



**Partnertevredenheidsonderzoek
Mantelfoon 2021**
Meting 2

Contactgegevens

3 december, 2021.

Mia Dieters

mdieters@dsp-groep.nl

020 625 75 37

Tjisse Bosch

tbosch@dsp-groep.nl

Mensje van Puffelen

mvanpuffelen@dsp-groep.nl

Met medewerking van: Yan Crabbendam

Dit rapport bevat de uitkomsten van de tweede meting van het partnertevredenheidsonderzoek (2021) van Mantelfoon.

Inhoud

1	Inleiding	4
1.1	Mantelfoon	4
1.2	Werkwijze onderzoek	5
1.3	Leeswijzer	7
2	Partnertevredenheidsonderzoek meting 2	8
2.1	Beoordeling Mantelfoon	8
2.2	Bekendheid Mantelfoon	8
2.3	De dienstverlening	13
2.4	Aandachtspunten voor de toekomst	15
3	Vergelijking resultaten meting 1 en 2	17
4	Conclusies en aanbevelingen	19
4.1	Conclusies	19
4.2	Aanbevelingen	20
	Bijlage: Conclusies partnertevredenheidsonderzoek 1 (2020)	22

1 Inleiding

Mantelzorgers in de gemeente Rotterdam die op zoek zijn naar informatie of een luisterend oor, kunnen sinds mei 2020 bij 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.

Een vereiste van het programma 'Mantelzorgsteunpunt', later Mantelfoon, is dat er in september jaarlijks een meting van de klant- en partnertevredenheid over Mantelfoon plaatsvindt over het afgelopen jaar. In 2021 is door DSP-groep, in opdracht van de gemeente Rotterdam en wmo radar, een partnertevredenheidsonderzoek en een klanttevredenheidsonderzoek uitgevoerd naar de ervaring van partners en gebruikers met Mantelfoon. De bevindingen van het partnertevredenheidsonderzoek zijn samengevat in dit rapport. In september 2020 heeft DSP-groep in het eerste jaar het partnertevredenheidsonderzoek uitgevoerd. De samenvatting van de resultaten uit 2020 zijn opgenomen in bijlage 1. De bevindingen van het klanttevredenheidsonderzoek (meting 1) zijn te vinden in het Rapport Klanttevredenheidsonderzoek Mantelfoon 2021.

1.1 Mantelfoon

Er zijn in Nederland ongeveer 5 miljoen mantelzorgers, ook in Rotterdam zijn er veel mensen die – veelal dagelijks – zorgen voor hun naaste of een bekende. Het gemeentebestuur van Rotterdam achtte het om deze reden noodzakelijk een steunpunt te ontwikkelen om mantelzorgers te ontlasten.¹ Onder uitvoering van wmo radar en De ZorgCentrale (beide onderdeel van Inluzio) is zodoende Mantelfoon opgericht.

Telefonisch mantelzorgsteunpunt

Mantelfoon is een 24 uurs-bereikbaar telefonisch mantelzorgsteunpunt, welke de zorg draagt voor de stedelijke ondersteuningsstructuur voor alle mantelzorgers van Rotterdammers en voor alle mantelzorgontvangers 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 frontoffice aan de telefoon met een achtergrond in de zorg. De mantelzorger kan zijn/haar verhaal kwijt, en de medewerker

¹ <https://mantelfoon.nl/over-mantelfoon/>

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 koppelen aan de juiste organisaties.² Intern beschikt Mantelfoon over medewerkers met brede expertise. Het team bestaat uit een GGZ specialist, een mantelzorgmakelaar en een specialist op het gebied van jeugd.

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 Mantelfoon geen antwoord kan geven op de betreffende vraag van de mantelzorger wordt deze gekoppeld aan 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 expertisevraag hebben, of willen overleggen over casuïstiek. Mantelfoon beantwoordt de vraag, overlegt met de betreffende hulpverlener of koppelt aan het juiste punt.
- 3 Binnen dit proces vindt een wisselwerking plaats,* want hulpverleners en zorgaanbieders kunnen ook hulpvragende 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 (23) augustus 2021, heeft Mantelfoon 908 bellers gehad.

1.2 Werkwijze onderzoek

Voor het partnertevredenheidsonderzoek is een digitale enquête gehouden onder de ketenpartners. Hiervoor zijn 56 respondenten vanuit 34 ketenpartners van Mantelfoon benaderd. 15 respondenten/ketenpartners hebben de digitale enquête ingevuld. Daarnaast is bij 2 ketenpartners een telefonisch interview afgenomen op basis van dezelfde vragen als de enquête. Daarmee komt het totaal aantal respondenten in het partnertevredenheidsonderzoek op 17 (30%).

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

Belangrijke thema's

Beide vormen van dataverzameling 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.

Schets van de respondenten

Mantelfoon heeft klanten³ en ketenpartners die gebruikmaken van de diensten van Mantelfoon en ketenpartners waarmee Mantelfoon samenwerkt. In deze paragraaf lichten we toe om wat voor type organisatie het gaat, hoe zij met Mantelfoon in contact zijn gekomen en wat hun huidige relatie met Mantelfoon is.

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

Aan het partnertevredenheidsonderzoek 2021 hebben in totaal 17 respondenten deelgenomen. Dat is een lager aantal dan in 2020; toen is voor het partnertevredenheidsonderzoek bij 28 respondenten een telefonisch interview afgenomen. Bij beide metingen zijn vrijwel alle respondenten werkzaam in het veld van zorg en welzijn variërend van klein- en grootschalige zorgaanbieders en informele zorg, tot gemeentelijke stakeholders actief binnen wijkteams.

De volgende partners hebben de vragen voor meting 2 beantwoord:

1. Avant Sanare
2. Welzijn op de Hoek
3. Corrente Advies
4. DOCK
5. SOL Netwerk
6. Logeerhuis De Buren
7. Indigo preventie
8. Wmo radar Overschie
9. SOL Geheugenpaleis
10. Gemeente Rotterdam

³ We gebruiken de term klant als we het hebben over mantelzorgers/bellers omdat deze aansluit op de onderzoeksterminologie van klanttevredenheidsonderzoek.

11. De Roodkapjes
12. Samen o10
13. Buurtwerk
14. Laurens
15. Humanitas

Eén respondent heeft niet vermeld van welke organisatie hij of zij is, maar wel de vragen beantwoord.

Van de 17 respondenten die aan het partnertevredenheidsonderzoek hebben deelgenomen, hebben er 13 (75%) tevens deelgenomen aan de eerste meting van het partnertevredenheidsonderzoek. Op basis daarvan kan een vergelijking worden gemaakt tussen beide metingen, om te analyseren in hoeverre de ervaring van partners gedurende het jaar veranderd is.

1.3 Leeswijzer

Hoofdstuk 2 bevat de resultaten van het partnertevredenheidsonderzoek meting 2. In hoofdstuk 3 worden de uitkomsten van de tweede meting van het partnertevredenheidsonderzoek vergeleken met de eerste meting van 2020. In hoofdstuk 4 staan de conclusies en aanbevelingen. In de bijlage staat een samenvatting van de uitkomsten van de eerste partnertevredenheidsonderzoek uit 2020.

2 Partnertevredenheidsonderzoek meting 2

In dit hoofdstuk beschrijven we de resultaten van de tweede meting uit het partnertevredenheids-onderzoek van Mantelfoon. Aan de orde komen de volgende onderwerpen: beoordeling van Mantelfoon, bekendheid van Mantelfoon, dienstverlening en aandachtspunten voor de toekomst.

2.1 Beoordeling Mantelfoon

In deze paragraaf gaan we in op de waardering van Mantelfoon door partners. Daarbij beantwoorden we de volgende vragen:

- 🕒 Welk cijfer geven de ketenpartners aan de dienstverlening van Mantelfoon?
- 🕒 Op welke punten is Mantelfoon volgens ketenpartners van toegevoegde waarde?

Samengevat

De partners zijn unaniem tevreden over Mantelfoon blijkt uit de beoordeling door respondenten. De ketenpartners waarderen Mantelfoon om haar specialistische kennis en praktische ondersteuning aan mantelzorgers.

Toelichting

Het gemiddelde cijfer dat partners aan Mantelfoon toekennen is: **7,9**. Het laagste cijfer dat door ketenpartners van Mantelfoon is gegeven is een **7** (vijf keer), en het hoogste cijfer een **9** (drie keer). In tegenstelling tot meting 1 geven nu alle respondenten een cijfer. Verklaring hiervoor kan zijn dat partners meer ervaring hebben met en zicht hebben op de dienstverlening van Mantelfoon.

Volgens ketenpartners zit de toegevoegde waarde van Mantelfoon hoofdzakelijk in:

- 🕒 **Specialistische kennis** (8 van de 17 respondenten)
- 🕒 **24-uurs bereikbaarheid** (4 van 17 respondenten)
- 🕒 **Onafhankelijke positie** (4 van 17 respondenten)

Twee partners wijzen op: praktische hulp, een luisterend oor en ruggenspraak voor de mantelzorg; steun zoeken, informatie ophalen en informatie delen.

2.2 Bekendheid Mantelfoon

In deze paragraaf gaan we 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?

- ③ In hoeverre is Mantelfoon goed vindbaar en goed bereikbaar?
- ③ Wat hopen ketenpartners dat Mantelfoon gaat opleveren?

Samengevat

Iets minder dan de helft van de partners is met Mantelfoon bekend geraakt doordat zij door Mantelfoon benaderd zijn. De bekendheid van Mantelfoon onder partners en de bereikbaarheid van Mantelfoon is volgens de ketenpartners goed. Bij genoemde kenmerken van Mantelfoon komen zowel kenmerken over de ondersteuning van mantelzorgers als kenmerken voor het contact tussen professional en Mantelfoon terug. De vindbaarheid (en daarmee de bekendheid) van Mantelfoon voor mantelzorgers kan volgens respondenten beter. De rode draad in de reacties van respondenten is dat zij constateren dat er zichtbaar wordt geïnvesteerd in de vindbaarheid van Mantelfoon, maar dat daarmee het doel van volledige of voldoende bekendheid nog niet is gerealiseerd.

Toelichting

Van de partners zijn er 7 van de 17 (41%) met Mantelfoon bekend geraakt doordat zij door Mantelfoon benaderd zijn. Daarnaast kennen 3 van de 17 ketenpartners (18%) Mantelfoon via de klankbordgroep. En de overige respondenten geven verschillende antwoorden, zoals: via de nieuwsbrief van de gemeente, doordat zij betrokken zijn geweest bij de start van Mantelfoon of doordat zij werkzaam zijn bij dezelfde organisatie. Een van de partners ligt toe: *"We zien dat Mantelfoon zich steeds beter positioneert. Ze sluiten aan bij wijkbijeenkomsten en zijn daarin een herkenbare welzijnspartner."*

Onderstaand tabel geeft de volledige resultaten weer.

Tabel 2.1 resultaten enquêtevraag 'Hoe bent u bekend geraakt met Mantelfoon?'

Hoe bent u bekend geraakt met Mantelfoon?		
Benaderd door Mantelfoon	40%	7
Deelname aan de klankbordgroep	18%	3
Nieuwsbrief van de gemeente	6%	1
Werkzaam bij de gemeente	6%	1
Anders, namelijk...	30%	5
- Ik heb zelf Mantelfoon benaderd		
- Ik ben betrokken geweest bij de start van Mantelfoon		
- Ik ben werkzaam bij dezelfde moederorganisatie		
- Mijn organisatie en Mantelfoon zijn samenwerkingspartners		
- Ik ken het beroepsmatig		

In de reacties van respondenten worden twee categorieën niet aangegeven: 'berichtgeving online' en 'presentatie bijeenkomst Vlechtwerk (netwerkgelegenheid voor zorg- en welzijnspartners)'.

Kenmerken

Ketenpartners is gevraagd naar wat Mantelfoon volgens hen inhoudt. Daarbij konden respondenten meerdere categorieën aangeven, waardoor het totaal aantal reacties (86) hoger is dan het aantal respondenten.

Tabel 2.2: resultaten enquêtevraag 'Wat houdt Mantelfoon volgens u in?'

Wat houdt Mantelfoon volgens u in? (meerdere antwoorden mogelijk)		
Doorverwijzing naar de juiste (lokale) instanties	88%	15
Centrale hulpdienst voor mantelzorgers	82%	14
Luisterend oor voor mantelzorgers	82%	14
Informatiebron voor professionals	76%	13
Overleg over casuïstiek	76%	13
Ondersteuning bij expertisevragen van professionals	59%	10
Centrale hulpdienst voor professionals	35%	6
Anders, namelijk... - Fijne samenwerking!	6%	1

In de reacties van ketenpartners valt op dat vijf functies van Mantelfoon door meer dan 80% van de respondenten wordt onderschreven. Het gaat om:

- 1 Doorverwijzing naar de juiste (lokale) instanties
- 2 Een luisterend oor voor mantelzorgers
- 3 Een centrale hulpdienst voor mantelzorgers
- 4 Een informatiebron voor professionals
- 5 Een mogelijkheid om te overleggen over casuïstiek

Onder partners van Mantelfoon is dus brede consensus over deze kenmerken.

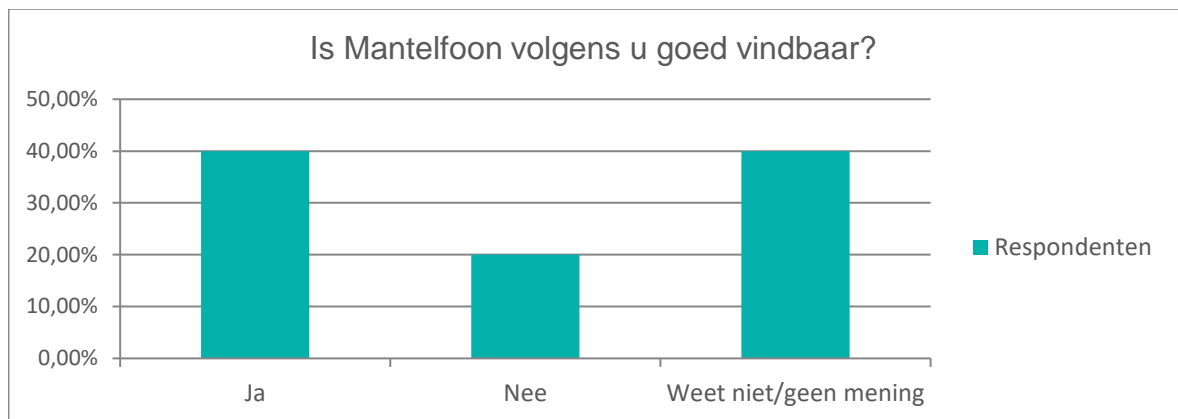
In de vaak genoemde kenmerken valt op dat zowel kenmerken over ondersteuning voor de mantelzorger, als kenmerken van het contact tussen professional en Mantelfoon voorkomen. De belangrijkste kenmerken in het contact tussen professionals en Mantelfoon zijn informatiebron voor professionals en overleg over casuïstiek, en daarna de ondersteuning van professionals bij expertisevragen of als centrale hulpdienst.

Twee partners – die zelf specialistische zorg leveren – geven aan dat de behoefte van partners aan diensten van Mantelfoon voor professionals verschilt. Het is waardevol dat Mantelfoon die diensten biedt voor een deel van de partners. En het is waardevol dat het logisch is dat partners die zelf specialistische zorg en ondersteuning leveren, Mantelfoon vooral herkennen als ondersteuning van de mantelzorger.

Vindbaarheid en bekendheid

Op de vraag of Mantelfoon goed vindbaar is, antwoorden de partners verschillend. Van de 17 respondenten geven er 7 aan dat zij de vindbaarheid goed vinden (41%), vinden 3 respondenten de vindbaarheid niet goed (18%) en hebben 6 respondenten daar geen mening over (35%).

Grafiek 2.1: resultaten enquêtevraag 'Is Mantelfoon volgens u goed vindbaar?' (exclusief respondenten uit het telefonische interview)



In de toelichting op de vindbaarheid worden de volgende reacties gegeven. De weergave hieronder betreft een selectie die de verscheidenheid aan reacties van respondenten illustreert waarbij vindbaarheid en bekendheid door elkaar lopen:

- Daar heb ik onvoldoende zicht op. Bij doorverwijzen gaat het altijd goed.
- Ik denk dat Mantelfoon nog niet bij iedereen bekend is, de bekendheid kan vergroot worden.
- De bekendheid is verbeterd sinds vorig jaar, maar het is nog steeds heel onbekend.
- Er is veel publiciteit over Mantelfoon.
- Dat is in 2021 heel goed verbeterd (vooral online). Maar er is nog wel veel onbekendheid.
- In het Huis van de Wijk liggen flyers en op internet is snel informatie te vinden.
- Alles wat je kent is te vinden, het is de vraag of mensen die het niet kennen het weten te vinden.

Een van de partners uit zorgen over de vindbaarheid van Mantelfoon voor specifieke doelgroepen mantelzorgers in Rotterdam. Het gaat met name om mantelzorgers met een niet-westerse achtergrond. Deze partner ervaart dat in deze doelgroep "mantelzorg" vaker als normaal of als een sociale plicht wordt ervaren en dat mantelzorgers verhoudingsgewijs later aan de bel trekken voor hulp. Daar is in het bijzonder winst te behalen maar vraagt vanzelfsprekend ook specifieke inzet op bekendheid én vindbaarheid, met voldoende aandacht voor vindplek, taal en benadering.

De rode draad in de reacties lijkt dat er zichtbaar wordt geïnvesteerd in de vindbaarheid van Mantelfoon, maar dat daarmee het doel van volledige/voldoende bekendheid nog niet is gerealiseerd. Vooralsnog blijft het (verder) vergroten van bekendheid een aandachtspunt, volgens ketenpartners.

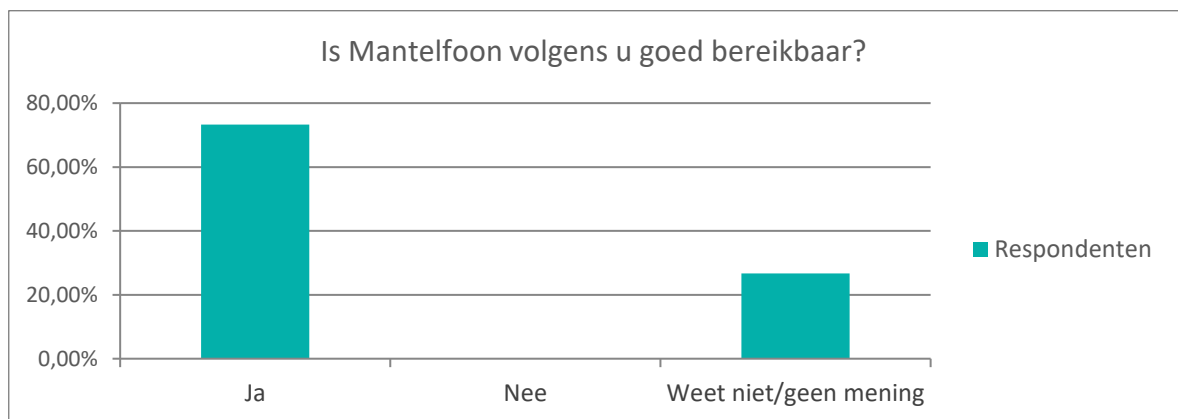
Enkele suggesties voor verbetering van bekendheid zijn:

- 🕒 Campagnes en samenwerkingen aangaan met diverse organisaties.
- 🕒 (Blijven) aansluiten bij gezondheidsfestivals, Dag van de Mantelzorg en thema avonden.
- 🕒 Adverteren op google ads op 'gewone' zoektermen, bijvoorbeeld WMO.
- 🕒 Lokale radiospotjes.
- 🕒 Kracht van herhaling. Bekendheid heeft tijd nodig.
- 🕒 Met name zorgen dat professionals (huisartsen/welzijnsparitien) op de hoogte zijn.
- 🕒 Investeren in bekendheid in de verder weg gelegen gebieden, bijv. Hoek van Holland.
- 🕒 Herhaling, herhaling, herhaling....

Bereikbaarheid

Op de vraag of Mantelfoon goed bereikbaar is, antwoorden 13 van de 17 respondenten dat zij de bereikbaarheid goed vinden (76%) en 4 respondenten hebben daar geen mening over (24%).

Grafiek 2.2: resultaten enquêtevraag 'Is Mantelfoon volgens u goed bereikbaar?' (exclusief respondenten uit het telefonische interview)



In de toelichting op de bereikbaarheid worden de volgende reacties gegeven. De weergave hieronder betreft een selectie die de verscheidenheid aan reacties van respondenten illustreert:

- 🕒 Goed onderrichte mensen aan de telefoon; op alle tijden telefonisch bereikbaar.
- 🕒 Ik heb altijd direct iemand aan de lijn gekregen.
- 🕒 Ik had eerst telefonisch contact en vervolgens via WhatsApp en e-mail.
- 🕒 Er wordt vlot opgenomen of snel teruggebeld.

Over de specifieke vraag of bij contact met Mantelfoon het verschil tussen het 010-nummer voor partners en het 0800-nummer voor mantelzorgers duidelijk is, antwoorden 12 partners van wel (71%), antwoorden 2 partners van niet (12%) en 3 partners hebben daar onvoldoende zicht op (18%). In de toelichting geven respondenten aan dat dit verschil voor zich spreekt, maar dat een partner niet kan inschatten of dat voor

mantelzorgers ook het geval is. Een van de partners vindt dat het telefoonnummer voor mantelzorgers duidelijk staat vermeld op onder andere de posters.

Beoogde en gehoopte opbrengst Mantelfoon

Ketenpartners is tot slot gevraagd naar wat zij hopen dat Mantelfoon op termijn gaat opleveren. Ook bij deze vraag konden respondenten meerdere categorieën aangeven, waardoor het totaal aantal reacties (77) wederom hoger is dan het aantal respondenten. De verschillende categorieën gaan redelijk gelijk op waarbij de uitwisseling tussen professionals bovenaan staat.

Onderstaande tabel geeft daarvan de resultaten weer.

Tabel 2.3: resultaten enquêtevraag 'Wat hoopt u dat Mantelfoon met name op gaat leveren?'

Wat hoopt u dat Mantelfoon met name op gaat leveren? (meerdere antwoorden mogelijk)		
Uitwisseling van kennis, informatie tussen ketenpartners	82%	14
Centrale plek voor mantelzorgers	76%	13
Snelle en concrete hulp aan mantelzorgers	71%	12
Inzicht in mogelijkheden voor mantelzorgers	71%	12
Laagdrempelige ondersteuning van mantelzorgers	71%	12
In kaart brengen van onzichtbare mantelzorgers	65%	11
Anders, namelijk... - Sterk contact van diverse mantelzorgondersteuners naar de gemeente - Mantelzorgers hebben in Rotterdam het gevoel dat ze worden gezien - Een centraal punt waarbij de mens centraal wordt gesteld en niet de 'zorginstellingen' of welzijnsorganisatie.	18%	3

2.3 De dienstverlening

In deze paragraaf 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 gebruikgemaakt van de diensten van Mantelfoon?
- 🕒 Wanneer kiezen partners ervoor om een mantelzorger door te verwijzen naar Mantelfoon?

Samengevat

Partners maken op meerdere manieren gebruik van Mantelfoon: voor doorverwijzing van mantelzorgers en voor het benutten van expertise van Mantelfoon. Meerdere partners geven aan dat zij met regelmaat mantelzorgers doorverwijzen. Daarvoor worden *specifieke expertisevragen* en *zelf geen hulp kunnen bieden* het meest als reden genoemd, aangevuld met redenen die betrekking hebben op de directe, praktische waarde die het contact heeft voor de mantelzorger. Het gaat om: praktische vragen, een luisterend oor en lotgenotencontact.

Toelichting

Aanleiding

Op de vraag wat voor ketenpartners aanleiding was om gebruik te maken van Mantelfoon, worden de volgende antwoorden gegeven:

- ⊕ Voor de doorverwijzing van mantelzorgers (14 van de 17 respondenten; 82%).
- ⊕ Voor expertisevragen (9 van de 17 respondenten; 53%).
- ⊕ Voor overleg over casuïstiek (8 van de 17 respondenten; 47%).

Daarnaast wordt door 3 respondenten gewezen op samenwerking, afstemming van inzet en krachten bundelen. Een van de partners geeft aan dat hij mantelzorgers altijd direct doorverwijst: dat voorkomt ruis en scheelt hem tijd. Het is daarbij handig dat Mantelfoon heel Rotterdam beslaat.

Gebruik maken van de diensten

Op de vraag "hoe vaak heeft u in 2021 van de diensten van Mantelfoon gebruikgemaakt?" antwoorden respondenten verschillend. Dit loopt uiteen van 1 tot 3 keer (5 respondenten), 4 tot 6 keer (2 respondenten) tot respondenten die aangeven met regelmaat samen te werken omdat ze professionals en mantelzorgers doorverwijzen. Andere respondenten geven aan dat het lastig is in te schatten omdat samenwerken "met regelmaat" gebeurt, of dat ze wel samenwerken maar niet van de diensten gebruikmaken.

Doorverwijzen naar Mantelfoon

Ketenpartners is gevraagd naar redenen om mantelzorgers door te verwijzen naar Mantelfoon. Daarbij konden respondenten meerdere categorieën aangeven, waardoor het totaal aantal reacties (53) hoger is dan het aantal respondenten.

Onderstaande tabel geeft daarvan de resultaten weer.

Tabel 2.4: resultaten enquêtevraag 'Wanneer kiest u ervoor om een mantelzorger door te verwijzen?'

Reden om een mantelzorger door te verwijzen (meerdere antwoorden mogelijk)		
Als ik zelf geen hulp kan bieden	65%	11
Bij praktische vragen (bv. aanvragen persoonsgeboden budget)	65%	11
Bij specifieke expertisevragen	65%	11
Voor een luisterend oor	59%	10
Voor lotgenotencontact	41%	7
Anders, namelijk...	18%	3
- Wanneer voor mijn diensten bij de verzekering geen vergoeding mogelijk is		
- We informeren de mantelzorgers van onze deelnemers standaard over Mantelfoon		
- Bij behoefte aan ruggenspraak over ondersteuning van de mantelzorg		

In de reacties van ketenpartners worden drie redenen het meest genoemd (11 van de 17 respondenten): *als ik zelf geen hulp kan bieden*, *bij praktische vragen* en *bij specifieke expertisevragen*. Dat laatste sluit aan bij de specialistische kennis die door partners als belangrijkste kenmerk van Mantelfoon wordt genoemd.

Daarnaast worden twee antwoorden meerdere keren genoemd die niet gaan over specialistische kennis, maar over de directe, praktische waarde die het contact heeft voor de mantelzorger. Het gaat om:

- 🕒 **Een luisterend oor** (10 van de 17 respondenten).
- 🕒 **Voor lotgenotencontact** (7 van de 17 respondenten).

2.4 Aandachtspunten voor de toekomst

In deze paragraaf gaan we in op de aandachtspunten voor de toekomst van Mantelfoon. Daarbij beantwoorden we de volgende vragen:

- 🕒 Wat zijn verbeterpunten voor Mantelfoon om de toegevoegde waarde (beter) te realiseren?
- 🕒 Wat kan volgens partners verbeterd worden in de dienstverlening richting mantelzorgers?
- 🕒 Wat kan volgens partners verbeterd worden in de dienstverlening richting ketenpartners?

Rode draad in reacties op de vraag “*Wat zijn verbeterpunten voor Mantelfoon om de toegevoegde waarde (beter) te realiseren?*”: het is volgens partners waardevol om verder te investeren in bekendheid. Daarnaast benoemen partners het verder benutten van kansen in de samenwerking, in toegankelijkheid en kansen voor meer aandacht voor specifieke doelgroepen (jonge mantelzorgers).

De ketenpartners doen hierbij de volgende suggesties:

Kennis:

- 🕒 De specialistische kennis meer delen.

Bekendheid en bereik:

- 🕒 (Verder) investeren in bekendheid van Mantelfoon.
- 🕒 Meer bekendheid heeft tijd nodig. Wel belangrijk dat gemeente het belang blijft inzien, dus lobby met gemeente.
- 🕒 De zichtbaarheid en laagdrempeligheid verder vergroten. Daar staat of valt alles mee.
- 🕒 Een website met stedelijk aanbod van cursussen en lotgenotengroepen.
- 🕒 Wellicht een inloopspreekuur starten in Huizen van de Wijk.
- 🕒 Denk ook aan de vele kleinere initiatieven die er in de stad zijn.
- 🕒 Meer ruimte voor extra aandacht voor de jonge mantelzorgers.

Samenwerking:

- 🕒 Meer netwerkbijeenkomsten.
- 🕒 Meer ruimte voor samenwerking met de lokale organisaties.

Rode draad in de reactie op de vraag: “*Wat kan er volgens u aan Mantelfoon verbeterd worden in de dienstverlening richting mantelzorgers?*”: het is waardevol om de bekendheid verder te vergroten. Daarbij wordt specifiek gewezen op doelgroepen als beginnende mantelzorgers en mantelzorgers met een niet-westerse achtergrond.

De ketenpartners geven hierbij de volgende suggesties:

- 🕒 Het is een lastige doelgroep om te bereiken. Het samenwerken is heel goed.
- 🕒 Het persoonlijk contact uitbreiden.
- 🕒 Meer bekendheid creëren.
- 🕒 Wellicht meer voorlichting bij bijvoorbeeld bibliotheken.
- 🕒 Nog meer naamsbekendheid zodat je vindbaar bent, ook voor mensen die niet uit zorg en welzijn komen: de "beginnende mantelzorgers".
- 🕒 Meer aandacht voor mantelzorgers met een niet-westerse achtergrond, dat is een vergeten doelgroep waar hulpvragen vaak te laat in beeld komen.
- 🕒 Het bereiken van mantelzorgers via face to face contact, dat bevordert echt de kwaliteit.

Rode draad in reacties op de vraag "Kunt u toelichten wat volgens u aan Mantelfoon verbeterd kan worden in de dienstverlening richting ketenpartners?": er zit vooral meerwaarde in het verder benutten van kansen in de samenwerking.

De ketenpartners doen hierbij de volgende suggesties:

- 🕒 Als corona het toelaat zou ik een bijeenkomst/informatiemarkt heel graag bijwonen. Mantelfoon kan ook kennissessies initiëren met uitwisseling van inzichten van diverse partners. Zo worden we een hechter blok van dienstverlening aan mantelzorgers.
- 🕒 Meer bindende factor worden, informatie uitwisselen, sociale kaart, contactmomenten met andere organisaties.
- 🕒 Bekendheid van mantelzorgondersteuning in de wijken, door mantelzorgconsulenten en mantelzorgcoaches onder de aandacht brengen van de eerste lijn zodat ondersteuning preventief werkt en overbelasting voorkomen wordt.
- 🕒 Voor de Dag van de Mantelzorg met de bijbehorende organisaties samenwerken en zo echt meer mantelzorgers kunnen bereiken.

3 Vergelijking resultaten meting 1 en 2

In dit hoofdstuk vergelijken we de resultaten uit het partnertevredenheidsonderzoek van meting 1 (bijlage 1) en meting 2 (hoofdstuk 2).

Verbeterd bereik onder ketenpartners

In 2020 was het bereik van Mantelfoon onder ketenpartners beperkt. Van de ketenpartners had 30% van de diensten van Mantelfoon gebruikgemaakt en veel respondenten gaven aan dat zij (nog) geen cijfer konden geven. Dat is in de tweede meting verbeterd. Alle respondenten geven een cijfer en alle respondenten geven aan gebruik te maken van (een van) de diensten van Mantelfoon. Overigens betreft het voor deze meting ketenpartners die regelmatig met Mantelfoon samenwerken (en dus -redelijk- goed kennen).

Licht verbeterde waardering van de dienstverlening, met meer zeggingskracht

Zowel in meting 1 als meting 2 wordt de dienstverlening van Mantelfoon als positief ervaren. Ketenpartners kennen in meting 1 het cijfer **7,5** toe – met de kanttekening van het lage aantal beoordelingen – en in meting 2 het cijfer **7,9**. Daaruit blijkt allereerst dat het aandeel partners dat ervaring heeft met Mantelfoon is toegenomen en daarnaast dat het oordeel licht positiever is.

Het beeld van Mantelfoon bij ketenpartners

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 op basis van specifieke expertise en het bieden van een luisterend oor. De resultaten van meting 1 en meting 2 komen hierop met elkaar overeen. Daarbij moet worden opgemerkt dat de zeggingskracht van meting 2 groter is doordat meer partijen concrete ervaring hebben met Mantelfoon.

Grotere variatie in gebruik van de diensten van Mantelfoon

Uit meting 1 bleek dat de meeste ketenpartners die destijds gebruikmaakten van Mantelfoon, dit deden in de vorm van doorverwijzing van de mantelzorger. Weinig ketenpartners maakten gebruik van de beschikbare diensten voor professionals en zorgverleners zelf, zoals het inwinnen expertise en overleg casuïstiek.

Uit meting 2 blijkt dat partners nog steeds mantelzorgers doorverwijzen naar Mantelfoon bij specifieke expertisevragen, als zij zelf geen hulp kunnen bieden of wanneer Mantelfoon praktische meerwaarde kan bieden voor mantelzorgers (praktische vragen, een luisterend oor of lotgenotencontact). Daarnaast

noemen ketenpartners in meting 2 ook waardevolle kenmerken van Mantelfoon voor het contact tussen professionals en Mantelfoon. De belangrijkste kenmerken in dit contact zijn Mantelfoon als *informatiebron voor professionals* en *overleg over casuïstiek*.

Tussen meting 1 en meting 2 heeft zich dus een ontwikkeling voorgedaan. In het afgelopen jaar heeft iets meer dan 50% van de partners Mantelfoon benaderd voor expertisevragen en iets minder dan 50% voor overleg over casuïstiek. Dat is niet ten koste gegaan van het aandeel van de partners dat heeft doorverwezen. Er is dus sprake van een grotere variatie in gebruikte diensten. Omdat dit in de eerste meting werd geduid als “*gemiste kans*” en omdat deze toegenomen variatie in dienstverlening door partners in meting 2 wordt gewaardeerd, kan worden gesproken over een verrijking van de dienstverlening van Mantelfoon voor ketenpartners.

In deze ontwikkeling is daarmee ook de aanbeveling uit het eerste partnertevredenheidsonderzoek zichtbaar: “Communiceer nadrukkelijker met ketenpartners welke diensten Mantelfoon aanbiedt”. Ook de wijze waarop – onder andere aansluiten bij (online) wijkoverleggen – komt in meting 2 terug in de reacties van partners.

Bereikbaarheid is goed, zichtbaarheid en vindbaarheid kunnen (nog) beter

Omdat Mantelfoon 24-uur per dag bereikbaar is, beoordeelden de ketenpartners in meting 1 de bereikbaarheid van de dienst goed. Dat komt overeen met meting 2 waaruit blijkt dat de bereikbaarheid van Mantelfoon voor professionals volgens partners goed is.

De vindbaarheid (en daarmee de bekendheid) van Mantelfoon voor mantelzorgers kan echter (nog) beter, blijkt uit beide metingen. De rode draad in de reacties is dat partners zien dat er zichtbaar wordt geïnvesteerd in de vindbaarheid van Mantelfoon, maar dat daarmee het doel van volledige of voldoende bekendheid nog niet is gerealiseerd. Vooral nog blijft het (verder) vergroten van bekendheid een aandachtspunt volgens ketenpartners; ze benadrukken dat bekendheid vraagt om herhaling. In meting 1 werd daarbij benadrukt dat veel mantelzorgers zelf niet weten dat ze mantelzorger zijn, waardoor het doelgroepbereik complex is en de coronaperiode fysieke promotie lastiger heeft gemaakt.

Volgens de ketenpartners viel en valt hier verdere winst te behalen. Enkele suggesties die over het verbeteren van bekendheid worden gedaan zijn campagnes en samenwerking met maatschappelijke initiatieven en organisaties (Dag van de Mantelzorg), inzet op media en digitale vindbaarheid en het vergroten van bekendheid onder professionals.

4 Conclusies en aanbevelingen

4.1 Conclusies

In deze conclusie blikken we terug op de beoordeling, de succesfactoren en de verbeterpunten die uit de reactie van ketenpartners van Mantelfoon naar voren zijn gekomen.

Positief oordeel

De ketenpartners zijn tevreden over Mantelfoon, blijkt uit de beoordeling met een 7,9. Geen van de respondenten geeft Mantelfoon een onvoldoende. Volgens ketenpartners zit de toegevoegde waarde van Mantelfoon in specialistische kennis, 24-uurs bereikbaarheid en de onafhankelijke positie. Hierbij valt op dat in tegenstelling tot het partnertevredenheidsonderzoek 2020 nu alle ketenpartners die gereageerd hebben Mantelfoon kennen. Daarmee neemt de zeggingskracht van het positieve oordeel toe.

In hoeverre en op welke manier kennen de ketenpartners Mantelfoon?

De ketenpartners die aan het partnertevredenheidsonderzoek deelnemen, zijn ofwel door Mantelfoon zelf benaderd, kennen Mantelfoon via de klankboordgroep of via projecten dan wel samenwerking waarbij hun eigen werkgever en Mantelfoon betrokken zijn. Mantelfoon is zichtbaar en herkenbaar als welzijnspartner.

In grote lijnen wordt de dienstverlening van Mantelfoon door partners gedefinieerd op basis van haar specialistische kennis, het bieden van praktisch advies en ondersteuning voor mantelzorgers. Dit laatste bestaat uit praktische vragen kunnen stellen over bijvoorbeeld het aanvragen van zorg, het bieden van een luisterend oor en verbinding leggen voor lotgenotencontact.

Ook heeft Mantelfoon volgens partners de potentie om (ook in de toekomst) als centrale plek voor mantelzorgers bij te dragen aan snelle en concrete hulp voor mantelzorgers, inzicht te geven in mogelijkheden voor mantelzorgers, laagdrempelige ondersteuning te bieden aan mantelzorgers, om onzichtbare mantelzorgers in kaart te brengen en de uitwisseling van kennis en informatie tussen ketenpartners te bevorderen.

Doorverwijzen bij expertisevragen en praktische ondersteuning mantelzorgers

Partners verwijzen mantelzorgers met name door naar Mantelfoon bij specifieke expertisevragen en wanneer zij zelf geen hulp kunnen bieden aan de mantelzorgers. Dat sluit aan bij de specialistische kennis die door partners als belangrijk kenmerk van Mantelfoon wordt genoemd. Daarnaast verwijzen de ketenpartners door wanneer Mantelfoon van praktische waarde is voor de mantelzorgers. Het gaat dan – wederom – om praktische vragen kunnen stellen over bijvoorbeeld het aanvragen van zorg, het bieden van een luisterend oor en verbinding leggen voor lotgenotencontact.

Mantelfoon als informatiebron voor professionals en overleg over casuïstiek

Naast kenmerken van Mantelfoon die belangrijk zijn voor mantelzorgers, noemen ketenpartners ook waardevolle kenmerken van Mantelfoon voor het contact tussen professional en Mantelfoon. De belangrijkste kenmerken in dit contact zijn Mantelfoon als informatiebron voor professionals en overleg over casuïstiek. Daarna gaat het om de ondersteuning van professionals bij expertisevragen of Mantelfoon als centrale hulpdienst.

Dat ketenpartners Mantelfoon ook gebruiken voor andere diensten dan alleen het doorverwijzen van mantelzorgers, blijkt ook uit het feit dat iets meer dan 50% van de respondenten Mantelfoon heeft benaderd voor expertisevragen en iets minder dan 50% voor overleg over casuïstiek. Voor partners met specialistische kennis is dit minder relevant, maar zij begrijpen de waarde voor andere partners.

De bereikbaarheid is goed, de vindbaarheid kan beter

De bereikbaarheid van Mantelfoon is volgens partners goed. De vindbaarheid (en daarmee de bekendheid) van Mantelfoon voor mantelzorgers kan beter. De rode draad in de reacties is dat partners zien dat er zichtbaar wordt geïnvesteerd in de vindbaarheid van Mantelfoon, maar dat daarmee het doel van volledige of voldoende bekendheid nog niet is gerealiseerd. Ze benadrukken dat bekendheid vraagt om herhaling. Enkele suggesties die over het verbeteren van bekendheid worden gedaan, zijn campagnes en samenwerking met maatschappelijke initiatieven en organisaties, inzet op media en digitale vindbaarheid en het vergroten van bekendheid onder professionals.

Tot slot wordt gewezen op de vindbaarheid van Mantelfoon voor specifieke doelgroepen mantelzorgers in Rotterdam. Naast beginnende mantelzorgers gaat het met name om mantelzorgers met een niet-westerse achtergrond. Een van de partners benadrukt dat deze groep mantelzorgers over het algemeen nog later aan de bel trekken voor hulp. Daar is in het bijzonder winst te behalen, maar vraagt vanzelfsprekend ook specifieke inzet op vindbaarheid, met aandacht voor vindplek, taal en benadering.

4.2 Aanbevelingen

Over Mantelfoon:

- 1 Blijf investeren in bekendheid voor mantelzorgers.** Een belangrijke aanbeveling vanuit partners (en ook klanten) is het gericht blijven investeren in bekendheid. Zie voor een inhoudelijke uitwerking het klanttevredenheidsonderzoek 2021.
- 2 Ontwikkel – samen met partners – een strategie om de vindbaarheid en toegankelijkheid onder de doelgroepen moeilijk bereikbare mantelzorgers te vergroten.** In het bijzonder wordt door partners aandacht gevraagd voor beginnende mantelzorgers en mantelzorgers met een niet-

westerse achtergrond. Het vergroten van de vindbaarheid vraagt hier specifieke aandacht voor vindplekken, taal en benadering. We adviseren Mantelfoon om hierbij samen te werken met partners met passende expertise.

3 Blijf investeren in bekendheid in samenwerking en bekendheid onder partners/ professionals.

Tot slot adviseren we op basis van de reacties van partners om te blijven investeren in de uitwisseling tussen professionals over ontwikkelingen die Mantelfoon ziet rond behoefte van mantelzorgers. Deelnemen aan overleggen en het opzetten van projecten samen met partners blijkt daarin een werkbare strategie.

Over het partnertevredenheidsonderzoek:

Verrijk de opbrengst uit de enquête van het partnertevredenheidsonderzoek. Een enquête is een waardevolle onderzoeksmethode om efficiënt de ervaring van grotere aantallen respondenten te verzamelen. We constateren dat voor goede duiding en voor een goed leereffect het waardevol is om de kwantitatieve data te verrijken. Dat kan bijvoorbeeld door meer open vragen op te nemen – hetgeen werkbaar is wanneer het aantal respondenten niet groter is dan 30 – of door standaard te kiezen voor de combinatie van een enquête en enkele (telefonische) interviews.

Bijlage: Conclusies

partnertevredenheidsonderzoek 1 (2020)

In de bijlage geven we de belangrijkste conclusies weer uit de eerste meting van het partnertevredenheidsonderzoek. De conclusies hebben betrekking op de mate van tevredenheid, de ervaringen en eventuele verbeterpunten vanuit ketenpartners omtrent de dienstverlening van Mantelfoon. Voor de volledige resultaten van meting 1 in het partnertevredenheidsonderzoek verwijzen we naar de rapportage die in december 2020 is opgeleverd.

Bereik onder ketenpartners

Mantelfoon is in mei 2020 gelanceerd. In de eerste 5 maanden na lancering is de dienstverlening van Mantelfoon door 30% van de ketenpartners gebruikt. Dit is verklaarbaar doordat Mantelfoon zich op dat moment in de opstartfase bevond.

Waardering van de dienstverlening van Mantelfoon

Over het algemeen wordt deze dienstverlening als positief ervaren. Ketenpartners kennen het cijfer **7,5** toe. Veel respondenten gaven echter aan dat zij (nog) geen cijfer kunnen toekennen omdat ze op dat moment geen ervaring met Mantelfoon hadden, waardoor het cijfer niet als representatief kan worden gezien. Daar ligt de beperkte bekendheid vanwege de relatief korte opstartfase aan ten grondslag.

In hoeverre en op welke manier kennen de ketenpartners Mantelfoon?

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. Uit de resultaten van meting 1 blijkt dat Mantelfoon over het algemeen goed bekend was onder de ketenpartners. In grote lijnen werd de dienst gedefinieerd als een centraal 24-uur bereikbaar steunpunt voor mantelzorgers. Ook heeft Mantelfoon de potentie om het netwerk te verbinden, waardoor de zorg geoptimaliseerd kan worden. Vanuit dit netwerk en de data die Mantelfoon zelf verzamelt kunnen urgente thema's geagendeerd worden in de politiek.

In hoeverre en op welke manier maken ketenpartners gebruik van de diensten?

Wat opvalt in de resultaten van meting 1, is dat de meeste ketenpartners die destijds gebruik maakten van Mantelfoon, dit deden in de vorm van doorverwijzing van de mantelzorgers. Weinig ketenpartners maakten gebruik van de beschikbare diensten voor professionals en zorgverleners zelf, zoals het inwinnen van expertise en overleg casuïstiek. Doorverwijzingen van de mantelzorgers vonden doorgaans plaats als er behoefte is aan een luisterend oor, of als de organisatie zelf geen hulp kan bieden.

De ervaren toegevoegde waarde van Mantelfoon

Volgens ketenpartners zat de meerwaarde van Mantelfoon tijdens meting 1 in het bieden van een luisterend oor, de onafhankelijke positie, het verbinden van het netwerk en in mindere mate de specialistische kennis. Uit de meting bleek dat door ketenpartners met name de functie van luisterend oor werd gewaardeerd. Het bleek daarom van meerwaarde dat mantelzorgers ook buiten kantooruren kunnen bellen, hoewel 24 uren bereikbaarheid wellicht niet noodzakelijk is. De specialistische kennis die Mantelfoon in huis heeft vond men belangrijk, maar minder essentieel omdat ook wordt doorverwezen. De onafhankelijke positie van Mantelfoon werd over het algemeen als belangrijk gezien omdat dit drempelverlagend werkt en de mantelzorger hierdoor echt centraal staat. Ten slotte zagen ketenpartners een meerwaarde in het onderling verbinden van het netwerk.

De zichtbaarheid, vindbaarheid en bereikbaarheid van Mantelfoon

Omdat Mantelfoon 24-uur per dag bereikbaar is, beoordeelden de ketenpartners in meting 1 de bereikbaarheid van de dienst goed. Ondanks dat ze herkenden dat er wordt geïnvesteerd in promotie en zichtbaarheid, vroegen de ketenpartners zich af of Mantelfoon zichtbaar genoeg is voor mantelzorgers. Omdat veel mantelzorgers zelf niet weten dat ze mantelzorger zijn is doelgroepbereik complex en de corona crisis heeft fysieke promotie lastiger gemaakt. Volgens de ketenpartners viel hier winst te behalen.

De beoogde en gewenste meerwaarde van Mantelfoon

De ketenpartners hoopten 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 was onder ketenpartners vertrouwen in dat Mantelfoon dit in de toekomst waar kan maken maar Mantelfoon heeft voor nu nog tijd nodig om te groeien en ontwikkelen, zo stellen de partners.

In hoofdstuk 3 van deze rapportage zijn de resultaten van meting 1 en meting 2 van het partnertevredenheidsonderzoek met elkaar vergeleken.

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.

