

Werving van Pleegouders

*Toelichting op de prototypes, het proces en
aanbevelingen voor de toekomst*

Gabriela Aguirrezabal
Levi van Dam
Matthijs Draijer
Eva van der Drift
Iris van Genuchten
Evelyn Visschedijk







Index

Samenvatting	6
Aanleiding en vraag	8
Proces	10
Understand	12
Explore	16
Materialise	20
Uitkomsten	
Ruimte voor contact	22
Wist je dat?	26
Pleeg Experts	28
Bijvangst	32
Bijlagen	37
Leeswijzer klantreis	
Respondentenlijst	

Samenvatting

De campagne Supergewone Mensen is in de afrondende fase. Voor het opstarten van een nieuwe wervingscampagne, heeft het ministerie van VWS aan Garage2020 om een analyse gevraagd van het huidige wervingsproces. De centrale vraag hierbij was:

Hoe kunnen we de werving van potentiële pleegouders optimaliseren en zorgen dat er meer pleeggezinnen bijkomen?

Het doel is namelijk om jaarlijks 3500 nieuwe pleeggezinnen te werven, op dit moment komen er jaarlijks circa 2.600 nieuwe pleeggezinnen bij.

Op basis van een document analyse, kwalitatief onderzoek en data-analyse is een klantreis ontwikkeld: de route die iemand aflegt om pleegouder te worden. Hiermee zijn de meest kansrijke gebieden in kaart gebracht voor verbetering van het wervingsproces, deze zijn vertaald in twee ontwerp vragen. Door middel van een iteratief proces met 22 jeugdhulp professionals, 13 (aspirant-)pleegouders, één ouder en negen mensen van buiten sector (vreemde vogels) is gewerkt aan een gevalideerd advies van drie prototypen, inclusief een implementatievoorstel.

In samenwerking met alle betrokkenen zijn twee ontwerp vragen omgezet in drie prototypen:

1. *Hoe kunnen we de fases 'informatie vragen' en 'aanmelden' organischer laten verlopen?*

Pleeg Experts

Via een app kunnen aspirant-pleegouders – mensen die overwegen pleegouder te worden maar het nog niet zijn – laagdrempelig in contact komen met ervaren pleegouders om vragen te stellen en ervaringen uit te wisselen. Het doel is om aspirant-pleegouders te ondersteunen in hun overwegingen om pleegouder te worden en pleegouders te erkennen als bron van ervaring, kennis en support.



2. *Hoe kunnen we matchen op basis van pleegouders en biologische ouders?*

Wist je dat? - voor de match

Naast het standaardprofiel van de pleegouders en biologische ouders worden kleine weetjes over beide gezinnen opgenomen. Denk aan hobby's, een plek waar iemand ooit nog eens naartoe zou willen of het lievelingseten. De luchtige weetjes geven de menselijke kant van de gezinnen een plek in de documentatie.

Ruimte voor contact - na de match

Veilige online omgeving waarin biologische ouder en pleegouder contact kunnen hebben. Ze zien elkaars profiel, inclusief weetjes zoals welk eten je lekker vindt, waar je bang voor bent of waar je goed in bent. Via de chatfunctie kunnen foto's worden uitgewisseld om contact te bevorderen.

Gedurende dit traject zijn de volgende bijvangst opgedaan: 'kijk altijd eerst in het netwerk van het kind' en 'stimuleer contact met lotgenoten'. Daarnaast is duidelijk geworden dat werving en matching 'binnen instellingsmuren' plaatsvindt, hierdoor blijven kansen op gemeentelijk of regionaal niveau onbenut. Zo kan het gebeuren dat een instelling wel een pleegouder heeft, maar geen pleegkind, terwijl een collega instelling in de regio wel een pleegkind heeft, maar geen pleegouder. Verder zijn er veel inspirerende wervings initiatieven in het land, maar ontbreekt het aan uitwisseling hierover tussen instellingen.

Aanleiding en vraag

Van september 2018 tot januari 2019 zijn Pleegzorg Nederland, het ministerie van VWS en Garage2020 gezamenlijk in een innovatief traject opgetrokken. Het vraagstuk dat met dit traject aangepakt werd was:

"Hoe kunnen we de werving van potentiële pleegouders optimaliseren en zorgen dat er meer pleeggezinnen bijkomen?"

De aanleiding was het feit dat de campagne Supergewone Mensen op zijn eind liep. Hierdoor is er behoefte aan een nieuwe campagne, maar ook aan een pas op de plaats om te onderzoeken hoe de gehele werving verloopt en of er misschien winst te behalen is op andere punten in het wervingsproces. Dit project biedt input voor een eventuele nieuwe campagne, maar de uitkomsten zijn niet bedoeld als zijnde een nieuwe campagne.

Het achterliggende doel van dit project is om jaarlijks 3500 pleegouders te werven die getraind en gescreend worden om bestand of netwerk pleegouder te zijn. Hiervoor hebben we in dit project:

- Inzicht verkregen in de kansen om het wervingsproces te optimaliseren aan de hand van een klantreis en data-analyse.
- Toegewerkt naar een gevalideerd advies over de meest kansrijke verbeteringen inclusief een implementatievoorstel.



Deze notitie is ondersteunend aan de prototypes die uit dit gehele traject voortkomen. In deze notitie leest u welke methoden ingezet zijn en hoe dit proces is verlopen. Vervolgens leest u wat de uitkomsten zijn en welke reacties die oproepen bij pleegouders, zorgprofessionals, aspirant pleegouders en biologische ouders. Van één van de concepten is met de stuurgroep vanuit VWS en Pleegzorg Nederland besloten dat we daar een implementatie advies voor schrijven. Als laatste zijn er gedurende het gehele proces bevindingen opgedaan die niet direct van toepassing zijn op de prototypes en concepten die ontwikkeld zijn. Deze bevindingen beschrijven we onder het kopje 'bijvangst' zodat deze niet verloren gaan. In de bijlage verdere ontwikkeling Pleeg Expert en implementatie, vindt u onze voorgestelde aanpak inclusief technische eisen en roadmap.

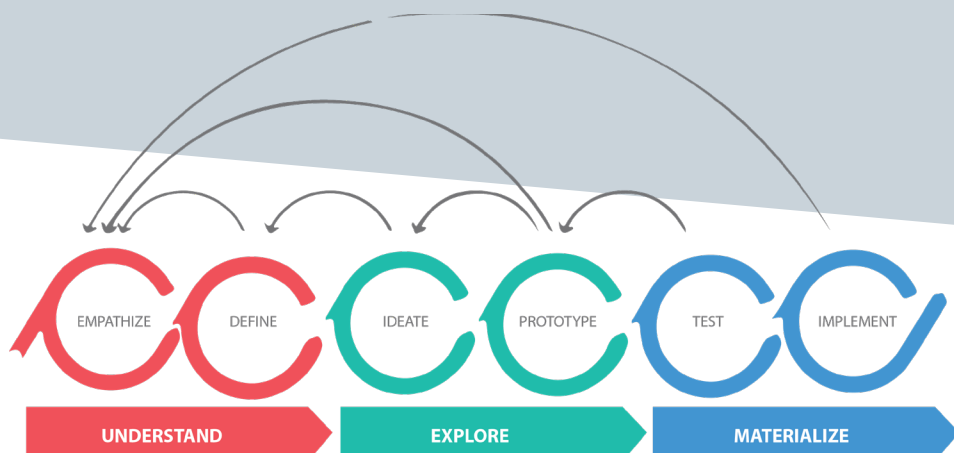
Proces

Waarom Design thinking?

De werving van pleegouders is een *wicked problem*. Een *wicked problem* kenmerkt zich door een waarde strijd en een kennistekort. Kennistekort houdt in het geval van de werving van pleegouders in dat niet duidelijk is wat wel en niet werkt in de werving van nieuwe pleegouders en dat de kennis niet bij één actor aanwezig is maar verspreid over veel verschillende mensen en instanties. Een waarde strijd houdt in dat er geen consensus is over hoe het opgelost moet worden (Korsten 2016). Vier karakteristieken die bij alle *wicked problems* overeenkomen: (Schaminée 2018):

- Ze zijn dynamisch; ze veranderen terwijl je er mee bezig bent
- Ze zijn open: bereikbaar voor veel partijen en mensen
- Ze zijn genetwerkt: ze zijn zelden oplosbaar door één enkele organisatie of binnen één enkele context
- Complex: een simpele oplossing die over één nacht ijs gaat werkt niet

De werving van pleegouders kan dus met recht gedefinieerd worden als een *wicked problem*. Dat is een belangrijk gegeven omdat dit bepalend is voor de methode waarmee het probleem aangepakt gaat worden. Belangrijk bij het aanpakken van een *wicked problem* is om - in eerste instantie - op het probleem te focussen en niet direct in oplossingen te denken.



Design thinking is een manier om aan de hand van een helder proces ruimte creëren om begrip te krijgen voor het probleem. In dit project onderscheiden we drie fases: **understand**, **explore** and **materialize**.

In de **understand** fase kijken we naar hoe een probleem ontwikkelt of een proces verloopt en wat mensen motiveert. Het einde van de **understand** fase is een ontwerp opdracht; een concrete opdracht waarmee de **explore** fase gestart wordt. In deze fase gaan we met zorgprofessionals, ervaringsdeskundigen en ontwerpers vanuit verschillende invalshoeken naar mogelijke oplossingen voor het probleem zoeken. Die worden uitgewerkt in prototypes. In de **materialize** fase testen we deze prototypes in verschillende rondes met relevante doelgroepen. Dit project eindigt met een plan van aanpak voor verdere ontwikkeling en implementatie.

In dit hoofdstuk beschrijven we per fase welke stappen gezet zijn.

Understand

In deze fase hebben we een de hand van een document analyse, kwalitatief onderzoek en data-analyse een klantreis ontwikkeld.

Blauwe en rode zones

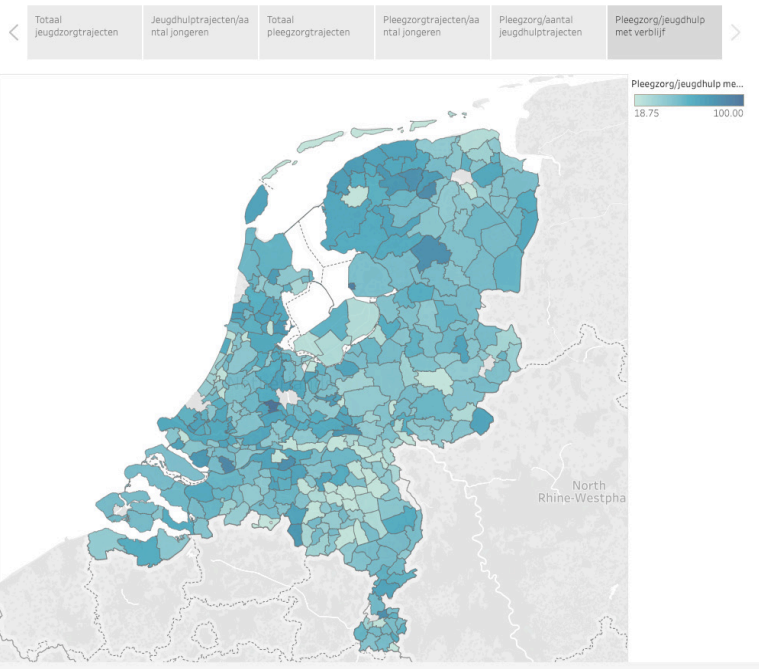
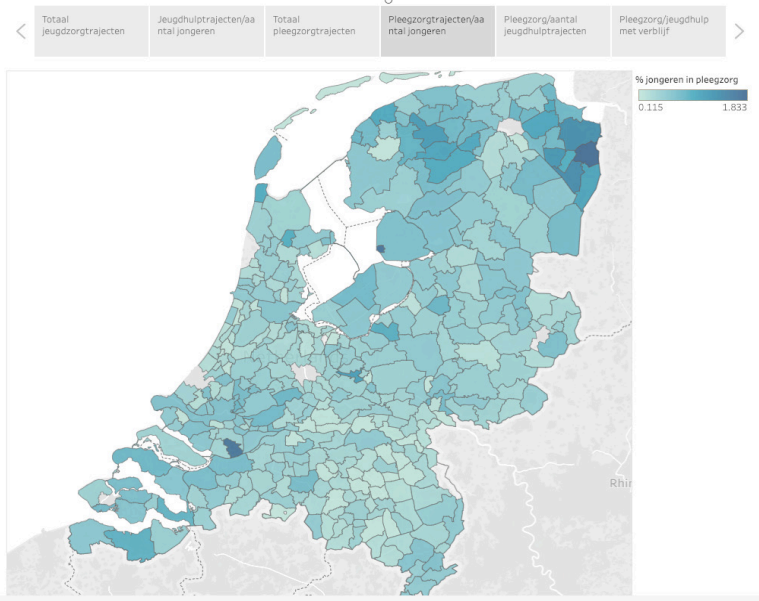
Garage2020 heeft samen met data-science bureau Ynformed een interactieve online kaart ontwikkeld die meer inzicht geeft over pleegzorg per gemeente (zie bijlage). Vanuit data van het CBS heeft Ynformed gekeken naar het totaal jeugdzorgtrajecten, jeugdhulp trajecten ten opzichte van het aantal jongeren, totaal pleegzorgtrajecten, pleegzorgtrajecten ten opzichte van het aantal jongeren, pleegzorg ten opzichte van het aantal jeugdhulp trajecten per regio. Een aantal gebieden* vallen op omdat er een een relatief hoog percentage jongeren in een jeugdhulp traject zit in vergelijking met andere regio's in Nederland. Opmerkelijk is dat in deze gemeenten het percentage jongeren in een pleegzorgtraject niet hoog of zelfs laag is. Dit noemen we rode zones. Andere gebieden** scoorden juist hoog op het aantal pleegzorg trajecten ten opzichte van de geleverde jeugdhulp. Ook het percentage jongeren in de pleegzorg blijkt in deze gemeenten relatief hoog. Dit noemen we blauwe zones.

Samen met Pleegzorg Nederland is gekeken welke aanbieders in deze gebieden actief zijn en welke verklarende factoren er gevonden konden worden. Met een aantal instellingen is hierover contact opgenomen. De uitkomsten zijn in de klantreis verwerkt. Een aantal opvallendheden zijn verder uitgewerkt in het hoofdstuk 'bijvangst'.

* Gemeenten Leeuwarden, Leudal, Roermond, Roerdalen, Midden-Drenthe, Heerde, Zuidplas en Heerlen

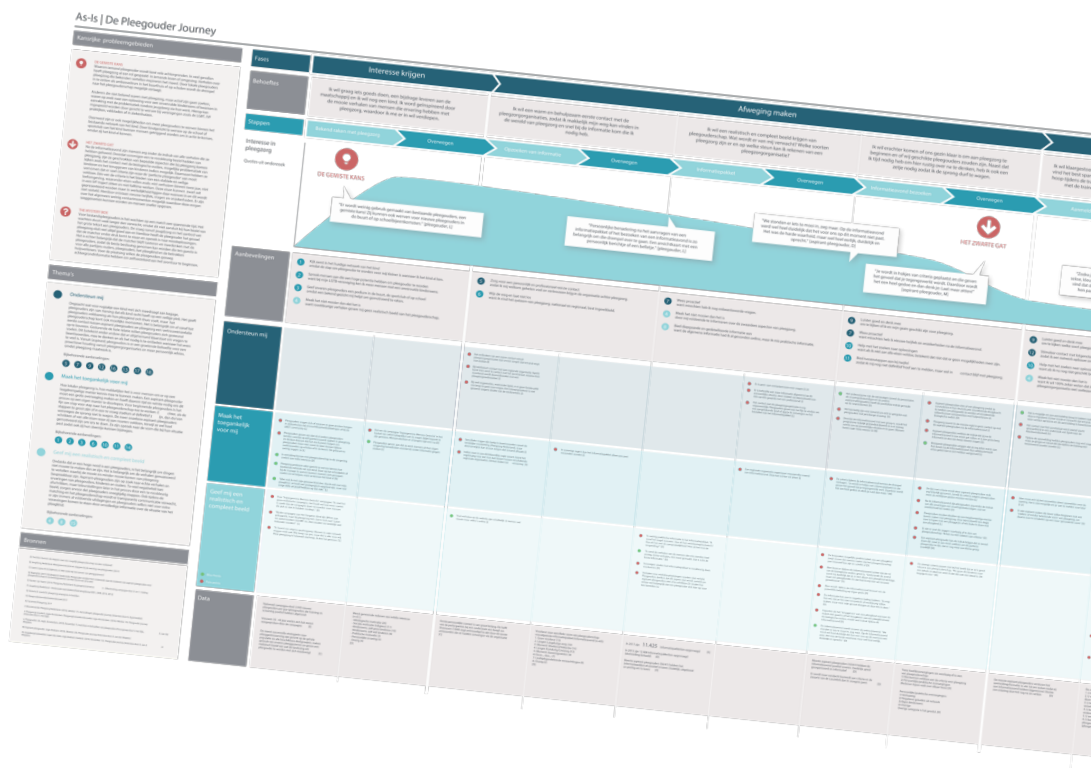
** De gemeenten Urk, Bellingwedde, Strijen vielen ook op in de interactieve kaart.

Overzicht jeugdhulp en pleegzorg in Nederland



Interactieve kaarten online via: www.garage2020.nl/pleegzorg

In samenwerking met service design bureau Essense heeft Garage2020 de procedure om pleegouder te worden in kaart gebracht in een klantreis (zie bijlage). Een klantreis is de 'reis' die iemand aflegt om pleegouder te worden. In de klantreis zijn de uitkomsten van veertien eerdere onderzoeken over pleegzorg verwerkt. De stappen die in de journey in kaart zijn gebracht gelden vooral voor bestandspleegouders. Om de klantreis van extra informatie te voorzien zijn een trainer en consulent van Spirit geïnterviewd. Ook is er een focusgroep met vier pleegouders van Spirit gehouden. Het merendeel was bestandspleegouder, geeft langdurige zorg en een aantal waren ook actief in de pleegouderraad. Tijdens de focusgroep is een nagenoeg lege klantreis door iedere pleegouder individueel met positieve en negatieve ervaringen aangevuld. Gezamenlijk werden er discussies gevoerd over ieders persoonlijke ervaringen, die vervolgens zijn verwerkt in de klantreis.



Ontwerp opdracht

De klantreis maakte zichtbaar op welke punten in het wervingsproces nog winst te behalen was. Vanuit de klantreis zijn door VWS en Pleegzorg Nederland twee hoofdvragen gekozen die het startpunt vormen voor de **explore** fase. Deze twee vragen vormen de ontwerpopdracht voor de rest van het traject.

Hoe kunnen we de fases 'informatie vragen' en 'aanmelden' organischer laten verlopen?

Na het opvragen van een informatiepakket of het bezoeken van een informatieavond, zijn een aantal vragen van aspirant pleegouders beantwoord maar er zijn er vooral heel veel meer bijgekomen. Die vragen kunnen mensen dan niet kwijt.

Hoe kunnen we matchen op basis van pleegouders en biologische ouders?

Er wordt momenteel altijd gematcht op basis van het kind terwijl er tijdens de understanding vaak geluiden klonken die pleiten voor matching op basis van de ouders.



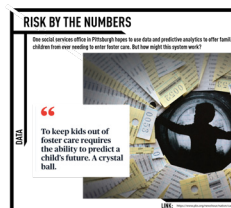
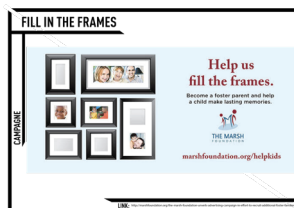
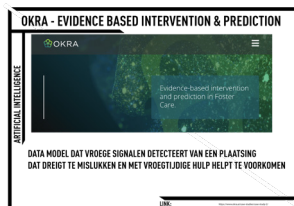
Klantreis online te vinden via:
www.garage2020.nl/pleegzorg

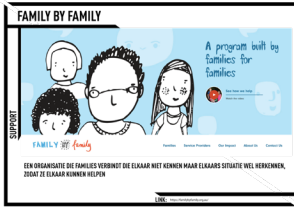
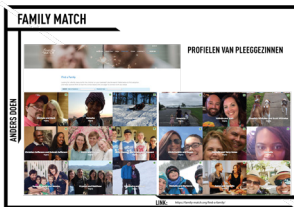
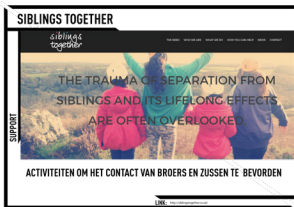
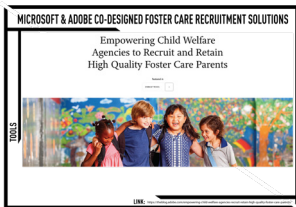
Explore

Het belangrijkste onderdeel van de explore fase is de ideation sessie. Deze vond plaats op 11 december 2018. Er waren naast de projectgroep van VWS, Pleegzorg Nederland en Garage2020, 14 mensen aanwezig: ontwerpers, marketing experts, pleegouders, bestuurders en medewerkers van verschillende pleegzorgorganisaties. Tijdens deze sessie is er in twee groepen over de verschillende vragen nagedacht.

Inspiratie museum

Voorafgaand aan de sessie waren alle aanwezigen gevraagd of ze een inspirerend voorbeeld omtrent pleegzorg of de activatie van mensen wilden opsturen. Deze inspirerende voorbeelden zijn verwerkt tot 28 posters die in de werksessie ruimtes zijn opgehangen. De posters dienden als inspiratie voor de deelnemers om individueel tot een mogelijke oplossing te komen voor het focuspunt dat zij hadden gekozen.





Het derde idee uit de ideation sessie

Voor de hoofdvraag *'Hoe kunnen we de fases informatie vragen en aanmelden organischer laten verlopen?'* zijn tijdens de ideationssessie twee ideeën uitgewerkt. Eén van die ideeën is uitgewerkt tot een prototype. Het tweede idee is een klantregistratiesysteem dat de werving en selectie loskoppelt van matching en begeleiding. Dit plan vond veel bijval onder aanwezige pleegouders en professionals. Gezien het feit dat dit concept een systeemverandering betekent die te maken heeft met wet- en regelgeving en de indeling van de gehele sector, hebben wij dit niet verder uitgewerkt als prototype maar geven we het ter overweging voor eventuele toekomstige exploratie van mogelijkheden. Voor nu valt dit echter buiten de scope van dit project.





Klantregistratiesysteem pleegzorg

De werving en selectie van nieuwe pleegouders wordt ondersteund door software. Werving en selectie is namelijk een andere discipline dan matching en begeleiding van pleegouders. Het klantregistratiesysteem (CRM) moet ervoor zorgen dat aspirant-pleegouders gesteund worden op momenten dat dat nodig is en dat er vragen beantwoord worden waar zij mee zitten. Een goede relatie met (aspirant-)pleegouders staat binnen dit systeem centraal. Alle gegevens, voorkeuren, aanvragen en vragen worden op één punt opgeslagen. Iedere interactie die ooit is geweest met een (aspirant)-pleegouder kan worden teruggehaald, waardoor het contact actueler en persoonlijker is. Pleegzorg Nederland zou als centraal punt kunnen fungeren tijdens de werving. Het idee is dat pas ná het aanmelden een lokale organisatie het contact overneemt.

Materialise

In de materialise fase hebben we de prototypes in twee rondes voorgelegd aan verschillende mensen uit de doelgroep. In de eerste ronde hebben we getest met zes pleegouders vanuit Spirit, twee aspirant-pleegouders, twee matchers vanuit Spirit en één pleegzorgbegeleider vanuit Parlan.

Tijdens een sessie met VWS en Pleegzorg Nederland is de feedback bekeken en een verbeteringslag gemaakt. De vernieuwde prototypes zijn vervolgens besproken met twee pleegouders vanuit Spirit, twee aspirant-pleegouders, twee pleegzorgbegeleiders vanuit Parlan, één matcher vanuit Parlan en één ouder vanuit Spirit. In totaal zijn de verschillende versies prototypes aan negentien respondenten voorgelegd. De uitkomsten bespreken we uitgebreid in het volgende hoofdstuk. Één van de concepten kon wat de respondenten betreft meteen ontwikkeld worden.

Uitkomsten

De twee ontwerp vragen waar de ideation fase mee gestart is, hebben twee verschillende soorten prototypes opgeleverd. De ontwerp vraag Hoe kunnen we de fases informatie vragen en aanmelden organisch laten verlopen? is uitgewerkt tot een uitvoerbaar concept. De ontwerp vraag Hoe kunnen we matchen op basis van pleegouders en biologische ouders? Is een vraag die gaat om een paradigmaverschuiving en cultuurverandering binnen de pleegzorg sector. Bij dusdanig grote processen als cultuurverandering, kan het helpen om hele concrete voorbeelden uit een mogelijke toekomst voor te leggen zodat mensen daar op kunnen reflecteren. Hier is geen implementatietraject voor ontwikkeld, omdat het een eerste stap richting een cultuuromslag is, dat vraagt om een meerjarentraject.



Hieronder beschrijven we de uitwerking van ontwerp vragen richting prototype op hoofdlijnen.

Hoe kunnen we matchen op basis van biologische ouders en pleegouders?

In haar Mulock-Howard lezing roept Annet van Zon - toenmalig voorzitter van de raad van bestuur bij Entrea Lindenhout - op tot het inzetten op gedeeld opvoederschap. *'Vanuit de notie dat onze [professionals in de pleegzorg] inzet misschien wel het meest gericht zou moeten zijn op ondersteuning van ouders, om hen te helpen de ouder te worden die ze hadden willen zijn.'* (van Zon 2018). Ze noemt daarbij dat het belangrijk is om de kracht van pleegouders in te zetten om gedeeld opvoederschap vorm te geven, ruimte te geven om te ervaren wat de kracht van een geste van vertrouwen is, nieuwe taal te maken en verhalen te verzamelen van hoe dit werkt (idem.). Tijdens het testen met de concepten die ontstaan zijn op basis van de vraag omtrent matching, wordt elke keer duidelijk dat betrokkenen, zowel pleegzorg professionals als pleegouders, het belang van het exploreren van deze vraag inzien. *"Dit is niet zomaar belangrijk, dit is SUPERbelangrijk"* aldus een consulent van Parlan.

We merken ook dat een aantal mensen bang is voor de gevolgen en de concepten nog te spannend vindt. Aansluitend op de lezing van Annet van Zon en op basis van onze eerste gesprekken, identificeren we de volgende ingrediënten in die gewaardeerd worden:

- Het terugbrengen van het menselijke in het proces en met name bij de biologische ouders
- Een veilige omgeving waar biologische ouders en pleegouders contact met elkaar kunnen hebben
- Het feit dat er concreet nagedacht wordt over hoe er bijgedragen kan worden aan de matching tussen biologische ouders en pleegouders

Met die waardes in het achterhoofd zijn twee concepten verder doorontwikkeld. **'Wist je dat?'**, een simpele interventie voordat de match plaatsvindt. En **'Ruimte voor contact'** een veilige online omgeving waar pleegouders en biologische ouders contact met elkaar kunnen hebben nadat de match gemaakt is. Daarmee sluit het concept niet volledig meer aan op de vraag 'hoe kunnen we matchen op basis van biologische ouders en pleegouder?', maar er kwamen interessante paradoxen naar voren die erg van toepassing zijn op deze vraag.

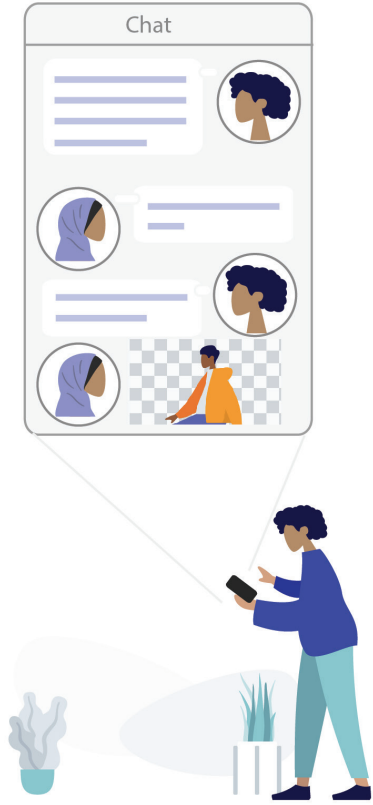
Ruimte voor contact

Ruimte voor contact is een systeem dat in gebruik genomen kan worden nadat de match gemaakt is. In deze veilige omgeving kunnen beide partijen het profiel van elkaar zien waarbij het specifiek niet alleen om feitelijkheden als leeftijd gaat, maar ook om kleine weetjes als welk eten je lekker vindt, waar je bang voor bent of waar je goed in bent. Via de chatfunctie kunnen foto's uitgewisseld worden en kan er met elkaar gesproken worden om zo het contact te bevorderen. Contactgegevens zijn niet zichtbaar waardoor het voor beide partijen een veilige omgeving is om met elkaar te spreken. Ruimte voor contact kan alleen ingezet worden als consulent, pleegouders en biologische ouders dat willen.



Profiel van ouder	
 Data - leeftijd - werk - gezinssamenstelling - locatie	Wist je dat? ✓ Houdt van schilderen. ✓ Favoriete snack: Dorito's ✓ Is bang voor spinnen ✓ Vakantie in Spanje een keer per jaar

Profiel van pleegouder	
 Data - leeftijd - werk - gezinssamenstelling - locatie	Wist je dat? ✓ Weet veel van vogels ✓ Naai haar eigen kleding ✓ Heeft een labrador ✓ Houdt van vegetaris koken



De reacties op dit concept lopen zeer uiteen en leggen daarmee de paradoxen bloot die een rol spelen bij het nadenken over matches op basis van pleegouders en biologische ouders. Hieronder lopen we ze door.

Controle en veiligheid tegenover volledige vrijheid en anonimiteit

Door met dit concept een virtuele ruimte voor contact voor te stellen, werden respondenten gedwongen om na te denken over de mate van betrokkenheid van professionals bij dit contact. Je zag een tweedeling tussen enerzijds mensen die vonden dat het de rol van de instelling is om te zorgen dat de pleegouders en biologische ouders zich veilig voelen. Om dat te kunnen garanderen, is er controle nodig. Daartegenover waren er respondenten die van mening waren dat je dit niet half kan doen, als je wil dat er een goed contact ontstaat tussen pleegouder en biologische ouder kan je niet half mee blijven kijken en dat contact sturen. En dan is er nog de gulde middenweg: 'het is belangrijk dat de pleegzorgorganisatie uitgaat van de krachten van ouders zowel als pleegouders en dit initiatief faciliteert en niet beheerst'. Oftewel, aan het begin zou pleegzorg een rol moeten spelen, maar later moet dit losgelaten worden.

Zeker niet in crisispleegzorg tegenover juist wel in crisis pleegzorg

Het concept roept ook direct reactie op over in welke vormen van pleegzorg dit een rol zou kunnen spelen. Voor weekendpleegzorg zou deze tool geen functie hebben want, zo beargumenteren de weekendpleegouder en consulenten die we spreken; daar is toch vaak al contact met de ouders, via whatsapp, bij overdrachtsmomenten en dergelijke. Dan ziet een deel van de mensen dit als een tool die bij zou kunnen dragen aan het in goede banen laten lopen van crisispleegzorg. De veilige omgeving, het korte profiel van iemand met informatie, zou kunnen leiden tot in ieder geval een mogelijkheid tot contact in vergelijking tot niets. Een ander deel is er juist van overtuigd dat dit met crisispleegzorg niet zou werken. De biologische ouders zijn óf niet traceerbaar óf willen absoluut niet met pleegzorg praten, dus gaan ze ook niet zo'n tool gebruiken.



*Dit gaat rust geven tegenover dit gaat voor spanning
zorgen*

Sommigen respondenten geloven er heilig in dat dit rust gaat geven. Omdat je meer van elkaar weet is het als pleegouder gemakkelijker om de biologische ouder een plek te geven in de opvoeding en is het voor biologische ouders gemakkelijker om te weten hoe het gaat met het kind. Uiteindelijk is het voor het kind heel erg belangrijk dat beide opvoeders elkaar kunnen vinden en het kind daar niet tussen hoeft te kiezen. Beter contact zou dat kunnen ondersteunen. Andere respondenten zijn juist bang dat dit concept zal zorgen voor meer onrust. 'Omdat je toch in zekere zin een biologische ouder toelaat' aldus een pleegmoeder die langdurige pleegzorg doet. Ook een aantal consulenten geeft aan dat als er zoiets komt, dat 'bijvoorbeeld biologische ouders met borderline nog wel eens ongeremd berichten kunnen gaan sturen'. Een simpele optie zou zijn om een maximaal aantal berichten per dag in te stellen. Bijna iedereen is van mening dat mócht er zoiets komen, dat de consulent of matcher moet kijken of het geschikt is voor de specifieke situatie of niet.

Ruimte voor contact is een concept waardoor mensen direct gaan reflecteren op het idee van matchen, op basis van pleegouders en biologische ouders. De paradoxen die hierboven beschreven staan, zijn wat ons betreft belangrijke paradoxen om in gedachte te houden bij het verder vormgeven van het matchen op basis van biologische ouders en pleegouders.

Wist je dat?

Dit idee is een kleine aanvulling op het huidige matchingsproces. Bij het profiel van de pleegouders en biologische ouders wordt naast de standaard gegevens - gegevens als geloofsovertuiging, leeftijd, woonsituatie, andere kinderen, partners etc. - een extra ruimte opgenomen waarin kleine weetjes over beide gezinnen zijn opgenomen, denk aan hobby's, een plek waar iemand ooit nog eens naartoe zou willen, het lievelingseten en of diegene van paprika chips houdt of de voorkeur geeft aan naturel chips. Door middel van luchtige weetjes krijgt de menselijke kant van de gezinnen een centrale plek in de documentatie.

Profiel van pleegouder	
 Data - leeftijd - werk - gezinssamenstelling - locatie	Wist je dat? ✓ Houdt van schilderen. ✓ Favoriete snack: Dorito's ✓ Is bang voor spinnen ✓ Vakantie in Spanje een keer per jaar 

Profiel van pleegouder	
 Data - leeftijd - werk - gezinssamenstelling - locatie	Wist je dat? ✓ Weet veel van vogels ✓ Naai haar eigen kleding ✓ Heeft een labrador ✓ Houdt van vegetarisch koken 

Wist je dat wordt in vergelijking tot Ruimte voor Contact door veel mensen laagdrempeliger ontvangen. Hieronder zijn de sterktes, eventuele kansen of mogelijke toevoegingen en aandachtspunten genoteerd die uit de testen kwamen. Gezien het feit dat dit

concept heel gemakkelijk gemaakt kan worden - een extra toevoeging maken op papier - kunnen pleegzorginstellingen die dit zien zitten hier mee gaan experimenteren.

Sterktes

- Menselijke en herkenbare weetjes maken je milder in de beeldvorming, zowel voor professionals als biologische en pleegouders.
- Dit wordt al wel bij kinderen gedaan [niet duidelijk of dat landelijk gebeurt] maar het zou goed zijn als dit ook voor ouders gebeurt.
- Laagdrempelig.
- Het zorgt dat je in één opslag gevoel krijgt bij mensen.
- Het vormt een goede inspiratie voor later contact na de matching.
- Pleegouders moeten zich blijven realiseren dat ouders er bij horen. Dat kan niet genoeg benadrukt worden. Op deze manier wordt dat misschien iets gemakkelijker, omdat ze meer mens worden.

Kansen

- Pleegouders vragen om een collage van hun huis en omgeving te maken, dan kan dit ook in gesprekken e.d meegenomen worden.
- 'Er wordt te weinig geïnvesteerd in de ouders, niet alles wordt uit de kast gehaald en dat is jammer' ex-consulent Parlan.

Aandachtspunten

Er moet goed nagedacht worden over wie het profiel invult. Doet de consulent dat? Doen de ouders dat? Doen in principe de ouders dat en gaat de consulent er achteraan als het niet gebeurt?

Tijdens één van de testen horen we dat waar mogelijk ouders al worden betrokken bij het matchingsproces en ruimte is voor 'wist je dat'-gegevens. Dit horen we in geen van de andere gesprekken terug.

Welke vragen/wat wordt er precies gevraagd? Laat je dat open of ga je daar in sturen? Tijdens de testen horen we verschillende geluiden. Een aantal vindt de voorbeelden die genoemd worden op het prototype te arbitrair en ziet liever iets meer inhoudelijke weetjes, zoals hobby's, werk. Andere vinden het arbitraire juist de kracht.

Hoe kunnen we de fases informatie vragen en aanmelden organischer laten verlopen?

Op basis van deze vraag werd er tijdens de ideation sessie een concept ontwikkeld dat gebaseerd is op Family by Family, een zeer succesvolle interventie uit Australië waar mensen elkaar onderling helpen bij de opvoeding van hun kinderen. Tijdens de ideation sessie op 11 december werd een variant voor de pleegzorg bedacht die aspirant pleegouders in contact brengt met ervaring pleegouders. In twee iteratie rondes zijn we gekomen tot 'Pleeg Experts'.

Pleeg Experts

Via deze app kunnen aspirant-pleegouders – mensen die overwegen pleegouder te worden maar het nog niet zijn - laagdrempelig in contact komen met al ervaren pleegouders om vragen te stellen en ervaringen uit te wisselen. Ervaren pleegouders kunnen persoonlijke verhalen delen en vragen waar aspirant-pleegouders mee zitten beantwoorden. Het doel is om aspirant-pleegouders te ondersteunen in hun overwegingen om pleegouder te worden en pleegouders te erkennen als bron van ervaring, kennis en support.



Pleeg Experts

Ik wil met een  pleegouder

met wie ik kan:

- ☐ mailen
- ☐ chatten
- ☐ bellen

of

☐ koffie drinken in:

en praten over:

#hashtags (themas):

Pleeg Experts werd door bijna iedereen zeer positief ontvangen. Dit concept is ver genoeg om te gaan bouwen aan een minimal viable product (MVP). Een Minimum Viable Product (MVP) is de eerste versie van een product of dienst die zo vroeg mogelijk wordt uitgerold naar de klant. Het doel is om daarmee zo snel mogelijk feedback te krijgen. Deze feedback is belangrijk om hiermee de belangrijkste vervolgstappen te kunnen nemen. Er is een uitgewerkt voorstel voorgelegd aan de opdrachtgever.

Hieronder vindt u een analyse van de uitkomsten van de verschillende testen met de respondenten. De uitkomsten zijn onderverdeeld in sterktes, mogelijke opties en risico's. De sterktes waren vaak de eerste reacties van mensen en zijn samengevat tot onderstaand lijstje. De mogelijke opties uit de eerste ronde zijn verwerkt in het huidige concept. Hier onder worden een aantal mogelijke opties genoemd die later in het process geëxploreerd moeten worden omdat het nog niet duidelijk is of het een positieve effect zullen hebben. Een aantal mensen opperde bijvoorbeeld om een uitgebreider profiel te maken dat je je beter kan relateren aan de persoon met wie je praat. Dat staat op gespannen voet met het feit dat het laagdrempelige karakter en het feit dat je niet allerlei gegevens in moet vullen ook erg gewaardeerd wordt. Om een goede app te krijgen, is het belangrijk dat dit soort opties getoetst blijven worden.

De aandachtspunten zijn onzekerheden die we tijdens het vervolgproces goed moeten blijven monitoren.

Sterktes

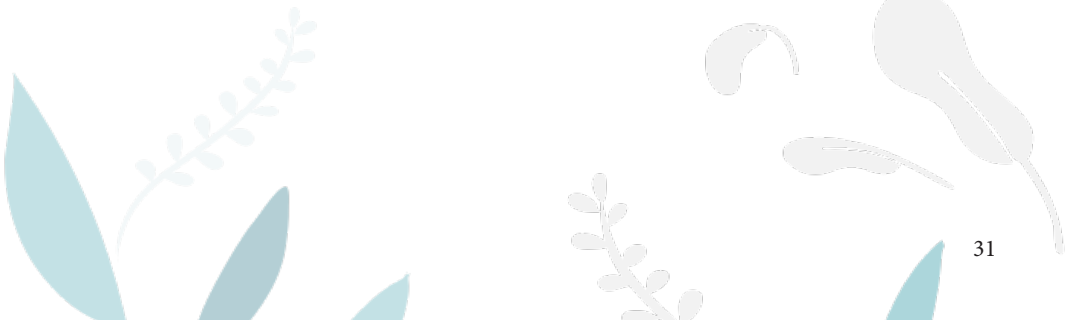
- Laagdrempelig.
- Geen gegevens delen.
- Iedereen heeft een smartphone dus makkelijk te verspreiden.
- Zodra een vraag in je opkomt, kan je hem stellen.
- Niet gekoppeld aan één specifieke organisatie.
- 'In mijn werk als begeleider merk ik dat pleegouders graag in contact komen met andere pleegouders' - consulent.
- Het neemt werkdruk bij organisaties weg.
- Biedt de mogelijkheid om een reëel beeld te schetsen.
- [observatie] Alle respondenten zijn enthousiast over dit idee en zien voornamelijk mogelijke toevoegingen.
- Deze app kan ook verder in het proces nuttig zijn, bijvoorbeeld als voorbereiding op de training.
- Dit zou ook nuttig kunnen zijn voor de koppeling van nieuwe pleegouders en ervaren pleegouders.

Mogelijke opties

- 'Maak een specifiek profiel; alleenstaand/samen, eigen kinderen of niet, fulltime/ parttime werk. De rede dat ik uiteindelijk pleegmoeder geworden ben is omdat ik een collega had die ook single was en wel een pleegkind had. Toen dacht ik, als zij het kan, kan ik het ook.' - weekendpleegouder.
- Via QR-codes of als onderdeel van een (digitaal) informatiepakket een downloadlink meegeven. Op die manier hebben mensen laten zien dat ze op zijn minst een soort van serieus geïnteresseerd zijn.
- 'Er kan misschien controle uitgevoerd worden op wat er gezegd wordt. Als een pleegouder dan heel erg aan het pushen is of juist heel negatief is, kan er contact opgenomen worden' - aspirant-pleegouder.

Aandachtspunten

- Als alle pleegouders in het platform kunnen, zou het misschien als spui platform gebruikt kunnen gaan worden. Het is belangrijk dat er een eerlijk verhaal verteld wordt, maar dat houdt in dat het ook niet negatiever verteld wordt dan het is. [dit standpunt werd door zowel medewerkers als pleegouders aangedragen]
- Als iedereen op de app kan, worden pleegouders dan niet overspoeld met vragen? [opmerking van twee testers, de rest denkt dat dit meevalt of 'totaal geen issue is']
- Ondanks het feit dat eigenlijk iedereen enthousiast is, geven ook een aantal mensen aan dat ze niet zeker weten of ze het zouden gebruiken.
- [observatie] er wordt een aantal keer door mensen genoemd dat ze benieuwd zijn of het veilig is. Als we doorvragen met wat ze daarmee bedoelen is het antwoord bijna altijd 'met die AVG en zo'. Belangrijk om in acht te nemen dat veiligheid niet enkel een technisch aspect is maar ook een beleavings onderdeel.
- Als de app niet goed onderhouden wordt en bijvoorbeeld vaak crasht of vragen niet beantwoord worden, is er ook een soort afbreukrisico.



Bijvangst

Aanbevelingen klantreis

In de klantreis worden een aantal aanbeveling gedaan om pleegzorg te verbeteren.

1. Kijk eerst in het huidige netwerk van het kind
2. Spreek mensen aan die een hoge potentie hebben om pleegouder te worden
3. Geef ervaren pleegouders een podium in de buurt, de sportclub of op school
4. Maak het niet mooier dan dat het is
5. Zorg voor een persoonlijk en professioneel eerste contact: wijs de weg en laat niet los
6. Stimuleer contact met lotgenoten

Teveel lokale keuze

Een andere belangrijke bijvangst uit de klantreis is dat het voor aspirant pleegouders onduidelijk is waarom er in hun gemeente soms vier verschillende pleegzorgaanbieders zijn. Het verschil tussen deze vier is voor hen een afbreekpunt, ze willen algemene informatie over pleegzorg en komen onverwachts terecht in een keuzeproces tussen de ene of andere aanbieder. Daarnaast werken de lokale pleegzorgaanbieders niet samen in de matching.

In de praktijk kan dit er voor zorgen dat een pleegzorgouder op de wachtlijst staat bij aanbieder X, maar dat deze aanbieder geen passende match met een pleegkind heeft. Terwijl er bij aanbieder Y wel een passende match is, maar gezien het gebrek aan onderlinge afstemming, moeten zowel pleegouder als pleegkind wachten op een match binnen desbetreffende zorginstelling.

Een oplossing voor dit probleem zou zijn om de krachten te bundelen tijdens de werving en matching. Dit vraagt om moedig opdrachtgeverschap van gemeenten. Een uitzondering die wij tegenkwamen zijn een aantal jeugdhulporganisaties in Noord-Brabant die eens in de acht weken onderling kinderen bespreken die nog wachten op een pleeggezin. Zo wordt er gekeken of een andere organisatie wellicht wel een geschikt pleeggezin heeft waar het kind geplaatst kan worden.

Inspirerende acties, weinig kruisbestuiving

Op veel plekken in Nederland zijn verschillende pleegzorginstellingen met inspirerende initiatieven bezig. Garage 2020 interviewde medewerkers van Jarabee in Twente, Sterk Huis in Noord-brabant en Juvent in Nieuw-Zeeland.

Jarabee en Sterk Huis organiseren ‘matchingsavonden’ om nieuwe pleeggezinnen te vinden. Sterk Huis heeft ook een Facebookpagina die gericht is op het werven van pleegouders en het matchen van kinderen. Matchers van Sterk Huis reageren persoonlijk op binnenkomende reacties en vragen. Daarnaast worden anonieme profielen van kinderen gedeeld op een app voor pleegouders waar onder andere de pleegzorgwijzer, evenementen en nieuwsbrieven in staan. Sterk Huis werkt samen met voetbalclub Willem II om supporters op te roepen om pleegouder te worden en doet aan ‘buddy pleegzorg’: pleegouders die extra hulp nodig hebben naast een pleegzorgwerker, worden aan een ervaren pleegouder gekoppeld ter ondersteuning.

Juvent heeft de STAP-training aangepast en ingekort tot een Kim!-programma. Het Kim!-programma is flexibeler: het biedt aspirant-pleegouders de mogelijkheid om sneller te kunnen starten en hun eigen tempo te bepalen. Ook deelt Juvent anonieme profielen van kinderen die nog wachten op een pleeggezin op hun website.

Jeugdhulp Friesland, actief in Leeuwarden (één van de rode zones op de interactieve kaart), zet veel in op buurtzorg, waardoor er preventief wordt gewerkt en kinderen dus waarschijnlijk langer in het jeugdzorgsysteem blijven voor er uiteindelijk voor pleegzorg wordt gekozen.

Naast dat deze inspirerende voorbeelden de understanding fase verrijkt hebben, viel het ook op dat veel pleegzorginstellingen op verschillende plekken soortgelijke initiatieven ondernemen. Opvallend was dat de mensen die wij spraken vaak niet op de hoogte zijn van het feit dat er elders in Nederland een soortgelijk initiatief is.

Niet bewust

Op de interactieve kaart, waren er acht gemeenten waar waar weinig pleegzorg ten opzichte van het aantal jeugdhulp trajecten was. Drie gemeenten scoorden juist hoog op het aandeel pleegzorg ten opzichte van de geleverde jeugdhulp. We waren benieuwd of instellingen die daar actief zijn, zich hiervan bewust waren én eventueel verklaringen hadden voor wat op de kaarten zichtbaar werd. We spraken vijf instellingen. Vier van de vijf hadden eigenlijk geen idee. Eventueel dieper vervolgonderzoek zou interessant kunnen zijn. Gemeenten die juist hoog scoorden op het aantal pleegzorg trajecten zijn gemeenten met een sterk gemeenschap karakter.





Literatuur

Korsten, a. (2016) Wicked Problems in het kort via:
<http://www.arnokorsten.nl/PDF/Beleid/Wicked%20problems%20in%20het%20kort.pdf> Geconsulteerd op 21-1-2019.

Schaminée, A. (2018) Public Organizations and Wicked Problems hfd uit: 'Designing with and within Public Organizations, building bridges between public sector innovators and designers' p. 19-39.

Van Zon, A. (2018) Gedeeld Opvoederschap, een Groots Gebaar Mulock Houwer-lezing 2018 via:
<https://pleegzorg.nl/wp-content/uploads/2018/11/Pleegzorg-lezen-over-MulockHouwer-lezing-2018-pleegzorg-Gedeeld-opvoederschap.pdf> geconsulteerd op 21-1-2019



Bijlagen

Leeswijzer bij de klantreis

In de klantreis zijn de verschillende fases van pleegouderschap, van interesse krijgen tot pleegouder zijn, en de behoeftes van pleegouders per fase in kaart gebracht. De fases zijn opgedeeld in stappen, van bekend raken met pleegzorg tot eventueel stoppen, aangevuld met quotes uit de focusgroep. Per fase zijn aanbevelingen, blisspoints en painpoints aangegeven die ieder in een bepaald thema passen.

Het eerste thema ‘ondersteun mij’ is gericht op de behoefte van pleegouders aan een proactieve houding van pleegzorgorganisaties. Het tweede thema ‘maak het toegankelijk voor mij’ is gericht op het belang van laagdrempeligheid, zodat potentiële pleegouders niet onnodig vroegtijdig worden ontmoedigd. Het derde thema ‘geef mij een realistisch en compleet beeld’ beschrijft de wens van pleegouders om pleegzorg niet mooier te maken dan het is.

Bij een aantal stappen zijn kansrijke probleemgebieden aangeduid die extra aandacht vereisen. ‘De gemiste kans’ gaat over de stap bekend raken met pleegzorg en hoe de werving geoptimaliseerd kan worden. ‘Het zwarte gat’ is gericht op de twijfel die ontstaat bij pleegouders in de overweging om zich aan te melden als pleegouder na een informatieavond. ‘The mystery box’ beschrijft de vaak langdurige matchingsprocedure en hoe dit niet altijd aansluit bij het beeld dat pleegouders hebben van een tekort aan pleegouders. De kansrijke probleemgebieden bieden mogelijkheden om pleegzorg te verbeteren.

Respondentenlijst

Veel mensen hebben meegewerkt aan dit project. Vanuit hun eigen ervaring en professionele functie heeft de openheid en eerlijke feedback geleid tot waardevolle inzichten een aanscherping van concepten.



Anne-Marie	service designer	explore
Ard	strateeg marketing/communicatie	explore
Arjan	pleegouder langdurig	understand
Beate	pleegouder langdurig/crisis	materialise
Carien	pleegouder weekend	materialise
Danielle	jeugdhulp Jarabee	understand
Elles	pleegzorgbegeleider Parlan	materialise
Elli	project manager YOIN	explore
Erik	pleegouder langdurig	materialise
Esther	raad van bestuur Juzt	explore
Fatima	aspirant-pleegouder	materialise
Ingrid	matcher Spirit	understand
Jacqueline	jeugdhulp Juvent	understand
Jacqueline	manager thuisteam Staedion	explore
Joanne	jeugdhulp Elker	understand
Jolanda	marketing/communicatie Jeugdformaat	explore
Jolanda	pleegouder crisis	materialise
Lisette	data analyst	explore
Loes	communicatie/marketing	explore
Maaïke	communicatie Spirit	und./explore
Marieke	jeugdhulp Sterk Huis	understand
Marije	aspirant-pleegouder	materialise
Mariska	jeugdhulp Pactum	understand
Marit	aspirant-pleegouder	materialise
Marleen	pleegouder langdurig	materialise
Matthijs	marketing/sales	explore
Meike	matcher Spirit	materialise
Melanie	biologische ouder	materialise
Melle	jeugdhulp Friesland	understand
Peter	Nederlandse Vereniging voor Pleeggezinnen	explore
Renata	pleegouder langdurig	und./mat.
Rina	matcher Parlan	materialise
Roger	jeugdhulp Xonar	understand
Ruben	innovatie strateeg	explore
Sam	service designer	explore
Sander	pleegouder weekend, pleegouderraad	und./mat.
Saskia	trainer Spirit	understand
Suus	pleegzorgbegeleider Parlan	materialise
Tim	data analyst	explore
Tim	pleegouder langdurig/ crisis, pleegouderraad	und./mat.
Tiny	jeugdhulp Friesland	understand
Titia	matcher Spirit	materialise
Tysia	aspirant-pleegouder	materialise
Willem	jeugdhulp Horizon	understand
Wilma	pleegzorgbegeleider Parlan	materialise

Character design via Humaaans.
Free for commercial or personal use.
CC Attribution 4.0 International License

GARAGE
2020
AMSTERDAM

 **Ynformed**
a company of Royal HaskoningDHV

Twynstra Gudde

essense





