

Voorgesteld besluit:

1. Kennis te nemen van de uitkomsten van het klanttevredenheidsonderzoek Participatiewet 2015.
2. Akkoord te gaan met de voorgestelde actiepunten.
3. Dit collegebesluit ter informatie te versturen aan de raadsvoorbereidingcommissie (C-stuk).

Voorgeschiedenis / aanleiding:

Inwoners van de gemeenten Bloemendaal, Haarlemmerliede en Spaarnwoude en Heemstede zijn geraadpleegd over hun ervaringen met de Participatiewet in 2015 en de uitvoering daarvan door de IASZ. Het definitieve rapport met de uitkomsten is in augustus 2016 ontvangen.

In de Wmo (artikel 2.5.1) en de Jeugdwet (artikel 2.10) is bepaald dat gemeenten jaarlijks een klanttevredenheidsonderzoek uitvoeren. Voor de Participatiewet geldt deze verplichting niet, maar om de integraliteit in het sociaal domein te bevorderen ligt het voor de hand om ook voor de Participatiewet periodiek (eens per twee of drie jaar) een klanttevredenheidsonderzoek uit te voeren. Bovendien sluit dit aan bij de wens van de cliëntenraad.

Toelichting:

Uitvoering

Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van de IASZ door onderzoeksbureau Facit. Dit bureau is ervaren in het doen van onderzoek op het gebied van zorg, wonen, welzijn, kinderopvang en onderwijs. Een afvaardiging van de cliëntenraad heeft meegedacht over de vragen.

Doel

Het onderzoek richt zich op de ervaringen van klanten. Vanuit klantperspectief geeft het zicht op beeld en verwachtingen ten aanzien van de dienstverlening van de IASZ en de mogelijke verbeterpunten.

Doelgroep

De doelgroep bestaat uit alle klanten die in 2015 te maken hebben gehad met de Participatiewet, bijzondere bijstand of het minimabeleid in de gemeenten Bloemendaal, Haarlemmerliede en Spaarnwoude en Heemstede. Voor meer uitleg over de opzet van het onderzoek wordt verwezen naar de rapportage 'Uitkomsten klanttevredenheidsonderzoek Participatiewet IASZ' in de bijlage.

Vragenlijst

Er is een vragenlijst opgesteld met 39 vragen, die zijn te verdelen in de volgende categorieën:

1. Poortmodel
2. Contact met de IASZ en de consulent
3. Informatievoorziening/communicatie
4. Cliëntenraad IASZ
5. Re-integratie
6. Parttime werken
7. Minimabeleid en bijzondere bijstand

ANALYSE UITKOMSTEN

Hieronder worden de uitkomsten van het onderzoek per categorie geanalyseerd en actiepunten voorgesteld.

1. *Poortmodel*

Voordat klanten een uitkering aanvragen, melden ze zich op het Werkplein in Haarlem en nemen ze deel aan een individueel 'Participatiegesprek' met een consultant, een groepsworkshop 'Naar Werk' en een voorlichtingsbijeenkomst 'Rechten en Plichten'. Dit systeem wordt het Poortmodel genoemd en wordt uitgevoerd in samenwerking met de gemeente Haarlem. Het Poortmodel is ingevoerd op 1 januari 2015.

Met betrekking tot het Poortmodel zijn vier vragen gesteld in het onderzoek. Uit de antwoorden blijkt dat het merendeel van de respondenten het Poortmodel als positief ervaart. Het Poortmodel wordt nog uitgebreider geëvalueerd (planning college november 2016).

2. Contact

De vragen over contact worden onderverdeeld in vragen over contact met de IASZ en vragen over contact met de consultant.

Contact met de IASZ

Over het contact met de IASZ zijn acht vragen gesteld. Het merendeel van de vragen is positief beantwoord. Opvallend is de honderd procent positieve score over de wachttijden bij het inloopsprekuren. Geen van de klanten moest lang wachten. Van de klanten geeft 83 procent aan grotendeels of heel goed geholpen te zijn.

Een verbeterpunt is de bekendheid van het inloopsprekuren. Bijna de helft van de respondenten (43 procent) geeft aan het inloopsprekuren niet te kennen. Meer dan de helft van de deelnemers aan het onderzoek geeft bovendien aan niet bekend te zijn met de mogelijkheid tot het stellen van vragen via het contactformulier via de website. Het grootste deel (78 procent) geeft aan wel bekend te zijn met de telefonische bereikbaarheid van de IASZ. Voor de doelgroep is de bekendheid van het inloopsprekuren van belang, vanwege de mogelijkheid tot rechtstreeks contact en ondersteuning van de consultant.

Contact met de consultant

Over contact met de consultant zijn vijf vragen gesteld. Klanten zijn over het algemeen (zeer) tevreden over zowel de bereikbaarheid, de deskundigheid als omgang met hun consultant.

Actie: Het verbeteren van de bekendheid van het inloopsprekuren.
--

3. Informatievoorziening/communicatie

Over het onderwerp informatievoorziening zijn twaalf vragen gesteld. Deze hebben te maken met bekendheid van diverse informatiemiddelen (brieven, website, nieuwsbrief en folders/informatieboekjes), met de vraag of de informatie die gezocht wordt, ook wordt gevonden en met de vraag of de informatie begrepen wordt. Het grootste deel van de klanten kent de informatiemiddelen en vindt de informatie die wordt gezocht. De website, nieuwsbrief en de folders/informatieboekjes worden door ongeveer twintig procent van de respondenten echter helemaal niet of slechts een beetje begrepen. Dit kan te maken hebben met het feit dat een deel van de mensen die de vragenlijsten heeft ingevuld bestaat uit recentelijk in Nederland gevestigden (nieuwe statushouders), die de Nederlandse taal nog niet (goed) machtig zijn.

Actie: Het verbeteren van de begrijpelijkheid van website, nieuwsbrief en folders/informatieboekjes. Bijvoorbeeld door rekening te houden met anderstaligen en laaggeletterden.

4. De cliëntenraad van de IASZ

Over de cliëntenraad zijn zes vragen gesteld. Uit de vragen blijkt dat de bekendheid van de cliëntenraad niet groot is en er ook weinig contact is met de cliëntenraad. Ongeveer een kwart van de respondenten wil wel graag kennis maken met de leden van de cliëntenraad. Naar aanleiding van het onderzoek heeft de cliëntenraad aangegeven zich graag beter bekend te willen maken, maar bij voorkeur wanneer daarvoor gelegenheid is in combinatie met andere communicatieactiviteiten van de IASZ.

Actie: Het beter bekend maken van (de activiteiten van) de cliëntenraad. In lijn met wens van de cliëntenraad in combinatie met andere communicatieactiviteiten van de IASZ.
--

5. *Re-integratie*

Over re-integratie zijn vier vragen gesteld. Op de vraag of de IASZ begeleiding biedt bij het vinden van werk, stage, scholing of vrijwilligerswerk (vraag 29) antwoordt 34 procent van de respondenten met 'nee'. Dit antwoord moet echter niet verkeerd geïnterpreteerd worden. Dit gaat vaak om klanten die (tijdelijk) vrijstelling hebben, bijvoorbeeld vanwege ernstige psychische of lichamelijke klachten. Het grootste deel van de klanten is tevreden over de begeleiding die wordt geboden. De IASZ komt iets beter naar voren dan de re-integratiepartners, maar het verschil is niet groot.

6. *Parttime werken*

Sinds 2015 is het aantrekkelijker om parttime te werken voor mensen met een uitkering. Dit komt door de 'inkomstenvrijlating': klanten mogen een deel van hun inkomsten houden als ze parttime gaan werken. Deze inkomsten worden niet van de uitkering afgetrokken. Over parttime werken zijn drie vragen gesteld. Uit de antwoorden blijkt meer dan de helft van de respondenten niet op de hoogte is van de versoepelde regeling omtrent parttime werken. Op de vraag of klanten door de regeling actiever op zoek gaan naar parttime werk, wordt door meer dan de helft ontkennend geantwoord. Als toelichting hierbij geven ze soms aan dat ze niet kunnen of hoeven te werken door ziekte of arbeidsongeschiktheid, of bijna met pensioen gaan.

Actie: het opnieuw onder de aandacht brengen van de 'inkomstenvrijlating' bij parttime werk.

7. *Minimabeleid en bijzondere bijstand*

Over minimabeleid en bijzondere bijstand zijn vier vragen gesteld. Van de respondenten zegt 24 procent het minimabeleid niet te kennen. Dertig procent kent het slechts 'een beetje'. Ook de bijzondere bijstand is niet bij iedereen bekend. Bijna de helft van de respondenten heeft nog nooit een aanvraag gedaan voor deze regelingen, waarvan 38 procent vanwege de onbekendheid ermee.

De onbekendheid met minimabeleid en bijzondere bijstand is opvallend en onverwacht, omdat deze regelingen afgelopen jaren op verschillende manieren juist intensief onder de aandacht zijn gebracht, met het doel niet-gebruik tegen te gaan. Bijvoorbeeld door klanten te informeren via de periodieke Nieuwsbrief en door het onder de aandacht brengen van de regelingen bij (keten) partners, zodat ook zij hun klanten kunnen informeren. Bovendien maakt informeren over en controleren op (niet) gebruik van regelingen structureel onderdeel uit van het Werkproces van de consultants van de IASZ.

De antwoorden kunnen te maken hebben met de manier waarop dit onderdeel is uitgevraagd. Wellicht hadden de vragen anders geformuleerd moeten worden, met concretere voorbeelden. Bijvoorbeeld: 'Weet u dat u soms geld kunt terugkrijgen voor school- of sportkosten? Hoe dan ook is de bekendheid van deze regelingen een structureel aandachtspunt.

Actie: Het verbeteren van de bekendheid van het minimabeleid en de bijzondere bijstand.

Samenvatting actiepunten

- Het verbeteren van de bekendheid van het inloopspreekuur.
- Het verbeteren van de begrijpelijkheid van de website, nieuwsbrief en folders/informatieboekjes.
- Het opnieuw onder de aandacht brengen van de 'inkomstenvrijlating' bij parttime werk.
- Het verbeteren van de bekendheid van het minimabeleid en de bijzondere bijstand.
- Het beter bekend maken van (de activiteiten van) de cliëntenraad. In lijn met wens van de cliëntenraad in combinatie met andere communicatieactiviteiten van de IASZ.

Afgestemd met:

- **Afdeling**
- **Externe partij** : Het rapport klanttevredenheidsonderzoek Participatiewet 2015 is besproken met de cliëntenraad Participatiewet. De leden van de cliëntenraad waarderen de rapportage en onderschrijven de verbeterpunten.

Financiële aspecten:

n.v.t.

Juridische aspecten:

n.v.t.

Communicatieve aspecten:

- **publicatie in de krant**
- **opname in CVDR**
- Aan de uitkomsten van het klanttevredenheidsonderzoek wordt een persbericht gewijd. Klanten worden daarnaast geïnformeerd via de eerstvolgende nieuwsbrief van de IASZ.

Gevolgen / relatie met Horizon en Stip:

n.v.t.

Verdere procesgang:

Voor het uitvoeren van de actiepunten wordt een communicatieplan opgesteld. Hierin komt aandacht voor de verschillende communicatiemiddelen (mondeling, gedrukt en digitaal) en de manieren waarop deze kunnen worden ingezet.

bijlagen : Rapport uitkomsten klanttevredenheidsonderzoek Participatiewet 2015 IASZ.

Halfweg, 14-10-2016