

ZICHTBAARHEID EN PREVENTIE

Een onderzoek naar de zichtbaarheid van Alphen Vitaal, Kwadraad en Participe en de vindbaarheid van hun aanbod gericht op vroegtijdige ondersteuning, hulp en dienstverlening – 2^e meting, 2024



J.A. de Muijnck
E. van den Reek

Het onderzoek is gefinancierd door en uitgevoerd in opdracht van Gemeente Alphen aan den Rijn.



Het onderzoek is uitgevoerd tussen april 2024 en juni 2024 door bureau51 beleidsonderzoek.

Auteurs: J.A. de Muijnck, E. van den Reek



bureau51 – beleidsonderzoek in het sociaal domein



info@bureau51.nl



www.bureau51.nl

© 2024 bureau51

Illustratie kافت:  @anoukkristel

Blinden en slechtzienden

Voor blinden en slechtzienden is dit pdf-rapport ook op te vragen in Office Word bestandsformaat. Stuur een e-mail naar info@bureau51.nl

Bronvermelding

Verspreiden van kennis? Doen! En vermeld bij het gebruik van cijfers of tekst als toelichting of ondersteuning bij (online) artikelen, boeken, columns, beleidsstukken, vlogs, blogs en scripties *bureau51 beleidsonderzoek* als bron.

INHOUD

Samenvatting	
1 Inleiding	1
1.1 Opgave Preventie	1
1.2 Vraag van Gemeente Alphen aan den Rijn	1
1.3 Onderzoeksdoelen	2
1.4 Leeswijzer	2
2 Terugblik eerste meting	3
2.1 Alphen Noord	3
2.2 Mond- tot mondreclame; Toeleiding naar elkaars aanbod	3
2.3 Ervaren zichtbaarheid en vindbaarheid	3
2.4 Eerste opbrengsten positief	4
2.5 Aanbevelingen voor doorontwikkeling	5
3 Onderzoeksaanpak	7
3.1 Werkwijze tweede meting	7
3.2 Respondenten	10
4 Wie, waar, hoe	17
4.1 Wie wordt er bereikt?	17
4.2 Waar en hoe is geïnvesteerd?	22
5 Ervaren zichtbaarheid en vindbaarheid	29
5.1 Associatie en bekendheid	29
5.2 Zichtbaarheid en herkenbaarheid	32
5.3 Bereikbaarheid en toeleiding	34
5.4 Toegenomen inzet op preventie?	36
6 Opbrengsten	39
6.1 Deelname-reden	39
5.2 Persoonlijke winst	40
7 Slothoofdstuk	45
7.1 Preventie en zichtbaarheid anno 2024	45
7.2 Doorontwikkelingen voor een succesvolle preventieopdracht	47
7.3 Advies	48

Woord van dank

Dank namens de onderzoekers van bureau51 aan alle Alphenaren die tijd nam voor het invullen van een enquête of deelnamen aan een interview of focusgroep. Dank aan Alphen Vitaal, Kwadraad en Participe voor de organisatie rondom de enquêtes en groeps gesprekken.

SAMENVATTING

In dit onderzoek staat de vraag centraal hoe Alphenaren anno 2024 de zichtbaarheid en de vindbaarheid van preventiepartijen en hun aanbod ervaren en wat de preventieve meerwaarde van hun aanbod is. De eerste meting vond plaats in 2023. Hoofdstuk 7 omvat onderstaande *samenvattende* conclusie.

Bij de eerste meting kwamen een drietal punten naar voren die bijdragen aan zichtbaar en vindbaar zijn, zoals:

- een brede inzet van communicatiemiddelen; gericht op alle inwoners en verspreid over de hele gemeente.
- aanwezig zijn op plekken waar inwoners zijn, naar de inwoner toegaan: menskracht op straat, in de wijk, in het buurthuis en op het schoolplein.
- de kracht van herhaling.

De drie organisaties hebben die drie punten verwezenlijkt en met elkaar ingezet op alle mogelijke informatiekkanalen, met zichtbare aanwezigheid op locatie, en herhaalde publiciteit het hele jaar door zowel van de preventie-boodschap als van het aanbod. Dit jaar is bovendien het Informatiepunt Zorg & Welzijn in de Aarhof ingericht, wat vragen, veelal rondom preventieve ondersteuning, van Alphenaren beantwoordt.¹

Voor Kwadraad zijn doorverwijzingen via het onderwijs en de zorg de belangrijkste publiciteitskanalen; nieuw is de positieve via-via (andere ouders) reclame. Participe bereikt Alphenaren via alle kanalen; mond tot mondreclame is daarbij de voornaamste, gevolgd door menskracht op straat. Papieren reclame en zichtbaarheid van sportcoaches is voor Alphen Vitaal de belangrijkste publiciteit. Een aandachtspunt: Zichtbaarheid is veelal gericht op het aanbod van de eigen organisatie.

De zichtbaarheid is toegenomen bij Alphen Vitaal, evenals de naamsbekendheid (er is geen verwarring meer). Bij Participe was de zichtbaarheid al hoog en dat is stabiel gebleven. Bij Kwadraad zien we een lichte afname in ervaren zichtbaarheid – Kwadraad-ouders zijn daarover dubbel: enerzijds willen ze geen zichtbaarheid op locatie omdat dan te duidelijk is dat zij een opvoedvraag hebben, anderzijds realiseren zij zich dat zij zelf een zoektocht achter de rug hebben en dat andere ouders juist baat hebben bij de zichtbaarheid van Kwadraad. Bij Kwadraad signaleren we een toename aan publiciteit ‘via-via’, wat wil zeggen dat ouders elkaar informeren over het ondersteunende aanbod van de organisatie.

De inhoudelijke associatie met de organisaties is correct en versterkt. De associaties die Alphenaren hebben bij Alphen Vitaal en Participe komen overeen met waar deze organisaties voor staan. Kwadraad wordt inmiddels ook correct verbonden aan opvoedvraagstukken.

¹ Zie pagina 25 met de eerste resultaten voor het Informatiepunt.

Bereikt worden Alphenaren van alle leeftijden en woonachtig in alle wijken en kernen binnen de gemeente Alphen aan den Rijn. Er is een oververtegenwoordiging van Alphen Noord (Ridderveld, Zegersloot) en Kerk en Zanen. Maar bij Kwadraad en Alphen Vitaal is Alphen Noord minder sterk oververtegenwoordigd dan bij de eerste meting. Dat sluit aan bij het gemeente breed werken (in plaats van een gebiedsfocus) van deze organisaties. In Alphen aan den Rijn wordt vanuit onder meer welzijnswerk en veiligheid gebiedsgericht gewerkt. Boskoop Snijdelwijk, de Edelstenenbuurt in Alphen Noord, en het Rode Dorp in het centrum zijn wijken waar opeenhoping van problematiek is en waar een integrale aanpak wordt gehanteerd. Participe werkt gebiedsgericht en in bovengenoemde aandachtswijken zit een concentratie van specifieke inzet, in uren en in fte's voor deze organisatie. Kwadraad sluit (met in elke wijk een wijkpedagoog) aan bij een wijkaanpak, maar werkt gemeente breed en heeft trainingsaanbod ter voorkoming van opvoed- en opgroei problemen in alle wijken en kernen. Alphen Vitaal zet activiteiten eveneens gemeente breed in, maar in de Edelstenenbuurt en in Boskoop Snijdelwijk is, samen met Participe, extra inzet.

We signaleren een ondersteuningsbehoefte rondom vergrijzing en het thema mantelzorg.

Het betreft uiteenlopende mantelzorgvraagstukken (dagbesteding, financiële en juridische vragen), ouder worden (zelf, partner, een ouder), vragen over ondersteuning bij financiële en juridische hulp bij een dementerende partner of ouder, en over de wens zolang mogelijk zelfstandig thuis te kunnen blijven wonen en daarop vroegtijdig te anticiperen (met een vervoersdienst, valpreventie bijvoorbeeld). Bij Participe en bij Alphen Vitaal zien we het mantelzorgvraagstuk terugkomen en ook bij het Informatiepunt Zorg & Welzijn in de Aarhof worden er uiteenlopende vragen over gesteld.

De voornaamste deelnamemotieven en persoonlijke opbrengst komen grotendeels overeen met die van de eerste meting. Maar meer dan bij de eerste meting komen er ook zorg-gerelateerde vraagstukken op Alphen Vitaal af. Gezellig sporten en bewegen is de voornaamste deelname-reden voor Alphen Vitaal, maar anders dan bij de eerste meting is zorgen dat het goed blijft gaan, ondersteuning bij het opvoeden, en voorkomen van isolement, ook een deelnamemotief. De sportactiviteit ontlast ouders en verbindt ouderen. Belangrijke resultaten zijn lichamelijke beweging, vitaliteit, een gezonde leefstijl in combinatie met gezelligheid en nieuwe mensen ontmoeten. De activiteit draagt, met ontmoeting en gezelligheid, ook bij aan het voorkomen van isolement, met name voor ouderen; en aan het ontzorgen van ouders. Bij Kwadraad is het voornaamste deelnamemotief het oplossen van een opvoedvraag. Persoonlijke ontwikkeling gerelateerd aan het ouderschap en de opvoeding is een belangrijke andere deelnamereden. De persoonlijke opbrengst is breder dan het tackelen van een opvoedvraag: er is minder stress binnen het gezin en ouders ervaren een verhoogde weerbaarheid. Ouders met een meer complexe vraag wachten op specialistische hulpverlening. Kwadraad heeft hen waardevolle overbruggingszorg kunnen bieden.

Bij Participe is ontmoeting de belangrijkste deelnamereden, maar de preventieve meerwaarde is veel breder dan dat. Met ontmoeting, met elkaar leren kennen, met terugkerende activiteiten, en met bekende gezichten, wordt vertrouwen opgebouwd. Ontmoeting zorgt voor het voorkomen van isolement (vooral bij oudere Alphenaren) en draagt bij aan grip op het leven krijgen (vooral bij jongeren en ouders) bij uiteenlopende thema's als opvoeden en financiën. Vertrouwen zorgt voor vroegtijdig durven delen van andere zorgen.

De drie organisaties hebben geïnvesteerd in zichtbaarheid en vindbaarheid. Voor een succesvolle preventieopdracht zijn - naast die zichtbaarheid en vindbaarheid van de organisaties en hun aanbod - ook de volgende elementen belangrijk in het preventie domein (we gaven ze bij de eerste meting als aanbevelingen voor doorontwikkeling van de preventie-opgave) :

- **de inzet op brede competenties bij uitvoerende medewerkers**
- **het werken als één preventieteam**
- **de rol van de gemeente**

De partijen hebben met elkaar onderdelen van deze aanbevelingen afgelopen jaar opgepakt.

De eerste aanbeveling ging over de brede bril, ofwel het vroegtijdig herkennen van andere behoeften of problemen. Daarbij is het van belang dat functies als jongerenwerkers, wijkpedagogen, sportcoaches, enz. ook andere problematiek leren signaleren, dat zij een vraag kunnen herkennen die buiten hun corebusiness ligt. Juist daarin zit ook preventieve meerwaarde van het aanbod. Om te kunnen signaleren buiten het eigen beroepsterrein en te kunnen doorverwijzen zijn én extra competenties nodig én kennis van de sociale kaart van de buurt. Met 'Pijlers in je broekzak' is een handige overzichtskaart voor bij de hand ontwikkeld die ook bijdraagt aan de boodschap aan medewerkers dat breed signaleren belangrijk is binnen het preventie domein.

De tweede aanbeveling ging over werken als één team. In het preventie-domein is gezamenlijkheid essentieel, zodat bij het breed signaleren van andere behoeften en vragen kan worden doorverwezen naar elkaar. De organisaties adresseren meer (in plaats van afzonderlijke aanpak). Er is sterker ingezet op elkaar kennen en vinden -op elk niveau in de organisatie (zie de uitwerking van de eerste aanbeveling: de versterkte inzet op brede competenties). Er wordt ook gediscussieerd over hoe preventie zich verhoudt tot zorg (dan is het stadium van preventie al voorbij) en daartoe is een preventie-trechter ontwikkeld die bijdraagt aan de gezamenlijke visie op preventie.²

De derde aanbeveling betrof de rol van de gemeente. Zowel Alphenaren als de drie organisaties merken op dat die rol minimaal is ingevuld wanneer het gaat om zichtbaarheid van preventie en van de preventie-opgave, en van het communiceren over het belang er vroegtijdig bij te zijn. Er is

² Zie voor het trechterverhaal het kader op pagina 15.

een reorganisatie gaande en er zijn bezuinigingen op komst bij de gemeente. Het is voor organisaties, samenwerkingspartners en inwoners die gebruik maken van het aanbod onduidelijk welke koers er gevaren gaat worden, en dat geeft reuring.

- Er is behoefte aan actieve communicatie met betrekking tot de brede preventieboodschap vanuit de gemeente - richting de inwoner. Het belang van preventie verdient aandacht (vergelijkbaar met de communicatie-nadruk die (jeugd)zorg-thema's krijgen). De gemeente heeft een groot inwoners-bereik: gerichte inwonersgroepen kunnen benaderd worden. De communicatiemedewerkers van de drie organisaties kunnen daar een actieve rol in hebben tezamen met de communicatie-afdeling van de gemeente.

En – een herhaalde raad vanuit de eerste meting:

- Het zichtbaar maken van het belang van vroegsignalering zijn gemeente-brede taken, die een gemeente niet zondermeer bij een preventie-team zou moeten neerleggen (zonder ook zelf een rol te hebben). Preventie is geen op zichzelf staand thema: het raakt aan alle sociaal domein issues. Wethouders en beleidsmedewerkers van andere programma's kunnen op hun beleidsterrein 'eigenaar' zijn van het thema preventie en dit uitdragen.

Om de preventie-opdracht succesvol voort te zetten, adviseren wij:

- **de twee aanbevelingen, namelijk de inzet op brede competenties bij uitvoerende medewerkers & het werken als één preventieteam, door te ontwikkelen en in praktijk te brengen,**
- **de rol van de gemeente uit te bouwen,**
- **zorg te dragen voor continuïteit,**
- **en cyclisch te evalueren.**

Het succes van preventie en een lange adem gaan hand in hand. Daar gaat vertrouwen met de preventie-partijen mee gepaard. Continuïteit is een belangrijk kernwoord bij een succesvolle preventie-opdracht. Zichtbaarheid, samenwerking, verbinding maken met andere partijen, voortgang, vertrouwen in elkaar, partnerschap, vooruit kijken. Daar is de eerste drie jaar aan gewerkt door de preventiepartijen. Het is nu belangrijk om zorg te dragen voor continuïteit. Met continuïteit van financiële middelen kunnen de organisaties de geïnvesteerde samenwerking voortzetten, de gezamenlijke preventie-agenda en de visie op preventie en het preventie aanbod doorontwikkelen, en met onderaannemers realistische afspraken maken. Alphenaren, gemeente breed en van alle leeftijden, hebben baat bij preventieve interventies als sport en bewegen, breed welzijnswerk en vroegtijdige ondersteuning bij opvoedvragen. **Preventie voorkomt grotere problemen voor inwoners. Dat onderstreept het advies om zorg te dragen voor continuïteit en de preventie-opdracht te continueren.**

We lichten er als voorbeeld de samenwerking met het onderwijs uit. De organisaties hebben alle drie geïnvesteerd in een samenwerkingsrelatie met het onderwijs. Het onderwijs is als samenwerkingspartner een belangrijk vindplek. Het onderwijs draagt bij aan de zichtbaarheid van de drie organisaties. Het onderwijs vertegenwoordigt ten dele één van de twee prioritaire groepen (16-27 jarigen) van de gemeente. De groep 16-27 jarigen is een doelgroep met de meeste

overlast. Om dat te voorkomen is het van belang *eerder* met hen in contact te zijn, wanneer zij nog op school zitten zodat op jonge leeftijd al met de inzet van preventieve activiteiten een zorgpad of veiligheidspad voorkomen wordt.

Effecten van de inzet van preventieve interventies worden pas op termijn zichtbaar. Het is goed om kritisch te blijven op de besteding van gemeentelijke subsidies. Om de preventieve meerwaarde van het aanbod van Alphen Vitaal, Kwadraad en Participe vast te stellen *vanuit het perspectief van inwoners* raden we aan - om de paar jaar - cyclisch te evalueren, en zo te bezien of datgene wat is voorgenomen ook daadwerkelijk gerealiseerd wordt. Dat kan ook gebiedsgericht, binnen een wijkaanpak, of met een focus op een preventie-thema zijn.

Meer weten over de zichtbaarheid van Alphen Vitaal, Kwadraad en Participe en de vindbaarheid van hun aanbod gericht op vroegtijdige ondersteuning, hulp en dienstverlening? Lees dan verder!

1 INLEIDING

De gemeente Alphen aan den Rijn constateerde in 2021 actuele ontwikkelingen die vragen om preventieve interventie. Het gaat om thema's als eenzaamheid, een ongezonde leefstijl, armoede, schulden, schooluitval en opvoedvraagstukken waar de gemeente vroegtijdig bij wil zijn. Alphen Vitaal, Kwadraad en Participe zijn daarom - in opdracht van de gemeente - in juli 2021 gestart met de Opgave Preventie.

1.1 OPGAVE PREVENTIE

De gemeente Alphen aan den Rijn zette in juli 2021 met de Opgave Preventie in op zelfstandige Alphenaren die er voor elkaar zijn, die maatschappelijk betrokken zijn, een gezonde leefstijl en grip op hun leven hebben. De versterkte inzet op preventie dient *op termijn* te voorkomen dat (specialistische) zorg noodzakelijk wordt.³

In opdracht van de gemeente zijn Alphen Vitaal, Kwadraad en Participe samen gestart met de Opgave Preventie. Zij investeerden in zichtbaarheid van hun brede (gezamenlijke) aanbod gericht op vroegtijdige ondersteuning, hulp en dienstverlening. **Zichtbaarheid van deze organisaties, vindbaarheid van hun aanbod en toeleiding naar (elkaars) aanbod is belangrijk om juist die inwoners te bereiken die nog (net) niet in een kwetsbare positie zitten, maar die - als gevolg van die positie - mogelijk gebruik zullen gaan maken van Wmo-voorzieningen, Jeugdhulp of andere specialistische voorzieningen.**

In 2023 is een eerste onderzoek⁴ uitgevoerd met als doel inzicht te krijgen in de zichtbaarheid van de drie organisaties, de vindbaarheid van hun aanbod, en in de eerste opbrengst van de inzet van preventie-interventies -vanuit het perspectief van Alphenaren. De resultaten daarvan staan samengevat beschreven in hoofdstuk 2.

1.2 VRAAG VAN GEMEENTE ALPHEN AAN DEN RIJN

Op termijn is mogelijk een trend waarneembaar in de zichtbaarheid van de organisaties en de vindbaarheid van hun aanbod, en kan de inzet van een sterke sociale basis, vroegsignalering, en vroegtijdige ondersteuning bijdragen aan een afname van het gebruik van specialistische voorzieningen. Hiervoor is monitoring van belang. Gemeente Alphen aan den Rijn heeft bureau51 verzocht een tweede meting uit te voeren. De vraag van gemeente Alphen aan den Rijn luidt, nagenoeg gelijk aan de eerste meting, als volgt:

De gemeente Alphen aan den Rijn wenst inzicht in hoe inwoners anno 2024 de zichtbaarheid van preventiepartijen en de vindbaarheid van hun aanbod ervaren, wil

³ Gemeente Alphen aan den Rijn (2020). Beleidskader Sociaal Domein 2021 'Omdat het gewoon kan'; Gemeente Alphen aan den Rijn (2021). Subsidie-uitvraag Preventie.

⁴ bureau51 (2023). Zichtbaarheid en preventie. Een onderzoek naar de zichtbaarheid van Alphen Vitaal, Kwadraad, Participe en de vindbaarheid van hun aanbod gericht op preventie – door de ogen van inwoners.

informatie over wie bereikt wordt, hoe en waar, en wat - volgens Alphenaren die gebruik maken van het aanbod - de opbrengsten van de inzet van preventieve interventies zijn.

1.3 ONDERZOEKSDOELEN

Het onderzoek heeft de volgende doelen:

- Inzicht bieden in Wie bereikt wordt.
- Inzicht bieden in Waar en Hoe is geïnvesteerd in zichtbaarheid door de preventiepartijen.
- Inzicht bieden in ervaringen van inwoners t.a.v. de zichtbaarheid van partijen en de vindbaarheid van hun aanbod.
- Inzicht bieden in het (persoonlijke) resultaat van de inzet van preventieve interventies - vanuit het perspectief van inwoners.⁵

Bij het eerste onderzoek zijn enkele aanbevelingen gedaan. Naast een herhaling van het onderzoek van vorig jaar kijken we in deze tweede meting naar de ontwikkelingen rondom die aanbevelingen.

1.4 LEESWIJZER

In hoofdstuk 2 blikken we terug op de belangrijkste bevindingen van de eerste meting. Hoofdstuk 3 beschrijft de onderzoeksaanpak van de tweede meting. In hoofdstuk 4 geven we weer wie bereikt wordt door de drie partijen, en waar en hoe is geïnvesteerd in zichtbaarheid door de preventiepartijen. We bekijken of inwoners die zichtbaarheid ook waarnemen. Hoofdstuk 5 gaat in op de ervaring van inwoners ten aanzien van de zichtbaarheid en herkenbaarheid van preventiepartijen en van de bereikbaarheid en toeleiding naar hun voorzieningen. In hoofdstuk 6 bekijken we wat - *vanuit het perspectief van inwoners* - de resultaten van de versterkte inzet op preventie zijn. Wat wordt ermee voorkomen, waar draagt het aan bij. In hoofdstuk 7 sluiten we af met een samenvattende conclusie en geven aanbevelingen voor doorontwikkeling.

Cursief gedrukt en tussen aanhalingstekens staan in het gehele rapport geanonimiseerde citaten van geïnterviewden, met tussen haakjes (vanwege de herkenbaarheid soms niet) de leeftijd van de respondent.

⁵ Het onderzoek is geen effectmeting. Wel kunnen we de persoonlijke opbrengst voor inwoners als resultaten beschouwen.

2 TERUGBLIK EERSTE METING

Bij de eerste meting⁶ concludeerden we dat Alphen Vitaal, Kwadraad en Participe met hun aanpak van zichtbaarheid de goede weg hebben ingeslagen. De eerste positieve, preventieve opbrengsten van sport en bewegen, van breed welzijnswerk en van vroegtijdige ondersteuning bij opvoedvragen, waren merkbaar.

2.1 ALPHEN NOORD

Alphen Vitaal, Kwadraad en Participe zijn er voor alle Alpenaren in alle wijken en kernen⁷. Zichtbaarheid van de organisaties is gecreëerd in alle wijken en kernen; en in alle wijken en kernen zijn Alpenaren ook daadwerkelijk bereikt voor vroegtijdige ondersteuning. Bij de eerste meting zagen we dat ongeveer de helft van de participanten in Alphen Noord en Kerk & Zanen (en op een derde plek: Boskoop) woont. Preventie is het meest effectief wanneer deze gericht is op risicofactoren bij kwetsbare groepen die nog geen zorg krijgen. Preventie is immers geen zorg. Kijken we naar de demografie van Alphen aan den Rijn, dan clusteren kwetsbare groepen zich in Alphen Noord en Boskoop Snijdelwijk. Kenmerken van veel inwoners van deze wijken zijn een combinatie van een lage sociaaleconomische positie, het hebben van een migratieachtergrond, en bijvoorbeeld vergrijzing.

2.2 MOND- TOT MONDRECLAME; TOELEIDING NAAR ELKAARS AANBOD

De drie organisaties hebben verschillende strategieën ingezet om de zichtbaarheid van hun organisatie en hun aanbod te vergroten en om inwoners vroegtijdig te bereiken. Mond- tot mondreclame bleek voor Alphen Vitaal en voor Participe het belangrijkste publiciteitskanaal. Het ging in vrijwel alle gevallen om bekenden die Participe of Alphen Vitaal hebben aangeraden: een buur, een familielid, een kennis. Menskracht (op straat, in de wijk, in het buurthuis) was een belangrijk tweede kanaal waardoor mensen Participe kenden; bij Alphen Vitaal waren het ook de grote hoeveelheid (online) folders die voor bekendheid zorgden. Voor Kwadraad was het belangrijkste publiciteitskanaal het onderwijs en een doorverwijzing van (jeugd)zorgprofessionals. Overigens bleek vrijwel niemand van de Alpenaren bekend met de organisatie *via (of toeleiding vanuit een)* een andere preventiepartij. Publiciteit was bij de eerste meting nog hoofdzakelijk gericht op bekendmaking van en toeleiding naar het aanbod van de eigen organisatie.

2.3 ERVAREN ZICHTBAARHEID EN VINDBAARHEID

Een nipt aan meerderheid van de Alpenaren vond bij de eerste meting dat de organisaties voldoende tot goed zichtbaarheid zijn in de gemeente. 'Ouwe reus' Participe is het meest bekend,

⁶ bureau51 (2023). Zichtbaarheid en preventie. Een onderzoek naar de zichtbaarheid van Alphen Vitaal, Kwadraad, Participe en de vindbaarheid van hun aanbod gericht op preventie – door de ogen van inwoners.

⁷ Naast de grote kern Alphen aan den Rijn bestaat de gemeente uit de zeven dorpen Aarlanderveen, Benthuizen, Boskoop, Hazerswoude-Dorp, Hazerswoude-Rijndijk, Koudekerk aan den Rijn en Zwammerdam.

gevolgd door (pas recent gestart) Alphen Vitaal. Kwadraad was minder bekend (bij ouders en jeugdige participanten van Alphen Vitaal en Participe) en Kwadraad-participanten zelf bleken minder bekend met Participe en Alphen Vitaal.

De associaties die Alphenaren hadden met Alphen Vitaal en met Participe komen overeen met waar deze organisaties voor staan, zei het dat ze beiden soms ietwat te veel met senioren werden geassocieerd – terwijl preventiethema's ook, maar niet alleen, over deze leeftijdsgroep gaan. Kwadraad werd bij de eerste meting nog minder vaak juist geassocieerd met opvoedvraagstukken; ook met relatieproblemen en psychische problematiek.

Factoren die bijdragen aan de zichtbaarheid van de preventiepartijen en de vindbaarheid van hun aanbod zijn een brede inzet aan (online) communicatiemiddelen; gericht op alle inwoners en verspreid over de hele gemeente. Herhaling is daarbij belangrijk, zowel van het aanbod als van de boodschap. Van belang is tevens, specifiek voor Alphen Vitaal en Participe, de zichtbare aanwezigheid van een vlag, een T-shirt, een motto, een banner, en van uitvoerende medewerkers op plekken waar inwoners zijn: in de wijk, in het buurthuis en op het schoolplein. Een bekend gezicht draagt op termijn bij aan vertrouwen, wat weer bijdraagt aan het vroegtijdig (durven) delen van andere vragen en behoeften. Ouders die met een opvoedvraag bij Kwadraad komen, wilden juist niet dat op locatie de zichtbaarheid (maar juist anonimiteit) op de voorgrond staat.

De drie preventiepartijen werden als goed bereikbaar ervaren. Uitvoerende medewerkers zijn gemakkelijk aanspreekbaar, laagdrempelig, informeel en goed te bereiken (per Whatsapp, op locatie, per telefoon). Geënquêteerde Alphenaren gaven mee dat preventieve meerwaarde ook zit in vroegsignaleren van een *andere* behoefte of vraag dan waar de inwoner initieel voor komt, maar dat niet alle medewerkers van de drie organisaties 'bekwaam in breed signaleren' zijn, ofwel in het *vroegtijdig* naar boven halen van een andere behoefte of vraag buiten het eigen beroepsterrein.

2.4 EERSTE OPBRENGSTEN POSITIEF

Bij Alphen Vitaal bleek bij de eerste meting sporten en bewegen (samen met gezelligheid) het voornaamste deelname-motief, en belangrijke persoonlijke winst voor deelnemers waren fitheid, ontmoeting, sociale cohesie en het vergroten van het persoonlijk netwerk van deelnemers.

Bij Participe was ontmoeting een belangrijk motief om deel te nemen aan een activiteit, maar de persoonlijke opbrengst bleek veel breder dan dat; onder meer ook het tegengaan van isolement bij oudere Alphenaren en grip op het leven krijgen bij jongeren en ouders.

Bij Kwadraad was het deelnamemotief het vroegtijdig tackelen van een opvoedvraag, en hiervan bleek de meerwaarde voor ouders en jeugdigen groot. Ouders konden hun opvoedvraag snel stellen en ruim de helft was van mening dat de ondersteuning van Kwadraad voor hen zwaardere hulp had voorkomen.

2.5 AANBEVELINGEN VOOR DOORONTWIKKELING

Om gezamenlijke zichtbaarheid en preventie te verstevigen gaven we, naast een fors aantal praktische aanbevelingen⁸, in willekeurige volgorde de volgende vier aanbevelingen voor doorontwikkeling:

- Bouw de rol van de gemeente uit
- Werk als één team
- Zet in op brede competenties
- Overweeg strategisch partnerschap

Alhoewel de aanbevelingen nog geen driekwart jaar oud zijn bij de start van de tweede meting, zijn twee ervan al opgepakt door de drie preventiepartijen. We beschrijven de ontwikkeling daarvan op pagina 15 (werk als één team) en op pagina 36 (zet in op brede competenties).

⁸ De praktische tips van respondenten voor het verhogen van zichtbaarheid zijn opgenomen in Bijlage A.

3 ONDERZOEKSAANPAK

Hoe zichtbaar zijn de preventiepartijen en hoe staat het met de vindbaarheid van hun aanbod gericht op vroegtijdige ondersteuning, hulp en dienstverlening. Wie wordt bereikt, op welke manier en waar, en wat zijn persoonlijke opbrengsten van de inzet van preventieve interventies? In dit hoofdstuk geven we de onderzoeks aanpak weer. We gaan in op de werkwijze en beschrijven respondent-achtergrondkenmerken.

3.1 WERKWIJZE TWEEDE METING

Om de onderzoeksvraag te beantwoorden zijn vier verschillende activiteiten uitgevoerd. Net zoals bij de eerste meting⁹ zijn Alphenaren die gebruik maken van het aanbod bevroegd. Bij de tweede meting is onderdeel 'D. interview met preventiepartijen' uitgebreid.

- A. bureaustudie
- B. enquête
- C. focusgroepen met Alphenaren
- D. interview met preventiepartijen

A. BUREAUSTUDIE

Relevante beleidstukken voor de Opgave Preventie en subsidie-documenten van de gemeente¹⁰ zijn de onderlegger voor het onderzoek; deze documenten zijn het afgelopen jaar niet geüpdate. De jongste jaarverslagen van de drie preventiepartijen zijn bestudeerd. Verder is met een zoekslag op internet gekeken welke informatie (vanuit de preventiepartijen en vanuit de gemeente) gericht aan inwoners, in relatie tot preventie, afgelopen jaar in de lokale media is verschenen. Met collega-onderzoeksbureaus is wederom gesproken om te horen wat er loopt aan preventie-onderzoek en wat specifieke aandacht behoeft voor voorliggend onderzoek. In februari jl. is in winkelcentrum de Aarhof een winkelpand ingericht als Informatiepunt Zorg & Welzijn. Het informatiepunt is een samenwerking van de drie preventiepartijen, de gemeente en enkele andere partijen. Bezoekersaantallen van april en mei 2024, bijgehouden door medewerkers van het Informatiepunt, zijn geanalyseerd.

B. ENQUÊTE

ONDERZOEKSPOPULATIE

In theorie behoren alle 115.005 Alphenaren¹¹ tot de preventie-doelgroep. Iedereen kan immers deelnemen aan een activiteit die het voorkomen van eenzaamheid, opvoedproblemen,

⁹ bureau51 (2023). Zichtbaarheid en preventie. Een onderzoek naar de zichtbaarheid van Alphen Vitaal, Kwadraad, Participe en de vindbaarheid van hun aanbod gericht op preventie – door de ogen van inwoners.

¹⁰ Gemeente Alphen aan den Rijn (2020). Beleidskader Sociaal Domein 2021 'Omdat het gewoon kan'; Gemeente Alphen aan den Rijn (2021). Subsidie-uitvraag Preventie.

¹¹ CBS, op peildatum 1 februari 2024.

schooluitval, betalingsachterstanden, een ongezonde leefstijl, enz. enz. tot doel heeft. Met de gemeente Alphen aan den Rijn is afgesproken dat de onderzoekspopulatie¹² bestaat uit Alphenaren die gebruik maken van het aanbod van Alphen Vitaal, Kwadraad en/of Participe. Om de onderzoekspopulatie te verbreden is wel aan alle respondenten die via Kwadraad benaderd zijn, gevraagd naar hun bekendheid met en deelname aan activiteiten van Participe en Alphen Vitaal (op dezelfde wijze is dat bevestigd bij respondenten van Participe en van Alphen Vitaal). Zo is de onderzoekspopulatie, net zoals bij de eerste meting, enigszins verbreed naar potentiële klanten, maar niet naar alle Alphenaren. Met 'gebruik maken van het aanbod' bedoelen we dat participanten bijvoorbeeld binnen lopen bij een wijkhuis met een vraag, deelnemen aan een fit-test, een weerbaarheidstraining of een cursus rondom opvoeden volgen, gebruik maken van een vervoersdienst, een wijkhuis bezoeken voor een kop koffie, een game, of gezamenlijk eten, een wekelijkse sportactiviteit bezoeken, komen voetballen op het schoolplein, als senior een welzijnsbezoek ontvangen van een vrijwilliger, en meer.

Het is van belang te realiseren dat deze Alphenaren gebruik maken van zeer uiteenlopend aanbod, dat zij van alle leeftijden zijn, afkomstig kunnen zijn uit alle wijken en kernen¹³ van de gemeente Alphen aan de Rijn, en deelnemen aan een activiteit of gebruik maken van een dienst om allerlei redenen, éénmalig of regelmatig. Het brede aanbod is bovendien gericht op uiteenlopende preventiedoelen, zoals het behouden van grip op je leven, het voorkomen van isolement en eenzaamheid, in regie blijven bij schulden en armoede, vroegtijdig opvoed- en opgroevragen tackelen, of het voorkomen van een ongezonde leefstijl.

ENQUÊTE

Door elk van de drie preventiepartijen is de enquête verspreid onder 'klanten' van 16 jaar en ouder van de betreffende organisatie, via een unieke digitale link of via een QR code. De enquête bevat enkele achtergrondvragen (leeftijd, postcode en gezinssamenstelling) en (grotendeels) meerkeuze vragen. Deze vragen gaan over twee thema's: zichtbaarheid (associatie, herkenbaarheid) en vindbaarheid (bereikbaarheid, toeleiding). Tevens zijn enkele vragen gesteld over het persoonlijk effect: wat heeft deelname de inwoner gebracht, wat heeft het opgeleverd? Een deel van de enquête omvat stellingen waarbij de antwoordoptie uit smileys bestaat: 😞 😟 😐 😊 😄 De enquête bevat ook open ruimte, waarin de respondent gevraagd wordt om toelichting te geven bij de verschillende bevestigde thema's. Daar is veel gebruik van gemaakt.

Een conceptversie van de enquête is getest onder Alphenese deelgroepen van verschillende leeftijden.¹⁴ De enquête is beschikbaar gesteld van begin mei tot en met half juni 2024.

¹² We noemen hen in deze rapportage deelnemers, 'klanten', of participanten, of later (bij de beschrijving van de resultaten) de 'respondenten'.

¹³ Naast de grote kern Alphen aan den Rijn bestaat de gemeente uit de zeven dorpen Aarlanderveen, Benthuizen, Boskoop, Hazerswoude-Dorp, Hazerswoude-Rijndijk, Koudekerk aan den Rijn en Zwammerdam.

¹⁴ bureau51 voerde de afgelopen jaren verscheidene onderzoeken uit voor de gemeente Alphen aan den Rijn, zoals: (i) Onderzoek naar meerwaarde armoedepreventie Helpdesk Geldzaken (2022), (ii) Maatschappelijke businesscase vroegsignaleringsaanpak schulden Schoon Schip (2020), (iii) Behoeftes aan ondersteuningsvoorzieningen volgens GGZ, BW en MO cliënten in de Rijnstreek (2019). We hebben zes Alphenaren die we via deze onderzoeken kennen en enkele medewerkers van de drie preventiepartijen gevraagd de concept-enquête in te vullen en te becommentariëren.

WERVING

Het verschilt per organisatie en per aanbod op welke manier ‘klanten’ zijn benaderd voor deelname aan het onderzoek. Bij sommige activiteiten zijn deelnemers bekend en beschikte de organisatie over mailinglijsten, Instagram-accounts of Whatsappgroepen via welke de deelnemers benaderd zijn. Bij andere activiteiten is sprake van een open inloop, waardoor gegevens (en vaak ook exacte aantallen) van die deelnemers niet bekend zijn. Voor alle drie de organisaties geldt dat zij de deelnemers *zelf* hebben benaderd, zodat de onderzoekers van bureau51 geen persoonsgegevens hoefden te ontvangen.

We bespreken hier de wervingswijze per organisatie.

WERVING ALPHEN VITAAL

Alphen Vitaal deed een oproep op de website alphenvitaal.nl en plaatste meerdere malen berichten op sociale media (zowel op de Instagram en Facebook accounts van de buurtsportcoaches als op het account van Alphen Vitaal). Er is een nieuwsbrief uitgegaan via de mail naar alle ‘senioren in beweging’. En alle deelnemers aan de (vakantie)activiteiten kregen een e-mail.

WERVING KWADRAAD

Bij Kwadraad heeft (vanuit het team Opvoeden & Opgroeien) elke wijkpedagoog de eigen cliënten een WhatsApp-bericht of e-mail gestuurd met de vraag om de enquête in te vullen, en is een oproep op de Facebook-pagina geplaatst. De sociaal makelaar heeft alle ouders en jongeren die zich in het eerste half jaar van 2024 aanmeldden voor individuele gesprekken, trainingen of eHealth (therapieland) een e-mail gestuurd. Het team Sociale activering en Maatschappelijke begeleiding statushouders heeft alle deelnemers via WhatsApp een enquête verstuurd.

WERVING PARTICIPE

Bij Participe is de enquête digitaal en daar waar nodig op papier verspreid vanuit de diverse preventie medewerkers zoals jongerenwerkers, buurtverbinders, ouderenwerkers en opvoedondersteuners onder de inwoners. In de buurthuizen heeft voor buurtbewoners een poster met een QR-code gehangen (op prikbord, balie, tafels).

VERGOEDING

Bij de enquête-oproep is vermeld dat er kans is op het winnen van een bol.com bon. Per organisatie zijn bonnen van € 25 verloot voor de 100^{ste}, 150^{ste} of 200^{ste} respondent - wanneer diegene daarvoor een e-mailadres of 06-nummer invulde (of anders aan de 101^{ste} enz.).

In totaal hebben 616 Alphenaren de enquête ingevuld. Bij de eerste meting waren er 541 respondenten. In § 3.2 ‘respondenten’ wordt ingegaan op de samenstelling van de groep respondenten.

C. FOCUSGROEPEN

De gemeente heeft in het document Subsidie Preventie¹⁵ extra accent gelegd op twee deelgroepen Alphenaren: jongeren van 16 tot 27 jaar en senioren van 65 plus. Bij de eerste meting werd in focusgroepen uitgebreid gesproken met deze subgroepen, én met ouders en statushouders (via Kwadraad).

VERHAALMETHODIEK

Voor de gesprekken is een puntsgewijze leidraad opgesteld. Er zijn gesprekken gevoerd volgens de verhaalmethodiek. Aan de hand van een beginvraag zoals 'Vertel eens iets over..' is een open informeel gesprek gevoerd. Er is gesproken over drie thema's: zichtbaarheid, vindbaarheid, en de persoonlijke 'opbrengst'. En er is gevraagd naar 'wat verwacht je (nog meer) als het gaat om vroegtijdige ondersteuning'. Het focusgroeps gesprek verloopt associatief, zoals bij een gewoon gesprek. Er ligt geen tablet of vragenlijst tussen de onderzoeker en de geïnterviewden; de onderzoeker maakt enkele aantekeningen en werkt het gesprek kort erna uit. Er is oog gehouden voor de onderwerpen van de leidraad, zodat aan het eind van het gesprek alles aan bod is gekomen (maar niet in een vaststaande volgorde).

FOCUSGROEPEN

Bij de tweede meting hebben we de twee prioritaire deelgroepen (jongeren van 16 tot 27 jaar en senioren) weer geïnterviewd, maar interviewden we - voor extra informatie - ook een groep sportende tieners en een groep migrantenouderen die elkaar regelmatige treffen in een wijkhuis van Participe. In vijf focusgroepen is gesproken met in totaal 33 Alphenaren. Dit waren allen andere personen dan de respondenten van de eerste meting. De deelnemers aan de focusgroepen hebben elk voor hun bijdrage een cadeaubon van € 10 gekregen. Deze vergoeding is beschikbaar gesteld door Gemeente Alphen aan den Rijn. De focusgroepen van de tweede meting vonden plaats in mei 2024.

D. INTERVIEW MET PREVENTIEPARTIJEN

Bij de eerste meting zijn de drie preventiepartijen afzonderlijk geïnterviewd rondom praktische duiding van een aantal resultaten. Bij de tweede meting is tijdens een groepsinterview met hen gesproken over wie er door hen wordt bereikt, en waar en hoe zij hebben geïnvesteerd in zichtbaarheid en vindbaarheid. Verder is gesproken over ontwikkelingen rondom eerdere aanbevelingen (uit de eerste meting) en wat er nodig is voor een succesvolle preventie-opdracht.

3.2 RESPONDENTEN

33 FOCUSGROEPDEELNEMERS

Het merendeel (26 personen) van de 33 focusgroepdeelnemers woont, net zoals bij de eerste meting in Alphen Noord. Van de 33 focusgroepdeelnemers hadden er 11 ook een enquête ingevuld (die net uitgezet was).

¹⁵ Gemeente Alphen aan den Rijn (juli 2021). Subsidie Preventie. p.14.

616 ENQUETE-RESPONDENTEN

De enquête is door 616 Alphenaren ingevuld¹⁶: 233 via Alphen Vitaal, 143 via Kwadraad en 240 via Participe. Alle leeftijden en alle wijken en kernen binnen de gemeente Alphen aan den Rijn zijn vertegenwoordigd onder de 616 enquête-deelnemers. We zien overall een oververtegenwoordiging van het dichtbevolkte Alphen Noord (Ridderveld, Zegersloot) en Kerk en Zanen. Maar bij Kwadraad en Alphen Vitaal is Alphen Noord minder sterk oververtegenwoordigd dan bij de eerste meting. Dat sluit aan bij het gemeente breed werken (in plaats van een gebiedsfocus) van deze organisaties. De jongste respondent heeft via Alphen Vitaal deelgenomen aan het Nijntje Beweegfeest en de vader van deze kleuter vulde de enquête in. Er zijn negen respondenten ouder dan 90 jaar. Eén van hen komt “bewegen, koffie drinken en gezellig even samen zijn met anderen die nog fit willen blijven” bij een wekelijkse activiteit van Alphen Vitaal; Acht negentigplussers maken gebruik van een vervoersdienst van Participe.

Zoomen we in op de drie organisaties, dan zien we het volgende.

RESPONS ALPHEN VITAAL

Alphen Vitaal bereikt alle wijken en alle dorpskernen, met - anders dan bij de eerste meting een spreiding over de gemeente. Ruim een derde van de respondenten komt, net zoals vorig jaar maar nu zonder sterke

oververtegenwoordiging, uit Alphen Noord en Kerk en Zanen (bij de eerste meting kwam de helft van de respondenten uit Alphen Noord en Kerk en Zanen). Ruim een kwart woont in Oudshoorn, Hoge Zijde en in het centrum. De rest woont verspreid over nagenoeg alle overige postcodegebieden van de gemeente Alphen aan den Rijn. Er zijn zeven respondenten die in de buurgemeenten wonen (zoals Leiden) of

verder weg (in Woubrugge, Wassenaar, Bodegraven). De brede representatie van de wijken en de kernen sluit aan bij het gemeente breed werken van Alphen Vitaal.

Bij de eerste meting zagen we dat Alphen Vitaal niet alle leeftijdscategorieën bereikte, namelijk nauwelijks twintigers en dertigers, maar wel zeer veel senioren. De doelgroep senioren was door Alphen Vitaal gemakkelijk direct te benaderen voor het invullen van een enquête; er is wekelijks contact met hen in de sportgroepjes. Bij de tweede meting is er een gelijkmatige leeftijdsverdeling: senioren zijn weliswaar wat oververtegenwoordigd, maar ook twintigers tot en met vijftigers zijn goed gerepresenteerd. Twintigers en dertigers hebben deelgenomen (soms met hun kinderen) aan een vakantie-activiteit. Respondenten zijn gemiddeld 51 jaar (dat is fors lager dan de gemiddelde leeftijd van 65 jaar bij de eerste meting). Wel opvallend: slechts twee tieners hebben de enquête ingevuld. De betere



¹⁶ Bij de eerste meting was de respons 541: 200 via Alphen Vitaal, 190 via Kwadraad en 150 via Participe.

leeftijdsspreiding sluit aan bij de verwachtingen van Alphen Vitaal. De wervingsactie ‘een mailing naar deelnemers aan de vakantie-activiteiten’ heeft bijgedragen aan een betere spreiding (dan bij de eerste meting) van postcodegebieden en leeftijden.

Driekwart van de respondenten woont met een partner (een meerderheid van hen heeft thuiswonende kinderen). **Eénoudergezinnen zijn er weinig (5%) – dat is een verschil met het aantal éénoudergezinnen onder Kwadraads respondenten (15%) en onder Participes respondenten (13%).** Een vijfde woont alleen (en dat zijn vooral 75-plussers en een handvol vijftigers).

De 233 respondenten nemen deel aan uiteenlopende sport- en beweegactiviteiten: 40% komt naar een wekelijkse activiteit (bijvoorbeeld senioren in beweging, samen actief), eveneens 40% bezocht het vakantieprogramma, de rest (9%) kwam voor een eenmalig project (bijvoorbeeld een project op school, een fit-test) of een cursus (bijvoorbeeld val-preventie, weerbaarheidskursus) (5%). De rest geeft aan éénmalig te zijn komen sporten of een kind te hebben aangemeld voor een (zomer)sportactiviteit.

RESPONS KWADRAAD

143 Alphenaren vullen via Kwadraad een enquête in: 100 personen via team Opvoeden & Opgroeien (81 ouders en 19 jeugdigen) en 43 mensen via team Sociale activering en Maatschappelijke begeleiding statushouders (waarvan 40 nieuwkomers).¹⁷

Kwadraad bereikt met team Opvoeden & Opgroeien nagenoeg alle wijken en alle leeftijdsgroepen. 40% van de 100 respondenten (81 ouders en 19 jeugdigen (<27 jaar)) woont in Alphen Noord en Kerk en Zanen. Net zoals bij de eerste meting woont een derde in Alphen Noord. Boskoop zien we bij de tweede meting niet terug in de 50%. De rest van de respondenten woont anders dan bij de eerste meting veel meer verspreid over de wijken en dorpskernen.



De brede representatie van de wijken en de kernen sluit aan bij het niet-gebiedsgericht werken van Kwadraad; zichtbaarheid is in alle wijken en kernen (met een wijkpedagoog) en via het onderwijs (met een schoolpedagoog) gecreëerd en die gemeente brede aanpak zien we terug bij de respons. De gezinssituatie is identiek aan de eerste meting. Een meerderheid van de ouders woont samen én met de kinderen. Van de 81 ouders is 11% alleenstaande ouder (gescheiden en de kinderen wonen bij deze ouder); 12% is een ouder die alleen woont (gescheiden en zonder thuiswonende kinderen). Drie ouders, mogelijk een gescheiden ouder met een in Alphen schoolgaand kind, wonen in Leiden of Gouda. De gemiddelde leeftijd van de

¹⁷ Ook Alphenaren die vallen onder de Participatiewet behoren tot de cliëntgroep van dit team. Door het Team zijn zij wel benaderd voor het invullen van een enquête, maar de respons is net zoals bij de eerste meting laag of de enquête is nauwelijks ingevuld. De betreffende 3 respondenten laten we buiten beschouwing in de analyses.

respondenten is 38 jaar. Dat is logisch lager dan bij Alphen Vitaal en Participe: ouders en jongeren zijn de cliëntengroep van Opvoeden & Opgroeien; senioren maken geen deel uit van die groep.

Kwadraad bereikt met team Sociale activering en Maatschappelijke begeleiding (in het kader hiernaast afgekort als SA&MB) respondenten die grotendeels in Alphen Noord, in het centrum, en in Boskoop wonen. We tellen 40 nieuwkomers en 3 Alphenaren die vallen onder de Participatiewet. De leeftijd varieert van 18 tot en met 70 jaar. Bijna de helft heeft een partner en thuiswonende kinderen. Er zijn elf alleenstaande ouders. Tien personen wonen alleen.

Ook Alphenaren die vallen onder de Participatiewet behoren tot de cliëntgroep van het Team Sociale activering en Maatschappelijke begeleiding statushouders. Door het team zijn zij wel benaderd voor het invullen van een enquête, maar de respons is net zoals bij de eerste meting bijzonder laag. De betreffende drie respondenten laten we daarom buiten beschouwing in de analyses.

De 40 nieuwkomers zijn allen door de gemeente aangemeld in het kader van 'maatschappelijke begeleiding voor statushouders' en het onderzoeksonderwerp zichtbaarheid en vindbaarheid is minder van toepassing op hen. De nieuwkomers bespreken we apart in resultatenhoofdstuk 6, in het kader op pagina 42.

RESPONS PARTICIPE

Participe bereikt alle leeftijdscategorieën en alle wijken en dorpskernen worden gerepresenteerd, met een sterke oververtegenwoordiging in Alphen Noord en Kerk en Zanen. Participes activiteiten zijn gericht op alle wijken, maar in wijken waar clustering van problemen zit is een integrale aanpak, daar is een gebiedsfocus, met inzet van meer fte's en meer activiteiten. Die gebiedsfocus zien we terug in de respons. Ruim de helft van de 240 respondenten woont in Alphen Noord en Kerk en Zanen. De andere respondenten vertegenwoordigen tezamen, met kleine aantallen per postcodegebied, alle wijken en dorpskernen van gemeente Alphen aan den Rijn – vooral de delen Hoge Zijde en Lage Zijde, en Hazerswoude-Rijndijk vallen daarbij op. Vier respondenten wonen nabij de gemeente Alphen aan den Rijn, allen in Leiden en Leiderdorp.

In het aanbod van de organisatie zijn de verschillende leeftijdsgroepen getalsmatig gelijk vertegenwoordigd, en dat zien we ook terug in de



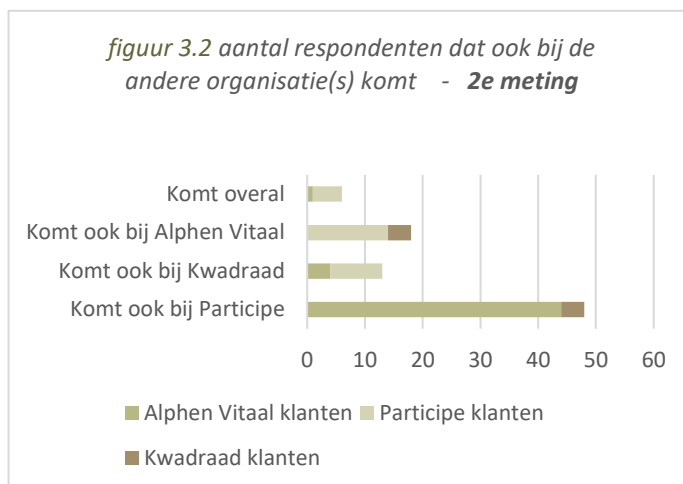
leeftijdsspreiding van de respondenten. De leeftjidsverdeling is gelijkmatig: van tieners tot en met (ietwat oververtegenwoordigde) senioren.

Kijken we naar de gezinssamenstelling van de Participe respondenten dan zien we dat deze meer divers is dan bij de respondenten van Kwadraad of Alphen Vitaal. Een deel (44%) woont alleen (dat zijn vooral, maar niet alleen, 70+'ers, maar ook veertigers en vijftigers). Dat is ruim de helft meer dan de alleenwoners van Alphen Vitaal (20%) of de alleenwonende ouder (12%) van Kwadraads O&O team. Een kwart van de Participe-respondenten is een ouder met thuiswonende kinderen - waarvan de helft (13%) is gescheiden en alleen woont met de kinderen. Ook deze groep alleenstaande ouders is meer aanwezig onder Participes respondenten dan onder de respondenten van Alphen Vitaal. Verder zien we dat tien procent van de respondenten een tiener is die met ouder(s) en broers/zussen woont. Eén persoon heeft geen woonadres (maar een postadres in Alphen aan den Rijn). Eén veertiger woont (weer) tijdelijk bij de ouders in. Twee jongeren wonen bij familieleden (tante en oom). Drie mensen benoemen expliciet hun huisdier (een hondje) als huisgenoot. Twee mensen vermelden in wisselende huizen van vrienden te verblijven.

OVERLAP PARTICIPANTEN

Bij de eerste meting zagen we dat van de 541 respondenten er 92 ook bij één andere preventiepartij komen, meestal bij Participe. Zij werden door een bekende (vriend, buur, familielid) op dat aanbod gewezen. Doorverwijzing van de preventiepartijen *naar* elkaar of toeleiding naar elkaars aanbod was bij de eerste meting nog minimaal.

Bij de tweede meting zien we dat van de 616 respondenten er 79 ook bij één andere preventiepartij komen – net zoals bij de eerste meting is dat meestal Participe. De respondenten werden meestal door een kennis - zelden door een andere preventiepartij - op een andere preventieorganisatie gewezen. Zes personen maakten gebruik van het aanbod van alle drie de preventiepartijen.



Na de eerste meting concludeerden we dat weinig Alphenaren bekend bleken met de organisatie *via een andere preventiepartij*. **Alphen Vitaal deelde, bij beide metingen, de meeste 'klanten', vooral met Participe.** Publiciteit was bij de eerste meting nog hoofdzakelijk gericht op bekendmaking van en toeleiding naar het aanbod van de eigen organisatie. Dat is nog steeds zo (maar er wordt wel gewerkt aan de aanbeveling uit de eerste meting 'werk als één team', zie kader hieronder).

Een aanbeveling vanuit de 1^e meting: ‘Werk als één (preventie)team’.

bureau51 adviseerde: Preventie in verbinding is belangrijk: de drie organisaties en de gemeente hebben elkaar nodig om de preventie-opdracht goed uit te kunnen voeren. In gezamenlijkheid kan meer bereikt worden.

- Presenteer je als één preventieteam en verbind je aan een gezamenlijke preventiegedachte.
- Stel één preventiebeleid en plan op, in plaats van drie visiestukken.
- Formuleer een gezamenlijke preventie-ambitie, gebruik gezamenlijke taal.
- Zorg dat medewerkers op alle niveaus, management en operationeel, hiervan weten en er naar (kunnen) handelen.
- Informeer ‘jouw klanten’ over het aanbod elders (wat niet elders, maar het aanbod van het preventieteam is) en begeleid hen met de toeleiding. Daarmee wordt (voor jouw ‘klanten’) de nu nog matige zichtbaarheid van de andere organisaties verbeterd.

Door de drie organisaties is sterker ingezet op elkaar én kennen én vinden. Een medewerker: *“Niemand legt de preventie-opdracht uit zonder de andere partijen te noemen. In het preventie-domein is die gezamenlijkheid juist nog belangrijker, in het verbreden van signaleren, in het weten door te verwijzen”*. Men ontmoet elkaar bij stuurgroep bijeenkomsten en professional overleggen. Achter de schermen wordt de preventie-opdracht gezamenlijk benaderd. In het groepsinterview met de drie organisaties wordt opgemerkt dat het onnodig is om bij inwoners de term preventie te gebruiken of om zich als één preventieteam naar de inwoner toe te presenteren. Naar de inwoner toe werkt dat anders. Een medewerker: *“Die term preventie is zo breed. En wat Participe te bieden heeft, dat loopt zeer uiteen. Dus dat moet je ook niet gaan presenteren als één geheel bij de inwoner. Een inwoner zoekt juist naar opvoedondersteuning, financiële raad, gezond blijven, enz..”*.

Meer dan bij de eerste meting kennen inwoners Participe en Alphen Vitaal (de bekendheid met Kwadraad is niet toegenomen). In de praktische uitwerking leidt die bekendheid voorsnog niet tot daadwerkelijke deelname, meer aanmeldingen of doorverwijzingen naar Participe en Alphen Vitaal. **Worden mensen wel doorverwezen, dan zien we dat het bijna altijd Alphen Vitaal is die ‘haar’ deelnemers wijst op de activiteiten en diensten van Participe.**

Met elkaar wordt ook gesproken over ‘de trechter’, de grens tussen preventie en zorg en het belang te waken of iets zorg of preventie is. Er zit een grijsgebied tussen zorg en preventie. Een manager: *“Zie het als een trechter met een paraplu erboven. Die paraplu dient om iets te voorkomen, en daar zijn wij noodzakelijk. Voorkomen dat mensen in een bepaald traject komen (dat is de brede trechtermond), en daar zijn we van waarde, en misschien is onze activiteit wel net dat trapje om er even uit te klimmen. De trechterhals is de zorg, volgepropt bij sommige zorgonderdelen zoals de jeugdzorg. Daar zijn wij overbodig”*.

4 WIE, WAAR, HOE

Wie wordt bereikt door Alphen Vitaal, Kwadraad en Participe? Waar en hoe is door de organisaties geïnvesteerd in zichtbaarheid; in welke wijken en op welke (online) plekken? Signaleren inwoners de verhoogde inzet op zichtbaarheid van de organisaties ook? In dit hoofdstuk gaan we hierop in.

4.1 WIE WORDT ER BEREIKT?

Binnen de Opgave Preventie¹⁸ heeft Gemeente Alphen aan den Rijn zowel een aantal preventiethema's¹⁹ als een tweetal deelgroepen²⁰ geaccentueerd. Er is binnen het preventie domein geen nadruk gelegd op bepaalde gebieden in Alphen aan den Rijn. Aanbod gericht op *vroegtijdige* ondersteuning, hulp en dienstverlening richt zich in beginsel op alle inwoners van gemeente Alphen aan den Rijn. In juni 2021 zijn door de gemeente een vijftal subsidiebundels beschikbaar gesteld ten behoeve van de Opgave Preventie. **Met het beschikbaar stellen van die subsidiebundels²¹ is extra aandacht gevraagd voor vroegtijdige ondersteuning van specifieke groepen inwoners en voor specifieke preventie-thema's.²²**

We beschrijven het bereik van de organisaties.

ALPHEN VITAAL

Alphen Vitaal onderscheidt in het jaarverslag van 2023 vier domeinen: domein onderwijs, domein sportaanbieders, het sociaal domein, en domein werkgevers. Met deze brede inzet richt Alphen Vitaal zich op alle inwoners van de gemeente Alphen aan den Rijn.²³ Daarvoor is onder andere een eerste stap gezet tot een meer doelgroep gespecialiseerde inzet van de buurtsportcoaches, naast de meer generiek gebiedsgebonden inzet. Alphen Vitaal bereikt de inwoners via een tweesporenbeleid: rechtstreeks en indirect. Voor een rechtstreekse benadering zet Alphen Vitaal de website in en de groeiende social media kanalen, ondersteund met online en offline campagnes. Daarnaast vindt het directe contact ook letterlijk plaats tijdens verschillende activiteiten in de wijk of in het onderwijs. Communicatie richting Alphenaren loopt ook via schoolbesturen en/of sportverenigingen. Voor de sportverenigingen vervult Alphen Vitaal een belangrijke faciliterende en coördinerende rol.

¹⁸ Gemeente Alphen aan den Rijn. (juli 2021). Subsidie Preventie. p.14.

¹⁹ Preventiethema's die benadrukt zijn (i) grip op je leven bij schulden en armoede, bij psychische problemen en verslavingsproblematiek, bij (complexe) echtscheidingen, bij opvoed- en opgroeivragen, of bij een beperkt verstandelijk vermogen, (ii) een gezonde leefstijl, (iii) eenzaamheid en (iv) ouder worden.

²⁰ De deelgroepen waarvoor de gemeente extra aandacht vraagt zijn jongeren van 16 tot 27 jaar en senioren.

²¹ De vijf subsidiebundels zijn: Breed welzijnswerk, Combinatiefunctionarissen, Opvoeden en Opgroeien, Jongerenwerk, Sociale activering in het kader van de Participatiewet, Maatschappelijke begeleiding asielstatushouders en Participatieverklaringstraject voor asielstatushouders en gezinsmigranten.

²² Gemeente Alphen aan den Rijn (2021). Subsidie-uitvraag Preventie.

²³ Alphen Vitaal (2024). Jaarverslag 2023.

Op de website van Alphen Vitaal worden het hele jaar door verschillende campagnes/activaties gevoerd waar sportaanbieders hun aanbod aan kunnen koppelen. Voorbeelden van dergelijke activiteiten zijn 50fit, de Nationale Sportweek en Vitaal ouder worden. Via deze programma's bereikt Alphen Vitaal indirect (via de sport- en beweegaanbieders) ook veel inwoners. Van al het aanbod op de website van Alphen Vitaal is ongeveer 20% aanbod van Alphen Vitaal zelf. Daarnaast worden honderden activiteiten aangeboden van aanbieders in de gemeente. Naast deze faciliterende rol van het loket clubsupport is Alphen Vitaal ook steeds meer bezig met een ontwikkelende rol voor sportaanbieders, waar onder andere een dienst als sportparkmanager uit voortkomt. Via deze dienst streeft Alphen Vitaal naar de ontwikkeling van vitale sportaanbieders en een efficiënter en intensiever gebruik van de sportparken in de gemeente.

Binnen het domein werkgevers zijn de eerste stappen gezet voor een samenwerking met 'VOA Vitaal'. Deze ondernemersgroep heeft primair tot doel de vitaliteit van medewerkers bij bedrijven te bevorderen. Onderzocht wordt hoe VOA Vitaal ook het platform van Alphen Vitaal hiervoor kan gebruiken.

Binnen het domein onderwijs loopt het contact soms via de schoolbesturen, schooldirecties of schoolleiders (afhankelijk van het onderwerp), en niet via de bewegende of sportende jeugd zelf. Het exacte aantal unieke participanten is niet altijd bekend: voor sommige activiteiten is immers geen inschrijving nodig of is er een open inloop. Deelnemers kunnen bovendien van meerdere activiteiten gebruik maken. Dit ligt net anders voor een project als School en Omgeving waarbij kinderen van de participerende scholen geregistreerd dienen te worden bij deelname aan activiteiten.

Voor 'Senioren in beweging' moet men zich wel aanmelden: men kan komen kijken en een keertje meedoen. De deelnemers van groepen staan wel geregistreerd. Aanmelden in de vorm van een lidmaatschap is dat niet, alhoewel sommige deelnemers het wel zo beschouwen: ze zijn lid van een gymclub van Alphen Vitaal. Ook voor de meeste vakantie-activiteiten dient men zich aan te melden. Binnen het sociaal domein is er direct contact tussen Alphen Vitaal en Alphenaren en worden het gehele jaar activiteiten georganiseerd.

Een nieuw initiatief is de buurtsportvereniging waarbinnen voor verschillende doelgroepen activiteiten worden georganiseerd. We lichten er wat cijfers uit van het jaarverslag 2023: Schoolpleinsport met zo'n 250 kinderen per week, Senioren in beweging met ongeveer 300 deelnemers die wekelijks komen sporten, uitbreiding van fittesten en valpreventiecurssussen, een badmintongroep met twintig Alphenaren met een lage belastbaarheid, en groepen zoals 'Heel Alphen loopt zich fit'. Daarnaast is er sportieve aansluiting bij projecten als 'Groen doet goed' en wordt in de schoolvakanties een vakantieprogramma georganiseerd. Indicatie van het eigen bereik van Alphen Vitaal is zo'n 1.500 unieke deelnemers door het jaar heen. Het totale bereik ligt veel hoger. Ruim 4.500 Alphenaren hebben meegedaan aan één van de programmaonderdelen van de Nationale Sportweek (al dan niet door Alphen Vitaal georganiseerd).

Tot slot bereikt Alphen Vitaal ook veel inwoners via een toenemende samenwerking met de (eerstelijns) zorg (o.a. AOEL), bijvoorbeeld als het gaat om het onder de aandacht brengen van activiteiten, programma's en werkzaamheden (o.a. beweegmakelaar).

Kwadraad onderscheidt Team Opvoeden & Opgroeien en Team Sociale activering en Maatschappelijke begeleiding statushouders.

Team Opvoeden & Opgroeien richt zich op Alphense ouders/opvoeders en jeugdigen in alle wijken en kernen van de gemeente. Een team van wijkpedagogen, sociaal makelaars, schoolpedagogen en een coördinator Steunouder ondersteunt ouders en jeugdigen bij opvoed- en opgroevragen.²⁴ Het team werkt gemeente breed. In elke Alphense wijk of kern is een wijkpedagoog actief, op elke school een schoolpedagoog.

Het aantal eenmalige adviesgesprekken is gelijk gebleven: 151 in 2022, 154 in 2023. Met zo'n eenmalig adviesgesprek heeft een ouder of jeugdige voldoende inzicht of ondersteuning gekregen om zelf weer verder te kunnen. Hierbij betrof het overgrote deel een opvoedvraag (107 ouders). Het aantal langere trajecten met ondersteuning van wijkpedagogen is toegenomen: van 292 in 2022 naar 333 trajecten in 2023. 180 ouders hadden opvoedvragen, 153 jeugdigen een opgroevraag. Het grootste deel van de groep ouders/jongeren neemt deel aan een collectieve interventie. Ter illustratie: 'Puber in Huis' is een cursus van vier avonden voor ouders van kinderen in de leeftijd van 10 tot en met 15 jaar. De Brijder sluit bij de laatste avond over middelengebruik aan. Deze cursus werd in 2023 drie keer gegeven voor in totaal 34 ouders. Doel van de cursus is het delen van praktische tips over het opvoeden van hun puber. Bijkomend resultaat en de meerwaarde van opvoedondersteuning in een groep is de erkenning en herkenbaarheid voor ouders.

Ander aanbod van Kwadraad is de inzet van schoolpedagogen. Op elke Alphense school, dus nagenoeg in elke wijk zijn binnen het primair en voortgezet onderwijs schoolpedagogen actief. De schoolpedagogen zien leerlingen die (nog) geen specialistische hulpverlening krijgen en ondersteunen docenten en coördinatoren onderwijssteuning die vragen hebben. De schoolpedagoog kan hulp bieden aan jongeren met somberheidsproblematiek, GGZ-problematiek, motivatieproblematiek, stress-gerelateerde klachten, een moeilijke thuissituatie, eenzaamheid, pesten, omgaan met anderen in sociale situaties, identiteitsproblematiek, jeugdigen met hoge prikkelgevoeligheid en (dreigende) thuiszitters. Binnen het primair onderwijs is het aanbod van de schoolpedagogen gericht op klassikale trainingen: er werden zes cursussen in 2022 en vier cursussen in 2023 verzorgd. Binnen het voortgezet onderwijs zijn schoolpedagogen actief aanwezig met spreekuren en zijn trainingen aangeboden. Op het voortgezet onderwijs zijn vooral individuele begeleidingstrajecten gestart, een toenemend aantal; 39 in 2022, en 67 in 2023.

Verder is Stichting Steunouder sinds september 2022 actief in Alphen aan den Rijn. **Steunouders zijn vrijwilligers die ondersteuning bieden aan kinderen en ouders die door omstandig-**

²⁴ Kwadraad (2023). Jaarverslag 2022; Kwadraad (2022). Jaarplan 2023. Deelsubsidie 3 – Opvoeden & Opgroeien; Kwadraad (2023). Jaarverslag 2023.

heden een helpende hand kunnen gebruiken, bijvoorbeeld een dagdeel in de week. Er zijn in 2023 15 steunouders actief en 17 kinderen opgevangen.²⁵

Team Sociale activering en maatschappelijke begeleiding van Kwadraad biedt ondersteuning aan statushouders vanuit de Wet Inburgering en aan mensen die vallen onder de Participatiewet. Zichtbaarheid en vindbaarheid speelt hier minder een rol: deze groep mensen wordt door de gemeente aangemeld bij Kwadraad. Het doel van het traject is om deze Alphenaren te activeren en te laten groeien in hun mate van participatie. Dit kan gaan om het gaan deelnemen aan (sociale) activiteiten, het vinden of uitbreiden van vrijwilligerswerk, of een voorbereiding voor de stap naar betaald werk. Statushouders worden daarnaast begeleid in het leren kennen van de Nederlandse kernwaarden en de diverse vraagstukken die het vestigen in een ander land met zich meebrengt. Tijdens de begeleiding is er aandacht voor een gezonde leefstijl, bewustwording van kwaliteiten middels een empowermenttraining, aandacht voor financiën en budgetteren en - specifiek voor statushouders - het doorlopen van het Participatie Verklaringstraject en diverse themabijeenkomsten over bijvoorbeeld wonen, verzekeringen, opvoeden, enz. Statushouders volgen ook verplichte taallessen en een traject gericht op werk. **In 2002 zijn 128 statushouders met een traject gestart; in 2023 zijn dat er 124. In 2023 hebben er 12 via Kwadraad betaald werk gevonden, 23 vrijwilligerswerk en 67 een zinvolle dagbesteding. In 2022 startten 72 mensen met een uitkering vanuit de Participatiewet met sociale activering. In 2023 waren dat er meer: 91 personen.** Deze groep bestaat uit inwoners waar vaak sprake is van multi-problematiek, o.a. psychische problematiek, een minder goede lichamelijke gezondheid, enz. In 2023 hebben acht mensen betaald werk gevonden, 18 vrijwilligerswerk, 24 een zinvolle dagbesteding, 5 mensen hebben een maatje gevonden.²⁶

PARTICIPE

Participe is er in wezen voor alle Alphenaren in alle wijken en buurten; in praktijk is Participe gebiedsgericht en meer actief in wijken waar problemen groeperen, zoals in Alphen Noord en Boskoop-Snijdelwijk. Daar wordt een integrale aanpak gehanteerd. Die gebiedsgerichtheid wordt in de jongste jaarrapportage²⁷ geaccentueerd. In zes van die wijken en kernen beheert Participe ook de dorps- en buurthuizen. Participe onderscheidt binnen Breed Welzijn²⁸ een groot aantal groepen Alphenaren en nagenoeg alle preventiethema's komen aan bod. Denk aan jongerenwerk, buurtsportcoaches, kinderwerk, gezinsbegeleiding, financieel fit zijn, de papierwinkel, de diensten voor senioren gericht op langer zelfstandig thuis blijven wonen²⁹, voorkomen van eenzaamheid, het vrijwilligerspunt, de maakplaats, welzijn op recept, ggz en

²⁵ Kwadraad (2023). Jaarverslag 2022 – Gemeente Alphen aan den Rijn. Totale verantwoording; Kwadraad (2023). Jaarverslag 2023 – Gemeente Alphen aan den Rijn. Preventiebundel 3: Opvoeden en Opgroeien, POK middelen wijkpedagoog, Steunouders en NPO Schoolpedagogen -GU24.017 .

²⁶ Kwadraad (2023). Jaarverslag 2022 – Gemeente Alphen aan den Rijn. Sociale activering en Maatschappelijke begeleiding statushouders; Kwadraad (2024). Jaarverslag 2023 – Gemeente Alphen aan den Rijn. Sociale Activering en Maatschappelijke begeleiding statushouders Sociaal Raadslieden (POK Gelden) -GU24.020.

²⁷ Participe (2024). Jaarrapportage Breed Welzijn Participe Alphen aan den Rijn 2023.

²⁸ Participe (2023). Jaarverslag 2022 Participe Breed Welzijn; Participe (2024). Jaarrapportage Breed Welzijn Participe Alphen aan den Rijn 2023.

²⁹ Zoals personenalarming, ParticipeMobiel, BoodschappenPlusBus, AutoMaatje, Participe-busuitjes.

verslavingspreventie, de buurtverbinders, de cultuurcoaches, ouderbetrokkenheid, en (nieuw) welzijnsbezoeken bij senioren, en meer.

Participe heeft een brede doelgroep en een groot bereik. Het aantal unieke participanten is niet altijd bekend: voor sommige activiteiten is immers geen inschrijving nodig, is er een open inloop, en mensen maken ook gebruik van meerdere activiteiten en diensten. Het bereik en het aantal deelnemers komt overeen met de eerste meting.

We lichten er enkele activiteiten en functies uit ter illustratie.

Jongerenwerkers richten zich op Alphense kwetsbare jongeren met een enkelvoudige hulpvraag en zorgen dat taboes en problemen bespreekbaar worden. Gemiddeld nemen 340 jongeren wekelijks deel aan georganiseerde activiteiten. De meeste van deze jongeren komen uit Alphen Noord (60%). Voor 131 jongeren tussen de 13 en 27 jaar is een coachingstraject georganiseerd. Voorbeelden van hulpvragen zijn: omgaan met agressie en autoriteit, slechte cijfers, ruzie of afwezigheid op school, het vinden van een stageplek of bijbaan en het maken van een CV, schulden en een betalingsregeling treffen, huisvesting, dagbesteding en meer. Hulpvragen specifiek gesteld door meiden zijn: zelfvertrouwen en weerbaarheid vergroten, mentaal niet lekker in je vel zitten, studiefinanciering en een stageplek vinden.

Ander aanbod zijn de sportjongerenwerkers (van Participe en Alphen Vitaal). Zij werken samen met jongerenwerkers en het team opvoedondersteuning. Ze bereiken jongeren in wijken met meer problematiek, met name Alphen Noord en Boskoop Snijdelwijk. Voor kinderen, jongeren en hun ouders worden daar wekelijks sportactiviteiten georganiseerd, zoals sportmix, meidensport en vakantie-activiteiten.

Verder is er Kinderwerk, wat zorgt voor een veilige plek na school, met name in kwetsbare wijken. De preventieve rol van het kinderwerk is het opvangen van signalen en het inspelen op ontwikkelkansen. Denk aan thema's zoals gezonde leefstijl, kindparticipatie, samenwerken en weerbaarheid. Zo is er bijvoorbeeld Kids Club met drie keer 34 bijeenkomsten voor 4 tot 8 jarigen, met gemiddeld zeven kinderen per bijeenkomst. Verder zijn er in de wijk Ridderveld 113 bijeenkomsten voor huiswerkondersteuning geweest, met in het voorjaar drie groepen en in het najaar vier groepen (met gemiddeld 14 deelnemers per groep).

Ook is er Maakplaats, aanbod voor jongeren en volwassenen. Denk aan cursussen voor het ontwikkelen van podcasts, muziek, videoclips, Lego Robots en 3D ontwerpen. In het eerste half jaar van 2023 hebben tijdens 108 Maakplaats-activiteiten 755 Alphenaren deelgenomen. In de tweede helft van 2023 was er een bereik van 699 deelnemers met 85 reguliere activiteiten, landelijke thema-weken en meer.

Met de Papierwinkel wordt, aansluitend bij de gemeentelijke actie-agenda Financieel Fit, ondersteuning geboden aan Alphenaren met financiële en administratieve vragen. Financiële problemen worden door Participe vroegtijdig aangepakt en gekoppeld aan een gezonde leefstijl. Met projecten als 'Waaiers Kansrijke Start' en 'Appeltjes voor de Dorst' worden gezinnen in een kwetsbare situatie eerder op de hoogte te brengen van de mogelijkheden van (financiële) ondersteuning. In 2023 zijn er 679 vragen van inwoners behandeld. Dat is twee keer zoveel als bij

de eerste meting. Participe merkt op dat er veel vragen worden gesteld door mensen met beperkte digivaardigheid of mensen die thuis geen pc of printer hebben.

Buurtverbinders zijn een aanspreekpunt voor Alphenaren. De buurtverbinders hebben een signalerende en adviserende rol, bijvoorbeeld bij inwoners met schulden. De buurtverbinder schakelt tussen vinden, verbinden, netwerken, activeren, stimuleren en organiseren. Denk aan 'Samen eten samen koken', armoede bij senioren, valpreventie en financieel advies bij regelingen en toeslagen.

Gezinsbegeleiders coachen gezinnen die in de problemen (dreigen te) komen. In 2023 zijn 68 gezinnen begeleid. Wekelijks zijn er nieuwe aanmeldingen, waarbij de meeste gezinnen (39%) in Alphen Noord wonen.

Onder de vlag van 'Welzijn op recept' heeft Huisartsenpraktijk Prelude (in de wijk Ridderveld) in 2023 127 patiënten doorverwezen; een toename vergeleken met de eerste meting (in 2022 waren er 70 doorverwijzingen). 15 verwijzingen zijn bijvoorbeeld opgepakt door de ouderenwerkers. Ook enkele andere huisartsenpraktijken verwijzen door naar Participe. Participe benadrukt dat er een beperkt bereik is bij inwoners met een migratieachtergrond.

Bovengenoemde activiteiten vinden veelal plaats in Alphen Noord, zoals in de wijk Ridderveld, en in Boskoop-Snijdelwijk. Dat geldt minder voor de ouderenwerkers (zie hieronder). Zij zijn Alphen breed werkzaam.

Ouderenwerkers ondersteunen kwetsbare senioren bij het langer zelfstandig wonen. Er worden onder meer welzijnsbezoeken georganiseerd om potentieel kwetsbare senioren preventief te informeren, signalen op te halen en financieel misbruik of ouderenmishandeling vroegtijdig op te merken. Participe heeft ouderenwerkers ingezet in heel de gemeente Alphen aan den Rijn met aanvullend specialisme op het gebied van valpreventie en migratieachtergrond. Er zijn 157 individuele contactmomenten geweest.

4.2 WAAR EN HOE IS GEÏNVESTEERD?

Vanaf juli 2021 zijn Alphen Vitaal, Kwadraad en Participe versterkt bezig met zichtbaarheid van hun organisatie en vindbaarheid van hun aanbod gericht op vroegtijdige ondersteuning, hulp en dienstverlening. **We beschrijven waar en hoe zij hebben geïnvesteed in zichtbaarheid.**

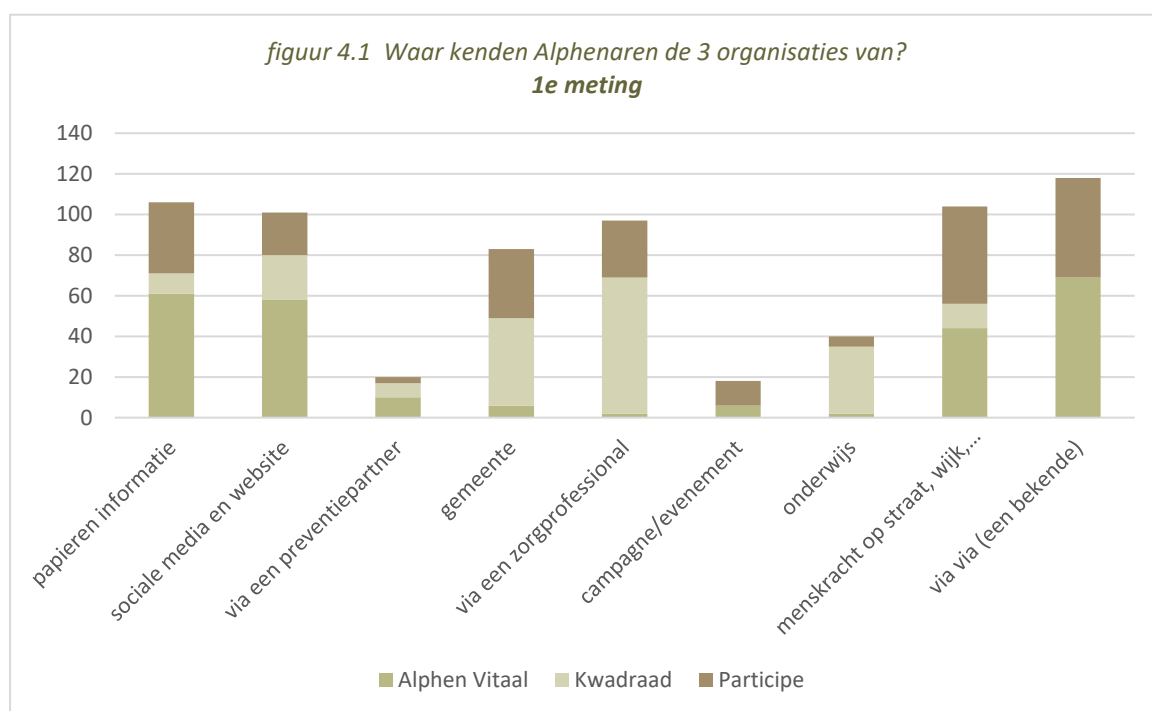
INFORMATIEKANALEN

Bij de eerste meting hebben we de volgende kanalen onderscheiden:

- menskracht op straat, in de wijk, in het buurthuis (buurtsportcoaches, jongerenwerkers, buurtverbinders, beweegpartner, ouderenwerker, wijkpedagoog, gastvrouw, en meer functies)
- via papieren informatie (wijkkrant, advertentie in weekblad, flyers, posters, folders, persbericht, nieuwsbrieven)
- via sociale media (Instagram, LinkedIn, Facebook, TikTok, YouTube, en eigen website)
- via een collega-preventiepartner
- via de gemeente (bijvoorbeeld de Helpdesk Geldzaken op het Serviceplein)

- via een zorgprofessional (zoals CJG, Go voor Jeugd, Tom in de Buurt, GGZ Rivierduinen, Brijder, huisarts, POH, consultatiebureau, schoolarts GGD, fysiotherapie)
- via campagnes of evenementen (zoals Nationale Sportweek, buurtfeest, energiemarkt, vrijwilligersmarkt gemeente)
- via een professional binnen het onderwijs (een schoolpedagoog, zorgcoördinator, naschoolse opvang, kinderdagopvang).

Bij de eerste meting (zie figuur 4.1) bleek het voornaamste publiciteitskanaal bij Participe en Alphen Vitaal mond- tot mond reclame via een bekende te zijn. Menskracht op straat, in de wijk, in het buurthuis, op het schoolplein was een tweede belangrijk kanaal om Alphenaren op de hoogte te brengen van het aanbod van Participe en Alphen Vitaal, gevolgd door papieren informatie. Alphen Vitaal bereikte ook veel inwoners met sociale media. Kwadraad zette juist in op zichtbaarheid via de zorg en het onderwijs en is zo bekend bij Alphenese ouders en jeugd.

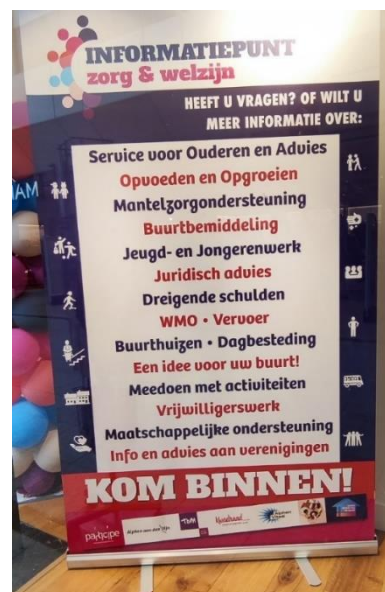


Het hoge percentage 'bekend via de gemeente' van Kwadraad wordt verklaard door de groep respondenten 'statushouders en mensen die vallen onder de Participatiewet'. Zij zijn door de gemeente rechtstreeks aangemeld bij Kwadraad.

INFORMATIEPUNT ZORG & WELZIJN DE AARHOF

Bij de tweede meting is Informatiepunt Zorg & Welzijn in winkelcentrum De Aarhof toegevoegd aan de informatiekanalen. In 28 februari 2024 is in winkelcentrum de Aarhof, tegenover kledingzaak Mango, een winkelpand ingericht als Informatiepunt Zorg & Welzijn. Het informatiepunt is open van dinsdag tot en met donderdag. Een afspraak maken is niet nodig.

Alphenaren kunnen gewoon binnenwandelen en vragen stellen over preventie-onderwerpen als service voor ouderen, opvoeden en opgroeien, mantelzorgondersteuning, buurtbemiddeling, jeugd- en jongerenwerk, dreigende schulden, en meer. Het informatiepunt is een samenwerking van de gemeente, de drie preventiepartijen, Tom in de Buurt en St.SAVA. **Deze partijen bieden op verschillende wijze vroegtijdige ondersteuning aan inwoners van Alphen aan de Rijn.** Op vaste tijdstippen zijn vanuit de drie preventiepartijen (en andere samenwerkingspartners) medewerkers aanwezig. Een beweegmakelaar van Alphen Vitaal geeft bijvoorbeeld advies over het beweeg- en sportaanbod. Vanuit Kwadraad is er een inloop-uur voor statushouders met vragen. Een sociaal raadvrouw van Kwadraad beantwoordt vragen over wetten en regels - zoals vragen rondom het recht op een uitkering, vragen over ontslag, echtscheiding, of alimentatie. Participe heeft er een senioren expertisepunt, een ouder-kind spreekuur, JongerenwerkPlus is aanwezig, en er is een financieel fit inloop waarbij aan inwoners handvatten worden gegeven om samen met hun eigen netwerk financiële problemen tijdig aan te pakken. Voor vragen over opvoeden en opgroeien is er een wijkpedagoog van Kwadraad.³⁰



Het Informatiepunt Zorg & Welzijn (zie foto met informatiebord) houdt bij hoeveel bezoekers er komen en wat voor soort vraag zij hebben (zie het kader hieronder).

³⁰ <https://www.participealphen.nu/inwoners/informatiepunt-zorg-en-welzijn> ; <https://www.alphens.nl/nieuws/woensdag-28-februari-opening-informatiepunt-zorg-en-welzijn-in-de-aarhof.html> ; <https://alphenvitaal.nl/artikelen/2024/04/informatiepunt-zorg-en-welzijn> ; <https://www.kwadraad.nl/waar-vind-ik-kwadraad/alphen-aan-den-rijn/>

Informatiepunt Zorg & Welzijn De Aarhof. Bezoekerscijfers april en mei 2024.

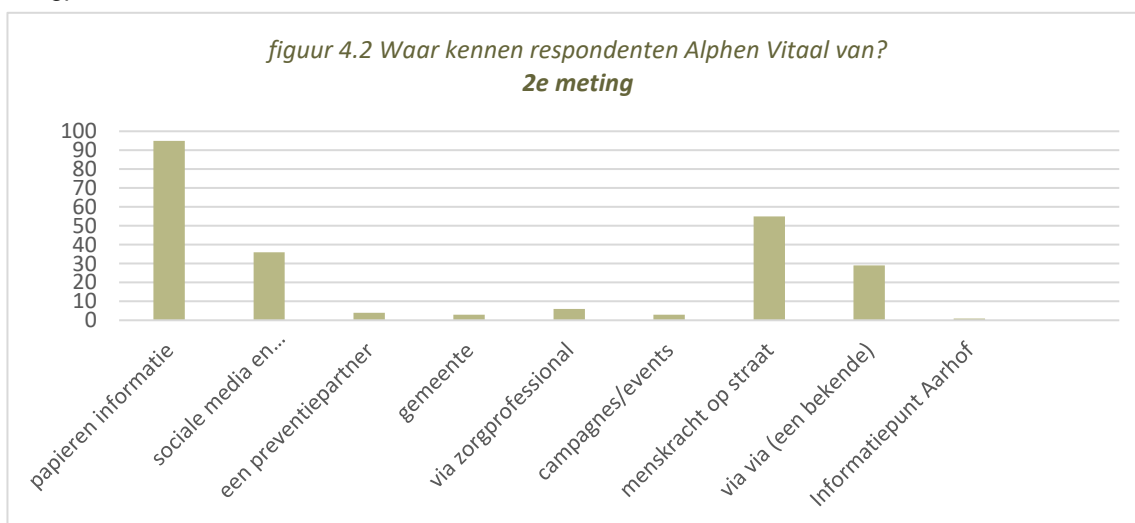
- In april en mei 2024 heeft het Informatiepunt in winkelcentrum De Aarhof **171 bezoekers** met een (hulp)vraag gehad.
- Bezoekers zijn - min of meer gelijkmatig verdeeld - woonachtig in de **postcodegebieden 2401-2408** van de grote kern Alphen. Voor de hand liggend, want winkelcentrum De Aarhof ligt in postcodegebied 2406. Er is geen oververtegenwoordiging van bezoekers uit de wijk 2406. Twee bezoekers wonen in de dorpskernen, t.w. Hazerswoude Dorp en Koudekerk aan den Rijn. Uit de dorpen Aarlanderveen, Benthuizen, Boskoop, Hazerswoude-Rijndijk, en Zwammerdam zijn geen inwoners geweest.
- De helft van de bezoekers (84 mensen) liep toevallig langs in het winkelcentrum en is **spontaan naar binnen gelopen** met een vraag.
- 38 mensen kwamen gericht langs met een **specifieke vraag**. Van hen hadden 20 Alphenaren vooraf over de opening van het Informatiepunt gelezen (in de krant, in een huis aan huis blad, op sociale media) en 15 mensen hadden ervan gehoord via bekenden. Een handjevol bezoekers werd op het Informatiepunt geattendeerd door de gemeente.
- De **gemiddelde tijd** waarin de vraag beantwoord is, is ruim zes minuten. Er zijn een paar uitschieters van een half uur tot ruim een uur. Daarbij zijn meestal (hulp)vragen gesteld die betrekking hebben op mantelzorg (voor partner, ouder) en zorgen over een dementerende partner.
- Van de 171 vragen zijn er **103 beantwoord door een medewerker van Participe, 33 door de gemeente, 11 door Kwadraad, 8 door Tom in de Buurt en 16 door SAVA**.
- De meeste vragen (124) gaan over **welzijn, zorg, ondersteuning en meedoen**. Denk aan (hulp)vragen over vrijwilligerswerk, de wens in contact te komen met anderen (na overlijden van partner, na verbreken relatie). Sommige bezoekers zoeken een maatje of een bezigheid ter voorkoming van isolement. Verder zijn er GGz- en WMO-vragen (huishoudelijke hulp, pgb, vergoedingen). Ook zijn er informatieverzoeken over o.m. cursussen Nederlandse taal, sportactiviteiten (voor kinderen, voor vrouwen), of over hoogbegaafdheid.
- Er worden **veel vragen gesteld die betrekking hebben op vergrijzing en mantelzorgondersteuning**. Het betreft uiteenlopende mantelzorgvraagstukken (dagbesteding, financiële en juridische vragen), ouder worden (zelf, partner, een ouder), vragen over ondersteuning bij financiële en juridische hulp bij een dementerende partner of ouder, en over de wens zolang mogelijk zelfstandig thuis te kunnen blijven wonen en daarop vroegtijdig te anticiperen (vervoersdienst bijvoorbeeld).
- Van de 114 vragen die aan Participe of Kwadraad werden gesteld, was in 69 gevallen een **doorverwijzing** nodig. Bijvoorbeeld naar Steunpunt Mantelzorg van Tom in de Buurt, St.Geldzorg, het Jongereninformatiepunt, Helpdesk Geldzaken (van de gemeente), het Juridische Loket, of naar een collega preventiepartner. Het vaakst werd (door Participe) doorverwezen naar een ander onderdeel van Participe, zoals Vrijwilligerspunt, Papierwinkel, Maatjesproject, afdeling Diensten (o.m. vervoer), of het Ouder-Kind spreekuur.
- Inwoners geven aan dat het Informatiepunt heeft **bijgedragen** aan de (hulp)vraag: de inwoner weet dat hulp beschikbaar is en weet waar zij haar vraag gericht kan stellen.

We beschrijven waar Alphenaren de drie organisatie van kennen.

ALPHEN VITAAAL

Bij de eerste meting bleek dat Alphen Vitaal nagenoeg alle informatiekanalen heeft benut. Enkelenvallen op: een derde van de Alphenaren die naar een activiteit van Alphen Vitaal kwam, ongeacht de leeftijd, kent deze organisatie vooral 'via via' – en dat is nagenoeg altijd een bekende; niet een professional. Anderen kenden Alphen Vitaal via papieren informatie, via sociale media, of een buurtsportcoach of beweegpartner (menskracht op straat, in de wijk, op het schoolplein). Bijna niemand wist van Alphen Vitaal via een andere organisatie of zorginstelling, via de gemeente of via een preventiepartner.

Aan de 233 Alphenaren die naar een activiteit van Alphen Vitaal komen is gevraagd waar zij de organisatie van kennen (zie figuur 4.2). Bij de tweede meting zien we bekendheid via papieren informatie pieken. Een glossy magazine, folders op school, posters in wijkhuizen, een persbericht, en advertenties in een weekblad worden opgemerkt door Alphenaren in alle postcodegebieden, ook door veertigminners. Een belangrijk tweede kanaal zijn de buurtsportcoaches die op het schoolplein (in de pauze) aanwezig zijn ('menskracht op straat'). Anderen (maar minder dan bij de eerste meting) kennen Alphen Vitaal via sociale media of via-via (een bekende). Vrijwel niemand kent Alphen Vitaal via de gemeente, een preventiepartner of een zorgprofessional.

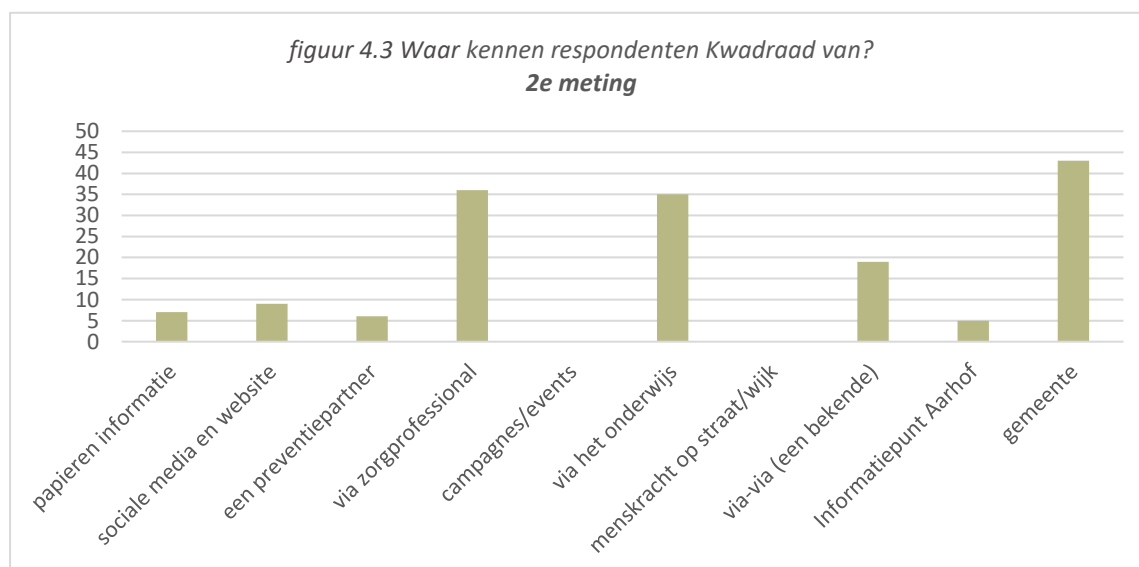


KWADRAAD

Bij de eerste meting kwam naar voren dat Team Opvoeden & Opgroeien van Kwadraad bekend is bij ouders en jongeren via een zorgprofessional of via het onderwijs. Dat zijn ook de kanalen waarop Kwadraad inzet. Digitale of papieren informatiekanalen werden niet tot nauwelijks benut. Afgelopen jaar heeft Kwadraad een boost gegeven aan haar bekendheid, vooral met de inzet van

sociale media en flyers. Verder is er ook de aanwezigheid van de sociaal makelaar in het Informatiepunt in De Aarhof, zijn er inloopsprekuren bij kinderdagopvang Junis en ouderavonden op een aantal PO scholen.³¹

Aan de 143 Alphenaren die naar een cursus of bijeenkomst van Kwadraad komen is gevraagd waar zij de organisatie van kennen (zie figuur 4.3). Bij de tweede meting zien we dat ouders en jeugdigen Kwadraad kennen *via* een zorgprofessional of *via* het onderwijs. Van de 100 ouders en jeugdigen heeft een derde een verwijzing naar Kwadraad gekregen van een jeugdzorgorganisatie / zorgprofessional. Dat is in vrijwel altijd het CJG; een enkele keer wordt Go voor Jeugd of een huisarts in Alphen Noord vermeld. Waar bij de eerste meting ook (weliswaar kleine aantallen) nog werd doorverwezen naar Kwadraad door de schoolarts, het consultatiebureau, Alert4You, een psychologenpraktijk, de politie (na een politiemelding) of Veilig Thuis, worden die functies/organisaties nu niet genoemd. *Via* het onderwijs is net zoals bij de eerste meting een ander belangrijk informatiekanaal. **Anders dan bij de eerste meting zijn ouders ook bekend met Kwadraad *via-via*, altijd een bekende - en vaak een andere ouder waarmee gesproken is op het schoolplein of bij de sportclub van een kind.** Nieuw in de reeks informatiekanalen is Informatiepunt De Aarhof: 4 Alphenaren kennen Kwadraad *via* het recent opgerichte informatiepunt.



De nieuwkomers (van Team Sociale activering en Maatschappelijke begeleiding statushouders) zijn allen aangemeld door de gemeente (de uiterst rechtse staafdiagram).

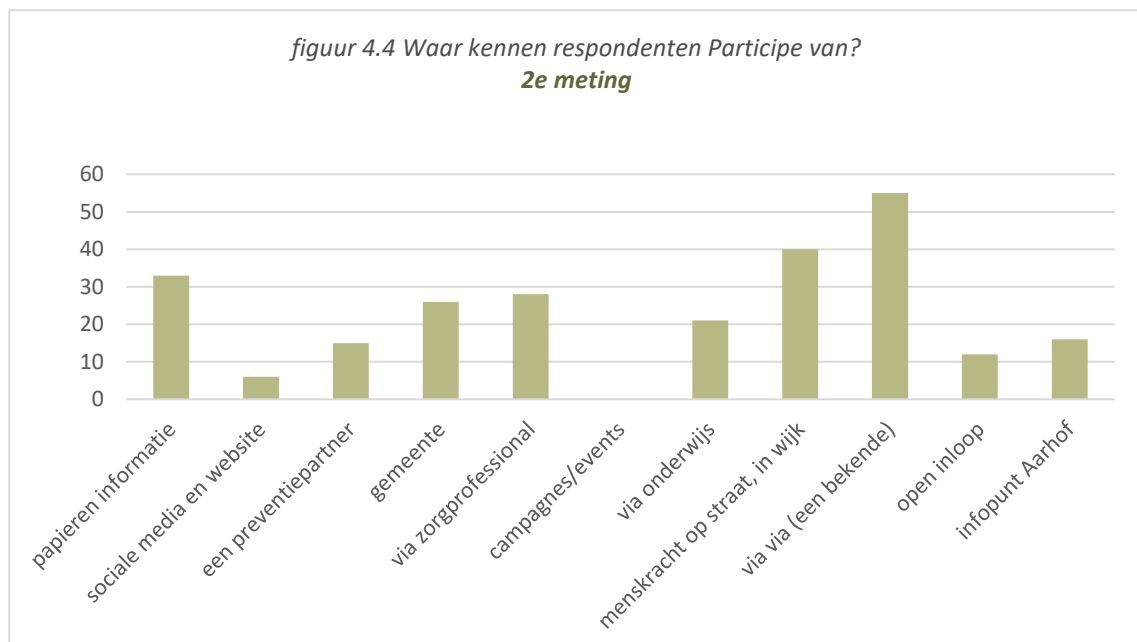
³¹ Kwadraad (2023). Jaarverslag 2022 – Gemeente Alphen aan den Rijn. Totale verantwoording; Kwadraad (2023). Jaarverslag 2023 – Gemeente Alphen aan den Rijn. Preventiebundel 3: Opvoeden en Opgroeien, POK middelen wijkpedagoog, Steunouders en NPO Schoolpedagogen -GU24.017.

PARTICIPE

Bij de eerste meting zagen we dat Participe inwoners bereikt via een grote diversiteit aan kanalen. Mond tot mond reclame was de belangrijkste publiciteit voor Participe. Vrijwel altijd ging het om bekenden: een buur, een familielid, een kennis. Vooral jongeren onder de 27 jaar kwamen met Participe in contact via een bekende. Menskracht (op straat, in de wijk, in het buurthuis) bleek een belangrijke tweede kanaal, gevolgd door papieren informatie. Bekendheid via sociale media was nog wat onderbelicht: jonge deelnemers aan de focusgroepen vertelden wel een Instagram bericht van Participe te lezen, maar pas nadat zij daar eerst al een activiteit hadden bezocht. Sociale media bleken meer een bindmiddel (dan vindmiddel).

Afgelopen jaar is extra inzet geweest op de diversiteit *in beeld*. Een manager: *“In beeld hebben we zichtbaar gemaakt dat het bijvoorbeeld om meer dan alleen de seniorendoelgroep gaat”*. Verder is er zichtbaarheid gecreëerd rondom thema's, zoals eenzaamheid, armoede, Welzijn op Recept en Positieve Gezondheid. Zo'n thema wordt er uitgelicht en heeft prioriteit binnen de communicatie. Denk bijvoorbeeld aan 'de week van het geld'.

Aan de 217 Alphenaren die naar een activiteit van Participe komen is gevraagd waar zij de organisatie van kennen (zie figuur 4.4). Bij de tweede meting zien we het bereik via een diversiteit aan kanalen terugkomen. Mond tot mond reclame (via-via) blijft de belangrijkste publiciteit, ongeacht de leeftijd. Een tweede en derde belangrijk kanaal zijn papieren informatie (flyers, posters, huis aan huis krant) en menskracht op straat en in de wijk. Participe is de enige partij die echt bekendheid krijgt *via* de preventiepartners (4 via Kwadraad en 11 via Alphen Vitaal). Nieuw in de reeks informatiekkanalen is Informatiepunt De Aarhof: 16 Alphenaren kennen Participe via het recent opgerichte informatiepunt.



5 ERVAREN ZICHTBAARHEID EN VINDBAARHEID

Hoe bekend zijn de drie organisaties en waarmee worden ze geassocieerd? Hoe ervaren inwoners de zichtbaarheid van de drie preventiepartijen en is hun aanbod herkenbaar? Hoe zit het met de bereikbaarheid en de toeleiding? En ervaren inwoners dat in Alphen aan den Rijn meer wordt ingezet op preventie en op de versterkte zichtbaarheid van het preventieaanbod? Daar gaat dit hoofdstuk over.

5.1 ASSOCIATIE EN BEKENDHEID

Respondenten is gevraagd naar het eerste³² wat bij hen opkomt bij de termen Alphen Vitaal, Kwadraad en Participe. Waarmee worden de drie organisatie geassocieerd als Alphenaren de naam, logo, nieuwsbrief, vlag, of motto van de organisatie ergens tegenkomen? Respondenten is ook gevraagd naar spontane bekendheid *met de andere twee organisaties* en er is geïnformeerd of men er ook komt. Deze respondenten kunnen immers potentiële doelgroepen zijn voor alle organisaties.

ALPHEN VITAAL

Bij de eerste meting werd Alphen Vitaal nog regelmatig bij de naam van voorganger 'Alphen Beweegt en zelfs, nog langer geleden, 'Sportspectrum' genoemd. Een handjevol mensen gaf ook aan de term Alphen Vitaal niet te kennen, en meende te sporten via bijvoorbeeld het ziekenhuis of een wijkcentrum. **Inmiddels noemt iedereen Alphen Vitaal bij z'n (correcte) naam. Er is geen naamsverwarring meer. Alphen Vitaal organiseert sportactiviteiten en wordt daar juist mee geassocieerd door respondenten van alle drie de organisaties. 'Sport', 'beweging', 'gezonde leefstijl', en 'vitaliteit' wordt genoemd. De associatie is sterker dan bij de eerste meting.**

Alphen Vitaal respondenten associëren de organisatie correct met sporten voor alle leeftijden. Participe en Kwadraad respondenten hebben – net zoals bij de eerste meting – onjuiste leeftijdsassociaties. De ouders van Kwadraad menen dat Alphen Vitaal er alleen voor kinderen is; de respondenten van Participe associëren Alphen Vitaal met senioren gym, maar meer dan bij de eerste meting ook met sport voor jongeren.

Alphen Vitaal-respondenten verbinden de organisatie trouwens niet alleen aan sport, bewegen, een gezonde leefstijl en vitaliteit; bijna de helft van hen noemt als tweede associatie gezelligheid en het ontmoeting, het leren kennen van nieuwe mensen. Een tip van één van de senioren focusgroepeelnemers: *"maak netwerkreclame, vertel het je buur, organiseer eens in het kwartaal bijvoorbeeld een neem-je-buur-mee-sportochtend. Het is gezellig hier"*.

³² Gevraagd is naar 'top of mind awareness', dat is de spontane bekendheid 'waar denk je als eerste aan bij ...'

Anders dan bij de eerste meting heeft ruim 10% van de Alphen Vitaal-respondenten als associatie ‘zorgen dat het goed blijft gaan’, toegelicht met: het is een ondersteuning bij het opvoeden, het voorkomt isolement, het draagt bij aan weerbaar worden. Dit verschil is wellicht te wijten aan de samenstelling van de respondentengroep: deze is diverser qua leeftijd en postcodegebied dan bij de eerste meting (met veel senioren). Het zijn vooral dertigers tot en met vijftigers die bovengenoemde associatie ‘zorgen dat het goed blijft gaan’ hebben met Alphen Vitaal.

De bekendheid van Alphen Vitaal is wat toegenomen: de organisatie is bekend bij ruim de helft van de Kwadraad-respondenten (bij de eerste meting was dat nog 35%), en een kleine vijf procent sport er ook (bij de eerste meting was dat 10%). Van de Participe-respondenten zegt 55% (bij de eerste meting 54%) Alphen Vitaal te kennen. Een kleine tien procent – net zoals bij de eerste meting allen jongeren – sport ook via Alphen Vitaal.

Aandachtspunt voor Participe en Kwadraad: Dat betekent dus ook dat ongeveer de helft van de Participe en Kwadraad participanten zegt nog nooit van Alphen Vitaal gehoord te hebben. Een tip van een focusgroepeelnemer: *“Nodig eens een Participe medewerker uit bij onze sportactiviteit, om te vertellen wat Participe doet voor senioren. Doe hetzelfde bij een sportactiviteit waar vooral ouders of jongeren komen, en vraag daar een wijkpedagoog van Kwadraad zich te komen voorstellen. Vertel als Participe of Kwadraad medewerker wat jouw organisatie kan betekenen voor hen”.*

KWADRAAD

Kwadraad is er voor opvoed- en opgroevragen. En dat is precies waar de meeste Kwadraad-cliënten de organisatie mee associëren. Een respondent (28 jaar): *“Eerste hulp bij opvoeden. Het zou eigenlijk onder de naam van de organisatie moeten staan. Dan is het duidelijk waar ze voor zijn”.* Ouders zien een rol voor Kwadraad rondom vroegtijdige ondersteuning bij de opvoeding, met een range aan onderwerpen. Denk aan pesten, ADHD, weerbaarheid, hoogbegaafdheid, scheiding, LHBT- of gender-issues. Enkele voormalige cliënten merken op dat zij niet meer precies weten waarin Kwadraad zich onderscheidt van andere (jeugd)hulporganisaties waar ze mee te maken hebben gehad. Een ouder schrijft: *“Kwadraad? Wie waren dat ook alweer (in de grote berg van instanties in Alphen aan den Rijn met wisselende namen). Ligt niet per se aan hen hoor, maar aan de grote hoeveelheid instanties waar je met je kind naar toe kan als er zorgen zijn”.* Ouders hebben behoefte aan een persoon die hen vroegtijdig de weg wijst in het doolhof aan jeugdorganisaties (*“en alweer een nieuwe organisatie JenG”*).

Opmerkelijk: **Er is wat onduidelijkheid over hoe Kwadraad zich verhoudt tot andere (jeugd)hulporganisaties.** Respondenten menen dat Kwadraad een rol heeft in bemiddeling met andere jeugdhulporganisaties. Ouders ervaren wat onduidelijkheid over die rol en vragen zich af of Kwadraad kan doorverwijzen (ja), een diagnose mag stellen (nee) en of Kwadraad dan *“een soort van tussenoplossing is als er een diagnose nodig is”.* Ouders weten niet hoe de gezinsondersteuning van Participe zich verhoudt tot de wijkpedagogen van Kwadraad en de

andere organisaties die hun opvoed- en opgroevragen zouden kunnen beantwoorden. Voor ouders is het een zoektocht. Medewerkers van Kwadraad zien zij als mogelijke bemiddelaar daarbij, een tussenpersoon, “een verwijlsbemiddelaar”.

Hulp bij opvoedvragen, maatschappelijk werk en “mensen met pedagogische kennis” is waar Kwadraad mee geassocieerd wordt door de meeste respondenten (ouders) van Participe en Alphen Vitaal. Da's een verbetering ten opzichte van vorig jaar: Kwadraad werd toen onjuist geassocieerd met relatieproblemen of psychische hulp.

De bekendheid van Kwadraad is iets afgenomen. Kwadraad is bekend bij maar een kwart (bij de eerste meting een derde) van de Alphen Vitaal-respondenten (de ouders); net zoals bij de eerste meting (minder dan vier procent) komt nagenoeg niemand van hen bij Kwadraad (2 ouders). Meer Participe-respondenten kennen Kwadraad (45%, net iets minder dan de 50% van de eerste meting), en een kleine tien procent (5% bij de eerste meting) komt ook bij Kwadraad. Dat betekent ook dat 55% van de Participe-respondenten en driekwart van de Alphen Vitaal ouders en jongeren nog nooit van Kwadraad heeft gehoord; dat is een aandachtspunt.

PARTICIPE

Participe is er voor brede welzijnsvragen, voor een sociale basis. Bijna de helft van de Participe-respondenten, vergelijkbaar met de eerste meting, denkt bij Participe als eerste aan gezelligheid, mensen ontmoeten, en ‘onder de mensen zijn’. Een deelnemer aan de focusgroep vertelt: *“Je ziet elkaar even, en tegelijkertijd doe je een activiteit. Het is het gezellig samen zijn, elkaars verhalen maar ook problemen aanhoren. Je lucht je hart, je helpt elkaar. Vertrouwen is belangrijk. Elkaar al een tijd kennen. Dan deel je wat je op je hart hebt”.*

Een tweede associatie die respondenten hebben bij Participe is ‘ondersteuning’: (door 75-plussers) bij het ouder worden en zo lang mogelijk zelfstandig thuis kunnen blijven wonen, en (door alle leeftijden) ‘zorgen dat het goed blijft gaan met me’. Ook wordt vrijwilligerswerk, bezig blijven, en meedoen genoemd. Bijna 10% noemt ook ‘ondersteuning bij vragen over geldzaken’. Verder wordt Participe ook verbonden aan het voorkomen van opvoedissues en ondersteuning bij opgroei-, relatie- en gezinsvragen. Die ‘opvoed’-associatie wordt vooral genoemd door Alphenaren uit Alphen Noord.

Respondenten van Alphen Vitaal associëren Participe correct met zorg- en welzijnsthema's en met alle leeftijdsgroepen, en denken daarbij aan de Wmo, mantelzorg, wijkhuizen, jongerenwerk, ouderenwerk, blijven meedoen, buurtfeesten, vrijwilligerswerk en ondersteuning op uiteenlopende vlakken als financiën, thuiszorg en opvoedissues. Een Alphen Vitaal respondent (67 jaar) schrijft: *“Bij Participe denk ik aan een paraplu-organisatie. Voor alle leeftijden, voor alle dingen waar je tegenaan zou kunnen lopen. Zij ondersteunen en denken met je mee”.*

Kwadraad-respondenten (de ouders) associëren Participe vooral met buur(t)zorg, ‘mensen samen brengen’ en hebben onjuiste leeftijdsassociatie met senioren, ouderenwerk en hulp voor ouderen.

Participe is - van de drie preventiepartijen – het meest ook bekend bij deelnemers van de twee andere organisaties. De bekendheid is licht toegenomen. Drie kwart van de

respondenten van Alphen Vitaal kent Participe en bijna een kwart van de Alphen Vitaal-respondenten komt zelf ook bij een activiteit, inloop of dienst van Participe (net zoals bij de eerste meting). Participe is bij ruim twee derde (vorig jaar de helft) van de Kwadraad-respondenten bekend. En 7% (bij de eerste meting ruim tien procent) van de Kwadraad-respondenten komt er ook voor een activiteit.

Een derde van de Kwadraad-respondenten en een kwart van de Alphen Vitaal respondenten heeft nog niet van Participe gehoord.

5.2 ZICHTBAARHEID EN HERKENBAARHEID

Vorig jaar concludeerden we dat de drie organisaties verschillende strategieën inzetten om de zichtbaarheid van hun organisatie te vergroten en om inwoners vroegtijdig te bereiken, maar dat niet iedere strategie ook bruikbaar of wenselijk is voor elke organisatie. De sportcoaches van Alphen Vitaal bijvoorbeeld zijn herkenbaar met shirt en vlag op een schoolplein, terwijl de wijkpedagoog van Kwadraad juist niet te zichtbaar aanwezig is omdat ouders dan aangeven dat het te duidelijk is voor omstanders dat zij voor een opvoedvraag komen.

Bij de eerste meting deden we een groot aantal praktische suggesties, afkomstig van respondenten, voor het verbeteren van de zichtbaarheid en herkenbaarheid van Alphen Vitaal, Kwadraad en Participe. We hebben daar dit jaar in de enquête niet weer naar gevraagd. **De praktische tips worden opgepakt door de organisaties. In Bijlage A zijn de tips van respondenten nogmaals opgenomen.**

ALPHEN VITAAL

Een driekwart van de Alphen Vitaal-respondenten weet welke activiteiten de organisatie aanbiedt. Sommige respondenten die deelnamen aan een vakantie-activiteit hebben vragen over de doorlooptijd en continuïteit van de sportactiviteit. Zij merken op dat zij niet op de hoogte zijn of er buiten de vakantie om sportgelegenheid is, behalve op het schoolplein. **Twee derde is positief over de zichtbaarheid en herkenbaarheid van Alphen Vitaal.** De naam is duidelijk en Alphen Vitaal is in toenemende mate in de gemeente zichtbaar. Meer dan bij de eerste meting wordt er tevens opgemerkt dat het om een *“leuk, enthousiast, energiek team”* gaat. Er worden veel complimenten gegeven. **Alphen Vitaal is op locatie erg goed herkenbaar met een T-shirt, een logo, een bord of een vlag.** Een oudere respondent schrijft: *“Ik kom elke week en weet de weg hier. Maar als je voor het eerste komt, is het best spannend en zou het fijn zijn als je in de hal wordt opgevangen door een herkenbare Alphen Vitaal trainer die je even introduceert. Elke week kan er weer een twijfelbaar beneden in die hal staan. Het is goed om je daar bewust van te blijven”*. Een focusgroepeelnemer vult aan: *“Het is belangrijk dat je weet wat het je gaat kosten. Die informatie moet al in de profilering zitten. Dus vooraf bekend zijn. Hier hoorde ik van een ander dat Zorg en Zekerheid het deels vergoedt. Voor mij is dat belangrijk”*.

Kwadraad-respondenten zijn net zoals bij de eerste meting nog wat verdeeld over hoe zichtbaar de organisatie is. Bijna de helft (vorig jaar nog een derde) is positief over de zichtbaarheid. Ouders zijn dubbel over die zichtbaarheid. Enerzijds verwachten zij geen medewerkers met een T-shirts met een logo - omdat andere ouders of jongeren dan weten dat men met een pedagoog in gesprek gaat. Anderzijds was het voor henzelf een zoektocht, en mag er nadrukkelijker geprofileerd worden. Bijvoorbeeld bij een presentatie of informatiebijeenkomst, waar Kwadraad naast andere organisaties ook aanwezig is. Een ouder: *“Juist daar, in die anonimiteit van een bijeenkomst, als je als ouder wat informatie bijeen haalt, dan is het belangrijk dat je ziet dat dit JenG is, dit Kwadraad is, en dit is noem maar op. En dat je dan meteen weet wat het verschil is tussen al die organisaties”*. Ouders zijn positief over de contactpersoon bij Kwadraad (*“je wordt serieus genomen. Is altijd snel bereikbaar”*), over de groepsbijeenkomsten met een diversiteit aan thema's. Vooral de korte lijn met Kwadraad-pedagogen wordt gewaardeerd. Ouders ervaren een drempel om vragen over de opvoeding te stellen, maar de zichtbare aanwezigheid van een schoolpedagoog heeft hen daarbij geholpen. Zij adviseren de schoolpedagogen om zichzelf bij aanvang van een schooltraject of bij een eerste kennismaking met een school, al kenbaar te maken. Van de Kwadraad-respondenten zegt een ruime meerderheid (85%, bij de eerste meting was dat 61%) te weten welke activiteiten Kwadraad (nog meer) aanbiedt.

PARTICIPE

Een ruime meerderheid (88%) van de Participe-respondenten is positief over de zichtbaarheid van Participe. Respondenten zijn van mening dat ‘de werkers’ (ouderenwerk, jongerenwerk, kinderwerk en meer) goed zichtbaar en gemakkelijk aanspreekbaar zijn, op school, op straat, en in het wijkhuis. Participe is goed herkenbaar (met een vlag, een logo, een T-shirt, een bord, een motto). En vrijwel iedereen kent de folders, posters of ontvangt een nieuwsbrief. Belangrijk daarbij is de hoeveelheid, de verscheidenheid en de herhaling. Een respondent (32 jaar, ouder): *“Mis je een nieuwsbrief, dan zie je wel ergens een folder liggen over wat er te doen is, ook voor de kinderen”*. Jonge respondenten uit de focusgroepbijeenkomst melden spontaan de banner (op school) en weten te vertellen dat deze van Participe en Alphen Vitaal is. Ook een herkenbaar en consequent gebruikt motto ‘samen maken wij de buurt’ draagt bij aan de zichtbaarheid. Een respondent schrijft: *“Er is veel reclame, een duidelijke leus, een vast vertrouwd gezicht bij een activiteit, en het is dichtbij”*.

Dat Participe goed zichtbaar is, betekent niet automatisch dat mensen ook deelnemen aan (andere) activiteiten of gebruik maken van diensten of ondersteuning. Een veelgehoorde drempel is de onduidelijke rol van de gemeente in de (door Participe beheerde) wijkhuizen. Een deelnemer aan een activiteit: *“Er zijn drempels. Bijvoorbeeld het idee dat zo'n wijkhuis van de gemeente is. En er is argwaan naar de gemeente hoor. Als ik merk dat dat de reden is, ga ik naar zo iemand toe en geef diegene een arm om de eerste keer samen naar een activiteit te wandelen”*. De consequente en brede inzet aan papieren reclame en de herkenbare functies op straat dragen bij aan de zichtbaarheid van Participe, merken vooral inwoners uit Alphen Noord op. Herkenbaarheid

gaat nog een stap verder. Een jonge respondent: *“Dat ik hier kom is omdat ze een folder gaven, maar dat ik blijf komen is omdat ze mij snappen, mij serieus nemen. Omdat onze levens op elkaar lijken, die trainer begrijpt mij wel denk ik”*.

Bij de eerste meting zagen we dat respondenten verdeeld zijn in hun mening over bekendheid met de activiteiten; dat zien we nu ook terug. Er zijn veel activiteiten, diensten en ondersteuning, voor alle leeftijden, op veel locaties, en gekoppeld aan tig thema's. In de focusgroepen wordt door jonge deelnemers gevraagd of er ook activiteiten in de vakanties mogelijk zijn. Daar is behoefte aan. Een respondent (16 jaar): *“Ik heb thuis en school. Verder niets. Nu heb ik ook sport erbij. Na school is dat. Dat is gezellig en fijn”*.

5.3 BEREIKBAARHEID EN TOELEIDING

Respondenten is gevraagd of zij weten hoe ze kunnen deelnemen aan een activiteit of zich kunnen aanmelden voor een voorziening of dienst. Zijn medewerkers bereikbaar, herkennen ze een andere vraag, een andere behoefte, en weten ze dan toe te leiden naar een andere organisatie?

ALPHEN VITAAL

Vrijwel alle respondenten vinden dat zij Alphen Vitaal goed kunnen bereiken. Er zijn (bij terugkerende wekelijkse sportgroepen) Whatsappgroepjes aangemaakt waardoor deelnemers elkaar kunnen bereiken - mocht er eens een keer iemand niet kunnen, een tijd niet komen (*“dan bellen we hoor”*) of - voor enkelen – om ook buiten deze sportgroep iets anders af te spreken, zoals een wandeling. Vrijwel iedereen (bijna 100%) vindt dat het aanmelden voor een activiteit bij Alphen Vitaal gemakkelijk verloopt. Een meerderheid (90%) weet wie bij Alphen Vitaal te benaderen voor een vraag. Verder wordt er door respondenten opgemerkt dat de activiteiten van Alphen Vitaal erg toegankelijk zijn, dat het prettig is dat de sportactiviteiten (bijna) gratis zijn, en dat de sportactiviteiten verbinden (ouderen) en ontlasten (ouders).

Recent heeft een stagiaire van Alphen Vitaal een behoeftenonderzoek uitgezet. Daaruit kwam naar voren dat er behoefte is aan andere sportieve bezigheden, zoals bijvoorbeeld een gezamenlijke fietstocht. **Sportcoaches zouden kunnen attenderen op of doorverwijzen naar andere expertise als ze andere (dan beweegbehoefte) ondersteuningsbehoeften zouden signaleren. Respondenten vinden dat sommige sportcoaches zeker bekwaam zijn bij het naar boven halen van een andere behoefte of vraag, maar enkele focusgroepdeelnemers merken op dat zij daar in hun eigen netwerk al voldoende ondersteuning voor hebben, zoals van hun kinderen, partner of burens.** *“Hier kom ik voor de gezelligheid en vitaliteit. Dat betekent niet dat er geen andere behoeften zijn of ondersteuning nodig is, maar die bespreek ik hier niet zo snel”*.

KWADRAAD

De geïnterviewde ouders vinden dat Kwadraad zich positief onderscheidt (van de andere jeugdzorginstanties waar sommigen ook contact mee hebben) in directheid en snelheid.

Het contact is rechtstreeks en *“dat is belangrijk bij een opvoedvraagje waar een professional wel antwoord op heeft”*. Een ouder vertelt: *“Niet via een mail naar een secretariaat met een automatische reply, en vervolgens een nieuwe afspraak over vier maanden. Bij Kwadraad app je gewoon met Roos. Die directheid, meteen een antwoord, dat neemt m'n zorgen weg”*. Het contact wordt als laagdrempelig ervaren: het aanmelden ging gemakkelijk, korte lijnen, gemakkelijk te benaderbare medewerkers, die bovendien (soms) aan huis komen, het is duidelijk wie te benaderen is bij een vraag, er komt direct reactie als een ouder een vraag appt, medewerkers zijn erg goed bereikbaar. Ouders vinden het prettig dat het vervolg-initiatief bij hen ligt: er hoeft geen nieuwe afspraak te worden ingepland *“maar je kunt bellen of appen met de wijkpedagoog als er iets is, een kleine vraag rondom de opvoeding. Ik voel alle ruimte om te bellen als het nodig is”*. De ouders die deelnemen aan de focusgroepen vergelijken met andere organisaties. Zij hebben scherpe kritiek op de jeugdhulp in Alphen aan den Rijn. Een ouder noteert in een enquête: *“mijn ervaring is dat de instanties niet samenwerken, dat de zorg verstoep zit, en uitgestelde hulp draagt alleen maar bij het groter worden van je vraag”*.

Op de vraag of medewerkers een andere vraag of behoefte herkennen en dan weten door te verwijzen of toe te leiden naar een andere organisatie zijn de respondenten positief.

Kwadraad-medewerkers herkennen een andere behoefte en hebben niet enkel een pedagogische bril op. Een focusgroepdeelnemer: *“Ook persoonlijke zorgen, soms indirect van invloed op zeg maar ‘ik als opvoeder’ kunnen worden besproken”*. Kwadraad-medewerkers hebben kennis van de sociale kaart in Alphen aan den Rijn, en weten naar welke organisatie ze kunnen doorverwijzen.

Een respondent schrijft: *“Kwadraad krijgt ook zwaardere opvoedvragen dan pedagogisch op d'r bordje omdat juist door andere organisaties wordt doorgeschoven, of tijdelijk geparkeerd, omdat die organisaties een wachtlijst hebben”*. Een ouder vult aan: *“Iets wat eigenlijk niet bij een Kwadraad-pedagoog hoort, maar die dan wel handvatten voor het moment aanbiedt. En dat helpt ons dan wel voor nu”*.

PARTICIPE

Participe wordt als laagdrempelig ervaren. Zowat iedereen vindt dat het aanmelden (als dat nodig is) voor een activiteit of dienst moeiteloos is verlopen en weet hoe dat werkt bij Participe. Het merendeel weet wie zij bij Participe kunnen benaderen als er een vraag is. Er zijn veel (vrijwillige) medewerkers en zij zijn makkelijk te bereiken.

Op de vraag of medewerkers een andere vraag of behoefte herkennen en dan weten door te verwijzen of toe te leiden naar een ander onderdeel binnen Participe of naar een andere organisatie verschillen de meningen. Bij de eerste meting gaven we als aanbeveling in te zetten op brede competenties (zie kader hieronder met 'pijlers in je broekzak'). **Respondenten ervaren dat het sterk afhankelijk is van welke functie men spreekt, of een andere zorgvraag of behoefte wordt herkend en of men dan ook toegeleid wordt naar een andere organisatie of naar een ander onderdeel van Participe.** Een focusgroepdeelnemer vult aan dat vertrouwen daarbij ook een rol speelt: *“Vertrouwen is belangrijk. Bij vroegtijdig je zorgen durven uiten, voordat*

het problemen worden, daar gaat vertrouwen mee gepaard. En vertrouwen is synoniem met een lange adem. Je bouwt een geschiedenis met elkaar op, jij, de andere mensen en de medewerker. Je wilt ook de zekerheid dat de activiteit en je groepje er volgend jaar nog is. Dan deel je moeilijke dingen met elkaar en kun je ergens aan werken, om te voorkomen dat het groot wordt”.

Een aanbeveling vanuit de 1^e meting: ‘Zet in op brede competenties’

bureau51 adviseerde: In het preventieve domein zijn ook andere competenties nodig dan enkel de eigen core business, zoals breed kunnen signaleren. Om vroegtijdig problemen te herkennen is het van belang dat verschillende functieprofielen deze problematiek kunnen signaleren, met andere woorden, dat zij een vraag die buiten hun corebusiness ligt, kunnen herkennen. Daarvoor is een versterkte inzet op brede competenties nodig. Inzet op een brede blik bij meer medewerkers van de drie preventiepartijen betekent dat ‘je er vroeg bij zit’. Dat is wat preventie beoogt.

- Om te kunnen signaleren buiten het eigen beroepsterrein en te verwijzen zijn extra competenties nodig (als jongerenwerker, als wijkpedagoog, als sportcoach), alsook meer kennis van de sociale kaart van de buurt.
- Breng in kaart in hoeverre de uitvoerend medewerkers over deze competenties beschikken, maar ook of zij de capaciteiten hebben. Mogen we verwachten dat bijvoorbeeld een sportcoach ook pedagogische vragen van een deelnemer herkent, of (beginnende) financiële zorgen? – en zo ja, wordt iedereen hiervoor goed toegerust (getraind)?
- En weet men elkaar te vinden? - weten alle medewerkers hoe zij kunnen handelen, als zij iets signaleren; weten zij naar wie je kunt verwijzen Dit kan een collega met andere expertises zijn, maar ook collega’s bij een andere (preventie)organisatie. Hiervoor is laagdrempelig contact tussen de organisaties van belang, korte lijnen, op dezelfde locatie (een wijkcentrum bijvoorbeeld) aan het werk zijn.

De preventiepartijen hebben deze aanbeveling praktisch uitgewerkt naar de ‘Pijlers in je broekzak’. Een boodschap aan de medewerkers voor breed signaleren, en tegelijkertijd een handige overzichtskaart voor bij de hand. De overzichtskaart is bedoeld voor uitvoerende medewerkers, zodat zij nog beter in beeld hebben wat de ‘eigen’ organisatie allemaal doet en kan doen, nog breder leren signaleren en luisteren, weten wanneer ze moeten schakelen, en die verbinding kunnen leggen naar de andere preventiepartijen of andere organisaties. **Positieve gezondheid is de gemeenschappelijke taal die daarvoor gebruikt wordt.**

5.4 TOEGENOMEN INZET OP PREVENTIE?

Inwoners in Alphen aan den Rijn ervaren de intensivering op preventie niet direct. Het ‘label’ preventie en de koppeling tussen verschillende preventiethema’s leeft vooral binnen de gemeente en bij de organisaties die bezig zijn met de preventie-opdracht. Een deelnemer aan een activiteit bij Participe die ook medewerker is bij Tom in de buurt schrijft in de enquête: *“Je kunt het beter hebben over de ‘week van het geld’, of praten over financieel goed in je vel zitten. Dat gaat over*

vroegsignaleren en er op tijd bij zitten, zonder die preventie-term of het preventie-team te noemen”.

Net zoals bij de eerste meting benadrukken sommige respondenten dat er in het landelijke nieuws toenemende aandacht is voor het preventie-thema. Maar dat in Alphen aan den Rijn de gemeente zelf noch heeft gecommuniceerd naar de inwoners over de versterkte preventie-inzet, noch over de belangrijke rol daarbij van de drie preventiepartijen. Een geïnterviewde: *“Opmerkelijk. De gemeente promoot van alles, maar zoiets waardevols en bruikbaar als dit niet. Als je op tijd ergens voor aan kan kloppen kun je dingen voorkomen. Maak die boodschap dan ook bekend als gemeente”.*

Door respondenten wordt benadrukt dat het aanbod van de drie organisaties gericht op “het voorkomen van (vul maar in)” zeker moeilijkheden en problemen tijdig heeft voorkomen. Die persoonlijke opbrengst voor Alphenaren beschrijven we in het volgende hoofdstuk.

6 OPBRENGSTEN

Wat benoemen Alphenaren zelf als voornaamste reden om deel te nemen aan het aanbod van een van de preventiepartijen? Wat wordt er volgens hen met de activiteit of dienst voorkomen, waar draagt het aan bij? Daar gaat dit hoofdstuk over.

6.1 DEELNAME-REDEN

Respondenten is gevraagd waarom zij een activiteit (of training, cursus, uitje, inloop en meer) bezoeken. Wat is hun belangrijkste motief voor deelname?

ALPHEN VITAAL

Bij de eerste meting zagen we dat Alphen Vitaal-respondenten deelnemen aan een activiteit omdat zij meer willen sporten en bewegen en inzetten op een gezonde leefstijl. Ontmoeting werd meestal in één adem vermeld. Sporten, en dan met name in *groepsverband*, gezelligheid, en 'onder de mensen zijn' bleken een belangrijke motief om deel te nemen aan een sport- of beweegactiviteit van Alphen Vitaal. Er werd geen enkele andere deelname-reden genoemd.

Bij de tweede meting zien we dat de meeste Alphen Vitaal respondenten (bijna 90%) wederom aangeven in eerste instantie naar de activiteit te zijn gekomen voor sport en beweging in combinatie met de gezelligheid en (nieuwe) mensen ontmoeten. In tegenstelling tot bij de eerste meting zien we ook een groep (zo'n 10%, dertigers tot en met vijftigers) die aangeeft dat de voornaamste deelname-reden anders is dan gezellig sporten. Zij noemen als motief voor sportdeelname ervoor zorgen dat het goed blijft gaan met hen, het voorkomen van isolement, en (een sportactiviteit of dagje uit als) ondersteuning bij het opvoeden.

KWADRAAD

Bij de eerste meting was het deelname-motief van Kwadraad-respondenten voor nagenoeg iedereen de bestaande opvoed- of opgroeivraag waarop zij antwoord zoeken. Er was behoefte aan professionele ondersteuning en de keuze voor deelname aan een Kwadraad-activiteit was willekeurig en had vooral te maken heeft met wachtlijsten elders. Een enkeling gaf aan naar Kwadraad te zijn gekomen voor een relatie-gerelateerde vraag die mogelijk ook verband had met de opvoedvraag. De helft van de ouders ervaarde hun vraag trouwens niet als 'een kleine opvoedvraag' maar als een zorg, een opvoedprobleem.

Bij de tweede meting zien we dat het deelnamemotief voor ruim de helft van de respondenten ondersteuning bij opvoeden en opgroeien is. Persoonlijke ontwikkeling gerelateerd aan het ouderschap en de opvoeding (zoals weerbaar worden en leren in je kracht te staan als ouder) wordt door ruim een derde van de ouders genoemd als deelname-motief.

Enkele ouders merken op dat zij “*ondersteuning bij de opvoeding*” te zwaar vinden aangezet. Zij hebben een vraag (over faalangst, over hoogbegaafdheid, over een onzeker kind) en verwachten van Kwadraad een advies of handvat. Een klein deel van de ouders meent dat hun vraag juist te zwaar is om door Kwadraad opgelost te worden. De wachtlijsten elders zijn een motief geweest voor hun aanmelding bij Kwadraad.

PARTICIPE

Bij de eerste meting zagen we dat Participe respondenten om uiteenlopende redenen deelnemen aan het aanbod van Participe, maar dat ontmoeting en gezelligheid met kop en schouders boven de andere deelnameredenen uitstaken – ongeacht de leeftijd.

Gezelligheid, bezig blijven, chillen, en andere mensen ontmoeten is nog steeds het voornaamste motief om deel te nemen aan een activiteit of vrijwilligerswerk te verrichten bij Participe. Vijfenzeventigplussers, die gebruik maken van (vervoers)diensten noemen ‘ondersteuning bij het ouder worden’ en ‘zo lang mogelijk zelfstandig thuis kunnen blijven wonen’ in één adem met ‘gezelligheid’. Door ouders en jongeren wordt, naast de gezelligheid, ‘grip op je leven houden’ vaak vermeld als deelname-motief. Denk aan ondersteuning bij vragen over geldzaken, weerbaar worden en voor jezelf op leren komen, en (vooral bij inwoners uit Alphen Noord) opvoed- en gezinsvraagstukken. Ondersteuningsbehoefte bij mantelzorg(vraagstukken) worden regelmatig vermeld.

5.2 PERSOONLIJKE WINST

Waar draagt deelname aan een activiteit, training en dergelijke aan bij, en wat heeft het mogelijk voorkomen, wat is de persoonlijke opbrengst?

ALPHEN VITAAL

De sport- of beweegactiviteit draagt vooral bij aan lichamelijke beweging, vitaliteit, een gezonde leefstijl in combinatie met gezelligheid en andere mensen ontmoeten. Dat geldt voor alle postcodegebieden en alle leeftijden. Dankzij de activiteit van Alphen Vitaal ervaart de helft van de respondenten dat het beter met hen gaat (de rest vindt de vraag niet van toepassing ‘omdat het al goed ging’). Mensen voelen zich vooral “*fitter, beter in hun lijf zitten*”, maar ook “*blijer, omdat ik onder de mensen ben*”.

De activiteit van Alphen Vitaal kwam voor het merendeel van de respondenten (88%) op een goed moment; een minderheid (11%, en net zoals bij de eerste meting allemaal zeventigplussers) was liever eerder met Alphen Vitaal in contact gekomen. Door focusgroepdeelnemers wordt verteld dat het voorkomen of het oplossen van andere zorgen niet geassocieerd wordt met Alphen Vitaal. Maar de zeventigplussers die aangeven dat zij Alphen Vitaal graag eerder hadden willen leren kennen, vermelden dat zij Alphen Vitaal vooral opzoeken voor nieuwe contacten (“*mijn netwerk dunt zo ontzettend uit*”), tegen eenzaamheid (“*mijn vrouw is overleden, ik voel me erg alleen*”), en om door de week wat te doen te hebben. **De beweegactiviteit draagt voor sommige ouderen, met ontmoeting en gezelligheid, ook bij aan het voorkomen van isolement.**

Dankzij de activiteit bij Alphen Vitaal zegt bijna de helft (bij de eerste meting ruim een derde) van de respondenten wat meer grip op het leven te ervaren. Dat zijn ouderen die vinden dat het sporten bijdraagt aan fitheid “en daarom thuis wat makkelijker te kunnen lopen”, maar ook respondenten die vermelden dat zij na een ongeluk of ziekte werken aan herstel, of ouders die opmerken dat zij dankzij de sportactiviteit voor hun kinderen even wat ruimte voor zichzelf hebben. Een ouder (38 jaar) schrijft: *“Is voor mijn drukke kind heel fijn. Er wordt ook structuur geboden en duidelijke regels. Het ontlast ons als ouders wat. Kinderen blij. Ouders blij”*.

Op de vraag wat Alphen Vitaal nog meer zou kunnen betekenen, geeft 15% een antwoord. Deze Alphenaren willen graag meer activiteiten dichtbij huis (in de avonden voor werkende mensen, in de vakanties voor kinderen), en meer buitenactiviteiten (senioren noemen fietstochten; werkende Alphenaren informeren naar fitness en beweegactiviteiten in parken).

KWADRAAD

Twee derde van de ouders vindt dat door Kwadraad hun vraag vroegtijdig is opgelost of “hanteerbaarder is geworden; het gaat daarbij om opvoedvraagstukken. De cursus, activiteit of het gesprek met Kwadraad heeft bijgedragen aan ondersteuning bij het opvoeden en opgroeien. De nabijheid van de wijkpedagoog zorgt ervoor dat nog een keer een vraag stellen gemakkelijk is. Het voorkomt het stapelen van opvoedvragen en spanning binnen een gezin. Dankzij Kwadraad gaat het beter met henzelf en hun gezin. Een ouder: *“Er is meer balans tussen mij en m'n zoon nu. Ik heb iemand achter de hand, een professional die met je meedenkt, tips en tricks geeft, bevestigt dat je het goede aan 't doen bent en minder twijfelt over je eigen opvoeding”*. De persoonlijke opbrengst voor ouders zit ook in verminderde stress, verhoogde weerbaarheid, en inzicht in gezinsdynamiek. Respondenten vinden dat Kwadraad-medewerkers in nabij contact staan met hen, daarom snel nieuwe vragen en problemen kunnen opvangen, maar ook op de hoogte zijn van wat er speelt aan nieuwe thema's bij de doelgroep ouders en jongeren. **Dankzij de ondersteuning van Kwadraad zegt een ruime meerderheid (85%) van de ouders en jeugdigen, meer grip te ervaren op de opvoeding en is van mening dat dankzij de ondersteuning van Kwadraad het beter met hen en hun gezin gaat.**

We merken op dat minder respondenten (dan bij de eerste meting) bij Kwadraad komen voor zware problematiek waarvoor specialistische hulp nodig is. Dat verklaart wellicht het kleine percentage (16%, i.t.t. 56% bij de eerste meting) wat vindt dat Kwadraad zwaardere hulp heeft voorkomen. **Een kleine groep ouders vindt dat hun vraag te complex is en dat Kwadraad hen hiervoor niet een oplossing heeft kunnen aanreiken. Zij wachten op specialistische hulpverlening. Kwadraad biedt hen waardevolle overbruggingszorg. Tijdens het wachten hebben zij van Kwadraad adviezen en handvatten gekregen die hen ietwat hebben ontzorgd en zorgen voor wat meer rust en stabiliteit (in plaats van een terugval) in het gezin.** Een ouder: *“Kwadraad is niet het eindpunt voor ons, wel een verlichting voor deze fase”*.

Op de vraag wat Kwadraad nog meer zou kunnen betekenen geeft ruim tien procent aan behoefte te hebben aan continuïteit. Men hoopt op de zekerheid van een wijk- of schoolpedagoog, en duidelijkheid over de duur van de ondersteuning – bij Kwadraad of elders.

In de resultatenhoofdstukken hebben we de bevindingen van respondenten uit het Team Sociale activering en Maatschappelijke begeleiding statushouders niet afzonderlijk genoemd. Dat doen we samengevat in onderstaand kader.

Kwadraad

40 nieuwkomers

Ruim de helft van de 40 nieuwkomers woont in Alphen Noord, in het centrum van Alphen aan den Rijn en in Boskoop. De leeftijd van deze 41 mensen loopt uiteen, van 18 tot en met 70 jaar. Bijna de helft heeft een partner en thuiswonende kinderen; Er zijn elf alleenstaande ouders. Tien personen wonen alleen.

Deze respondenten zijn allen door de gemeente aangemeld in het kader van ‘maatschappelijke begeleiding voor statushouders’ en het thema ‘zichtbaarheid’ is minder relevant. Wel merken we op dat slechts drie personen (bij de eerste meting nog 14 mensen) Participe kennen. Zij associëren de organisatie met wijkhuizen en buurthulp. Zij komen naar een wijkhuis omdat het een rustige omgeving is voor studie (het leren van de Nederlandse taal). Bij Alphen Vitaal denkt men aan sport. Niemand komt er. De bescheiden bekendheid van Participe en Alphen Vitaal onder de statushouders is een aandachtspunt.

Bij de eerste meting zagen we dat Kwadraad geassocieerd wordt met de gemeente. Dat hebben we nu niet terug gehoord. De groep associeert Kwadraad met hulp aan vluchtelingen, en dan vooral met hoe Nederland werkt op het gebied van arbeid, regels en financiën. Dat is ook wat Kwadraad aanbiedt. Bijna iedereen ervaart met die informatie wat meer grip te hebben op het nieuwe leven in Nederland. Medewerkers zijn goed te bereiken en behulpzaam.

De training via Kwadraad heeft enkele bruikbare aspecten en maakt wegwijs in Nederland, vinden de nieuwkomers. Er wordt echter veelvuldig opgemerkt dat het aanbod te zeer gericht is op welzijn, gezondheid, en financiële zelfredzaamheid. Dat wordt als wat betuttelend ervaren. Het traject wordt stroperig genoemd. Er is behoefte aan maatwerk, aan een eigen (meestal sneller) tempo en vooral aan zelfgekozen doelen. Een respondent schrijft*: *“Oké, je moet ergens beginnen in een nieuw land, maar als je zelf al ruime werkervaring hebt, een diploma, de bagage van ervaring met andere landen, dan ontkom je in het Kwadraad-traject toch nauwelijks aan de focus op uitkering-rijnvicus-laag geschoold werk-lage salarissen. Dat is geen fijne toekomstvisie. Voor een studie is geld nodig, voor geld dien je te werken, Rijnvicus is laagbetaald. Het is een cirkel”.*

* Vertaald met Google Translate

PARTICIPE

Het aanbod van Participe draagt bij aan gezelligheid en ontmoeting. Omdat dat dichtbij huis gebeurt, een activiteit terugkeert, men elkaar leert kennen, vertrouwen opbouwt en zorgen deelt, wordt met die ontmoeting ook indirect bijgedragen aan bijvoorbeeld het

voorkomen van isolement, het tijdig aanpakken van een opvoed- of relatieprobleem, het vroeg signaleren en oppakken van financiële problemen, het langer zelfstandig thuis kunnen blijven wonen, en meer. Dankzij het aanbod van Participe vindt twee derde van de respondenten dat het beter gaat met hen (de anderen vinden de vraag niet van toepassing). Zij ervaren meer grip op het leven.

De ondersteuning, dienst of activiteit kwam voor het gros van de respondenten (86%) op een goed moment; een minderheid (14%) was liever eerder met Participe in contact gekomen. Daar zitten veel tieners bij. Sommigen merken op dat ze weinig om handen hebben en dat ze graag bij de activiteiten en inloop van Participe komen. Hun ideeën en plannen worden er serieus genomen.

Op de vraag wat Participe nog meer zou kunnen betekenen geeft 13% antwoord. **Er is behoefte aan continuïteit: meer activiteiten, vooral in de vakantieperiode voor jongeren, en de zekerheid dat er gezinsondersteuning (opgroevragen, geldvragen) blijft.**

Verder wordt mantelzorgondersteuning en vroegtijdige ondersteuning rondom vergrijzing ('ouder wordende ouders') regelmatig vermeld. Dergelijke ondersteuningsbehoefte zagen we ook terug bij het Informatiepunt Zorg & Welzijn in De Aarhof.

7 SLOTHOOFDSTUK

De gemeente Alphen aan den Rijn zet in op preventieve interventies ter voorkoming van armoede, schulden, eenzaamheid, een ongezonde leefstijl, schooluitval, opvoedvraagstukken, en meer. De gemeente wil daar vroegtijdig bij zijn. In opdracht van de gemeente zijn Alphen Vitaal, Kwadraad en Participe drie jaar geleden gestart met de Opgave Preventie. Om juist die inwoners te bereiken die nog (net) niet in een kwetsbare positie zitten, is zichtbaarheid van de drie organisaties van belang. We beschrijven in dit hoofdstuk de stand van zaken anno 2024 met betrekking tot ervaren zichtbaarheid van de preventiepartijen en de vindbaarheid van hun aanbod *vanuit het perspectief van inwoners*. We kijken naar doorontwikkelingen rondom eerdere aanbevelingen en sluiten af met een advies.

7.1 PREVENTIE EN ZICHTBAARHEID ANNO 2024

In dit onderzoek staat de vraag centraal hoe Alphenaren anno 2024 de zichtbaarheid en de vindbaarheid van preventiepartijen en hun aanbod ervaren en wat de preventieve meerwaarde van hun aanbod is.

Bij de eerste meting kwamen een drietal punten naar voren die bijdragen aan zichtbaar en vindbaar zijn, zoals:

- een brede inzet van communicatiemiddelen; gericht op alle inwoners en verspreid over de hele gemeente.
- aanwezig zijn op plekken waar inwoners zijn, naar de inwoner toegaan: menskracht op straat, in de wijk, in het buurthuis en op het schoolplein.
- de kracht van herhaling.

De drie organisaties hebben die drie punten verwezenlijkt en met elkaar ingezet op alle mogelijke informatiekanalen, met zichtbare aanwezigheid op locatie, en herhaalde publiciteit het hele jaar door zowel van de preventie-boodschap als van het aanbod. Dit jaar is bovendien het Informatiepunt Zorg & Welzijn in de Aarhof ingericht, wat in de maanden mei en juni '24 171 vragen, veelal rondom preventieve ondersteuning, van Alphenaren heeft beantwoord.³³

Voor Kwadraad zijn doorverwijzingen via het onderwijs en de zorg de belangrijkste publiciteitskanalen; nieuw is de positieve via-via (andere ouders) reclame. Participe bereikt Alphenaren via alle kanalen; mond tot mondreclame is daarbij de voornaamste reclame, gevolgd door menskracht op straat. Papieren reclame en zichtbaarheid van sportcoaches is voor Alphen

³³ Zie pagina 25 met de eerste resultaten voor het Informatiepunt.

Vitaal de belangrijkste publiciteit. Een aandachtspunt: Zichtbaarheid is veelal (nog vooral) gericht op het aanbod van de eigen organisatie.

De zichtbaarheid is toegenomen bij Alphen Vitaal, evenals de naamsbekendheid (er is geen verwarring meer). Bij Participe was de zichtbaarheid al hoog en dat is stabiel gebleven. Bij Kwadraad zien we een lichte afname in ervaren zichtbaarheid – Kwadraad-ouders zijn daarover dubbel: enerzijds willen ze geen zichtbaarheid op locatie omdat dan te duidelijk is dat zij een opvoedvraag hebben, anderzijds realiseren zij zich dat zij zelf een zoektocht achter de rug hebben en dat andere ouders juist baat hebben bij de zichtbaarheid van Kwadraad. Bij Kwadraad signaleren we een toename aan publiciteit 'via-via', wat wil zeggen dat ouders elkaar informeren over het ondersteunende aanbod van de organisatie.

De inhoudelijke associatie is correct en versterkt. De associaties die Alphenaren hebben bij Alphen Vitaal en Participe komen overeen met waar deze organisaties voor staan. Kwadraad wordt inmiddels ook correct verbonden aan opvoedvraagstukken.

Bereikt worden Alphenaren van alle leeftijden en woonachtig in alle wijken en kernen binnen de gemeente Alphen aan den Rijn. Er is een oververtegenwoordiging van Alphen Noord (Ridderveld, Zegersloot) en Kerk en Zanen. Maar bij Kwadraad en Alphen Vitaal is Alphen Noord minder sterk oververtegenwoordigd dan bij de eerste meting. Dat sluit aan bij het gemeente breed werken (in plaats van een gebiedsfocus) van deze organisaties. In Alphen aan den Rijn wordt vanuit onder meer welzijnswerk en veiligheid gebiedsgericht gewerkt. Boskoop Snijdelwijk, de Edelstenenbuurt in Alphen Noord, en het Rode Dorp in het centrum zijn wijken waar opeenhoping van problematiek is en waar een integrale aanpak wordt gehanteerd. Participe werkt gebiedsgericht en in bovengenoemde aandachtswijken zit een concentratie van specifieke inzet, in uren en in fte's voor deze organisatie. Kwadraad sluit (met in elke wijk een wijkpedagoog) aan bij een wijkaanpak, maar werkt gemeente breed en heeft trainingsaanbod ter voorkoming van opvoed- en opgroei problemen in alle wijken en kernen. Alphen Vitaal zet activiteiten eveneens gemeente breed in, maar in de Edelstenenbuurt en in Boskoop Snijdelwijk is, samen met Participe, extra inzet.

We signaleren een ondersteuningsbehoefte rondom vergrijzing en het thema mantelzorg. Het betreft uiteenlopende mantelzorgvraagstukken (dagbesteding, financiële en juridische vragen), het ouder worden (zelf, partner, een ouder), vragen over ondersteuning bij financiële en juridische hulp bij een dementerende partner of ouder, en over de wens zolang mogelijk zelfstandig thuis te kunnen blijven wonen en daarop vroegtijdig te anticiperen (bijvoorbeeld met een vervoersdienst, valpreventie). Bij Participe en bij Alphen Vitaal zien we deze vraagstukken terugkomen en ook bij het Informatiepunt Zorg & Welzijn in de Aarhof worden er uiteenlopende vragen over mantelzorg en ouder worden gesteld.

De voornaamste deelnamemotieven en persoonlijke opbrengst komen grotendeels overeen met die van de eerste meting. Maar meer dan bij de eerste meting komen er ook zorg-

gerelateerde vraagstukken op Alphen Vitaal af. Gezellig sporten en bewegen is de voornaamste deelname-reden voor Alphen Vitaal, maar anders dan bij vorig jaar is zorgen dat het goed blijft gaan, ondersteuning bij het opvoeden, en voorkomen van isolement, ook een deelnamemotief. De sportactiviteit ontlast ouders en verbindt ouderen. Belangrijke resultaten zijn lichamelijke beweging, vitaliteit, een gezonde leefstijl in combinatie met gezelligheid en nieuwe mensen ontmoeten. De activiteit draagt, met ontmoeting en gezelligheid, ook bij aan het voorkomen van isolement, met name voor ouderen; en aan het ontzorgen van ouders.

Bij Kwadraad is het voornaamste deelnamemotief het oplossen van een opvoedvraag.

Persoonlijke ontwikkeling gerelateerd aan het ouderschap en de opvoeding is een belangrijke andere deelnamereden. De persoonlijke opbrengst is breder dan het tackelen van een opvoedvraag: er is minder stress binnen het gezin en ouders ervaren een verhoogde weerbaarheid. Ouders met een meer complexe vraag wachten op specialistische hulpverlening. Kwadraad heeft hen waardevolle overbruggingszorg kunnen bieden.

Bij Participe is ontmoeting de belangrijkste deelnamereden, maar de preventieve meerwaarde is veel breder dan dat. Met ontmoeting, met elkaar leren kennen, met terugkerende activiteiten, en met bekende gezichten, wordt vertrouwen opgebouwd. Ontmoeting zorgt voor het voorkomen van isolement (vooral bij oudere Alphenaren) en draagt bij aan grip op het leven krijgen (vooral bij jongeren en ouders) bij uiteenlopende thema's als opvoeden en financiën. Vertrouwen zorgt voor vroegtijdig durven delen van andere zorgen.

7.2 DOORONTWIKKELINGEN VOOR EEN SUCCESVOLLE PREVENTIEOPDRACHT

De drie organisaties hebben geïnvesteerd in zichtbaarheid en vindbaarheid. Voor een succesvolle preventieopdracht zijn - naast die zichtbaarheid en vindbaarheid van de organisaties en hun aanbod - ook de volgende elementen belangrijk in het preventie domein (we gaven ze bij de eerste meting als aanbevelingen voor doorontwikkeling van de preventie-opgave) :

- **de inzet op brede competenties bij uitvoerende medewerkers**
- **het werken als één preventieteam**
- **de rol van de gemeente**

De partijen hebben met elkaar onderdelen van deze aanbevelingen afgelopen jaar opgepakt.

De eerste aanbeveling ging over de brede bril, ofwel het vroegtijdig herkennen van andere behoeften of problemen. Daarbij is het van belang dat functies als jongerenwerkers, wijkpedagogen, sportcoaches, enz. ook andere problematiek leren signaleren, dat zij een vraag kunnen herkennen die buiten hun corebusiness ligt. Juist daarin zit ook preventieve meerwaarde van het aanbod. Om te kunnen signaleren buiten het eigen beroepsterrein en te kunnen doorverwijzen zijn én extra competenties nodig én kennis van de sociale kaart van de buurt. Met 'Pijlers in je broekzak' is een handige overzichtskaart voor bij de hand ontwikkeld die ook bijdraagt aan de boodschap aan medewerkers dat breed signaleren belangrijk is binnen het preventie domein.

De tweede aanbeveling ging over werken als één team. In het preventie-domein is gezamenlijkheid essentieel, zodat bij het breed signaleren van andere behoeften en vragen kan worden doorverwezen naar elkaar. De organisaties adresseren meer (in plaats van afzonderlijke aanpakken). Er is sterker ingezet op elkaar kennen en vinden -op elk niveau in de organisatie (zie de uitwerking van de eerste aanbeveling: de versterkte inzet op brede competenties). Er wordt ook gediscussieerd over hoe preventie zich verhoudt tot zorg (dan is het stadium van preventie al voorbij) en daartoe is een preventie-trechter ontwikkeld die bijdraagt aan de gezamenlijke visie op preventie.³⁴

De derde aanbeveling betrof de rol van de gemeente. Zowel Alphenaren als de drie organisaties merken op dat die rol minimaal is ingevuld wanneer het gaat om zichtbaarheid van preventie, van de preventie-opgave, en van het communiceren over het belang er vroegtijdig bij te zijn. Er is een reorganisatie gaande en er zijn bezuinigingen op komst. Het is voor organisaties, samenwerkingspartners en inwoners die gebruik maken van het aanbod onduidelijk welke koers er gevaren gaat worden, en dat geeft reuring.

- Er is behoefte aan actieve communicatie met betrekking tot de brede preventieboodschap vanuit de gemeente - richting de inwoner. Het belang van preventie verdient aandacht (vergelijkbaar met de communicatie-nadruk die (jeugd)zorg-thema's krijgen). De gemeente heeft een groot inwoners-bereik: gerichte inwonersgroepen kunnen benaderd worden. De communicatiemedewerkers van de drie organisaties kunnen daar een actieve rol in hebben tezamen met de communicatie-afdeling van de gemeente.

En – een herhaalde raad vanuit de eerste meting:

- Het zichtbaar maken van het belang van vroegsignalering zijn gemeente-brede taken, die een gemeente niet zondermeer bij een preventie-team zou moeten neerleggen (zonder ook zelf een rol te hebben). Preventie is geen op zichzelf staand thema: het raakt aan alle sociaal domein issues. Wethouders en beleidsmedewerkers van andere programma's kunnen op hun beleidsterrein 'eigenaar' zijn van het thema preventie en dit uitdragen.

7.3 ADVIES

Om de preventie-opdracht succesvol voort te zetten, adviseren wij:

- **de twee aanbevelingen, namelijk de inzet op brede competenties bij uitvoerende medewerkers & het werken als één preventieteam, door te ontwikkelen en in praktijk te brengen,**
- **de rol van de gemeente uit te bouwen,**
- **zorg te dragen voor continuïteit,**
- **en cyclisch te evalueren.**

³⁴ Zie voor het trechterverhaal het kader op pagina 15.

DRAAG ZORG VOOR CONTINUÏTEIT

Het succes van preventie en een lange adem gaan hand in hand. Daar gaat vertrouwen met de preventie-partijen mee gepaard. Continuïteit is een belangrijk kernwoord bij een succesvolle preventie-opdracht. Zichtbaarheid, samenwerking, verbinding maken met andere partijen, voortgang, vertrouwen in elkaar, partnerschap, vooruit kijken. Daar is de eerste drie jaar aan gewerkt door de preventiepartijen. Het is nu belangrijk om zorg te dragen voor continuïteit. Met continuïteit van financiële middelen kunnen de organisaties de geïnvesteerde samenwerking voortzetten, de gezamenlijke preventie-agenda en de visie op preventie en het preventie aanbod doorontwikkelen, en met onderaannemers realistische afspraken maken. Alphenaren, gemeente breed en van alle leeftijden, hebben baat bij preventieve interventies als sport en bewegen, breed welzijnswerk en vroegtijdige ondersteuning bij opvoedvragen. **Preventie voorkomt grotere problemen voor inwoners. Dat onderstreept het advies om de preventie-opdracht te continueren.**

We lichten er als voorbeeld de samenwerking met het onderwijs uit. De organisaties hebben alle drie geïnvesteerd in een samenwerkingsrelatie met het onderwijs. Het onderwijs is als samenwerkingspartner een belangrijk vindplek. Het onderwijs draagt bij aan de zichtbaarheid van de drie organisaties. Het onderwijs vertegenwoordigt ten dele één van de twee prioritaire groepen (16-27 jarigen) van de gemeente. De groep 16-27 jarigen is een doelgroep met de meeste overlast. Om dat te voorkomen is het van belang *eerder* met hen in contact te zijn, wanneer zij nog op school zitten zodat op jonge leeftijd al met de inzet van preventieve activiteiten een zorgpad of veiligheidspad voorkomen wordt.

EVALUEER CYCLISCH

Effecten van de inzet van preventieve interventies worden pas op termijn zichtbaar. Het is goed om kritisch te blijven op de besteding van gemeentelijke subsidies. Om de preventieve meerwaarde van het aanbod van Alphen Vitaal, Kwadraad en Participe vast te stellen *vanuit het perspectief van inwoners* raden we aan - om de paar jaar - cyclisch te evalueren, en zo te bezien of datgene wat is voorgenomen ook daadwerkelijk gerealiseerd wordt. Dat kan ook gebiedsgericht, binnen een wijkaanpak, of met een focus op een preventie-thema zijn.

Suggesties voor Alphen Vitaal voor versterken van zichtbaarheid en herkenbaarheid – van respondenten

- Zorg voor gerichte publiciteit, bijvoorbeeld huis aan huis folderverspreiding bij groepen waar de gemeente het accent op legt, zoals mensen met betalingsachterstanden. Een respondent (52 jaar) vertelt: *“Niet gaan sporten heeft ook te maken je financiën. Je zou mensen met een kleine beurs of mensen waarbij betalingsachterstanden signaleerd zijn, best kunnen benaderen, via de gemeente misschien.”*
- Benader specifieke groepen: respondent (79 jaar): *“Vertel het aan de mensen van Participe, die senioren hebben er misschien ook wat aan, zeker als je ze vertelt dat je niet bij een groepje met fitte dertigers in sporttenu terech komt”*. En ook, respondent (15 jaar): *“Kom het vertellen in onze klas, en zeg duidelijk dat het ook voor meisjes is”*.
- Benadruk de relatie voeding en sporten. Leg contact met de supermarktmanager en maak reclame bij de supermarkt(jes), op digitale borden of met een poster. *“Omdat sport en bewegen verband houdt met een gezonde leefstijl en je eetpatroon.”* (respondent, 62 jaar).
- Herhaling en continuïteit zijn belangrijk. Laat dezelfde reclame en aankondigingen van wat er georganiseerd wordt vaak terugkomen in krantjes en op sociale media.
- Stel voor om eens in het kwartaal gratis een kennis of vriend mee te mogen nemen als introducee.
- Verhuis je naar Alphen aan den Rijn? Zorg dan als Alphen Vitaal dat er een folder in het welkomstpakket van de gemeente zit.
- Wees als organisatie zichtbaar op plekken waar *“veel gewone mensen zijn, zoals op de markt, in een winkelcentrum op woensdagmiddag als er ouders en kinderen zijn”* (respondent, 31 jaar). Laat dan een folder achter met een Instagram-link of QR.
- Plaats een link van de website van Alphen Vitaal op de websites en facebooken van de dorpskernen, zoals Zwamerdam.net
- Verwerf bekendheid bij alle fysio’s in Alphen aan den Rijn, niet met een folder, maar door als trainer daar zelf te zijn en iets te vertellen. Dan zien ze de sportcoach al een keer.
- Zorg ervoor dat je in de nieuwsbrieven van anderen staat én ben zichtbaar in de nieuwsbrieven en folders van de preventiepartners.
- Werk samen met de lokale zorgverzekeraar Zorg & Zekerheid en zet samen per nieuwsbrief in op ‘Zo blijft u fit en flexibel’ o.i.d.
- Vraag enthousiaste sporters om vrijwilliger te worden bij Alphen Vitaal, zij kunnen verbinder zijn. *“De folder van de NSW heb ik meteen mee naar de sportschool genomen en gevraagd wie er mee gaat. Zes stuks. Als een bekend gezicht het vraagt, en je gaat met elkaar, dan motiveert dat”*.
- Check de suggesties van de andere twee organisaties.

Suggesties voor Kwadraad voor het versterken van zichtbaarheid en herkenbaarheid – van respondenten

- Zorg ervoor dat je met een wijkpedagoog in een wijkcentrum zit. Loopt er dan een ouder binnen met een vraag aan een jongerenwerker, dan kan de jongerenwerker meteen doorlopen naar 'de collega' (van Kwadraad).
- Benut meer kanalen, niet vooral 'via (zorg)professional'.
- Zorg bij vaste momenten (geboorte, consultatiebureau, start van school) voor een pakket met folders. Herhaal dat. Herhaling is belangrijk.
- Het aanbod van Kwadraad staat tamelijk verborgen op de website van het CJG (die in beheer is bij de GGD). Het belang van een uniforme website is ondergeschikt aan het simplificeren van de zoektocht van ouders op die website. Het dient duidelijk te zijn dat de betrokken organisaties ouders en jongeren kunnen helpen, én dat Kwadraad er is als het om kleine vraagstukken gaat. Geef voorbeelden van vragen waarmee andere ouders worstelden.
- 'Kwadraad' is een onhandige naam. Maak meer gebruik van het logo in combinatie met een motto, zodat duidelijk wordt wat Kwadraad te bieden heeft.
- Zet in op meer diversiteit bij wijkpedagogen en schoolpedagogen. *"Het is beste een witte organisatie met veel vrouwen, da's hier in de wijk niet zo. Veel migranten, met misschien best cultureel gebonden opvoedvragen"*.
- Hang posters op bij scholen, bij sportclubs, bij plekken waar ouders komen en *"als 'voorkomen van' zo belangrijk is, laat de gemeente dan een reclamecampagne doen, buiten, waar je bij toeval Kwadraad ziet hangen"*.
- Vraag aan ouders of ze de folder aan één andere ouder willen doorgeven.
- Zorg voor verbinding met het Kinderwerk van Participe en het Schoolpleinsporten van Alphen Vitaal.
- Benut sociale media. Geef voorbeelden van wat je doet. Laat jezelf zien met een filmpje. Alphen Vitaal en Participe maken dergelijke video's al. Sluit daar (qua kennis) bij aan.
- Check de suggesties van de andere twee organisaties.

Suggesties voor Participe voor het versterken van zichtbaarheid en herkenbaarheid – van respondenten

- Blijf inzetten op veel publiciteitskanalen, brede bekendheid en herhaling.
- Zet gericht reclame uit naar doelgroepen waar de gemeente prioriteit aan geeft. Denk aan een folder naar iedereen die 70 jaar wordt, een nieuwkomer, mensen die met betalingsachterstanden gesignaleerd zijn door 'Schoon Schip, Alphenaren die herhaaldelijk bij de huisarts komen met een niet-somatische vraag of ouders van kinderen die komen sporten via Alphen Vitaal, of een opvoedvraag hebben via Kwadraad.
- Verstevig de berichtgeving via de Instagram accounts. Zet op papieren reclame een QR code. Instagram is nu vooral een bindmiddel i.p.v. een vindmiddel.
- Jongerenwerkers zetten aankomende activiteiten op hun Instagram, maar merken op dat daar al bij hen bekende jongeren opzitten. Deel via sociale media wat je doet (eigen netwerk), deel wat je collega's doen en laat hen delen wat jij doet (groter bereik), deel wat je preventiepartners doen en laat hen delen wat Participe doet (nog groter bereik). (employee advocacy is dat. Probeer dat eens met de andere organisaties op te pakken, met één PR-communicatie-groepje)
- Respondent (71 jaar): *"Informeer huishoudelijke hulpen, alle professionals die aan huis in contact komen met 70-ers, alle kappers, alle pedicures over wat er te doen is bij Participe"*.
- Combineer de verschillende onderdelen van Participe (kinderwerk, jongerenwerk, gezinsbegeleiding). Achter elke jongere zit een ouder. Bij een jongere hoort vaak een broertje of zusje. Een jongerenwerker: *"Je kunt ouders bereiken die taallessen volgen, zo zijn koffie-ochtenden ontstaan waar de week wordt besproken. Vanuit die groepen ontstaan ook hulpvragen of info-vragen 'ik zit met dit, m'n zoon maakt er een potje van, kun je me bijstaan"*.
- Verzoek deze ouders om een introducee mee te nemen. Hetzelfde geldt voor jongeren die een buurthuis bezoeken; vraag hen hun jongere broers en zussen eens mee te nemen.
- Houdt de website up-to-date, maak vanuit de buurthuis-website zichtbaar wat Participe (en de preventiepartners) doen.
- Check de suggesties van de andere twee organisaties.