



Partnertevredenheid- onderzoek Mantelfoon

Partnertevredenheidsonderzoek september – december 2020

Lotte Hopstaken en Mia Dieters

18 december 2020

Lotte Hopstaken

lhopstaken@dsp-groep.nl

+31683137179

Mia Dieters

mdieters@dsp-groep.nl

+31646313340

Inhoud

1	Inleiding	5
1.1	Vraag	6
1.2	Werkwijze	7
1.3	Leeswijzer	7
2	Schets van de respondenten	8
2.1	Typering respondenten	8
3	Bekendheid Mantelfoon	9
3.1	Eerste contact	9
3.2	Kenmerken Mantelfoon	10
3.3	Mantelfoon in beeld	12
4	De dienstverlening	15
4.1	Gebruik dienstverlening (nog) beperkt	15
4.2	Soorten dienstverlening	16
5	Waardering van de dienstverlening	19
5.1	Toegevoegde waarden	19
5.2	Ervaringen met dienstverlening	22
5.3	Waardering in cijfers	23
6	Aandachtspunten voor de toekomst	24
6.1	Dienstverlening	24
6.2	Promotie	25
6.3	Toegevoegde waarden	26
6.4	Vinden en ondersteunen	28
7	Conclusies en aanbevelingen	29
7.1	Conclusies	29
7.2	Aanbevelingen	30

8	Bijlagen	33
8.1	Respondentenlijst	33
8.2	Leidraad vragenlijst	34

1 Inleiding

Mantelzorgers in de gemeente Rotterdam die op zoek zijn naar informatie of een luisterend oor, kunnen vanaf mei 2020 bij de Mantelfoon terecht; een telefonisch steunpunt voor mantelzorgers en professionals dat 24 uur bereikbaar is via het gratis telefoonnummer 0800 – 777 3333. Professionals kunnen ook direct bellen naar 010- 261 41 66. Ook organisaties die met mantelzorgers werken of te maken hebben, kunnen aankloppen bij Mantelfoon. De uitvoering is in handen van wmo radar in opdracht van de gemeente Rotterdam. In het najaar van 2020 is, in opdracht van de gemeente en wmo radar, voor de eerste keer een kwalitatief onderzoek door DSP-groep uitgevoerd naar de mate van tevredenheid onder de ketenpartners van Mantelfoon. De bevindingen zijn samengevat in dit rapport.

Mantelfoon

Rotterdam telt ruim 85.000 mantelzorgers : mensen die – veelal dagelijks – zorgen voor hun naaste of een bekende. Het gemeentebestuur van Rotterdam achtte het om deze reden noodzakelijk om een steunpunt te ontwikkelen om mantelzorgers te ontlasten.¹ Onder uitvoering van wmo radar en De ZorgCentrale (beide onderdeel van Includio) is om deze reden Mantelfoon opgericht.

Telefonisch mantelzorgsteunpunt

Mantelfoon is een 24 uren-bereikbaar telefonisch mantelzorgsteunpunt, welke de zorg draagt voor de stedelijke ondersteuningsstructuur voor alle mantelzorgers van Rotterdammers en voor alle mantelzorg ontvangers uit Rotterdam. Dit doet Mantelfoon door een luisterend oor te bieden, en mee te denken over wat mogelijk is om de mantelzorger in kwestie te ontlasten.

Het ondersteuningsproces

Wanneer een mantelzorger belt naar Mantelfoon krijgt hij/zij een medewerker van de front-office aan de telefoon met een achtergrond in de zorg. De mantelzorger kan zijn/haar verhaal kwijt, en de medewerker luistert met aandacht. In sommige gevallen is dit voldoende, in andere gevallen hebben mantelzorgers meer ondersteuning nodig. Op dat moment wordt het telefoontje doorverbonden met de backoffice van Mantelfoon, waar zogeheten mantelzorgcoaches de mantelzorger verder begeleiden, en eventueel doorverwijst naar de juiste organisaties.² Intern beschikt Mantelfoon over medewerkers met brede expertise. Het team bestaat uit GGZ specialist, een mantelzorgmakelaar, en een specialist op het gebied van jeugd.

¹ <https://mantelfoon.nl/over-mantelfoon/>, geraadpleegd 20-11-2020

² <https://mantelfoon.nl/wp-content/uploads/2020/06/Flyer-Mantelfoon.pdf>, geraadpleegd 20-11-2020

Te onderscheiden diensten

Grofweg vallen binnen het steunpunt Mantelfoon de volgende diensten te onderscheiden:

- 1** *Allereerst is Mantelfoon er voor de mantelzorger.* Dit houdt in dat mantelzorgers 24 uur per dag kunnen bellen naar het steunpunt met vragen, of om simpelweg het hart te luchten. Mantelfoon heeft zicht op de lokale en specialistische zorg in Rotterdam, en fungeert als 'spin in het web', als verbinder tussen de formele en informele zorg. Als de belcentrale geen antwoord kan geven op de betreffende vraag van de mantelzorger, wordt deze doorverwezen naar het juiste punt.
- 2** *Daarnaast is Mantelfoon er ook voor de hulpverleners en zorgaanbieders.* Ook zij kunnen bellen naar Mantelfoon op het moment dat ze een specifieke expertise vraag hebben, of willen overleggen over casuïstiek. Mantelfoon beantwoordt de vraag, overlegt met de betreffende hulpverlener, of verwijst door naar het juiste punt.
- 3** *Binnen dit proces vindt een wisselwerking plaats,* want hulpverleners en zorgaanbieders kunnen ook hulp vragende mantelzorgers doorverwijzen naar Mantelfoon als ze het antwoord op een vraag niet weten.

Afname diensten

In mei 2020 is Mantelfoon officieel van start gegaan. Vanaf het moment van lancering tot en met september 2020, heeft Mantelfoon 154 bellers te woord gestaan. De interviews die voor dit onderzoek zijn afgelegd vonden net daarna plaats. Op deze manier is de dienstverlening van de afgelopen 5 maanden (mei tot en met september) onderzocht.

1.1 Vraag

Een vereiste van het programma 'Mantelzorgsteunpunt', later Mantelfoon, is dat er in september jaarlijks een meting van de klant- en partnertevredenheid over de Mantelfoon plaatsvindt over het afgelopen jaar. In maart 2020 is DSP-groep door wmo radar gevraagd om de meting in het eerste jaar (2020 partnertevredenheid) uit te voeren. In het tweede jaar volgt de meting van partner- en klanttevredenheid. Omdat Mantelfoon bij aanvang van het onderzoek pas recent van start was gegaan, namelijk 5 maanden eerder, is met wmo radar en de gemeente Rotterdam overeengekomen dat in het eerste jaar uitsluitend de partnertevredenheidmeting wordt uitgevoerd.

De opdrachtgever heeft gevraagd om een (telefonisch) kwalitatief onderzoek uit te voeren onder 30 ketenpartners van Mantelfoon. Deze interviews moeten inzicht geven in de mate van tevredenheid, de ervaringen en eventuele verbeterpunten omtrent de dienstverlening van Mantelfoon. De belangrijkste thema's die in de interviews aan bod zijn gekomen, zijn: de bekendheid van Mantelfoon, het gebruik van de verschillende dienstverleningen, de waardering van deze dienstverleningen, de zichtbaarheid en vindbaarheid van Mantelfoon, en de toegevoegde waarde van Mantelfoon nu en in de toekomst.

1.2 Werkwijze

Toen het onderzoek in september 2020 van start ging, heeft de opdrachtgever een lijst met 43 partners voor de interviews aangeleverd aan DSP-groep. Al deze partners hebben alvorens de start van het onderzoek een e-mail ontvangen van de opdrachtgever, waarin stond aangekondigd dat ze benaderd zouden worden voor een interview. Omdat veel van deze partners tot op heden weinig tot geen gebruik hebben gemaakt van de diensten van Mantelfoon, was niet iedereen in de positie om bij te dragen aan het onderzoek. Aan deze partners is toegelicht dat ook hun input relevant is voor het onderzoek. Uiteindelijk heeft dit geleid tot een totaal van 28 respondenten die bereid waren een interview af te leggen. Voorafgaand aan de interviews is er een interviewleidraad opgesteld.

De werkwijze bij het afleggen van de interviews was als volgt:

- De individuele interviews werden telefonisch afgenomen, en varieerden in duur van 15 tot 30 minuten. De duur was afhankelijk van het feit of de respondent en/of organisatie van de respondent al gebruik had gemaakt van de dienstverlening of niet.
- Van deze interviews zijn verslagen opgesteld.
- De uitkomsten van de gesprekken zijn gebruikt als basis voor de analyse in dit rapport.

1.3 Leeswijzer

Allereerst omschrijven we in hoofdstuk 2 de respondentengroep. Hoofdstuk 3 gaat in op de bekendheid van Mantelfoon onder ketenpartners, en binnen Rotterdam in het algemeen. Vervolgens gaat hoofdstuk 4 in op de dienstverlening, en hoe deze door de ketenpartners wordt geraadpleegd. Hierop voortbouwend behandelt hoofdstuk 5 de waardering van deze dienstverlening. Vervolgens wordt in hoofdstuk 6 ingegaan op de aandachtspunten die ketenpartners hebben aangedragen. We sluiten af met hoofdstuk 7, waarin we onze conclusies toelichten en aanbevelingen presenteren.

In het rapport zijn aantallen (respondenten bijvoorbeeld) uitgedrukt in absolute getallen. Bij belangrijke aantallen, zoals het gebruik van de diensten, is ervoor gekozen om deze ook uit te drukken in percentages.

2 Schets van de respondenten

Mantelfoon heeft een breed scala aan verschillende ketenpartners, variërend van door de gemeente gecontracteerde welzijnspartijen, Vraagwijzer en 14010 (het servicenummer van gemeente Rotterdam), maar ook wijkteams, zorgaanbieders cliëntondersteuning, huisartsen/praktijkondersteuners, schoolmaatschappelijk werkers, studieadviseurs, mantelzorgmakelaars en stedelijk verbindingsteam Informele Zorg en Ondersteuning (IZO).

Om de ervaringen van respondenten goed te kunnen duiden, is het nodig om te begrijpen in welke hoedanigheid de gesproken organisaties partner zijn van Mantelfoon. Om wat voor type organisatie gaat het? Hoe zijn ze met Mantelfoon in contact gekomen? En wat is hun huidige relatie met Mantelfoon?

2.1 Typering respondenten

De 28 respondenten met wie een interview is afgenomen, zijn allemaal werkzaam in het zorgveld, variërend van klein- en grootschalige zorgaanbieders en informele zorg, tot gemeentelijke stakeholders actief binnen wijkteams. Hierin zijn sommige respondenten uitsluitend bezig met mantelzorgvraagstukken, waar dit bij anderen een deel van hun werkzaamheden betreft. Omdat sommige respondenten en hun organisaties om deze reden direct in aanraking komen met mantelzorgvraagstukken, waar anderen wat verder van de mantelzorgers af staan, is de manier waarop de respondenten gebruik maken van de diensten van Mantelfoon (en vice versa), ook verschillend. Grofweg zijn er 2 soorten partnerorganisaties te onderscheiden:

- 1 *Organisaties die expertise uitwisselen met Mantelfoon, en die hun cliënten doorverwijzen* (bijvoorbeeld Logeerhuis De Buren).

Met deze organisaties vindt een wisselwerking plaats: ze voorzien Mantelfoon van expertise, en Mantelfoon verwijst naar hen zo nodig door. Op hun beurt maken deze organisaties ook actief gebruik van de diensten van Mantelfoon, door expertise in te winnen, casuïstiek te overleggen, en hun cliënten door te verwijzen.

- 2 *Organisaties waarbij Mantelfoon expertise inwint, en waar naar wordt doorverwezen* (bijvoorbeeld welzijnsorganisatie DOCK).

De organisaties ervaren hun relatie met Mantelfoon tot op heden meer éénzijdig: zij voorzien Mantelfoon van expertise, en Mantelfoon verwijst naar hen door. Zelf maken ze geen gebruik van de diensten van Mantelfoon.

Concreet betekent dit dat van de 28 respondenten, 9 respondenten aangeven dat zij of hun organisatie eens of vaker gebruik heeft gemaakt van de diensten van Mantelfoon. In Hoofdstuk 4 (4.1) zal het gebruik van deze dienstverlening worden gespecificeerd, waarbij het soort ketenpartner in kaart zal worden gebracht.

3 Bekendheid Mantelfoon

Dit hoofdstuk gaat in op de algemene bekendheid van Mantelfoon onder ketenpartners. Hierbij geven we antwoord op de volgende vragen:

- 🕒 Hoe zijn ketenpartners bekend geraakt met Mantelfoon?
- 🕒 Wat houdt Mantelfoon in volgens de ketenpartners?
- 🕒 Wat hopen ketenpartners dat Mantelfoon gaat opleveren?
- 🕒 Is er volgens ketenpartners een gat in het ondersteuningsaanbod voor mantelzorgers dat Mantelfoon moet opvullen?
- 🕒 In hoeverre is Mantelfoon goed vindbaar en goed bereikbaar?

3.1 Eerste contact

Onder de partners bestaan er verschillende manieren waarop het eerste contact tot stand is gekomen:

- 🕒 *Contact op initiatief van Mantelfoon:* het grootste gedeelte van de ketenpartners (10/28) is in eerste instantie met Mantelfoon in aanraking gekomen doordat Mantelfoon zelf contact met de organisatie heeft opgenomen. Zij zijn benaderd via de telefoon of mail doordat zij in het netwerk zaten van de gemeente en/of de medewerkers van Mantelfoon, en op deze manier in het partnerbestand terecht zijn gekomen.
- 🕒 *Zelf contact opgenomen:* anderen (8/28) geven aan dat zij zelf het eerste contact met Mantelfoon hebben gelegd. Bij hen kwam Mantelfoon op het netvlies via de nieuwsbrief van de gemeente Rotterdam, via andere berichtgeving (bijvoorbeeld op social media), of via presentaties van Mantelfoon bij bijeenkomsten als het Vlechtwerk (netwerkgelegenheid voor zorg- en welzijnspartners).
- 🕒 *Al eerder betrokken:* een kleinere groep ketenpartners (4/28) geeft aan dat zij al eerder in het proces betrokken waren, waardoor er in een vroeg stadium sprake was van samenwerking. Dit betreft respondenten werkzaam bij een ander aanbestedingstrajecten van de gemeente, of organisaties die onderdeel uitmaken van de klankbordgroep.
- 🕒 *Overig:* deze groep ketenpartners (6/28) is niet zeker hoe het eerste contact tot stand is gekomen.

Na dit eerste contact is Mantelfoon bij de verschillende partners langs geweest om een presentatie te geven over wat Mantelfoon inhoudt. In verband met corona is het nog niet gelukt om bij alle ketenpartners langs te gaan om toelichting te geven op de dienst. Dit heeft als gevolg dat niet iedereen helder heeft wat Mantelfoon precies doet en/of aanbiedt, waardoor niet iedereen nog optimaal gebruik maakt van de dienst (3.2).

Ten slotte is er een standaard contactmoment met de ketenpartners middels de nieuwsbrief die maandelijks wordt rondgestuurd.

3.2 Kenmerken Mantelfoon

Vrijwel alle respondenten definiëren Mantelfoon als een telefonische hulpdienst voor mantelzorgers die met hulpvragen zitten. Hierbij geeft bijna de helft van de respondenten (12/28) aan dat Mantelfoon 24 uur per dag en 7 dagen per week bereikbaar is om dergelijke ondersteuning te bieden.

Versillende respondenten concretiseren de dienst als een centraal punt waar mantelzorgers een luisterend oor wordt geboden, waar ze kennis in kunnen winnen, en waar ze indien nodig worden doorverwezen naar de juiste (lokale) instanties.

De eerste associatie met de dienst wordt veelal niet in verband gebracht met het feit dat de dienst ook gebruikt kan worden door professionals voor expertisevragen of overleg over casuïstiek. Alhoewel enkele respondenten (8/28) dit wel aankaarten, ligt de nadruk dus op het feit dat Mantelfoon er is voor mantelzorgers, niet voor professionals.

3.2.1 Positieve impact

In grote lijnen zien de ketenpartners Mantelfoon als volgt:

- 🕒 *Een centrale plek voor mantelzorgers:* de diensten van Mantelfoon moeten voorkomen dat de mantelzorgers worden overbelast. Daarnaast kan Mantelfoon ervoor zorgen dat mantelzorgers zich gehoord en gesteund voelen. Dit samen moet ervoor zorgen dat mantelzorgers in de toekomst minder druk en meer rust kunnen ervaren in hun dagelijks leven.
- 🕒 *Snelle en concrete hulp:* wat vaak wordt genoemd, is dat mantelzorgers met vragen momenteel vaak van het kastje naar de muur worden gestuurd (VraagWijzer, gemeente, verzekeraars, zorgaanbieders). Dit kost tijd, en als er iets is wat mantelzorgers niet hebben, is het tijd. De kennis die Mantelfoon in huis heeft en de korte lijnen met ketenpartners kan dit probleem verhelpen.
- 🕒 *Inzicht in de mogelijkheden:* twee respondenten kaarten aan dat de calvinistische aard van Nederlandse mantelzorgers hen in de weg zit. Een respondent verwoordt de mentaliteit van de mantelzorgers als:

“Niet ouwehoeren, het moet gewoon gebeuren.”

Het gevolg van deze cultuur is dat veel mantelzorgers zich daardoor niet bewust zijn van de ondersteuning en mogelijkheden die er zijn voor mantelzorgers in Rotterdam. Zodra de bekendheid van Mantelfoon groeit, kan zij een belangrijke rol spelen in het inzichtelijk maken van dergelijke mogelijkheden.

- 🕒 *In kaart brengen onzichtbare mantelzorgers:* veel mantelzorgers zijn zich niet bewust van het feit dat ze mantelzorger zijn. Volgens de respondenten heeft ook dit te maken met de ‘calvinistische’ insteek. Daarnaast zijn er in Rotterdam veel mantelzorgers van verschillende culturele achtergronden, waarin zorgen voor naasten als vanzelfsprekend wordt gezien. Door een breed

publiek/doelgroep aan te spreken kan Mantelfoon ook onder hen bewustzijn genereren, en zo voorheen onzichtbare mantelzorgers in kaart brengen.

- 🕒 *Laagdrempelige ondersteuning*: mantelzorgers vinden het vaak lastig om toe te geven dat ze het zwaar hebben. Het anonieme karakter van Mantelfoon kan eraan bijdragen dat de drempel om hulp in te schakelen lager wordt. Daarnaast helpt het dat er meer over mantelzorg gesproken wordt. Hoe meer erover wordt gesproken, hoe normaler het wordt. Op deze manier kan het taboe omtrent mantelzorg worden doorbroken, en wordt het genormaliseerd.
- 🕒 *Agenderend richting gemeente*: Mantelfoon vergaart middels haar diensten brede informatie over belangrijke thema's en behoeften onder mantelzorgers. Verschillende respondenten (4/28) hopen dat Mantelfoon, gezien haar banden met de gemeente, een rol kan spelen in het agenderen van deze thema's binnen beleid. Denk hierbij aan het versoepelen de mogelijkheid om aanspraak te maken op bepaalde verzekeringen bijvoorbeeld.
- 🕒 *Lotgenotencontact*: lotgenotencontact is, vooral in deze tijden waarin social contact beperkt is, belangrijk voor mantelzorgers. Mantelfoon heeft een helicopterview van het zorgaanbod in Rotterdam. Dat betekent dat ze ook in kaart kunnen brengen welke mogelijkheden er lokaal bestaan voor lotgenotencontact. Hierbij kunnen ze differentiëren tussen de verschillende doelgroepen, waardoor mantelzorgers beter bediend kunnen worden.
- 🕒 *Wisselwerking tussen ketenpartners*: ten slotte heerst er behoefte onder de ketenpartners om meer aansluiting te vinden met andere zorgverleners en hierin korte lijnen de onderhouden. Mantelfoon kan als 'spin in het web' een belangrijke rol spelen in het opzetten van een dergelijk netwerk.

3.2.2 Aansluiten op behoeften

Op de vraag aan welke behoefte van de mantelzorgers wordt voldaan met Mantelfoon, geven de respondenten het volgende aan:

- 🕒 *Opvullen chronisch tekort aan tijd*: zoals eerder al naar voren kwam, hebben mantelzorgers in hun dagelijks leven veel verschillende ballen tegelijk hoog te houden. Om deze reden is het fijn als ze snel en concreet hulp geboden krijgen. Zo geeft een respondent aan:

“Mantelfoon kan het chronische tekort aan tijd opvullen, doordat je op één punt je vraag neer kunt leggen.”
- 🕒 *Praktische stappen*: verschillende ketenpartners geven aan dat mantelzorgers bij hen komen met algemene vragen, en vragen van praktische aard: hoe vraag ik mijn persoonsgebonden budget aan? Kom ik in aanmerking voor respijtzorg? Hoe organiseer ik mijn verzekeringen? Mantelfoon kan een belangrijke rol spelen in het ondersteunen van mantelzorgers bij het verrichten van dergelijke praktische stappen.
- 🕒 *Zichtbaar maken beschikbare diensten*: ook hier kaarten ketenpartners aan dat mantelzorgers vaak niet weten welke ondersteuningsmogelijkheden ze hebben, bijvoorbeeld het bestaan van mantelzorgmakelaars. Door partijen aan elkaar te verbinden, kan Mantelfoon ervoor zorgen dat

zorgaanbieders en cliënten elkaar beter weten te vinden, waardoor er passende ondersteuning kan worden geboden.

- 🕒 *Lotgenoten contact coronatijd:* tijdens de coronatijd valt veel fysiek lotgenotencontact weg, terwijl dergelijk contact nu juist ontzettend belangrijk is. Om deze reden wordt ook dit aangedragen als een behoefte waar Mantelfoon op in kan spelen. Bijvoorbeeld door het organiseren van digitale koffie-uurtjes.

Over het algemeen verwachten ketenpartners dat Mantelfoon deze punten (3.1 & 3.2) in de toekomst waar kan maken. Zo zegt een mantelzorgmakelaar:

“Ik denk dat alle ingrediënten voor succes aanwezig zijn; de samenstelling van een gespecialiseerd team op verschillende vlakken, en de samenwerking met Inluzio lijkt me ook erg zinnig.”

Belangrijk in het waarmaken van deze aspiraties is de factor tijd, zo geven meerdere respondenten (6/28) aan. Mantelfoon heeft de tijd nodig om te groeien, en naamsbekendheid te verwerven. Met andere woorden, bij het volgende partnertevredenheidsonderzoek (over een jaar) is dit iets om nadrukkelijk na te vragen.

3.3 Mantelfoon in beeld

Hoe ervaren de ketenpartners de zichtbaarheid, vindbaarheid en bereikbaarheid van Mantelfoon?

3.3.1 Zichtbaarheid kan beter

Over het algemeen zijn de ketenpartners het erover eens dat de zichtbaarheid van Mantelfoon beter kan. Hierbij wordt meermaals (8/28) opgemerkt dat de ketenpartners zelf Mantelfoon wel vaker tegenkomt, maar dat ze betwijfelen of de zichtbaarheid voor mantelzorgers ook goed is. De respondenten zijn immers werkzaam in het betreffende zorgveld, en daardoor alerter. Daarbij komt dat mantelzorgers zelf vaak niet weten dat ze mantelzorgers zijn, waardoor ze minder snel zullen zoeken op de diensten van Mantelfoon, of zichzelf er niet in zullen herkennen.

Mantelfoon verkrijgt volgens ketenpartners zichtbaarheid door op het netvlies te staan van zorgaanbieders, omdat zij op deze manier mantelzorgers kunnen tippen en doorverwijzen. Door samenwerkingsverbanden aan te gaan met verschillende partijen, presentaties te geven en overleggen bij te wonen, is Mantelfoon hier al redelijk actief mee bezig. Daarbij komt dat dit ook een kwestie is van mond tot mond reclame, wat betekent dat ook dit punt tijd nodig heeft om te groeien.

Mantelfoon heeft bij het kennismakingsgesprek folders afgegeven, deze zijn nu ook op de meeste locaties beschikbaar. Echter, wat betreft dergelijke geprint promotiemateriaal zijn verschillende respondenten

(3/28) van mening dat posters beter zouden werken, omdat deze groter zijn en daardoor meer opvallen. Daarnaast zouden deze in de openbare ruimte kunnen worden opgehangen, bijvoorbeeld in bushokjes. Daarnaast geven enkele respondenten aan dat Mantelfoon hun best doen ook fysiek aanwezig te zijn, bijvoorbeeld door in de wijk aanwezig te zijn op evenementen, of op de markt te gaan staan met de kenmerkende 'gele telefoon'.

Ten slotte wordt gesproken over het feit dat Mantelfoon ook online actief is. Het social media account wordt aangedragen, en ook wordt er lof gesproken over de podcast, omdat dit het jonge segment van de doelgroep aanspreekt. Wel zijn er opmerkingen over de invulling van de social media-accounts (zie hiervoor 6.2).

De ketenpartners erkennen de zichtbaarheid is vermoeilijkt en vertraagd door de corona-crisis. Niet alleen maakt dit het lastig om als Mantelfoon te promoten op fysieke plekken - bijvoorbeeld door in de buurt te gaan staan of bij overleggen aan te sluiten - ook mantelzorgers zelf komen minder buiten. Dit maakt dat ze buitenshuis niet snel in aanraking zullen komen met uitingen over Mantelfoon.

3.3.2 Vindbaarheid wordt steeds beter

Wat betreft vindbaarheid van Mantelfoon merken de respondenten op dat hier al behoorlijke stappen in zijn gezet. Een mantelzorgmakelaar:

"Ik vind dat Mantelfoon haar online beschikbaarheid lange tijd niet goed op orde had. Ik heb in augustus een aantal keer moeite moeten doen om de website te vinden, omdat hij via Google niet naar voren komt. Dan krijg je allerlei organisaties die refereren aan Mantelfoon, maar niet de site zelf. Nu staat hij wel bovenaan, zie ik."

Daarnaast wordt er naar de dienst verwezen op verschillende op verschillende websites, zoals die van gemeente Rotterdam. Over het algemeen bestaat de opvatting dat als een mantelzorger of zorgaanbieder op zoek is naar informatie over mantelzorg in Rotterdam, hij/zij relatief snel en makkelijk bij Mantelfoon uit zal komen.

3.3.3 Goede bereikbaarheid

Over dit punt bestaat een duidelijke consensus. Aangezien Mantelfoon voor mantelzorgers 24 uur per dag, 7 dagen per week bereikbaar is, is hun bereikbaarheid voor mantelzorgers goed. Ook als ketenpartners zelf Mantelfoon proberen te bereiken worden ze over het algemeen goed en snel geholpen. Zo geeft een mantelzorgcoach aan:

"Ik weet dat ik kan mailen en kan bellen, en er wordt vlot beantwoord. Ik zie niets wat veranderd dient te worden."

Dit beeld wordt onderkend door de meeste respondenten.

Ter informatie: op de vraag of het onderscheid tussen het bellen als ketenpartner naar 010 - 261 41 66 en als mantelzorger, naar 0800-777 33 33, helder is, antwoordde 60% ja (13/22).

4 De dienstverlening

In dit hoofdstuk gaan we in op het gebruik van de dienstverlening van Mantelfoon onder ketenpartners. Hiermee wordt antwoord gegeven op de volgende vragen:

- 🕒 Op welke manier maken de ketenpartners gebruik van de diensten van Mantelfoon?
- 🕒 Hoe vaak hebben de ketenpartners gebruik gemaakt van de diensten van Mantelfoon?
- 🕒 Wanneer zouden ketenpartners ervoor kiezen een mantelzorger door te verwijzen naar Mantelfoon?

4.1 Gebruik dienstverlening (nog) beperkt

In het onderzoek komt naar voren dat er in de 5 maanden dat Mantelfoon actief is, door 30% (9/28) van de ketenpartners gebruik is gemaakt van de diensten van Mantelfoon. Dit betekent dat een groot gedeelte van de ketenpartners nog geen actief gebruik heeft gemaakt van de dienstverlening.

Onder de respondenten die geen gebruik hebben gemaakt van de dienstverlening laten enkelen (4/28) weten dat ze weliswaar niet concreet hebben doorverwezen naar Mantelfoon, maar cliënten wel op de hoogte stellen van het bestaan van de dienst. Dit gebeurt zowel passief, door folders beschikbaar te stellen op locatie bijvoorbeeld, als meer actief, door cliënten te informeren over het bestaan van Mantelfoon (vorm van promotie).

De belangrijkste reden die ketenpartners aandragen waarom ze nog geen gebruik hebben gemaakt van de dienst, heeft ook weer te maken met de levensduur van Mantelfoon. Verschillende partners laten weten dat aangezien Mantelfoon pas kort bestaat, de bekendheid binnen de organisatie nog moet groeien voordat ze er gebruik van zullen maken in hun eigen werkzaamheden. Zo geeft een respondent aan:

“Ik moet eerlijk zeggen, er zijn redenen genoeg om Mantelfoon gebruik te maken, maar het zit nog niet genoeg in mijn systeem.”

Een andere verklaring die naar voren komt, is dat bepaalde diensten die Mantelfoon aanbiedt, ook worden uitgevoerd door de organisaties zelf. Er heerst in deze gevallen dus geen noodzaak om kennis in te winnen of door te verwijzen. Daarnaast wordt de vertrouwensband die respondenten met hun cliënten hebben als belangrijk geacht. Zo stelt een respondent:

“Mensen vinden het over algemeen toch prettiger om met een persoon te praten die ze kennen. Omdat ze de persoon kennen heb je die vertrouwensband.” Dit is een reden voor ketenpartners om terughoudend te zijn in doorverwijzingen naar Mantelfoon.

4.2 Soorten dienstverlening

Onder de ketenpartners die wel gebruik hebben gemaakt van Mantelfoon zijn duidelijke overeenkomsten zichtbaar. Gemiddeld gezien, hebben de ketenpartners die wél gebruik hebben gemaakt van Mantelfoon, dit zo'n 2 á 3 keer gedaan. Als we kijken naar de diensten die hierbij worden geraadpleegd, kan worden geconcludeerd dat er momenteel nog niet optimaal gebruik wordt gemaakt van de verschillende diensten die Mantelfoon aanbiedt.

Dienst		Absoluut	Percentage (%)
Wel gebruik gemaakt (9 respondenten)	Directe doorverwijzing	9/9	100%
	Inwinnen expertise	2/9	+ - 22,5%
	Overleg casuïstiek	1/9	+ - 10%
Geen gebruik gemaakt (19 respondenten)	Indirecte doorverwijzing (uitdelen folders, bekendheid vergroten)	10/19	+ - 50%
	Geen gebruik gemaakt	9/19	+ - 50%

4.2.1 Doorverwijzen

Zoals duidelijk wordt in de bovenstaande tabel, is de wijze waarop de meeste respondenten gebruik maken van de dienst, door mantelzorgers door te verwijzen naar Mantelfoon. De 9 respondenten die de diensten van Mantelfoon wél hebben gebruikt, hebben allemaal mantelzorgers doorverwezen. Onder doorverwijzen rekenen we hier enkel concrete en directe doorverwijzingen (in tegenstelling tot de passievere, indirecte doorverwijzingen uit 4.1).

Er worden verschillende motivaties gegeven om mantelzorgers door te verwijzen naar Mantelfoon. De volgende punten komen vaker terug:

- 🕒 *Voor een luisterend oor:* een belangrijke factor om door te verwijzen blijkt het moment waarop organisaties merken dat het de mantelzorger teveel wordt; een feit dat door de corona-crisis helaas in toenemende mate voorkomt. Om deze mensen een luisterend oor te bieden, op een moment dat voor hen zelf uitkomt, verwijzen meerdere respondenten (5/28) mantelzorgers door naar Mantelfoon.
- 🕒 *Als de organisatie zelf geen hulp kan bieden:* verschillende respondenten (8/28) geven aan dat als mantelzorgers zich in een vroeg stadium van het zorgproces bevinden, ze vaak met niet-concrete

hulpvragen komen waar zij zelf geen ondersteuning in kunnen bieden. Daarnaast komt het voor dat respondenten in aanraking komen met mantelzorgers die buiten hun werkgebied wonen, waardoor ze hen niet kunnen helpen. Ook dit kan een reden zijn om door te verwijzen.

- 🕒 *Praktische vragen:* sommige ketenpartners zijn niet in staat mantelzorgers te ondersteunen in het ondernemen van bepaalde praktische stappen, zoals bijvoorbeeld het aanvragen van het persoonsgebonden budget. Ook hier verwijzen zij mantelzorgers door naar Mantelfoon.
- 🕒 *Lotgenotencontact:* Mantelfoon heeft zicht op de verschillende lokale mogelijkheden in Rotterdam. Een aantal respondenten geeft daarom aan dat wanneer een mantelzorger gebaat kan zijn bij lotgenotencontact, zij hen doorverwijzen naar Mantelfoon. Mantelfoon kan op basis van het soort mantelzorger, mensen in contact brengen met een plek die bij hen past.
- 🕒 *Expertise:* Ten slotte verwijzen respondenten mantelzorgers door naar Mantelfoon als ze te maken krijgen met een expertisevraag waar zij zelf het antwoord niet op weten.

4.2.2 Inwinnen expertise en overleg casuïstiek

Uit de tabel wordt ook duidelijk dat het inwinnen van expertise of het overleggen over casuïstiek bij de ketenpartners nog niet volledig in het systeem zit. Hier wordt momenteel weinig gebruik van gemaakt. Vermoedelijk heeft dit te maken met het feit dat weinig respondenten op het netvlies hebben dat deze mogelijkheid bestaat. Op de vraag wat Mantelfoon volgens hen inhoudt, benadrukken de meeste respondenten (21/28) namelijk de mogelijkheden voor mantelzorgers, niet voor zorgverleners (dit is terug te lezen in hoofdstuk 3.1).

Daarnaast is de afname van diensten uiteraard afhankelijk van het soort organisatie waar de respondent werkzaam is, en de werkzaamheden die hij/zij hier verricht. Zo staat een medewerker bij Integrale Zorggroep Eerstelijns Rijnmond (IZER) minder in direct contact met mantelzorgers dan een mantelzorgmakelaar, waardoor behoefte aan overleg van casuïstiek ook minder aanwezig is.

4.2.3 Wisselwerking en samenwerking

Zoals aan bod kwam in hoofdstuk over typering respondenten (2.1) is er sprake van een wisselwerking tussen de ketenpartners en Mantelfoon. Dit houdt in dat ketenpartners niet alleen gebruik maken van de diensten van Mantelfoon, maar dat Mantelfoon ook kennis en expertise inwint bij ketenpartners. Daarnaast verwijst Mantelfoon natuurlijk door naar ketenpartners op het moment dat zij zelf geen antwoord kunnen geven op de vraag van de bellende mantelzorger, of als er vraag is naar bepaalde specialistische dienstverlening.

Enkele respondenten (5/28) geven aan dat vanaf de lancering in mei voornamelijk expertise bij hen wordt opgehaald, in plaats van andersom. Zo stelt een respondent:

“Tot nu toe werd de expertise bij ons opgehaald. Ik weet dat er soms vragen komen bij Mantelfoon, en soms worden ze dan ook naar ons doorgestuurd als het specifiek is.”

Daarnaast benadrukken verschillende respondenten de samenwerking tussen hun organisatie en Mantelfoon, en wat ze voor elkaar betekenen en in de toekomst kunnen betekenen. Zo omschrijft een respondent de verstandhouding als volgt:

“Onze relatie is puur gericht op samenwerking. Het is eigenlijk de bedoeling dat de Mantelfoon mantelzorgers doorverwijst naar ons. Maar we kunnen ook sparringpartners zijn op het gebied van mantelzorgers. Het kan dus een wisselwerking zijn. Wij verwijzen door en zij naar ons.”

Het partnerschap met Mantelfoon gaat over *wederzijdse* versterking. Op het gebied van promotie bijvoorbeeld hebben meerdere ketenpartners met Mantelfoon samengewerkt. Hierover zei een respondent:

“We hebben ook heb geflyerd vanuit Mantelfoon in de wijken om bekendheid te genereren. Toen hebben we flyers uitgedeeld van zowel Mantelfoon als Mantelaar. Ik vertelde mensen: voor algemene en oriënterende vragen kunnen jullie bij Mantelfoon terecht, en voor concrete vragen bij ons. Zo helpen we elkaar.”

De respondent concludeert over de wisselwerking:

“We proberen elkaar echt te versterken met één doel: de kwetsbare in de Rotterdamse samenleving te helpen.”

5 Waardering van de dienstverlening

In dit hoofdstuk gaan we in op de waardering van de dienstverlening van Mantelfoon, onder ketenpartners. Hiermee wordt antwoord gegeven op de volgende vragen:

- ⦿ Wordt de beoogde toegevoegde waarde van Mantelfoon herkend door de ketenpartners?
- ⦿ Hoe ervaren ketenpartners de dienstverlening van Mantelfoon?
- ⦿ Welk cijfer geven de ketenpartners de dienstverlening van Mantelfoon?

5.1 Toegevoegde waarden

Mantelfoon beoogt met haar dienstverlening op een aantal punten van toegevoegde meerwaarde te zijn, voor zowel ketenpartners als mantelzorgers. De opdrachtgever geeft aan dat in de uitvoering van Mantelfoon de volgende punten van belang worden geacht:

- 1 24-uurs bereikbaarheid;
- 2 specialistische kennis;
- 3 een onafhankelijke positie.

5.1.1 Altijd bereikbaar

In grote lijnen zijn er twee soorten ketenpartners te onderscheiden, namelijk: ketenpartners die de meerwaarde van 24-uurs bereikbaarheid beamen, en ketenpartners die er hun vraagtekens bij zetten.

Wel van toegevoegde waarde: verschillende respondenten (21/28) geven aan dat het feit dat Mantelfoon 24 uur per dag bereikbaar is, van grote toegevoegde waarde is, met name voor mantelzorgers. De belangrijkste argumenten waarom de 24-uurs bereikbaarheid drempelverlagend kan werken, zijn als volgt:

- ⦿ *Tekort aan tijd:* mantelzorgers leiden een ontzettend druk leven. Het is fijn dat ze buiten kantooruren kunnen bellen want overdag is het daarvoor te chaotisch. Daarnaast is de avond het moment dat mantelzorgers de tijd hebben om zonder afleiding na te denken, dus wellicht is dat ook het moment dat het piekeren begint. Mensen bellen vaak als het hen teveel wordt. Het is fijn dat er ook dan een luisterend oor is. Op deze manier wordt de druk van ketel gehaald, en kan de dag erna rustig en naar behoren behandeld worden.
- ⦿ *Zorgbehoevende in de buurt:* veel mantelzorgers die zorgen voor hun partner of kind, zullen zich bezwaard voelen om Mantelfoon te bellen waar die naaste bij aanwezig is. Dat maakt dat overdag bellen lastig is. Het is fijn dat er alsnog de mogelijkheid bestaat om te bellen als de partner of kind slaapt of 's avonds niet meer in de directe omgeving van de mantelzorgers is.

Niet van toegevoegde waarde: aan de andere kant plaatst een aantal respondenten (7/28) ook hun vraagtekens bij de meerwaarde van 24-uurs bereikbaarheid. De belangrijkste twijfels zijn als volgt:

- Geen crisisdienst: er wordt aangegeven dat mensen die 's nachts bellen veelal met een acuut probleem zullen zitten, omdat ze anders niet zullen bellen op een dergelijk tijdstip. Mantelfoon is geen crisisdienst. Zij kan hierbij niet bekwaam en naar behoren handelen, en het is daarom niet noodzakelijk dat zij 24-uur per dag bereikbaar is. Hierover zegt een respondent:

“Ik vraag me af, als je het echt niet meer ziet zitten, kun je dan niet beter 112 bellen? Ik hoop dat als mensen er helemaal doorheen zitten, ze toch 112 bellen. Want is Mantelfoon dan wel bevoegd en bekwaam genoeg om de situatie goed in te schatten? Moet je dat willen?”

- Geen behoefte aan: een ander punt wat vaker terugkomt, is dat respondenten zich afvragen of er ook echt gebruik zal worden gemaakt van de 24-uurs bereikbaarheid van Mantelfoon. Wordt er ook daadwerkelijk in de nacht gebeld? Aanhakend op het vorige punt, vragen zij zich af of er bij behoefte aan hulp niet eerder naar een crisisdienst zal worden gebeld. Hierover zegt een respondent:

“Ik vraag me af in hoeverre dat nodig is. Ik denk dat het onzin is. Dan ga je ervan uit dat jij om 3 uur 's nachts als je partner ligt te slapen de Mantelfoon gaat bellen, want nu schiet er een vraag door m'n hoofd. 24-uurs bereikbaarheid is belangrijk voor spoedeisende hulp of huisartsenpost. Voor vragen over mantelzorg niet. Het is niet het eerste wat bij iemand opkomt.”

5.1.2 Specialistische kennis

Over het algemeen zijn de ketenpartners het erover eens dat specialistische kennis van groot belang is voor het slagen van Mantelfoon. Om advies te kunnen geven, en daarmee de mantelzorger of zorgverleners verder te helpen, moet degene aan de andere kant van de lijn immers kennis in huis hebben. Een respondent omschrijft het belang als volgt:

“De dienstverlening staat of valt met de kennis in huis. Anders word je een van de vele steunpunten of goedbedoelde hulp.”

In het kader van specialistische kennis, worden de volgende punten van belang geacht:

- Gebruik maken van het netwerk: er zijn veel verschillende aspecten die bij mantelzorg komen kijken, van zorg regelen tot en met behoefte aan sociale steun, die tot verschillende vragen kunnen leiden. De telefonisten bij Mantelfoon kunnen niet op alle vragen een antwoord paraat hebben. Maar, dat hoeft ook niet. De wijze waarop Mantelfoon haar dienstverlening aanpakt (eerste hulp, doorsturen naar backoffice, of doorverwijzen naar ketenpartners) maakt dat zij niet alle kennis zélf in huis hoeft te hebben om mantelzorgers goed te ondersteunen. De verbinding die Mantelfoon aangaat met het zorgveld in Rotterdam verrijkt indirect haar kennis. Een respondent legt uit:

“Je hoeft niet alle expertise te hebben, maar je moet wel weten waar je naartoe kunt verwijzen.”

- ⦿ *Kennis moet groeien*: daarnaast wordt aangegeven dat het vergaren van deze kennis en het leggen van kennisverbindingen tijd nodig hebben om te groeien. Dat bepaalde specialistische kennis nog kan groeien, komt ook terug in het interview met een respondent:

“Mantelzorg heeft ook verschillende typen mantelzorgcoaches, gespecialiseerd in verschillende doelgroepen en expertises, zoals psychische zorg en jeugd. Het zou mooi zijn als in de toekomst iemand wordt toegevoegd die nog specialistischer is, bijvoorbeeld op gebied van dementie, een groeiend probleem.”

- ⦿ *Niet het belangrijkste*: ten slotte wordt vaker (7/28) benadrukt dat de specialistische kennis niet de belangrijkste meerwaarde is van Mantelfoon. Uiteraard is het fijn dat mantelzorgers antwoord krijgen op hun hulpvragen, maar in feite zou dat ook kunnen op andere plekken. Bij de ketenpartners zelf bijvoorbeeld. Waar Mantelfoon zich écht mee onderscheid, is het luisterend oor dat ze bieden.

5.1.3 Onafhankelijk advies

Op de vraag hoe de ketenpartners de onafhankelijkheidspositie van Mantelfoon ervaren, komen verschillende reacties. Het merendeel van de respondenten geeft aan dat zij hier de meerwaarde van inzien.

Wel van toegevoegde waarde: verschillende respondenten (15/28) geven aan dat zij de onafhankelijkheidspositie van Mantelfoon van meerwaarde achten in de dienstverlening. In grote lijnen worden hiervoor twee argumenten voor aangedragen:

- ⦿ *Belangenverstrengeling*: het is belangrijk dat er geen belangen gemoeid zijn met de dienstverlening, zowel voor de mantelzorger als zorgverlener. Zo wordt de mantelzorger niks ‘aangesmeerd’, en zal hij/zij niet gestuurd worden in een bepaalde richting (denk bijvoorbeeld aan verzekeringen of regelingen). Op deze manier is Mantelfoon echt bezig met het behartigen van de belangen van de mantelzorger. Daarnaast heeft zo elke zorgverlener gelijke kansen op een nieuwe cliënt door middel van doorverwijzingen.
- ⦿ *Negatieve associaties*: daarnaast wordt zo voorkomen dat er negatieve associaties met partnerpartijen de drempel verhogen om gebruik te maken van Mantelfoon. Als persoon een negatieve ervaring heeft met bijvoorbeeld de gemeente, dan maakt hij/zij minder snel gebruik van een dienst waar deze partij aan is verbonden.

Niet van toegevoegde waarde: er is ook een aantal respondenten (6/28) dat de onafhankelijkheidspositie van Mantelfoon niet als meerwaarde ervaart, om de volgende redenen:

- ⦿ *Niet van groot belang*: mantelzorgers zullen zich simpelweg niet verdiepen in de onafhankelijkheidspositie van Mantelfoon. Zij denken dat mantelzorgers wel iets anders aan hun hoofd hebben, en dat dit niet iets is waar ze op letten. Zo stelt een respondent:

“Ik denk niet dat het mantelzorgers veel uitmaakt. Zij letten daar in eerste instantie niet op. Ze zijn vooral op zoek naar wie ze kan helpen als zij hulpvragen hebben. Dan maakt het niet uit bij welke aanbieder of welke gemeente Mantelfoon is aangesloten.”

- ③ *Meerwaarde partners, positieve associaties:* een ander argument is dat de associatie met bepaalde partijen positief kan zijn, in tegenstelling tot de eerdergenoemde negatieve associaties. Als Mantelfoon zich zou presenteren in relatie tot bekende partijen, dan kan dit hun naamsbekendheid en het vertrouwen in de dienst ten goede komen. Zo legt een respondent uit:

“Ik vind de naam Mantelfoon aardig klinken, maar ik vind het ook wel jammer. Ik had wel iets in de naam terug willen zien van de gemeente, zodat je als mantelzorger echt weet dat je de gemeente kan bellen als je een vraag hebt.”

5.1.4 Spin in het web

“Mantelfoon is een spin in het web in Rotterdam en omstreken voor alle mensen die vragen hebben rondom mantelzorg.”

Naast voorgaande punten, geven meerdere ketenpartners zelf aan dat Mantelfoon bij uitstek van toegevoegde waarde is voor het netwerk. Zoals eerder al kort aan bod kwam, wordt Mantelfoon door ketenpartners meerdere malen verwoord als ‘spin in het web’.

Deze ‘spin in het web’-positie is van meerwaarde voor mantelzorgers, omdat die op deze manier zorgvuldig kunnen worden doorverwezen en geholpen door de passende organisaties, en ook voor zorgverleners. Mantelfoon heeft namelijk goed zicht op de mogelijkheden binnen Rotterdam, en kan verschillende partijen binnen het netwerk aan elkaar te verbinden.

Om deze reden kan Mantelfoon er in haar huidige vorm in de toekomst voor kan zorgen dat partijen elkaar beter kunnen vinden, waardoor de zorg kan worden geoptimaliseerd. Hier zien zij een belangrijke rol voor Mantelfoon weggelegd. Hoe zij dit voor hun zien en hoe dit vorm kan krijgen zal later terugkomen in het hoofdstuk over aandachtspunten (6.4).

5.2 Ervaringen met dienstverlening

Over het algemeen zijn de ketenpartners die gebruik hebben gemaakt van Mantelfoon ruim tevreden over de dienstverlening. Ook onder de respondenten die nog geen gebruik hebben gemaakt van de dienst klinken optimistische geluiden. Zo stelt een respondent:

“Ik was erg enthousiast omdat ik de moeilijkheden bij mezelf herkende. Hoe ga je als mantelzorger met problemen om? Je loopt jezelf helemaal stuk. Ik dacht: als ze dit goed gaan optuigen, moet het een waardevol instrument gaan worden, zowel voor professionals als voor mantelzorgers.”

Voor zover ketenpartners zicht hebben op de dienstverlening van Mantelfoon, functioneert deze naar behoren. Vragen worden snel en adequaat opgepakt, en de vervolgstappen worden helder uitgelegd. Ook zoekt Mantelfoon na afloop van de ondersteuning in sommige gevallen contact om te informeren of de problemen zijn verholpen. Voorbeelden van ervaringen met de dienstverlening:

“Wij hebben met een aantal personen van Mantelfoon contact gehad. Dit was super, erg duidelijk. Zij konden hun verhaal doen, en wij konden ondersteunen. In de gevallen dat we contact hebben gehad, is het prima.”

“Ik heb snel informatie gekregen, en ze hebben achteraf opnieuw contact gezocht. Dan kun je even met elkaar sparren. Ik heb het idee dat het snel en adequaat is opgepakt.”

Er zijn ook meer kritische geluiden. Zo geeft een respondent aan dat er vanuit mantelzorgers ook negatieve ervaringen zijn teruggekoppeld. Er zou niet goed worden geluisterd, en niet goed worden gecommuniceerd. Echter, de respondent nuanceert deze uitspraken door op te merken dat deze negatieve ervaringen waarschijnlijk voortkomen uit het karakter van de mantelzorgers zelf.

“Het komt voornamelijk door de mensen die bellen. Sommige mensen hebben een idee dat niet wordt bevestigd door het belletje. Dat ze zullen nooit zo’n bevestigend antwoord krijgen, hoor. Zij willen niks aannemen, wat maakt dat de ervaring minder goed is.”

5.3 Waardering in cijfers

De opdrachtgever heeft DSP-groep gevraagd om ketenpartners een cijfer te laten toekennen aan de dienstverlening van Mantelfoon.

Gemiddeld gezien kennen de respondenten het cijfer 7,5 toe aan de dienstverlening van Mantelfoon. Geen enkele respondent gaf een onvoldoende. Echter, zoals aan bod kwam in het hoofdstuk over de dienstverlening en het gebruik hiervan (4.1), wordt er op dit moment nog niet veelvuldig gebruik gemaakt van de diensten van Mantelfoon. Om deze reden zijn veel respondenten niet in staat om een cijfer toe te kennen aan de dienstverlening. Daarbij komt dat het merendeel van de respondenten die wél gebruik heeft gemaakt van de dienst, enkel mantelzorgers hebben doorverwezen. Veel van hen hebben geen terugkoppeling gekregen over de ervaring met de dienst. Dit betekent dat ook zij weinig tot geen zicht hebben op de kwaliteit van de dienstverlening.

Met andere woorden, het cijfer dat gemiddeld wordt toegekend aan de diensten van Mantelfoon niet als representatief worden gezien. Wij verwachten dat tijdens het volgende partneronderzoek over een jaar, hier accuratere informatie over kan worden opgehaald.

6 Aandachtspunten voor de toekomst

In dit hoofdstuk bouwen we verder op voorgaande hoofdstukken, door inzichtelijk te maken welke aandachtspunten de ketenpartners aandragen als het gaat om de thema's: dienstverlening, zichtbaarheid en promotie, en toegevoegde waarden. Ten slotte gaan we kort in op hoe Mantelfoon de ketenpartners kan helpen in het vinden en ondersteunen van mantelzorgers.

6.1 Dienstverlening

Dienstverlening richting ketenpartners

Over het algemeen zijn de ketenpartners tevreden over de dienstverlening richting ketenpartners. Zo geeft een kwart (7/28) van de respondenten aan geen verbeterpunten te zien. Enkele punten die wel naar voren komen:

- ③ *Versterken netwerk:* voortbouwend op de toegevoegde waarde die Mantelfoon kan hebben voor het netwerk (5.1.4) geven verschillende respondenten (5/28) aan dat ze het prettig zouden vinden als Mantelfoon, gezien hun helicopterview van Rotterdam, actief verschillende zorgaanbieders met elkaar in contact zou brengen. Een aantal respondenten geeft aan dat dit eerder het plan was, maar dat dit door corona niet is doorgegaan. Om hier toch uitvoering aan te kunnen geven, stelt een respondent voor om een digitale bijeenkomst te organiseren voor de ketenpartners. Zo weet men elkaar beter te vinden, en gaat Mantelfoon ook meer leven voor hen.
- ③ *Terugkoppeling:* ondanks dat sommige respondenten aangeven dat zij regelmatig nieuwsbrieven ontvangen, zijn er ook verschillende ketenpartners die deze nog niet voorbij hebben zien komen. Er is behoefte aan regelmatige terugkoppeling, men wil vaker updates ontvangen. Graag zouden ze inzicht krijgen in wie er gebruik maakt van Mantelfoon, wat voor vragen er komen, en wat voor ontwikkelingen er zichtbaar zijn. Niet alleen de cijfers vinden zij interessant, maar ook zouden zij het fijn vinden om teruggekoppeld te krijgen als iemand die zij hebben doorverwezen Mantelfoon heeft gebeld. Hierover zegt een respondent:

“Ik ben benieuwd naar de statistieken. Ze geven per kwartaal een update, daar stonden volgens mij geen cijfers in. En misschien concrete voorbeelden? Ervaringen van mensen die het gebruikt hebben, zodat we een beeld ervan krijgen. En als mensen uit onze regio gebeld hebben, zouden wij hier ook een melding van willen krijgen. Dan kunnen wij mensen in de regio gericht benaderen als we dingen doen voor mantelzorgers.”

- ③ *Meer doorverwijzen:* ten slotte kaart een aantal respondenten aan dat zij wat teleurgesteld zijn over het feit dat er tot op heden weinig tot niet naar hen is doorverwezen.

Dienstverlening richting mantelzorgers

Over het algemeen vinden de ketenpartners het lastig om aan te geven wat de aandachtspunten zijn in de dienstverlening naar mantelzorgers. Dit komt doordat de meeste mantelzorgers geen terugkoppeling geven over hun ervaringen. Het is dus lastig om hier concrete aandachtspunten aan te koppelen. Het belangrijkste aspect dat wordt aangekaart:

- 🌀 *Communiceren met een brede doelgroep:* Mantelfoon krijgt aan de telefoon te maken met een hele brede doelgroep. Zo bellen er mensen met uiteenlopende culturele achtergronden, of mensen die de Nederlandse taal niet goed machtig zijn. Het is belangrijk dat de telefooncentrale hier flexibel mee om weet te gaan, en de ondersteuning weet af te stemmen aan de persoon die belt.

6.2 Promotie

De ketenpartners erkennen dat het onder de aandacht brengen van Mantelfoon een complex project is, omdat mantelzorg een hele brede doelgroep betreft. Het gaat zowel over jongeren als senioren, wat het onmogelijk maakt om iedereen in één keer te bereiken.

Zoals duidelijk werd in het hoofdstuk over de zichtbaarheid van Mantelfoon (3.3.1), bestaat er een consensus over benodigde verbetering. De belangrijkste aandachtspunten zijn als volgt:

Social media

Met social media wordt het jongere segment van de doelgroep aangesproken. De wijze waarop dit nu wordt ingestoken mag prikkelender. Bijvoorbeeld door op Instagram veel voorkomende vragen te delen of casussen te schetsen. Jonge mantelzorgers zullen zichzelf hierin sneller herkennen.

Print media

Met print media wordt juist het oudere segment van de doelgroep aangesproken. Het kan van grote meerwaarde zijn om advertenties in te kopen in lokale kranten en tijdschriften, omdat deze het meeste worden gelezen. Voorbeelden die worden genoemd: De Hoekse Krant, de Oud-Rotterdammer, en Rijnmond Nieuws. Daarnaast hebben de meeste respondenten flyers ontvangen, maar wordt er aangegeven dat Mantelfoon-posters beter zouden werken. Deze vallen meer op, en kunnen ook in de publieke ruimte worden opgehangen.

Actief op uit gaan

Ondanks dat ketenpartners onderkennen dat het lastig is om fysiek langs locaties te gaan in het corona tijdperk, wordt dit toch van grote waarde geacht om een deel van de doelgroep te bereiken. Denk hierbij aan mantelzorgers die zich zelf niet zien als mantelzorger, of die geen idee hebben van de mogelijkheden. Om deze reden is het belangrijk om aanwezig te zijn op plekken waar veel mantelzorgers komen, denk hierbij bijvoorbeeld ook aan kerken en moskeeën. Hier hoort ook bij het fysiek aanwezig zijn bij wijk activiteiten, zoals mantelzorgcafé's.

Herhaling van campagnes

Er wordt al behoorlijk wordt ingezet op promotie. Desalniettemin geven zij aan dat het belangrijk is om deze campagnes actief te herhalen om ze effectief te maken. Zo stelt een respondent:

“Herhaling is de kracht van de reclame. Ze moeten het om de zoveel tijd onder de aandacht brengen.”

Rumour around the brand

Doormiddel van het publiceren van podcasts, is dit iets waar Mantelfoon zich al redelijk mee bezighoudt. Dit is een koers waar op doorgevaren moet worden. Door out-of-the-box te denken in hun promotie zal Mantelfoon opvallen, en zo automatisch meer bekendheid genereren.

Onderzoek marketingbureau

Ten slotte is er een aantal partners dat het lastig vindt om goed te adviseren over promotie, omdat dit een vak op zich is. Zij raden aan om een marketingbureau in te huren, en hen een doelgroeponderzoek te laten uitvoeren. Op basis van dergelijk onderzoek kan gerichte marketing worden uitgevoerd.

6.3 Toegevoegde waarden

Het is te vroeg

Het is nog te vroeg om een concrete uitspraak te doen over de toegevoegde waarde van Mantelfoon. Ook anderen benadrukken de factor tijd. Tijd wordt door respondenten van belang geacht, omdat dit er na verloop van tijd voor zal zorgen dat er meer vertrouwen ontstaat in Mantelfoon, waardoor haar meerwaarde ook daadwerkelijk tot uitdrukking zal komen. Hierover zegt een respondent:

“Maar de factor tijd moet je iemand geven aan twee kanten. Professionals moeten ermee leren omgaan dat ze vragen stellen aan een centraal punt, en dat geldt net zo hard voor mantelzorgers. Er moet vertrouwen komen, dat lukt alleen maar door ervaring opdoen. Ik hoop van harte dat het heel vaak heel goed zal gaan, en dat mensen denken: dat had ik eerder moeten weten.”

Investing in samenwerkingen

Ook komt het investeren in samenwerkingen naar voren. Samenwerkingen in gebieden, snel schakelen en het onderhouden van korte lijnen dragen immers bij aan de expertise die Mantelfoon in huis heeft. Zo stelt een respondent:

“Ik denk dat ze moeten investeren in de samenwerking, het vastknopen van de vangnetten.”

Luisterend oor

Veel mantelzorgers zullen naar Mantelfoon bellen voor een luisterend oor. Dat vergt andere expertise dan doorverwijzen, het delen van kennis en bieden van ondersteuning. Het is belangrijk dat degenen die de telefoon opnemen ook getraind zijn op dit aspect; dat ze kunnen luisteren en afhankelijk van de doelgroep ook integer kunnen reageren.

Communiceren over doel

Het is belangrijk om beter te communiceren over het doel. Dit zorgt ervoor dat mensen een beter beeld hebben bij de mogelijkheden. Hetzelfde geldt voor het communiceren over de meerwaarde. Dit zal mensen stimuleren om gebruik te maken van de dienst.

Communiceren onafhankelijkheid

Een aantal respondenten kaart aan dat Mantelfoon niet geheel onafhankelijk is, omdat zij in opdracht werkt van de gemeente Rotterdam. Zij vinden dat het presenteren van Mantelfoon als onafhankelijk, niet transparant is. Zo stelt een respondent:

“Als je weet wat de opdracht is en wat de gemeente wil horen, dan houdt je daar uiteraard rekening mee in je plan. Je wil bestaansrecht hebben dus hoe onafhankelijk ben je? Die onafhankelijkheidspositie van Mantelfoon moet scherper worden gecommuniceerd, want dat zijn ze niet.”

Meelopen in de praktijk

In het kader van ontwikkeling van specialistische kennis, wordt ook aangekaart dat het een waardevol is voor de telefonisten om een aantal keer mee te lopen in de praktijk. Hierover zegt een respondent:

“Ik denk dat ze veel meer mee moeten lopen in de praktijk. Dat je op een gegeven moment dingen ziet, want vanuit een callcenter zit je natuurlijk op kantoor. Je kunt mensen wel aanhoren en doorverwijzen, maar het is de vraag of je ze naar de juiste organisatie verwijst. Je hebt te maken met mensen met financiële problemen, zorgen rondom kinderen en cognitieve problemen, maar ook psychiatrische problematiek. Het is veelomvattend.”

6.4 Vinden en ondersteunen

Een van de onderzoeksvragen is wat ketenpartners nodig hebben om mantelzorgers beter te kunnen vinden en ondersteunen. Op deze manier kan namelijk worden gekeken naar wat voor rol Mantelfoon hier in de toekomst in zou kunnen spelen. De belangrijkste punten zijn als volgt:

Verbindende factor

Het verbindende karakter van Mantelfoon wordt als belangrijk gezien. Zo zijn zorgverleners op zoek naar nauwer contact met partijen die in de eerste fase in direct contact staan met mantelzorgers, zoals huisartsen en gezondheidscentra. Deze partijen zijn in de gelegenheid mantelzorgers als eerste te signaleren. Onderlinge samenwerking zou het ondersteuningsproces dus versoepelen.

Knelpunten signaleren

Een ander belangrijk punt is dat Mantelfoon veelvoorkomende knelpunten kan signaleren, en aan de bel kan trekken bij de behoevende instanties om dergelijke problemen aan te pakken. Zoals al aan bod kwam bij de positieve impact die Mantelfoon kan hebben (3.2.1), heeft Mantelfoon bijvoorbeeld de mogelijkheid om dingen te agenderen bij de gemeente. Zo kan uiteindelijk het aanbod passender gemaakt worden.

Archiveren gegevens

Niet alleen heeft Mantelfoon zicht op de signalen uit het veld, zij staat ook in direct contact met een grote groep (voorheen vaak onzichtbare) mantelzorgers. Het helpt organisaties als gegevens over de doelgroep worden gedeeld. Een kanttekening volgens de respondenten is dat dit waarschijnlijk niet haalbaar is met privacywetgeving.

Taboes doorbreken

Ten slotte kan Mantelfoon een rol spelen in het normaliseren van mantelzorg. Deze aanpak heeft de potentie taboes te doorbreken, waardoor meer mensen gebruik zullen maken van de mogelijkheden voor mantelzorgers. Hierover zegt een respondent:

“Mantelfoon moet mantelzorg normaler maken, taboes doorbreken. Mantelzorgers vinden het lastig om toe te geven dat het lastig is. En door informatie te geven en het bespreekbaar te maken, wordt het normaal.”

7 Conclusies en aanbevelingen

In dit hoofdstuk geven we de belangrijkste conclusies weer over de mate van tevredenheid, de ervaringen en eventuele verbeterpunten vanuit ketenpartners omtrent de dienstverlening van Mantelfoon. Daarnaast formuleren we op basis van de conclusies, enkele aanbevelingen.

7.1 Conclusies

Mantelfoon is in mei 2020 gelanceerd. De dienstverlening is in 5 maanden door 30% van de ketenpartners gebruikt. Dit is verklaarbaar doordat Mantelfoon in mei 2020 is gelanceerd, en daarmee nog in de opstartfase zit.

(Hoe) kennen de ketenpartners Mantelfoon? Weten ze wat deze inhoudt?

Overkoepelend ervaren de ketenpartners dat de diensten van Mantelfoon een positieve impact kunnen hebben op de kwaliteit van dienstverlening richting mantelzorgers. Een centraal punt zorgt voor vindbare, snelle en praktische ondersteuning. Mantelfoon is over het algemeen goed bekend onder de ketenpartners. In grote lijnen wordt de dienst gedefinieerd als een centraal 24-uur bereikbaar steunpunt voor mantelzorgers. Ook heeft Mantelfoon de potentie om het netwerk aan elkaar te verbinden, waardoor de zorg geoptimaliseerd kan worden. Vanuit dit netwerk en vanuit de data die Mantelfoon zelf verzamelt kunnen vervolgens urgente thema's geagendeerd worden in de politiek.

(Hoe) wordt er door de ketenpartners gebruik gemaakt van de diensten?

Wat opvalt, is dat de meeste ketenpartners die gebruik maken van Mantelfoon, dit doen in de vorm van een doorverwijzing van de mantelzorgers. Weinig ketenpartners maken gebruik van de beschikbare diensten voor professionals en zorgverleners zelf, zoals het inwinnen expertise en overleg casuïstiek. Doorverwijzingen van de mantelzorgers vinden doorgaans plaats als er behoefte is aan een luisterend oor, of als de organisatie zelf geen hulp kan bieden.

Hoe ervaren de ketenpartners de dienstverlening van Mantelfoon, en welk cijfer geven de ketenpartners de dienstverlening van Mantelfoon?

Over het algemeen wordt deze dienstverlening als positief ervaren. Ketenpartners kennen het cijfer 7,5 toe. Echter, veel respondenten zijn niet in staat om een cijfer toe te kennen aan de dienstverlening. Dit heeft tot gevolg dat het cijfer dat gemiddeld wordt toegekend aan de diensten van Mantelfoon, geen betrouwbare indicator is van de kwaliteit van de diensten. Ondanks dat het toegekende cijfer voldoet aan de vooropgestelde eisen, kan dit cijfer niet als representatief worden gezien.

Hoe ervaren de ketenpartners de toegevoegde waarde (24-uurs bereikbaarheid, specialistische kennis, onafhankelijke positie, netwerk) van Mantelfoon?

Volgens ketenpartners zit de meerwaarde van Mantelfoon in het bieden van een luisterend oor, de onafhankelijke positie, het verbinden van het netwerk en in mindere mate de specialistische kennis. Door ketenpartners wordt met name de functie van luisterend oor gewaardeerd. Het is daarom van meerwaarde dat mantelzorgers ook buiten kantooruren kunnen bellen, hoewel 24-uurs bereikbaarheid wellicht niet noodzakelijk is. De specialistische kennis die Mantelfoon in huis heeft vindt men belangrijk, maar minder essentieel omdat er ook wordt doorverwezen. De onafhankelijke positie van Mantelfoon wordt over het algemeen als belangrijk gezien omdat dit drempelverlagend werkt en de mantelzorgers hierdoor echt centraal staat. Ten slotte zien ketenpartners een meerwaarde in het onderling verbinden van het netwerk.

Hoe ervaren de ketenpartners de zichtbaarheid, vindbaarheid en bereikbaarheid van Mantelfoon?

Omdat Mantelfoon 24-uur per dag bereikbaar is, vinden de ketenpartners de bereikbaarheid van de dienst goed. Ondanks dat ze herkennen dat er wordt geïnvesteerd in promotie en zichtbaarheid, vragen de ketenpartners zich af of Mantelfoon zichtbaar genoeg is voor mantelzorgers. Omdat veel mantelzorgers zelf niet weten dat ze mantelzorgers zijn, is doelgroep bereik complex, en de corona crisis heeft fysieke promotie lastiger gemaakt. Hier valt volgens de ketenpartners winst te behalen.

Wat hopen de ketenpartners dat Mantelfoon oplevert?

De ketenpartners hopen dat Mantelfoon in de toekomst een bijdrage zal leveren aan de verbetering van Rotterdamse dienstverlening richting mantelzorgers. Met haar diensten heeft Mantelfoon de potentie om het chronisch tekort aan tijd op te vullen, de beschikbare ondersteuning voor mantelzorgers zichtbaar te maken, en te ondersteunen in het nemen van praktische stappen. Er heerst vertrouwen in dat Mantelfoon dit de toekomst waar kan maken, maar, zo stellen de partners, Mantelfoon heeft voor nu nog tijd nodig om te groeien en ontwikkelen.

7.2 Aanbevelingen

Voortbouwend op de conclusies en de door de respondenten aangedragen aandachtspunten voor de toekomst (hoofdstuk 6) doen we de volgende aanbevelingen aan Mantelfoon:

1. Communiceer nadrukkelijker met ketenpartners welke diensten Mantelfoon aanbiedt

Mantelfoon is er voor de mantelzorger, maar ook voor de professional. De ketenpartners die momenteel gebruik maken van Mantelfoon doen dat op redelijk passieve wijze. Velen zijn zich niet bewust van het feit dat zij, als professionals, zelf ook expertise kunnen inwinnen of met mantelzorgcoaches kunnen overleggen over complexe casuïstiek. Dat is een gemiste kans. Door nadrukkelijk de volle breedte van de dienstverlening aan ketenpartners te communiceren, zal de

doelgroep van Mantelfoon beter worden bereikt, en kan er breder gebruik worden gemaakt van de diensten.

Communicatie kan worden versterkt door meer voorlichting te geven aan professionals en aan te sluiten bij (online) wijk-overleggen.

2 Zet meer in op de verbindende rol van Mantelfoon voor het netwerk van ketenpartners

De ketenpartners verwachten dat Mantelfoon, fungerend als spin-in-het-web, de verschillende ketenpartners in het netwerk samen zal brengen. Het versterken van het stedelijke netwerk, waardoor kennis en ervaring tussen organisaties kan worden uitgewisseld, speelt in de opdracht ook een belangrijke rol. Door organisaties te verbinden kan er een meer geïntegreerde Rotterdamse mantelzorg-markt ontstaan, waar men elkaar goed weet te vinden. Wanneer men elkaar kent, zal meer op elkaar worden teruggevallen en doorverwezen, wat uiteindelijk leidt tot betere en meer samenhangende zorg.

De invulling van deze verbindende rol komt tot op heden nog niet volledig tot bloei. Hier moet meer op worden ingezet. Hierbij is het belangrijk om te kijken welke mogelijkheden tot verbinding er bestaan in het corona tijdperk. Het is een idee om met een dwarsdoorsnede van ketenpartners in gesprek te gaan, om te kijken wat zij hierin nodig hebben. Zo wordt er momenteel maandelijks een nieuwsbrief verstuurd, maar de ketenpartners ervaren de terugkoppeling vaak nog als te summier. Daarnaast is het zaak om vaker bijeenkomsten te organiseren (fysiek of online). Op deze manier staan ketenpartners met elkaar in verbinding, en kunnen korte lijnen worden onderhouden over behoeften in het veld, en zichtbare trends.

3 Onderzoek mogelijkheden voor marketing in het corona tijdperk, en zet nog meer in op promotie

Veel mantelzorgers weten niet dat ze mantelzorger zijn. Dat maakt het essentieel om fysiek zichtbaar te zijn op plekken waar deze 'onzichtbare mantelzorgers' verblijven. Door de corona crisis is het niet alleen lastig om fysiek op plekken aanwezig te zijn, ook de mantelzorgers zelf zijn minder in beweging. Omdat het slagen van de dienst begint bij marketing en zichtbaarheid onder de doelgroep, is het heel belangrijk dat er nog eens goed wordt gekeken naar de mogelijkheden voor promotie. Het is belangrijk om te onderzoeken welke mogelijkheden er wél zijn om in contact te komen met mantelzorgers nu iedereen meer thuis zit. Zo kan er worden ingezet op lokale media, of kan Mantelfoon aanhaken bij bestaande social media platforms met een grote following (zoals de Dag van de Mantelzorg-facebook).

4 Monitor de vragen en de ondersteuningsbehoeftes van de gebruikers van Mantelfoon

Voor de verbetering van dienstverlening is het belangrijk om de dienstverlening te monitoren. Momenteel wordt er bijgehouden wie er gebruik maakt van Mantelfoon, wanneer dit plaatsvindt, en wat voor soort hulpvragen er komen. Om de dienstverlening te optimaliseren is het belangrijk om

deze ondersteuningsbehoeftes te analyseren. Op deze manier kan er bijvoorbeeld onderzocht worden of het noodzakelijk is dat Mantelfoon 24 uur per dag bereikbaar is. Als er weinig gebruik wordt gemaakt van de dienst na 11 uur 's avonds, is het wellicht minder belangrijk.

8 Bijlagen

8.1 Respondentenlijst

Ketenpartner organisatie
Aafje
Actief inZicht
Antes
Buurtwerk
De Roodkapjes
DIA
Dock (3x)
Een mantelzorgmakelaar Corrente Advies
Gemeente Rotterdam, Prestatie 010
Gemeente Rotterdam, wijkteam
Home instead
IZER (Integrale Zorggroep Eerstelijn Rijnmond)
Logeershuis de Buren
Mantelaar
Mantelzorgmakelaar Premium Life
Odensehuis
Rotterdamers voor elkaar / Zorgzaam010
Saar aan huis
SOL Netwerk (2x)
Stichting Humanitas
Stichting Humanitas
Unie van Vrijwilligers Maatjesproject dementie
Welzijn op de Hoek
Wmo radar (2x)

8.2 Leidraad vragenlijst

- 1 Kent u Mantelfoon? Zo ja: wat houdt Mantelfoon volgens u in?
- 2 Hoe bent u bekend geraakt met Mantelfoon? (*bijv. via IZO verbindingsteam*)
- 3 Op welke manier maakt u of uw organisatie gebruik van Mantelfoon? (*voor expertise, voor doorverwijzing van klanten, voor overleg over casuïstiek, ...?*)
 - ⦿ Hoe vaak heeft u al van de diensten van Mantelfoon gebruik gemaakt?
 - ⦿ Wanneer kiest of zou u ervoor kiezen om een mantelzorger door te verwijzen naar Mantelfoon?
- 4 Als u de dienstverlening van Mantelfoon een cijfer van 1 tot 10 (1= zeer slecht, 10= zeer goed), welk cijfer zou u de dienstverlening dan geven? (*toelichting interviewer: wat men verstaat onder dienstverlening is gekoppeld aan vraag 3*)
- 5 Wat kan er volgens u aan Mantelfoon verbeterd worden in de dienstverlening richting ketenpartners?
 - ⦿ En in de dienstverlening richting mantelzorgers?
- 6 Is Mantelfoon volgens u goed vindbaar en goed bereikbaar?
 - ⦿ Waarom wel/niet?
 - ⦿ Is het onderscheid voor u helder wanneer u belt als partner, naar het 010-nummer, en waar een mantelzorger naar dient te bellen, het 0800-nummer?
 - ⦿ Heeft u aanbevelingen om Mantelfoon meer onder de aandacht te brengen?
- 7 Wat hoopt u dat Mantelfoon gaat opleveren? Is er een gat dat Mantelfoon in het ondersteuningsaanbod voor mantelzorgers moet opvullen?
 - ⦿ Zo ja; welk gat?
 - ⦿ Verwacht u dat Mantelfoon in de huidige vorm dat gat kan vullen?
 - ⦿ Waarom wel/niet?
- 8 Mantelfoon beoogt met haar 24-uurs bereikbaarheid, specialistische kennis en onafhankelijke positie van toegevoegde waarde te zijn voor ketenpartners en mantelzorgers.
 - ⦿ In hoeverre denkt en heeft u er vertrouwen in dat Mantelfoon op die punten van toegevoegde waarde gaat zijn of al is?
 - ⦿ Waarom wel/niet?
 - ⦿ Wat zijn verbeterpunten voor Mantelfoon om die beoogde toegevoegde waarde mogelijk te maken?
- 9 Wat zou u nodig hebben om mantelzorgers beter te kunnen vinden en te ondersteunen?

DSP-groep BV
Van Diemenstraat 410
1013 CR Amsterdam
+31 (0)20 625 75 37

dsp@dsp-groep.nl
KvK 33176766
www.dsp-groep.nl

DSP-groep is een onafhankelijk bureau voor onderzoek, advies en management, gevestigd aan de IJ-oeveren in Amsterdam. Sinds de oprichting van het bureau in 1984 werken wij veelvuldig in opdracht van de overheid (ministeries, provincies en gemeenten), maar ook voor maatschappelijke organisaties op landelijk, regionaal of lokaal niveau. Het bureau bestaat uit 40 medewerkers en een groot aantal freelancers.

Dienstverlening

Onze inzet is vooral gericht op het ondersteunen van opdrachtgevers bij het aanpakken van complexe beleidsvraagstukken binnen de samenleving. We richten ons daarbij met name op de sociale, ruimtelijke of bestuurlijke kanten van zo'n vraagstuk. In dit kader kunnen we bijvoorbeeld een onderzoek doen, een registratie- of monitorsysteem ontwikkelen, een advies uitbrengen, een beleidsvisie voorbereiden, een plan toetsen of (tijdelijk) het management van een project of organisatie voeren.

Expertise

Onze focus richt zich met name op de sociale, ruimtelijke of bestuurlijke kanten van een vraagstuk. Wij hebben o.a. expertise op het gebied van transitie in het sociaal domein, kwetsbare groepen in de samenleving, openbare orde & veiligheid, wonen, jeugd, sport & cultuur.

Meer weten?

Neem vrijblijvend contact met ons op voor meer informatie of om een afspraak te maken. Bezoek onze website www.dsp-groep.nl voor onze projecten, publicaties en opdrachtgevers.

