel in het teken staat van een bepaald thema bijvoorbeeld Week van de Toegankelijkheid, Week van de chronisch zieken. Programma met activiteiten, bijeenkomsten, presentaties van de belangenorganisatie.
Waarom:	Betrokkenheid vergroten.
Wanneer:	Aandacht voor de belangenorganisatie vergroten/levend houden.
Hoe vaak:	Eén keer per jaar / per twee jaar.
Voordeel:	Gehandicaptenbeleid krijgt positieve impuls.
Nadeel:	Kost tijd/energie, vraagt organisatievermogen.
Handig bij:	Het benadrukken van het belang van integraal gehandicaptenbeleid en het werven van nieuwe leden of het vergroten van de achterban.
Tip:	Stel een commissie in.
Meer info:	www.weekvandetoegeankelijkheid.nl , www.chronischziek.nl

13. Werken aan wensen

Wat:	De doelgroep wordt uitgenodigd om in drie sessies hun wensen uit te spreken over het huidige en het gewenste gehandicaptenbeleid. Deelnemers brengen daarin zelf rangordening aan en stellen actieplan samen.
Waarom:	Klanten stimuleren hun wensen en verbeteringen uit te spreken over het huidige en toekomstige beleid van de instelling / in de wijk of gemeente.
Wanneer:	Als belangenorganisatie een bijdrage wil leveren aan (meerjaren-)beleidsplan of -visie.
Hoe vaak:	Maximaal eens per twee jaar.
Voordeel:	Zorgt voor draagvlak voor een breed gedragen visie en vergroot betrokkenheid achterban.
Nadeel:	Kost tijd en energie; vereist kundige (externe) procesbegeleider.
Handig bij:	Het leren kennen van wensen en ideeën bij achterban.
Meer info:	Handboek Werken aan wensen.
Auteur:	Andries Kroese (a.kroese@zorgbelang-groningen.nl).
Uitgever:	Samenwerkende Patiënten/Consumentenorganisaties Groningen.

14. Spiegelbijeenkomst

Wat:	Inzicht krijgen in de manier waarop de klant de dienstverlening ervaart. Cliënten komen zelf aan het woord en hulpverleners of betrokken partijen zoals de gemeente mogen (in eerste instantie) slechts luisteren.
Waarom:	Cliënten stimuleren zich vrij uit te spreken over hun ervaringen.
Wanneer:	Bij vermoeden van onderhuidse klachten / onvrede.
Hoe vaak:	Af en toe.
Voordeel:	De cliënt en zijn / haar beleving staat letterlijk centraal.
Nadeel:	Vereist kundige begeleiding.
Handig bij:	Evaluatie van specifieke projecten, behandelingen.

15. Zeg het ons

Wat:	Cliënten ondervragen medeciënten met behulp van gestructureerde vragenlijst.
Waarom:	Stimuleren betrokkenheid, eigen verantwoordelijkheid en onderling contact.
Wanneer:	Als inbreng voor het werkplan van de belangenorganisatie.
Hoe vaak:	Af en toe.
Voordeel:	De cliënt zelf speelt een belangrijke rol.
Nadeel:	Kost tijd en vereist kundige begeleiding.
Handig bij:	In kaart brengen van ervaringen op specifieke gebieden.
Meer info:	http://www.kennispleingehandicaptensector.nl/docs/producten/klapper_kwaliteit_ZegHetOns.pdf

16. Voorkeurmeter

Wat:	Metten welke voorkeur mensen hebben bij verschillende voorstellen.
Waarom:	Kan betrokkenheid achterban vergroten en slagvaardige besluitvorming ten goede komen.
Wanneer:	Wanneer draagvlak nodig is bij omstreden keuzes: de keuzes en prioriteiten van de achterban vormen de basis van het advies van uw belangenorganisatie.
Hoe vaak:	Af en toe.
Voordeel:	Schept helderheid voor de belangenorganisatie over wat de achterban wil.
Nadeel:	Vereist voldoende achtergrondinformatie om overwogen keus te kunnen maken.
Handig bij:	Gebrek aan overeenstemming binnen uw belangenorganisatie.

17. Wereldcafé

Wat:	Het uitdiepen van thema's ('die er toe doen') van het gehandicaptenbeleid met een doorsnee van de doelgroep door middel van roulerende tafelgesprekken onder leiding van een 'gastheer' of 'gastvrouw' per tafel.
Waarom:	Geeft snel inzicht in wensen en knelpunten op verschillende levensterreinen.
Wanneer:	Als inbreng voor het werkplan van uw belangenorganisatie.
Hoe vaak:	Af en toe.
Voordeel:	De cliënt zelf speelt een belangrijke rol.
Nadeel:	Kost tijd en vereist kundige begeleiding.
Handig bij:	In kaart brengen van ervaringen op specifieke gebieden.

18. Twitterborrel

Wat:	Een twitterborrel is een geplande discussie op Twitter over een bepaald onderwerp. Zo'n chat is openbaar: dat betekent dat iedereen het kan lezen. Dat wil zeggen: alle mensen die dezelfde hashtag (#...) gebruiken.
Waarom:	Gedachtenwisseling waarin betrokkenen hun ideeën, wensen en gedachten over verbeteringen delen over actuele plannen, bijvoorbeeld over bezuinigingen, inclusie, toegankelijkheid, mantelzorg versus professionele zorg enz. De deelnemers kunnen zelf ook onderwerpen voorstellen.
Wanneer:	Als er behoefte is om feedback te krijgen van de achterban.
Hoe vaak:	Het is goed om het regelmatig te doen, bijvoorbeeld één keer in de maand. Data worden bekend gemaakt via Twitter, bijvoorbeeld via website en nieuwsbrief.
Voordeel:	Het is laagdrempelig, en het brengt betrokken mensen bij elkaar. Het vergroot de band met en het Twitternetwerk van de organisatie. Deelnemers kunnen de sessie later teruglezen op de websites van de organisatie.
Nadeel:	Alleen mensen die gebruik maken van sociale media zullen meedoen. Het is lastig om de discussie goed te volgen, want men krijgt de andere berichten er gewoon tussendoor natuurlijk. Een oplossing is om een specifieke applicatie zoals Tweetdeck te gebruiken.
Meer info:	http://twittermania.nl/2013/02/alles-wat-je-altijd-al-over-twitterchats-wilde-weten-maar-niet-durfde-vragen/

19. Focusgroep

Wat:	Gestructureerde gesprekken met steeds andere mensen met een beperking over een bepaald thema.
Waarom:	Visieontwikkeling en standpuntbepaling door belangenorganisaties over ontwikkelingen en vraagstukken die relevant zijn voor mensen met een beperking.
Wanneer:	Onvoldoende zicht is op wat er leeft onder de doelgroep of wat hun wensen zijn ten aanzien van een bepaald onderwerp van groot belang.
Hoe vaak:	Af en toe.
Voordeel:	Feiten, meningen, beelden en emoties van mensen met een beperking komen boven tafel.
Nadeel:	Kost tijd en vereist kundige begeleiding.
Handig bij:	Het in beeld brengen van de vraag achter de vraag.
Meer info:	De vraag in Beeld.
Auteur:	E.J. Wezenberg.
Uitgever:	Arcon

20. Advies geven via apps

Wat:	Via een app kunnen mensen hun mening geven over belangrijke onderwerpen in het dagelijks leven.
Waarom:	Visieontwikkeling en standpuntbepaling door belangenorganisaties over ontwikkelingen en vraagstukken die relevant zijn voor mensen met een beperking.
Wanneer:	Onvoldoende zicht is op wat er leeft onder de doelgroep of wat hun wensen zijn ten aanzien van een bepaald onderwerp van groot belang.
Hoe vaak:	Indien nodig.
Voordeel:	Laagdrempelig, modern, informatie en vraagstelling kan worden afgestemd op de doelgroep. Feiten, meningen, beelden en emoties komen boven tafel.
Nadeel:	Ontwikkelen app kost tijd en gebruik vereist kundige begeleiding.
Handig bij:	Moeilijke onderwerpen toegankelijk maken.
Voorbeeld:	De app Mijn adviesrecht voor mensen met een licht verstandelijke beperking. Mensen met een licht verstandelijke beperking (LVB) hebben voor een aantal onderwerpen verzwaaard adviesrecht. Dat betekent dat een zorgorganisatie alleen besluiten kan nemen als de cliëntenraad ermee instemt. Maar vaak zijn de onderwerpen moeilijk te begrijpen. Dit zijn voeding, veiligheid, gezondheid en hygiëne, en ontspanning. Daarmee sluit het aan bij het geven van eigen regie aan cliënten. De app is leuk en aantrekkelijk vormgegeven en is gemakkelijk in gebruik.
Meer info:	http://www.vgn.nl/artikel/19590

Dit hoofdstuk is mede gebaseerd op de brochure Contact achterban van de LOC.

5. Meer weten?

Fahrenfort, M., Vink, M. & Haaster, H. van (2000). *Reflectie raadplegingen GGz volgens de methodiek cliëntenpanel*. Amsterdam: APCP en IGPB.

IKG (z.j.). *Draaiboek Regionale Meldacties*. Arnhem: Zorgbelang Gelderland.

Kroese, A. (z.j.). *Handboek Werken aan wensen*. Groningen: Samenwerkende Patiënten/Consumentenorganisaties Groningen (SPC):

http://www.zorgbelang-groningen.nl/werken_aan_wensen

LOC (2006). *Contact achterban*. Utrecht: LOC Zeggenschap in zorg:

<https://www.loc.nl/webwinkel/contact-achterban>.

PGOsupport (2014). *Toolkit e-Health*. Utrecht: PGOsupport:

[http://www.pgosupport.nl/page/Toolkits?mod\[1508\]\[f\]=35&mod\[1508\]\[i\]=156](http://www.pgosupport.nl/page/Toolkits?mod[1508][f]=35&mod[1508][i]=156)

Wezenberg, E.J. (2001). *De vraag in beeld: een handleiding om met de Arcon-Focusmethode de kwalitatieve vraag naar zorg en diensten vanuit gebruikersperspectief in beeld te brengen*.

Hengelo: Arcon Belangenbehartigers.

Interessant voor pg-organisaties

Onderdeel van het gezamenlijke programma PG Werkt Samen van de koepelorganisaties Ieder(in), LPGGz en NPCF is de programmalijn 'Signaal & advies'. Binnen deze programmalijn wordt gewerkt aan een gezamenlijke infrastructuur voor signaal & advies bij de koepels. Er zijn onder meer een draaiboek voor panels en een draaiboek voor meldacties in voorbereiding. Samen met een aantal lidorganisaties en PGOsupport, wordt door de drie koepels de gemeenschappelijke Spidox panelmodule gebruikt.

Bijlage 1

Checklist voor het afbakenen van de achterbanraadpleging

Onderwerp

Bepalen van het onderwerp.

Bijvoorbeeld: *op basis van signalen, de actualiteit.*

- Wat valt er wel onder het onderwerp, wat niet?
 - o *één onderwerp: wat valt er wel onder, wat niet?*
 - o *wat vindt u als belangenorganisatie belangrijk?*
 - o *wat vindt uw achterban belangrijk? (bekend uit signalen)*
 - o *wat is haalbaar in de implementatie.*
- Welke informatie over het onderwerp is al beschikbaar?
- Welke informatie wordt gemist?
- Wat is de centrale vraagstelling?
Onderscheid zo nodig hoofd- en deelvragen.
- Met welke andere organisatie kunt u dit eventueel samen oppakken?

Doel en verwachte resultaten van achterbanraadpleging

Wat is het doel van de achterbanraadpleging?

Formuleer de doelstelling in zogenaamde SMART-termen: specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch, tijdgebonden.

- Wat zijn de verwachte opbrengsten?
- (Hoe) kunnen de opbrengsten benut worden?
- (Hoe) kunnen de uitkomsten vertaald worden?
- (Hoe) kunnen de resultaten geïmplementeerd worden?

Vaststellen van het aantal mensen, waarvan u een reactie wilt hebben

Het aantal mensen waarvan u een reactie wilt hebben zal afhangen van het doel van de achterbanraadpleging.

Stel u wilt telefonisch enquêteren, hoeveel mensen wilt u gesproken hebben om tot een voldoende aantal te komen?

Selectie van de doelgroep voor de achterbanraadpleging

- Sleutelfiguren: wie willen/kunnen iets over het onderwerp zeggen?

- Welke criteria zijn van belang voor een zo goed mogelijke samenstelling?
 - o *ziektebeelden/handicaps*
 - o *leeftijd*
 - o *geslacht*
 - o *opleidingsniveau*
 - o *lid van een gehandicaptenorganisatie of burger*
 - o *autochtoon/allochtoon*
 - o *gebruikers van een of meer voorzieningen*
 - o ...

- Georganiseerde achterban
 - o *chronisch zieken*
 - o *mensen met een beperking*

- Ongeorganiseerde mensen
 - o *chronisch zieken*
 - o *mensen met een beperking*

Bijlage 2

Voorbeeld evaluatieformulier bijeenkomst achterbanraadpleging

Evaluatieformulier

U hebt op ... [datum] deelgenomen aan de bijeenkomst ... [naam], gehouden in ... [plaats]. Graag horen wij uw mening over deze bijeenkomst zodat wij eventuele verbeteringen kunnen doorvoeren.

1. Voldeed de bijeenkomst aan uw verwachtingen?

- geheel
- redelijk
- nauwelijks
- in het geheel niet

Ruimte voor toelichting: ...

2. In hoeverre herkende u zelf de situaties die door andere mensen naar voren zijn gebracht?

- geheel
- redelijk
- nauwelijks
- in het geheel niet

Ruimte voor toelichting: ...

3. Was de inhoud bruikbaar voor uw eigen werksituatie?

- zeer goed bruikbaar
- goed bruikbaar
- redelijk bruikbaar
- niet of nauwelijks bruikbaar

Ruimte voor toelichting: ...

4. Hebt u verrassende of nieuwe informatie en/of tips gehoord?

- ja, namelijk:
- nee

5. Hebt u nieuwe mensen leren kennen met wie u eventueel samen kunt werken?

- ja, namelijk:
- nee

6. Welk rapportcijfer geeft u aan deze bijeenkomst?

Ik geef deze bijeenkomst het cijfer: ...

7. Zou u een bijeenkomst als deze aanbevelen aan anderen?

- Ja, omdat: ...
- Nee, omdat: ...

Ruimte voor toelichting:

8. Zijn er nog opmerkingen die u vergat of liever niet tijdens de bijeenkomst wilde zeggen?

- Ja
- Nee

Ruimte voor toelichting:

9. Wilt u ons verder helpen?

Hebt u opmerkingen of suggesties voor verbetering?

- Ja
- Nee

Ruimte voor toelichting:

10. Mogen wij naar aanleiding van uw evaluatie contact met u opnemen?

- Nee
- Ja, mijn naam is: ...
Mijn telefoonnummer is: ...

Hartelijk dank voor het invullen van dit formulier.

[toevoegen contactgegevens van organisatie, zodat mensen de vragenlijst eventueel op kunnen sturen of mailen]

Samenstellers

Aartjan ter Haar en Sandra Overbeek

Vormgeving

Ieder(in), Catrien Brienen

Ieder(in)

Bezoekadres
Churchillaan 11
3500 AD Utrecht

Postadres
Postbus 169
3500 AD Utrecht

T 030-720 00 00
E post@iederin.nl
I www.iederin.nl

Social media: [Twitter](#) [Facebook](#)