

Auteur: Ramon Huisman
Studentnummer: 1085825

Opdrachtgever: Gemeente Alphen aan den Rijn
Bedrijfsbegeleiders: A. Keijzer
L. van der Hulst

Afstudeerbegeleider: B. van Hamersveld
Eerste beoordelaar: M. Schriemer
Tweede beoordelaar: nader te bepalen

Datum: 25 mei 2018
Plaats: Alphen aan den Rijn
Inleverdatum kans 1: 25 mei 2018

Communicatie op niveau

Een onderzoek naar de communicatie van de gemeente
Alphen aan den Rijn met de statushouders

Alphen aan den Rijn

Voorwoord

Voor u ligt mijn scriptie met de titel 'Communicatie op niveau'. Voordat u kennis neemt van dit rapport is het goed om een aantal achtergronden te delen. Het grootste deel van mijn 22-jarige leven heb gewoond in de gemeente Alphen aan den Rijn. Ik ben hier geboren en getogen. Toen ik begon met mijn afstudeeropdracht bij de gemeente Alphen aan den Rijn ging er dan ook een nieuwe wereld voor mij open in een stad die ik dacht te kennen als mijn broekzak.

Communicatie heeft mij op veel verschillende, heel bijzondere plekken gebracht. In het 3^e jaar van de opleiding heb ik de opgedane kennis over communicatie mogen toepassen bij het fantastische platenlabel 'Blackout Music' in Utrecht. Het ging toen vooral om communicatie met de fans/liefhebbers van de muziek die het label uitbracht, waaronder de promotie en verkoop van merchandise tijdens concerten. Nu, ongeveer twee jaar later, heb ik 'communicatie' in een volledig andere organisatie en op een andere manier mogen toepassen. Juist deze diversiteit spreekt mij zeer aan en heeft mijn enthousiasme voor dit vakgebied vergroot: communicatie is namelijk overal aanwezig en onmisbaar.

Mijn afstudeerproject bij de gemeente Alphen aan den Rijn was een zeer leerzaam traject voor mij. Niet alleen heb ik kennis gemaakt met de gemeentelijke organisatie, ook het onderwerp 'statushouders' was nieuw voor mij. Ik voel me verrijkt doordat ik kennis heb mogen nemen van dit complexe, maatschappelijke zeer relevante en zeer actuele vraagstuk en ook kennis te maken met statushouders en de ambtenaren die deze mensen begeleiden op hun weg naar maatschappelijke participatie.

Het onderzoek naar de communicatie van de gemeente Alphen aan den Rijn met de statushouders is goed verlopen en heeft interessante inzichten en verbeterpunten voor de gemeente opgeleverd. Ik hoop daarom dat de conclusies en aanbevelingen in dit rapport een vervolg krijgen binnen de gemeente.

Ik heb deze opdracht niet kunnen uitvoeren zonder hulp en begeleiding van vele mensen. Het gaat te ver om hier iedereen te noemen die me bij het onderzoek heeft geholpen met hun inzichten, hulp en bijdragen, maar ik wil wel mijn speciale dank uitspreken aan A. Keijzer en L. van der Hulst, mijn bedrijfsbegeleiders van de gemeente en B. van Hamersveld, mijn afstudeerbegeleider van de Hogeschool Leiden en –last but not least- de statushouders die enthousiast, betrokken en open en eerlijk hebben meegewerkt aan mijn onderzoek.

Ramon Huisman

Inhoudsopgave

Voorwoord.....	2
Inhoudsopgave.....	3
1. Samenvatting.....	5
2. Probleemformulering	
2.1 Aanleiding.....	7
2.2 Probleemstelling.....	7
2.3 Doelstelling.....	8
2.4 Deelvragen.....	8
2.5 Doelgroep.....	8
2.6 Begrenzings.....	9
3. Situatieschets	
3.1 De gemeente Alphen aan den Rijn.....	10
3.2 De participatiewet.....	11
3.3 De huidige communicatievoorziening.....	11
3.4 Problematiek statushouders.....	12
4.Theoretisch kader	
4.1 Literatuuronderzoek.....	14
4.2 Conceptueel model.....	16
4.3 Hypothesen.....	17
5. Methodologie	
5.1 Methode van onderzoek.....	19
5.2 Datacollectie.....	19
5.3 Respondenten.....	20
5.4 Operationalisatie.....	21
5.5 Toetsing van de hypothesen.....	22
6. Resultaten.....	24
7. Conclusies	
7.1 Conclusie deelvraag 1.....	25
7.2 Conclusie deelvraag 2.....	25
7.3 Conclusie deelvraag 3.....	25
7.4 Toetsen van hypothesen.....	26
7.5 Beantwoording probleemstelling.....	27
7.6 Beantwoording doelstelling.....	27

8. Aanbevelingen

8.1 Informatiefundament.....	28
8.2 Communicatie op niveau.....	29

9. Implementatie

9.1 Statushouders in Alphen.....	31
9.2 Implementatiemodel.....	33

Literatuurlijst.....	35
----------------------	----

BIJLAGEN

A. Frequentietabellen.....	37
B. Brief: toekenning uitkering.....	38
C. Topic Guide.....	39
D. Verbatims.....	41
E. Analyseschema's.....	42
F. Showcards.....	43

1. Samenvatting

De gemeente Alphen aan den Rijn is één van de 380 gemeenten in Nederland en telt ongeveer 110.000 inwoners. De gemeente Alphen ontfermt zich momenteel ook over 574 statushouders van overwegend Syrische en Eritrese afkomst. Een statushouder is een vluchteling die in Nederland een verblijfsvergunning krijgt en daar mag beginnen met zijn of haar inburgering. De gemeente ondersteunt haar statushouders via verschillende middelen, zoals trainingen en participatiecoaches.

De gemeente wil graag dat statushouders tijdens het inburgeringstraject als stappen zetten richting de Nederlandse arbeidsmarkt. Hierdoor leren statushouders de cultuur kennen en kunnen zij zich alvast voorbereiden op werken en wonen in Nederland. Uit cijfers van de gemeente blijkt echter dat slechts 94 van de 574 statushouders momenteel maatschappelijk participeert via betaald werk en vrijwilligerswerk. Ook nationaal gezien is maatschappelijke participatie van statushouders nog laag: uit cijfers van het CBS blijkt dat ongeveer 90% van de statushouder 1,5 jaar na het verkrijgen van een verblijfsvergunning nog steeds afhankelijk is van de uitkering. Onder statushouders die al 2,5 jaar een verblijfsvergunning hebben, is dit 84%.

De gemeente wil daarom onderzoek laten verrichten naar de rol die communicatie kan spelen bij de maatschappelijke participatie van statushouders en heeft hiervoor een student van de Hogeschool Leiden in dienst genomen. De student zal onderzoeken hoe communicatie kan bijdragen aan (betere) maatschappelijke participatie van statushouders. De onderzoeker doet dit aan de hand van drie deelvragen: "hoe ziet de huidige groep statushouders eruit in de gemeente Alphen?", "Welke middelen zet de gemeente in om betrokkenheid te creëren?" en "Wat zijn de wensen en behoeften van statushouders als het gaat om communicatie over maatschappelijke participatie. Door deze deelvragen te beantwoorden, kan de onderzoeker een communicatieadvies opstellen die zich richt tot specifieke wensen van statushouders in de gemeente Alphen aan den Rijn.

De onderzoeker heeft verschillende theorieën in kaart gebracht die bij kunnen dragen aan dit onderzoek. Uiteindelijk is gekozen om de Communication Escalator van Quirke (2008) te gebruiken als conceptueel model. Dit model voorspelt dat de betrokkenheid van ontvangers in verhouding staat met de interactiviteit van communicatiemiddelen. Naarmate de interactiviteit van communicatiemiddelen groeit, zal dit dus invloed hebben de betrokkenheid van ontvangers. Betrokkenheid is goed, omdat het volgens Allen & Meyer (1990) zorgt voor meer inzet en een hogere productiviteit.

De onderzoeker maakt gebruik van deskresearch en kwalitatief onderzoek om uiteindelijk de centrale onderzoeksvraag te beantwoorden. Voor deskresearch is gekozen omdat er al nuttige informatie aanwezig is binnen de gemeente. De onderzoeker doet aanvullend kwalitatief onderzoek om de wensen en behoeften van statushouders in kaart te brengen. De keuze is gemaakt om dit middels kwalitatief onderzoek te doen, omdat de onderzoeker op zoek is naar achtergronden en beweegredenen over hoe en waarom statushouders bepaalde communicatiemiddelen wel of juist niet willen hebben. Daarnaast toetst de onderzoeker of het huidige communicatiepakket bijdraagt aan de betrokkenheid van statushouders.

Aan de hand van face-to-face-interviews heeft de onderzoeker de huidige communicatiesituatie getoetst. Aan respondenten is vervolgens gevraagd om via showcards aan te geven welke communicatiemiddelen zij nog meer behoeven als het gaat om maatschappelijke participatie. In de interviews was er tevens ruimte voor op- en aanmerkingen en tips van statushouders voor de gemeente.

Uit het onderzoek blijkt dat veel statushouders behoefte hebben aan duidelijke informatie over maatschappelijke participatie. Veel gekozen communicatiemiddelen zijn: 'de website', 'informatieboekje' en 'YouTube'. Meerdere respondenten geven aan dat zij in eerste instantie duidelijke informatie willen. Wanneer zij daar vragen over hebben, willen zij zelf interactie zoeken met de gemeente door middel van de participatiecoach, het serviceplein of de papierwinkel. Echter, meerdere respondenten benoemen dat zij wel behoefte hebben een groei in interactieve communicatie, bijvoorbeeld via training, bedrijfsbezoeken en stages.

De onderzoeker adviseert de gemeente om allereerst een informatiefundament op te zetten waardoor alle statushouders in ieder geval voorzien zijn van informatie. De onderzoeker heeft een conceptwebsite opgezet onder de naam SIA.nl, oftewel 'statushouders in Alphen'. Deze website krijgt aanvulling van informatieboekjes en YouTube-filmpjes. De onderzoeker adviseert ten tweede dat de gemeente 'communicatie op niveau' moet leveren. Dit betekent dat de inzet van communicatiemiddelen sterk afhankelijk is van de behoeften, motivatie en vaardigheden van de ontvanger. De onderzoeker adviseert de gemeente om hun doelgroepen te bepalen aan de hand van de Skill & will matrix van Landsberg. De verdere invulling van communicatiemiddelen kan de gemeente doen met behulp van de Communication Escalator van Quirke (2008).

2. Probleemformulering

In dit hoofdstuk komen de aanleiding, probleemstelling, doelstellingen, deelvragen, doelgroep en grenzen van het onderzoek aan de orde.

2.1 Aanleiding

De gemeente Alphen aan den Rijn ontfermt zich momenteel over 574 statushouders van overwegend Syrische en Eritrese afkomst. De positie van 'statushouder' krijgt een vluchteling zodra hij of zij in het asielzoekerscentrum is toegewezen aan een gemeente en een termijn van drie jaar krijgt om daar te slagen voor het inburgeringsexamen. De gemeente Alphen aan den Rijn begeleidt deze statushouders door ze te huisvesten, een uitkering toe te kennen en door ze te koppelen aan een participatiecoach (p-coach), die ze verder begeleidt naar taalscholing, stages, cursussen en (vrijwilligers)werk.

De gemeente Alphen aan den Rijn wil dat statushouders tijdens de driejarige inburgeringstermijn al stappen zetten richting de Nederlandse arbeidsmarkt. Hierdoor maken ze kennis met de Nederlandse cultuur en bereiden zij zich voor op hun toekomst in de Nederlandse maatschappij. Uit de maandelijkse query van de gemeente blijkt echter dat momenteel slechts 94 van 575 statushouders binnen de gemeente Alphen aan den Rijn maatschappelijk participeert via betaald werk en vrijwilligerswerk (zie Bijlage A, tabel 6). Dat betekent dat de gemeente Alphen aan den Rijn de overige niet-werkende statushouders moet voorzien van sociale bijstand.

De nog tegenvallende maatschappelijke participatie van statushouders is op veel plekken in Nederland een probleem. Uit cijfers van het CBS-onderzoek van 17 april 2018 blijkt dat van de statushouders die nu 1,5 jaar een verblijfsvergunning hebben slechts 4% inmiddels een betaalde baan heeft. Onder statushouders die al 2,5 jaar hun verblijfsvergunning hebben, is dit 11%. Het CBS concludeert daarnaast dat ongeveer 90% van de statushouder 1,5 jaar na het verkrijgen van een verblijfsvergunning nog steeds afhankelijk is van de uitkering. Onder statushouders die al 2,5 jaar een verblijfsvergunning hebben, is dit 84%. (CBS, 2018)

De gemeente Alphen aan den Rijn wil onderzoek laten verrichten naar de belemmeringen die statushouders ervaren bij maatschappelijke participatie. Volgens de gemeente zijn deze belemmeringen een gevolg van onwetendheid over de mogelijkheden van werken in Nederland en onduidelijkheid over de consequenties van werkaanvaarding.

2.2 Probleemstelling

Er is een centrale vraag opgesteld om tot goed advies te komen.

Uit de aanleiding blijkt dat er het merendeel van statushouders in Alphen aan den Rijn en in Nederland nog niet of onvoldoende maatschappelijke participeert. Dit is een serieus probleem dat volgens de gemeente vooral te maken heeft met onwetendheid en onduidelijkheid over werken in Nederland. De verwachting is dat dit door (betere) communicatie kan worden aangepakt. De vraag is of dit zo is en –zo ja- welke vorm/instrumenten van communicatie hiervoor het beste kunnen worden ingezet. De probleemstelling luidt daarom als volgt:

Hoe kan de gemeente Alphen aan den Rijn de maatschappelijke participatie van statushouders verbeteren door van middel van (betere) communicatievoorziening hierover?

Dit onderzoek geeft inzicht in wat statushouders aangeven nodig te hebben voor (hun) maatschappelijke participatie in de gemeente. De onderzoeker kan op basis hiervan keuzes maken voor de inzet van de juiste communicatiemiddelen door de gemeente. De mate van betrokkenheid van de statushouder blijkt hierbij een belangrijke rol te spelen; dit is mede bepalend voor de keuze van het theoretisch model van het onderzoek (zie hoofdstuk 3, Theoretisch kader').

2.3 Doelstelling

De doelstelling in dit onderzoek luidt als volgt:

“Inzicht geven in de wensen en behoeften van statushouders met betrekking tot de communicatievoorziening over de maatschappelijke participatie, als basis voor het uitwerken van een communicatiestrategie gericht op het inzetten van communicatiemiddelen die bijdragen aan maatschappelijke participatie.”

Om goed te communiceren met statushouders, heeft de gemeente inzicht nodig in de wensen en behoefte van haar doelgroep. Om hierbij maatschappelijke participatie te bewerkstelligen, moet de gemeente inzicht krijgen in wat de statushouders beweegt. Het doel van dit onderzoek is daarom om te inventariseren welke wensen en behoeften statushouders hebben als het gaat om voorlichting over (het doorstromen naar) werk. Aan de hand van de wensen en behoeften van statushouders kan de onderzoeker een passend advies geven over hoe communicatie kan bijdragen aan de activering van maatschappelijke participatie.

2.4 Deelvragen

Om de centrale vraag te beantwoorden, zijn er drie deelvragen opgesteld. Deze luiden als volgt:

Deelvraag 1: Wat doet de gemeente nu om statushouders te laten participeren?

De gemeente Alphen aan den Rijn zet momenteel verschillende communicatiemiddelen in om maatschappelijke participatie te bevorderen. De beantwoording van deze deelvraag maakt inzichtelijk welke communicatiemiddelen de gemeente hiervoor op dit moment gebruikt. Om deze deelvraag te beantwoorden zet de onderzoeker deskresearch in en doet intern onderzoek naar de verschillende communicatievormen van de gemeente met betrekking tot maatschappelijke participatie.

Deelvraag 2: Hoe ziet de groep statushouders eruit in de caseload van Alphen?

De groep statushouders binnen de gemeente Alphen is erg divers. Deze deelvraag geeft inzicht in hoe de groep statushouders is ingedeeld op basis van de factoren leeftijd, geboorteland, geslacht en maatschappelijke positie. Deze deelvraag is relevant voor het in kaart brengen van de doelgroep en geeft inzicht in de totale statushoudercaseload in Alphen aan den Rijn. De onderzoeker beantwoordt deze deelvraag door middel van deskresearch; hiervoor zal hij de interne query van 1 april 2018 analyseren aan de hand van de bovengenoemde factoren.

Deelvraag 3: Wat zijn de wensen en behoeften van statushouders met betrekking tot maatschappelijke participatie?

Deze deelvraag geeft inzicht in de wensen en behoeften van statushouders ten aanzien van de communicatie(middelen) die gemeente inzet om maatschappelijke participatie te bevorderen. Aan de hand van deze wensen en behoeften kan de gemeente haar huidige communicatiemiddelen beoordelen en (eventueel) nieuwe communicatievormen ontwikkelen. De onderzoeker beantwoordt deze deelvraag met behulp van fieldresearch en zal door middel van face-to-face-interviews de wensen en behoeften van statushouders toetsen. Hierbij staat de mate van betrokkenheid van de statushouder centraal om dat deze bepalend is voor (de mate van interactiviteit van) de in te zetten communicatiemiddelen.

2.5 Doelgroep

De onderzoeksdoelgroep is geformuleerd aan de hand van de query van de gemeente (hoofdstuk 6). Deze caseload bestaat voor 60% uit Syriërs en voor 20% uit Eritreeërs. Omdat dit binnen de statushoudercaseload de twee meest vertegenwoordigde landen van herkomst zijn en samen goed zijn voor 80% van de totale caseload, richt het onderzoek zich op statushouders uit deze landen. Vanwege het veelal lage groeipotentieel van statushouders van boven de 50 jaar is gekozen voor een leeftijdsgrens van 49. De minimumleeftijd voor dit onderzoek is 18 jaar, omdat er geen statushouders binnen de caseload vallen die jonger zijn. Voor deelname aan het onderzoek is het tevens een

voorwaarde dat respondenten geen last moeten van fysieke of mentale beperkingen, omdat dit (in hoge mate) invloed kan hebben op de uitstroom van de respondent.

2.6 Begrenzungen

De doelgroep van het onderzoek is:

Statushouders uit Syrië en Eritrea tussen de 19 en 49 jaar oud, die vallen binnen de caseload van de gemeente Alphen aan den Rijn.

Dit onderzoek kent een aantal begrenzungen. Allereerst focust het onderzoek niet op culturen, cultuurverschillen en hoe verschillende culturen omgaan met communicatie. De onderzoeker kan en zal dus geen uitspraak doen over de Syrische of Eritrese manier van communiceren en/of hoe zich dat verhoudt tot de Nederlandse manier van communiceren. Een eventueel vervolgonderzoek zou kunnen gaan over de invloed van cultuur op communicatie; met name de verschillen en overeenkomsten tussen de Syrische, Eritrese en Nederlandse cultuur.

Daarnaast is er voor dit onderzoek geen onderscheid gemaakt tussen mannelijke en vrouwelijke statushouders. De onderzoeker gaat er van uit dat wensen en behoeften met betrekking tot communicatie weinig of geen relatie hebben met het geslacht van de respondenten.

Dit onderzoek bevat geen analyse van de aanpak van andere (omliggende) gemeenten, maar richt enkel op de gemeente Alphen aan den Rijn en statushouders die binnen deze caseload vallen. Een mogelijk vervolgonderzoek zou dus kunnen gaan over de aanpak van andere Nederlandse gemeenten met betrekking tot de maatschappelijke participatie van statushouders.

Tot slot houdt dit onderzoek geen rekening met de wensen en behoeften van Nederlandse werkgevers, terwijl zij wel een grote rol spelen in de maatschappelijke participatie van statushouders. Een mogelijk vervolgonderzoek kan dus gaan over de communicatie aan werkgevers over maatschappelijke participatie van statushouders en de condities/ omstandigheden waaronder zij bereid zijn statushouders te voorzien van betaald werk of vrijwilligerswerk.

3. Situatieschets

3.1 De gemeente Alphen aan den Rijn

De gemeente Alphen aan den Rijn is één van de 380 gemeenten in Nederland (CBS, 2018). Haar taken moeten een direct belang hebben voor burgers en ze voert zowel eigen beleid als landelijk beleid uit (Rijksoverheid, z.j.). Voorbeelden van taken die gemeenten uitvoeren, zijn:

- Het toekennen en uitgeven van een uitkering;
- Het uitgeven van officiële documenten, zoals een rijbewijs of ID-kaart;
- Toezicht houden op de woningbouw en afspraken maken met woningbouwcorporaties;
- de uitvoering van de Wet maatschappelijke ondersteuning en de Participatiewet.

De gemeente Alphen aan den Rijn ligt in Zuid-Holland en bestaat naast de gelijknamige stad uit meerdere dorpen en buurtschappen, waaronder Aarlanderveen, Boskoop en Koudekerk aan den Rijn. Momenteel telt de gemeente Alphen aan den Rijn zo'n 110.000 inwoners (Alphen aan den Rijn In Cijfers, 2018).

Statushouders

Een statushouder (ook wel 'vergunninghouder' genoemd) is een asielzoeker die hier in Nederland een verblijfsvergunning heeft ontvangen en naar een eigen woning mag verhuizen. De statushouder is voor zijn vertrek uit het asielzoekerscentrum gekoppeld door het *Centraal Orgaan opvang Asielzoeker* (COA) aan een gemeente. Nederlandse gemeenten krijgen van de Rijksoverheid de taak om elk half jaar een bepaald aantal statushouders te huisvesten binnen de eigen gemeente. De COA plaatst statushouders vaak in gemeenten waar het asielzoekerscentrum aan is gekoppeld, maar het komt ook voor dat statushouders naar een andere regio verhuizen door bijvoorbeeld opleidingen, specifieke medische aandacht of gezins- en familiehereniging. (COA, z.j.). Een specifiekere toelichting van de statushoudercaseload in de gemeente Alphen aan den Rijn is te vinden in hoofdstuk 6: resultaten.

Participatieladder VNG

De gemeente Alphen aan den Rijn maakt voor hun statushoudercaseload gebruik van de participatieladder van de VNG. De participatieladder van de VNG is een instrument dat een duidelijk beeld geeft van hoe doelgroepen het doen omtrent hun inburgering, integratie en educatie. Het instrument bestaat uit zes niveaus en kan een handvat zijn voor vragen als: van welke individuen valt vooruitgang te verwachten? Is terugval te voorkomen? In welke doelgroepen kunnen we meer investeren? Gemeenten kunnen de participatieladder van het VNG gebruiken door tenminste één keer per jaar in te voeren op welke trede een participant zich bevindt, welke mate van groeipotentie hij of zij heeft en welke relevante klantkenmerken opvallen. In figuur 3.3 de participatieladder van de VNG. (VNG, 2010, p.3).



Figuur 3.3: De participatieladder (VNG, 2010, p. 5)

3.2 De participatiewet

De Participatiewet is een landelijke wet die opgesteld is voor eenieder die in staat is om te werken, maar dit niet zonder hulp of ondersteuning kan realiseren. Het doel van de participatiewet is volgens het kabinet om zoveel mogelijk mensen mee te laten doen (oftewel laten participeren) in de maatschappij. De gemeenten dragen sinds 1 januari 2015 de verantwoordelijkheid voor re-integratie van individuen met een werkbeperking of als ze ver van de arbeidsmarkt af staan. De gemeenten zijn verantwoordelijk voor de uitvoering van deze wet en moeten er dus voor zorgen dat eenieder die werkgeschikt ook daadwerkelijk aan de slag gaat. De Rijksoverheid verwacht van gemeenten dat zij statushouders ondersteuning bieden op weg naar werk en waar nodig het salaris aanvullen tot de minimumgrens. (Rijksoverheid, 2016)

De participatiewet versus de inburgeringsplicht

Naast de participatiewet hebben statushouders ook nog de inburgeringsplicht bij DUO. Op het moment dat een statushouders het asielzoekerscentrum verlaat, is hij of zij gekoppeld aan een gemeente waar het inburgeringstraject van start gaat. Voor dit traject krijgen statushouders maximaal drie jaar de tijd, deze periode heet 'de inburgeringstermijn'. Tijdens de inburgeringstermijn is de statushouders verplicht om naar een taalschool te gaan om voor te bereiden op het inburgeringsexamen. De kosten die statushouders hiervoor maken, kunnen zij dekken via een lening van DUO. Als een statushouder binnen de inburgeringstermijn slaagt voor zijn of haar inburgeringsexamen, dan scheldt DUO de lening kwijt. Het inburgeringstraject van DUO en de Participatiewet staan volledig los van elkaar en het grote verschil tussen beide is dat de inburgeringsplicht nationaal voor iedereen hetzelfde is, terwijl gemeenten de aanpak van de participatiewet zelf mogen invullen.

3.3 De huidige communicatievoorziening

De onderzoeker beantwoordt in deze paragraaf deelvraag 1: "wat doet de gemeente nu om statushouders te laten participeren?"

(Pre)huisvesting

Wanneer een statushouder een woning krijgt in de gemeente Alphen aan den Rijn, krijgt hij of zij na het ondertekenen van de huurovereenkomst een uitgebreide voorlichting van de gemeente over werken en wonen in Nederland. In dit gesprek komen verschillende onderwerpen aan bod, zoals informatie over taalscholing, informatie over de normen en waarden van wonen in Nederland (bijvoorbeeld de omgang met burens) en de verwachting van de gemeente ten aanzien van werkaanvaarding. Daarnaast organiseert de gemeente Alphen aan den Rijn een prehuusvestingbijeenkomst waar nieuwe statushouders (die zijn toegewezen aan de gemeente en wachten op hun huisvesting) kennismaken met de gemeente en informatie krijgen van de gemeente over de rechten, plichten en verwachtingen omtrent hun integratie. Bij deze bijeenkomst zijn er vaak één of meerdere vertalers aanwezig om de informatie over te brengen.

Brief

De statushouder ontvangt twee weken na de huisvesting een brief in het Nederlands van de gemeente Alphen aan den Rijn (zie Bijlage B). Deze brief draagt het onderwerp 'toekenning uitkering' en gaat over hoogte van de uitkering, toeslagen, aflossingen, vermogen en verplichtingen zoals arbeids-, inlichtingen- en medewerkersverplichting. Deze brief stuurt de gemeente eenmalig aan het begin van het inburgeringstraject.

Participatiecoaches

De participatiecoaches van de gemeente voeren persoonlijke gesprekken met statushouders. Dit gebeurt op aanvraag van de statushouders zelf; wanneer zij bijvoorbeeld met vragen, moeilijkheden of onduidelijkheden zitten, kan de statushouder zijn of haar P-coach benaderen voor een gesprek. Anderzijds kan de participatiecoach ook een aanvraag tot een gesprek indienen wanneer hij of zij opmerkt dat een statushouder hulp en advies nodig heeft. Naast de persoonlijke gesprekken onderhouden de participatiecoaches ook het contact met hun klanten via de telefoon, e-mail, sms en WhatsApp.

Training

Vanaf januari 2018 is de gemeente verschillende trainingen aan het opzetten. Bijvoorbeeld de KIXworks-trainingen die de gemeente samen met aantal instanties heeft opgezet. In deze trainingen krijgen de statushouders informatie over onderwerpen zoals werksectoren en normen en waarden op de Nederlandse werkvloer. Deze trainingen zijn erg interactief, en dagen de statushouders uit om na te denken over hun weg naar een baan of opleiding. De meeste KIXWorks-trainingen vinden plaats in het gemeentehuis, maar het traject organiseert ook bedrijfsbezoeken en sportmiddagen.

Serviceplein

Op het gemeentehuis van Alphen aan den Rijn kunnen statushouders terecht voor vragen en onduidelijkheden over bijvoorbeeld: werk, schulden, leerplicht, inkomen, zorg en welzijn. Dit heet 'het serviceplein' en is openbaar en toegankelijk voor eenieder die hulp of ondersteuning behoeft. Het serviceplein is een initiatief van de gemeente Alphen aan den Rijn in samenwerking met lokale uitvoeringsorganisatie Participe.(Participe, z.d.)

Papierwinkel

De gemeente Alphen aan den Rijn werkt samen met Tom in de Buurt, een organisatie die zich inzet voor zorg en welzijn in de gemeenten Alphen aan den Rijn, Nieuwkoop en Kaag en Brasem (TomindeBuurt, z.j.). De gemeente heeft een contract met Tom in de buurt waarin zij bepaalde taken overnemen van de gemeente, zoals persoonlijke hulp aan huis, ondersteuning bij administratie en het organiseren van sociale activiteiten. Een van die activiteiten van Tom in de Buurt is de zogenaamde 'papierwinkel' waar statushouders hulp kunnen aanvragen voor bijvoorbeeld het invullen van formulieren, het aanvragen van toeslagen of het bijhouden van administratie. De papierwinkel is beschikbaar op woensdagmiddag tussen 14:00 en 16:00 en statushouders kunnen hier zonder afspraak terecht (TomindeBuurt, 2015).

3.4 Problematiek statushouders

De gemeente Alphen aan den Rijn merkt dat er veel onduidelijkheid is bij statushouders als het gaat om sociale deelname tijdens het inburgeringstraject. De gemeente heeft geconstateerd dat deze belemmeringen deels komen door de ongestructureerde en beperkte communicatievoorziening over dit participatietraject en dat deze niet voldoende informatie geeft over de mogelijkheden, rechten en plichten in Nederland. Daarnaast kampen statushouders vaak ook met persoonlijke problemen of onduidelijkheden. De problematiek is aan de hand van de volgende onderwerpen toegelicht:

Taal en timing

Alle communicatiemiddelen van de Gemeente Alphen over participatie zijn in de Nederlandse taal geschreven vanuit de gedachtegang "de statushouders moet zich aanpassen aan Nederland". Daarnaast zijn deze brieven inhoudelijk bovendien erg complex. De onderwerpen die de gemeente communiceert, denk aan toeslagen, belastingen, huisvesting en uitkering, zijn lastig voor individuen die de Nederlandse taal nog niet lang beheersen.

De statushouders ontvangen de informatie over de participatiewet op hetzelfde moment als alle overige informatie over bijvoorbeeld huisvesting, belastingen en toeslagen middels. De gemeente stuurt in de tweede week van het inburgeringstraject al de brief met alle informatie, wanneer statushouders nog minimale ervaring hebben met de Nederlandse taal. Deze hoeveelheid aan informatie, in combinatie met de erg vroege timing en de nog slechte beheersing van de Nederlandse taal, zorgt er mede voor dat de boodschap niet goed blijft hangen.

Persoonlijke problematiek van de statushouders

Wanneer de participatiecoaches persoonlijke gesprekken voeren met statushouders, gaan deze vaak over acute problemen waar de statushouders mee zit, zoals onduidelijkheid of angst rondom financiën, gezinshereniging of kinderopvang. Ook hebben statushouders te maken fysieke en of mentale belemmeringen, hieronder vallen bijvoorbeeld ook trauma's. Statushouders die kampen met persoonlijke problemen, onduidelijkheden of belemmeringen, zijn vaak niet bezig met hun sociale deelname.

Spanningsveld tussen participatiewet en inburgeringsplicht

Een statushouder krijgt drie jaar om in te burgeren, binnen deze termijn is de statushouder verplicht te

slagen voor zijn of haar inburgeringsexamen (DUO, z.d.). Naast de lening die statushouders kunnen afsluiten bij DUO, ontvangen zij van de gemeente gedurende het inburgeringstraject maandelijks een uitkering. Deze inkomsten zijn bedoeld om de nieuwe woning in te richten, te betalen voor taalscholing en de persoon of familie te voorzien van inkomsten terwijl zij kunnen focussen op het leren van de Nederlandse taal en het inburgeringsexamen. Statushouders denken echter vaak dat ze tijdens het driejarige inburgeringstraject zich alleen hoeven te richten op het inburgeringsexamen van DUO, terwijl de gemeente juist stelt dat statushouders tijdens het inburgeringstraject al de eerste stappen naar de arbeidsmarkt kunnen zetten.

Uitkering

Bij statushouders in Alphen aan den Rijn is er veel onduidelijkheid over de gevolgen voor de uitkering wanneer zij ergens werk aanvaarden. Participatiecoaches horen bijvoorbeeld van statushouders dat zij geen parttimewerk willen aannemen, omdat zij dan (een hoop) minder zouden verdienen dan de uitkering. Deze onduidelijkheid over de gevolgen van werkaanvaarding kunnen belemmerend zijn voor de uitstroom van statushouders.

4. Theoretisch kader

4.1 Literatuuronderzoek

In deze paragraaf licht de onderzoeker de verschillende stromingen toe die relevant zijn voor het onderzoek. Aan de hand van deze stromingen benoemt de onderzoeker een aantal theorieën en geeft aan of deze wel of niet bruikbaar zijn voor dit onderzoek.

Overheidscommunicatie

Het belang van overheidscommunicatie om de kloof tussen burger en politiek te verkleinen is de afgelopen jaren toegenomen; de overheid wil beter luisteren naar burgers om daarmee haar beleid te kunnen legitimeren. Burgers zijn daarnaast kritischer, kieskeuriger en mondiger geworden en zoeken bovendien zelf actiever naar invloed en informatie (Eberg, 2006, p.3). Er bestaat een breed scala aan onderwerpen waarover de overheid communiceert met haar bevolking: het kan gaan om het stoppen (of afremmen) van ongewenst gedrag, zoals gedrag dat een schadelijke invloed heeft op gezondheid, milieu of veiligheid. Anderzijds kan de overheid ook het doel hebben om maatschappelijk gewenst gedrag te bewerkstelligen bij haar bevolking, zoals het beïnvloeden van de opkomst bij verkiezingen of de deelname aan publieke taken. Tot slot communiceert de overheid ook met haar bevolking over nieuwe wet- en regelgeving, plannen en mogelijkheden en economische overwegingen. (Pol, 2013, p. 16)

Communicatie is voor de overheid één van de middelen die kan bijdragen aan verandering, maar communicatie heeft daar niet het alleenrecht op. De overheid kan ook gebruik maken van andere beïnvloedingstechnieken zoals straffen, beloningen, dwang en voorbeeldgedrag om verandering te bewerkstelligen. Overheidsinstanties kunnen communicatie inzetten als zelfstandig middel om de kennis, houding of gedrag van ontvangers te beïnvloeden. De meerwaarde van communicatie als zelfstandig middel ligt in de duurzame oplossing die het biedt; bij andere beïnvloedingstechnieken, zoals straffen of dwang, verwatert het afgedwongen gedrag vaak op het moment dat de controle op de naleving stopt. Wanneer overheidsinstanties beloningen gebruiken als beïnvloedingstechniek, is het gewenste gedrag vaak maar voor korte tijd zichtbaar. Communicatie is tevens een voordeligere manier van beïnvloeden; de handhaving van gedrag is vaak duur omdat er veel mankracht en administratie bij komt kijken. (Pol, 2013, p. 17)

Overheidsinstanties bestempelen de toepassing van communicatie als instrument voor gedragsverandering al jaren als problematisch: communicatiecampagnes die een gedragsverandering weten te bewerkstelligen zijn vaker uitzondering dan regel. Gedrag beïnvloedende communicatie is daarom nog steeds een grote uitdaging voor overheidsinstanties. Zoals in de vorige alinea genoemd, resulteren andere gedrag beïnvloedende technieken zoals straffen, belonen of dwang vaak in ongewenste bijwerkingen, zoals het gevoel van bemoei- en regelzucht van de overheid of beperking van de individuele vrijheid. Met het toepassen van wetenschappelijk inzichten kan in de overheidscommunicatie nog veel winst boeken, vanwege de veelal ontoereikende inzichten die tot dusver zijn gebruikt om gedrag te veranderen. (Pol, 2013, p. 19-20)

Voor dit onderzoek is het zogenaamde 'communicatiekruispunt' van Van Ruler een relevante theorie omdat deze bruikbare inzichten geeft over gedragsverandering door middel van communicatie. Dit model bestaat uit vier basisstrategieën: informeren, overreden, formeren en dialogiseren. (Van Ruler, 1998) De onderzoeker kan met behulp hiervan de communicatiedoelgroep en -strategie bepalen en beargumenteren.

Participatie

Er zijn verschillende visies op de betekenis van participatie bij de overheid en/of politiek. Het begrip 'participeren' in overheidscommunicatie betekent vaak 'deelnemen aan bestuur'. Participatie is volgens sommigen erg laagdrempelig: activiteiten, zoals lezen over politieke kwesties in de krant of een politiek debat volgen op televisie, zijn al manieren van participeren. Anderen definiëren 'participeren' strakker en spreken pas hiervan wanneer een individu in direct contact heeft met bestuurders, bijvoorbeeld via protesten of demonstraties. Bij deze uitleg van 'participeren' gaat men er

van uit dat de politiek de overheid bestuurd, maar dat groepen van buitenaf voortdurend pleiten voor aandacht voor bepaalde onderwerpen en/of problemen. (Galjaard, 2002, p. 38)

Een andere vorm van participatie is inspraak. Hierbij gaat het vooral om overleg waarbij vraag en antwoord centraal staan. Hierbij stelt de overheid vragen, legt zij ideeën of voorstellen op tafel, licht zij toe wat volgens haar de oorzaak van het probleem is en luistert zij vervolgens naar de reactie van mensen die affiniteit hebben met het onderwerp. Aan de hand van de inspraak van belanghebbenden kan het bestuur bepalen wat er kan of moet gebeuren. (Galjaard, 2002, p. 38)

In de praktijk ontstaan er makkelijk misverstanden over het begrip 'participatie'. Binnen een gemeenteorganisatie hebben verschillende afdelingen ermee te maken, bijvoorbeeld door de 'Wet maatschappelijke ondersteuning' of de 'Wet participatiebudget'. Participatie kan echter uiteenlopende betekenissen hebben, afhankelijk van de context en actoren van participatie. Participatie kent vijf verschijningsvormen: economische participatie, politieke of beleidsparticipatie, onderwijsparticipatie, maatschappelijke participatie en sociale participatie. Tussen de twee laatstgenoemde vormen van participatie is de verwarring het grootst. Maatschappelijke participatie betekent deelnemen aan betaald werk, vrijwilligerswerk of opleiding. Sociale participatie gaat daarentegen over het 'simpelweg' deelnemen aan sociale activiteiten met vrienden, familie of kennissen. (Jager-Vreugdenhil, 2011, p.76-85)

Participatieladders

Er zijn een aantal pogingen gedaan om de verschillende vormen van participatie samen te brengen in één conceptueel kader. Deze staan bekend als 'participatieladders'. In een participatieladder zijn de verschillende niveaus van participatie gerangschikt. Ook hier kan verwarring ontstaan omdat verschillende participatieladders voor uiteenlopende disciplines zijn ontwikkeld. (Jager-Vreugdenhil, 2011, p. 88)

Voor dit onderzoek zijn er twee verschillende conceptuele participatieladders in beschouwing genomen. De eerste (en oudste) participatieladder komt uit 1969 en staat op naam van Arnstein. Deze participatieladder bestaat uit acht participatieniveaus die zijn onderverdeeld in drie vormen van burgerparticipatie: non-participation, tokenism en citizen power. Arnstein (1969) beschrijft het kritieke verschil tussen de 'echte kracht van participatie die nodig is om de resultaten van een proces te veranderen' en het 'lege ritueel van participatie'. De tweede participatieladder is die van Pröpper (2013). Deze bestaat uit zes verschillende participatieniveaus en zes bijbehorende bestuursstijlen. Deze zijn niet overlappend en dat is volgens Pröpper essentieel voor een correcte rolverdeling en duidelijke communicatie met de participant. (Pröpper, 2013). Beide participatieladders verschillen van elkaar in het aantal onderkende niveaus en hanteren uiteenlopende normen voor 'hoge' of 'lage' participatie. Het gebruik van een participatieladder is daarom afhankelijk van de persoon die hem opstelt en inzet: het is een normatieve keuze die afhankelijk is van het doel van de onderzoeker en de gewenste mate van participatie. (Jager-Vreugdenhil, 2011, p. 90).

De participatieladders van Pröpper en Arnstein zijn niet gekozen als conceptueel model voor dit onderzoek omdat deze in mindere mate gericht zijn op maatschappelijke participatie. De onderzoeker maakt wel gebruik van de participatieladder van de VNG (2010). Deze participatieladder richt zich volledig op maatschappelijke participatie en is bedoeld als gemeentelijk instrument om overzicht in caseloads te creëren. Het instrument doet geen voorspellingen en biedt geen handvatten voor het bewerkstellingen van verandering, maar levert wel ondersteuning bij de beantwoording van deelvraag 1: "Hoe ziet de groep statushouders eruit in de caseload van Alphen?"

Betrokkenheid

Bij betrokkenheid staat de 'binding' centraal die een medewerker ervaart ten opzichte van een organisatie. Net onderzoek van Allen en Meyer (1990) maakt onderscheid tussen drie soorten betrokkenheid. Bij affectieve betrokkenheid voelt iemand zich 'thuis' bij een organisatie en is verbonden met de missie en visie van de organisatie. Normatieve betrokkenheid gaat over een morele verplichting: het gevoel dat werknemers in de organisatie moeten blijven. Continuerende betrokkenheid betekent betrokkenheid door een gebrek aan alternatief, bijvoorbeeld door financiële afhankelijkheid. Betrokkenheid onder medewerkers is van groot belang omdat dit bijdraagt aan een hogere inzet voor de organisatie. Daarnaast draagt betrokkenheid bij aan hogere productiviteit, een

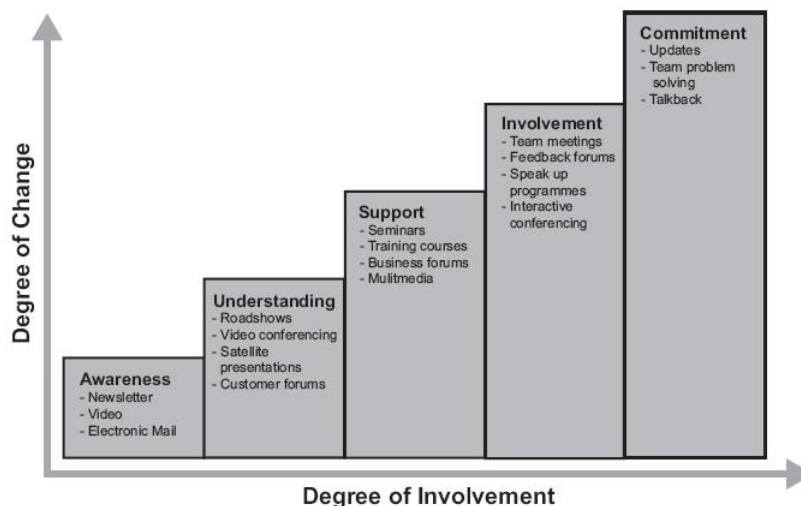
hogere kwaliteitseisen bij medewerkers en een vermindering van ziek- of afmeldingen. Wanneer medewerkers niet betrokken zijn bij een organisatie, kan dat een tegenwerkende of afremmende invloed hebben op het succes van de organisatie. (Allen & Meyer, 1990)

De 'Communication Escalator' van Quirke (2008) is het relevante model voor dit onderzoek; het laat zien hoe de een organisatie de mate van betrokkenheid kan verhogen door gebruik te maken van verschillende communicatiekanalen, oplopend in de mate van interactiviteit.

4.2 Conceptueel model

In deze paragraaf licht de onderzoeker het voor dit onderzoek gekozen conceptueel model toe.

De 'Communication Escalator' van Quirke (2008) geeft de verhouding weer tussen de interactiviteit van een communicatiemiddel en de mate van betrokkenheid van de ontvanger. In dit onderzoek is voor dit conceptuele model gekozen omdat de onderzoeker aan de hand van de verschillende treden uit het model (en de bijbehorende communicatiemiddelen) bij de doelgroep kan inventariseren wat de gewenste mate van interactie en betrokkenheid is in relatie tot de maatschappelijke participatie. Hebben respondenten bijvoorbeeld behoefte aan (meer) informerende communicatie of is er behoefte aan meer ondersteuning, betrokkenheid of zelfs beleidsparticipatie? Wanneer respondenten aangeven meer (of minder) interactiviteit te willen rondom bepaalde thema's, kan de 'Communication Escalator' dienen als basis voor verdere invulling van het communicatieadvies.



Figuur X: Communication Escalator (Quirke, 2008, p. 236)

De 'Communication Escalator' van Quirke (2008) maakt zichtbaar wat een organisatie moet doen om een bepaald communicatiedoel te behalen (Boer, 2012, p. 59). Het model bestaat uit vijf treden en laat zien welke communicatiemiddelen het best bijdragen aan het bereiken van bepaalde communicatiedoelstellingen. (Quirke, 2008, p. 236). Het model geeft aan welke mate van informatie of interactiviteit een organisatie moet toepassen (de treden op de horizontale as) in relatie tot de ambitie ten aanzien van de doelgroep om te zorgen dat doelgroep verbonden raakt (het beoogd niveau van verandering op de verticale as). (Boer, 2012, p.59).

Hierna volgt een korte toelichting van de 5 treden van de 'Communication Escalator'.

Trede 1: Awareness (bewustzijn)

Het creëren van 'awareness' gaat via verschillende communicatiemiddelen. De focus van deze communicatiemiddelen ligt op de eenzijdige informatiedistributie naar een passieve doelgroep. Quirke (2008) benoemt een aantal van deze middelen, zoals een nieuwsbrief, SMS, e-mail, video en voicemail. (Quirke, 2008, p. 236)

Trede 2: Understanding (begrip)

Wanneer een organisatie de beweging van 'awareness' naar 'understanding' wil maken, is er feedback en aanvullende informatie nodig die is afgestemd op een duidelijk afgebakende groep

mensen. Communicatie om 'understanding' te genereren bij de doelgroep is interactiever dan communicatie om 'awareness' te creëren. Daarnaast is er feedback nodig om controle te houden op de 'understanding' van de doelgroep. Quirke (2008) benoemt voor deze trede communicatiemiddelen als videoconferences, telefoonconferences en feedbackformulieren. Deze middelen bieden meer dialoog en interactie met de doelgroep. (Quirke, 2008, p. 236)

Trede 3: Support (ondersteuning)

Om 'support' te creëren bij doelgroep is een significantie verschuiving in de mate van interactie nodig. Het doel van 'support' is om acceptatie te genereren bij de doelgroep. Deze acceptatie kan (bijvoorbeeld) betrekking hebben op veranderingen die optreden in een organisatie, de noodzaak hiervan en de redenering erachter. Volgens Quirke (2008) kan een organisatie 'support' creëren door middel van strategiefora, trainingsevenementen en seminars. De presentatie hiervan is minder formeel, waarbij een continue discussie belangrijker is dan vastgestelde vraag-en-antwoordperioden. (Quirke, 2008, p. 237)

Trede 4: Involvement (betrokkenheid)

Het doel van 'involvement' is om doelgroepen aan te moedigen om hun reeds bestaande reacties, zorgen en bezwaren te delen. Hierbij komt de dialoog meer aan bod: het delen van denkwijzen, het beoordelen van implicaties, het ontdekken van alternatieven en het herzien van de beste vorm van implementatiestaan hierbij centraal. De focus ligt bij 'involvement' vooral op luisteren naar de doelgroep. Quirke (2008) benoemt in de 'Communication Escalator' verschillende communicatiemiddelen voor deze trede, zoals teammeetings, feedbackfora en interactieve vergaderingen. (Quirke, 2008, p. 237)

Trede 5: Commitment (inzet)

Quirke (2008) stelt dat 'commitment' samenhangt met een gevoel van eigenaarschap en dat dit gevoel ontstaat door participatie in het veranderproces. Het verkrijgen van 'commitment' van de doelgroep vereist een hoge mate van interactiviteit en participatie. Om dit te bereiken moet de organisatie bereid zijn om hier veel tijd en energie in te stoppen. Quirke (2008) benoemt in zijn model verschillende communicatiemiddelen die bijdragen aan de ontwikkeling van 'commitment', zoals updates, terugkoppelingen en gezamenlijke probleemoplossing (Quirke, 2008, p. 237)

4.3 Hypothesen

In deze paragraaf zijn de verwachtingen van dit onderzoek uitgewerkt. De onderzoeker toets deze hypothesen tijdens het kwalitatieve onderzoek. Alle hypothesen zijn opgesteld op basis van het gekozen conceptuele model. Ten behoeve van de toetsing van de hypothesen zijn kwalitatieve onderzoeksinterviews uitgevoerd.

H1: als een organisatie alleen bewustzijn en begrip verlangt, dan ligt de focus op de kwaliteit en de efficiënte distributie van informatie.

"If all the organization wants is awareness and understanding, the focus should be on the quality and the efficient distribution of information." (Quirke, 2008, p. 236)

De onderzoeker toetst bij deze hypothese de kwaliteit en efficiëntie van de huidige informatiedistributie van de gemeente over maatschappelijke participatie aan statushouders en de mate waarin dit leidt tot bewustzijn en begrip. Wanneer de onderzoeker deze hypothese aanneemt, bepalen het conceptuele model en de resultaten van de kwalitatieve onderzoeksinterviews de invulling van de (verbetering van de) informatie-distributie.

H2: Als een organisatie betrokkenheid en inzet verwacht van haar medewerkers, dan moet zij extra tijd investeren in het creëren van aanvullende communicatiekanalen die deze doelstelling kunnen behalen.

"What the organization usually wants from its people is involvement and commitment, so extra time may be invested in creating additional communication channels that will deliver these objectives." (Quirke, 2008, p.235)

De onderzoeker toetst bij deze hypothese de huidige communicatiemiddelen van de gemeente en vraagt daarnaast naar (eventuele) wensen en behoeften ten aanzien van het communicatiepakket. Wanneer de onderzoeker deze hypothese aanneemt, geven het conceptuele model en de resultaten uit de kwalitatieve onderzoeksinterviews invulling aan (aanvullende) communicatiekanalen om betrokkenheid en inzet te bewerkstelligen.

H3: Als een organisatie haar medewerkers van 'awareness' naar 'commitment' wil bewegen, dan is er meer face-to-face-communicatie nodig en zal de organisatie meer tijd moeten investeren in de interactie.

The more the organization needs an employee to move from awareness to commitment, the more face-to-face communication is needed and the more time is involved. (Quirke, 2008, p. 235-236)

De onderzoeker toetst bij deze hypothese de huidige wijze van face-to-face-communicatie van de gemeente met de statushouders en het effect daarvan op de inzet van de statushouder in relatie tot de maatschappelijke participatie.

Wanneer de onderzoeker deze hypothese aanneemt, geven het conceptuele model en de resultaten uit de kwalitatieve onderzoeksinterviews (verdere) invulling aan de face-to-face-communicatie van de gemeente met de statushouders om inzet (m.n. interactiviteit en participatie) te bewerkstelligen.

5. Methodologie

5.1 Methode van onderzoek

Deskresearch

In dit onderzoek zijn deelvraag 1 “*Wat doet de gemeente nu om statushouders te laten participeren?*” en deelvraag 2 “*Hoe ziet de groep statushouders eruit in de caseload van Alphen?*” beantwoord met behulp van deskresearch. De onderzoeker maakt gebruik van deskresearch omdat deze deelvragen te beantwoorden zijn met bestaande, aanwezige informatie: de onderzoeker hoeft hiervoor geen nieuwe informatie te verzamelen. De deskresearch zal zich richten op intern aanwezige informatie van de gemeente, zoals de website Alphen aan den Rijn in Cijfers (AlphenaandenRijnInCijfers, 2018) en de maandelijkse query van de gemeente. (zie bijlage A: frequentietabellen). Voor de invulling van het theoretisch kader zijn verschillende wetenschappelijke databanken geraadpleegd, zoals Google Scholar, EBSCOhost en het mediacentrum van de Hogeschool Leiden.

Kwalitatief onderzoek

In dit onderzoek is deelvraag 3: “*Wat zijn de wensen en behoeften over de informatievoorziening over sociale deelname?*” beantwoord met behulp van kwalitatief onderzoek. Kwalitatief onderzoek is een open en flexibele onderzoekbenadering die de onderzoeker tijdens de uitvoering in staat stelt zich aan te passen aan de situatie. Kwalitatief onderzoek gaat over de achtergronden van gegevens, hierbij staat de beleving van de respondent centraal. Verhoeven (2011) stelt dat wanneer de probleemstelling van een onderzoek vraagt om ervaringen, motieven en achterliggende argumenten rondom een bepaalde situatie, dat kwalitatieve onderzoeksmethoden een goed antwoord kunnen geven. Dit onderzoek is kwalitatief, omdat de wensen en behoeften van de doelgroep omtrent hun maatschappelijke participatie centraal staat. Omdat ‘maatschappelijke participatie’ een breed onderwerp is en erg ingewikkeld kan zijn voor statushouders, is gekozen voor diepte-interviews. Hierdoor kan de onderzoeker zich flexibel opstellen en proberen informatie te vergaren door te achtergronden en motieven in kaart te brengen.

Interviews

In dit onderzoek is het kwalitatieve onderzoekdeel uitgevoerd aan de hand van halfgestructureerde interviews (Verhoeven, 2011, p. 150). Voor dit interviewtype stelt de onderzoeker een onderwerpenlijst (oftewel topic guide) op met onderwerpen die in relatie staan met maatschappelijke participatie (zie Bijlage C). Tijdens het onderzoek behandelt de onderzoeker de verschillende topics met de respondent en is er voldoende ruimte voor de mening en argumentatie van de respondent. De onderzoeker past tijdens de interviews een onderzoekstechniek toe waarbij de respondent een top-3 moet maken van gewenste communicatiemiddelen per topic. Hierdoor kan de onderzoeker achterhalen welke mate van interactiviteit de respondent wenst ten aanzien van bepaalde onderwerpen aan de hand van de gekozen (en beargumenteerde) communicatievoorkeuren.

De onderzoeker biedt de doelgroep de mogelijkheid om de interviews een-op-een af te nemen, of de interviews af te werken in groepen met maximaal drie respondenten. De onderzoeker heeft deze keuze gemaakt vanwege de mogelijke power distance tussen statushouder en gemeente. Hierbij is de verwachting dat sommige respondenten mogelijk vrijer en kritischer durven te reageren wanneer zij met mede-statushouders zijn, dan wanneer zij één-op-één met de onderzoeker zijn. Wanneer een interview in groepsverband plaatsvindt, is het niet de bedoeling dat respondenten één gezamenlijke conclusie trekken. Het doel van het onderzoek is vooral om de verschillende meningen te peilen. Daarnaast stelt Verhoeven (2008) dat de onderzoeker in het geval van groepsinterviews rekening moet houden met een extra dimensie, namelijk het proces en de dynamiek in de groep (Verhoeven, 2008, p.151).

5.2 Datacollectie

In deze paragraaf licht de onderzoeker per deelvraag toe op welke manier hij informatie gaat verzamelen.

Deelvragen	Desk research	Kwalitatief onderzoek
1. <i>wat doet de gemeente nu om statushouders te laten participeren?</i>	X	

2. Hoe ziet de groep statushouders eruit in de caseload van Alphen?	X	
3. Wat zijn de wensen en behoeften over de informatievoorziening over sociale deelname?		X

Figuur 5.1: overzicht datacollectie (bron: auteur)

Deelvraag 1: wat doet de gemeente nu om statushouders te laten participeren? (Intern, deskresearch)

De gemeente Alphen aan den Rijn wil dat statushouders tijdens hun driejarige inburgeringstermijn al stappen zetten richting de Nederlandse arbeidsmarkt. Om dit te bewerkstelligen, zet de gemeente verschillende communicatiemiddelen in. De onderzoeker heeft intern deskresearch gedaan naar de verschillende communicatievormen van de gemeente en welke mate van betrokkenheid dit mogelijk creëert onder ontvangers.

Deelvraag 2: Hoe ziet de groep statushouders eruit in de caseload van Alphen aan den Rijn? (Intern, deskresearch)

De gemeente Alphen aan den Rijn maakt voor hun statushoudercaseload maandelijks een query waarin per statushouder informatie zoals geslacht, leeftijd, geboorteland en mogelijke fysieke en/of mentale beperkingen te vinden is. Daarnaast maakt de gemeente Alphen aan den Rijn gebruik van de Participatieladder van de VNG, daar vullen de participatiecoaches de maatschappelijke positie van hun eigen klanten in. Op basis van de query van 1 april 2018 en de bijhorende invulling van de participatieladder, zal de onderzoeker de statushoudercaseload van de gemeente Alphen aan den Rijn schetsen. Op basis van de gegevens die hier uit voortvloeien, zal de onderzoeker de doelgroep voor de beantwoording van deelvraag 3 verder afbakenen.

Deelvraag 3: Wat zijn de wensen en behoeften van statushouders over de informatievoorziening over sociale deelname? (Extern, kwalitatief onderzoek)

De onderzoeker beantwoordt deze deelvraag door middel van kwalitatief onderzoek onder statushouders in de gemeente Alphen aan den Rijn. Dit zal gaan via face-to-face-interviews met de doelgroep. Dit kan zowel in groepsverband als één-op-één met de onderzoeker. De onderzoeker toetst welke communicatiemiddelen de respondenten gebruiken, welke mening de respondenten hebben ten aanzien van de communicatiemiddelen die de gemeente Alphen aan den Rijn inzet en de wensen en behoeften die respondenten hebben ten aanzien van de informatievoorziening over sociale deelname. De onderzoeker doet dit aan de hand van showcards (zie Bijlage F). Er zijn acht onderwerпкаarten opgesteld die gerelateerd zijn aan maatschappelijke participatie. Uit het conceptuele model van Quirke (2008) heeft de onderzoeker verschillende communicatiemiddelen geselecteerd en geprint op showcards. De onderzoeker vraagt de respondenten om bij elke onderwerpenkaart een persoonlijke top-3 van communicatiemiddelen te selecteren. Hierdoor kan de onderzoeker hun wensen en behoeften voor middelen in kaart brengen en of zij ook daadwerkelijk behoefte hebben aan meer interactieve communicatievormen.

De onderzoeker houdt rekening met een informatieverzadigingspunt na ongeveer 12 respondenten. De onderzoeker gaat hier van uit, omdat respondenten maar een selecte keuze hebben in communicatiemiddelen om uit te kiezen. Omdat het onderzoek is kwalitatief is, en het meer draait om de inhoudelijke generalisatie dan statistische generalisatie.

5.3 Respondenten

In dit onderzoek zijn de respondenten doelgericht gekozen. Dat wil zeggen dat respondenten zijn geselecteerd op basis van bepaalde kenmerken (Verhoeven, 2008, p.191). Deze 'filters' helpen de onderzoeker om enkel respondenten te selecteren die daadwerkelijk groeipotentieel hebben en dus een meerwaarde kunnen bieden aan het onderzoek. De filters zijn hieronder toegelicht.

Leeftijd

De doelgroep in dit onderzoek is afgebakend op basis van leeftijd. De minimumleeftijd van de respondenten is 18 jaar, omdat statushouders jonger dan 18 vallen onder een ander traject van de gemeente. Daarnaast is er maximumleeftijd gehanteerd van 49. Deze leeftijdsgrens is door de onderzoeker opgezet op basis van de veelal lage groeipotentie bij oudere statushouders.

Afkomst

Dit onderzoek richt zich enkel op statushouders uit Syrië en Eritrea. Van de totale statushoudercaseload is 60% afkomstig uit Syrië en 20% afkomstig uit Eritrea (zie Bijlage A, tabel 3).

Omdat dit met afstand de meest vertegenwoordigde geboortelanden zijn onder statushouders in de gemeente Alphen aan den Rijn, zal de onderzoeker alleen Syriërs en Eritreeërs interviewen.

Beperkingen

De onderzoeker zal geen interviews houden met statushouders met lichamelijke of geestelijke beperkingen, dit zijn bijvoorbeeld ook statushouders met (oorlog)trauma's. Hiervoor is gekozen omdat de groeipotentie van deze statushouders tijdelijk of langdurig laag is. Daarnaast zien statushouders met fysieke en/of mentale beperkingen de uitstroom naar werk niet als een prioriteit, hun wensen en behoeften ten aanzien van de informatievoorziening over sociale deelname is daarom in mindere mate relevant.

Participatieladder

Dit onderzoek richt zich enkel op statushouders die door hun P-coach op trede 3 'deelname georganiseerde activiteiten' en trede 4 'onbetaald werk' zijn ingedeeld van de participatieladder van de VNG. Deze statushouders hebben volgens hun participatiecoaches een goed groeipotentieel en hebben bovendien al enige ervaring met sociale activiteiten of zelfs onbetaald werk, zoals vrijwilligerswerk en stages.

Door de statushouderquery van 1 april te filteren op de bovenstaande kenmerken, blijft er een populatie van 206 statushouders over. Dit zijn statushouders die geschikt zijn voor de uitvoering van kwantitatieve onderzoek. Om een representatief beeld te kunnen schetsen, zijn er beoogde onderzoekspopulaties opgesteld die gerelateerd zijn aan de verdeling statushouders in Alphen aan den Rijn. Uit de totale statushoudercaseload zal de onderzoeker dus doelgericht een aantal statushouders selecteren.

Werving

De onderzoeker benadert de geselecteerde statushouders in eerste instantie via een e-mail. Mocht de respons hierop niet voldoende zijn om de beoogde aantallen te halen, dan zal de onderzoeker telefonisch contact zoeken met de respondent. Daarnaast werken de P-coaches van de geselecteerde statushouders mee bij de werving voor de interviews. De onderzoeker heeft tot slot ook de mogelijkheid de statushouder te bezoeken bij zijn/haar wekelijkse taalles.

5.4 Operationalisatie

Aan de hand van kwalitatief onderzoek zal de onderzoeker deelvraag 3 *"Wat zijn de wensen en behoeften over de informatievoorziening over sociale deelname?"* beantwoorden. De onderzoeker stelt een topicguide op, bestaande uit acht hoofdthema's die van belang zijn bij 'sociale deelname'. Deze thema's zijn: salaris, financiën, Nederlandse werkvloer, sectoren, vacatures, diploma's, reizen en kinderopvang. De totale topic guide met toelichting is te vinden in bijlage C: Topic guide.

De onderzoeker bespreekt elke topic met de respondent, zoekt uit waar de mogelijke problematiek zit en inventariseert vervolgens hun wensen en behoeften ten aanzien van de informatievoorziening over die topic. Het meten van wensen en behoeften doet de onderzoeker aan de hand van de vijf treden (en vooral de bijhorende communicatiemiddelen) uit het conceptuele model (toegelicht in theoretisch kader). De onderzoeker laat de respondent een top 3 maken van communicatiemiddelen bij ieder thema. Hierdoor kan de onderzoeker per thema achterhalen welke communicatiemiddelen voor respondenten de voorkeur hebben, welke mate van interactiviteit zij rondom bepaalde topics willen en in hoeverre de huidige communicatiemiddelen van de gemeente aansluiten bij de wensen en behoeften van de respondenten. De volgende topics komen aan bod:

Uitkering

De gemeente constateert veel onduidelijkheid rondom de uitkering. Bijvoorbeeld de consequenties van werkaanvaarding (lees maatschappelijke participatie), en hoe dit in verhouding staat met de uitkering van statushouders, zorgen voor veel onduidelijkheid. De onderzoeker zal deze problematiek aankaarten en achterhalen hoe dit volgens de respondent beter kan.

Reizen

Statushouders krijgen in sommige gevallen van maatschappelijke participatie te maken met reiskosten, treinkaarten en/of buskaarten. De onderzoeker zal vragen of dit allemaal duidelijk is voor de respondent, of dat hij nog aanvullende informatie of ondersteuning behoeft.

Kinderopvang

Statushouders die jonge kinderen hebben en maatschappelijk willen participeren, moeten weten van de kinderopvang en/of peuterspeelzaal. De gemeente heeft hier ook bepaalde regelingen en tegemoetkoming voor. De onderzoeker zal de mate van kennis toetsen en proberen te achterhalen of respondenten behoefte hebben aan aanvullende communicatiemiddelen.

Sectoren

In Nederland is veel verschillend werk te vinden, maar weten statushouders wel van deze verschillende werksectoren en de mogelijkheden van de Nederlandse arbeidsmarkt? De onderzoeker toetst dit en inventariseert hoe dit mogelijk beter kan.

Diploma's

Het hebben van diploma's is voor veel banen in Nederland een vereiste. Zijn statushouders op de hoogte van die verschillende diploma's en hoe zij die kunnen behalen?

Vacatures

Het vinden van vacatures, het schrijven van motivatiebrieven en het maken van een cv is voorwaardelijk voor maatschappelijke participatie. Willen respondenten hier meer hulp bij? Zo ja, voor welke middelen hebben zij dan de voorkeur?

Nederlandse werkvloer

Op de Nederlandse werkvloer zijn bepaalde normen en waarden die algemeen geaccepteerd zijn. Weten statushouders hoe het er aan toe gaat in een Nederlands bedrijf en zouden zij hier meer informatie over willen?

Salaris

Het salaris in Nederland kent een aantal regels, zoals netto- en brutosalaris, verschillende salarisschijven en de belasting die een persoon betaalt. Hebben statushouders voldoende kennis hiervan?

Off-topics

In de interviews zal de onderzoeker zich flexibel opstellen: als een respondent bepaalde onderwerpen belangrijker vindt dan andere, en het daar dus langer over wilt hebben, is dat goed volgens de onderzoeker. Het inventariseren van drie communicatie is ook geen doel op zich, maar eerder een techniek om statushouders aan het praten te krijgen. De onderzoeker zal onderwerpen die buiten de topic guide vallen wel behandelen met respondenten en proberen te inventariseren waar het probleem en de mogelijke oplossing in zit. Deze off-topic plaatst de onderzoeker achteraf in één analyseschema om overzicht te krijgen van andere problemen, maar ook ideeën en tips.

5.5 Toetsing van de hypothesen

De onderzoeker toetst de hypothesen die zijn opgesteld vanuit de centrale theorie van Quirke (2008).

Hypothese 1 luidt als volgt: **“Als een organisatie alleen bewustzijn en begrip verlangt, dan ligt de focus op de kwaliteit en de efficiënte distributie van informatie.”**

De onderzoeker gaat achterhalen of statushouders behoefte hebben aan efficiënte informatie distributie. Daarnaast toetst de onderzoeker of huidige communicatie momenteel bijdragen aan het 'bewustzijn' en 'begrip' van statushouders. De onderzoeker gaat achterhalen of de gemeente terrein kan winnen met het inzetten op 'bewustzijn' en 'begrip'.

Hypothese 2 luidt als volgt: **“Als een organisatie betrokkenheid en inzet verwacht van haar medewerkers, dan moet zij extra tijd investeren in het creëren van aanvullende communicatiekanalen die deze doelstelling kunnen behalen.”**

De onderzoeker gaat uitzoeken of de huidige manier van communicatie met de gemeente bijdraagt aan het verhogen van de betrokkenheid en inzet van statushouders. De onderzoeker toetst daarnaast welke wensen respondenten (eventueel) hebben ten aanzien van aanvullende communicatiekanalen.

Hypothese 3: **Als een organisatie haar medewerkers van 'awareness' naar 'commitment' wil bewegen, dan is er meer face-to-face-communicatie nodig en zal de organisatie meer tijd moeten investeren in de interactie.**

De onderzoeker toetst bij respondenten de verschillende vormen van face-to-face-communicatie met de gemeente. De onderzoeker toetst of respondenten deze hoge mate van interactiviteit als 'fijn' ervaren en of de gemeente meer moet inzetten op face-to-face-communicatie.

6. Resultaten

Deze informatie is wegens vertrouwelijkheid niet beschikbaar voor derden.

7. Conclusies

In dit hoofdstuk zijn conclusies geformuleerd op basis van de resultaten van de drie opgestelde deelvragen. Deze deelvragen zijn beantwoord door middel van deskresearch en kwalitatief onderzoek. De onderzoeker stelt voor elke deelvraag een eigen conclusie op, die uiteindelijk gezamenlijk bijdragen aan het beantwoording van de probleemstelling. De probleemstelling luidt: Hoe kan de gemeente Alphen aan den Rijn de maatschappelijke participatie van statushouders verbeteren door van middel van (betere) communicatievoorziening hierover?

7.1 Conclusie deelvraag 1

Deelvraag 1 luidt als volgt: “Wat doet de gemeente nu om statushouders te laten participeren?” Deze deelvraag is beantwoord met behulp van deskresearch en de resultaten hiervan zijn opgenomen in paragraaf 3.3: huidige communicatie.

De gemeente Alphen aan den Rijn zet verschillende communicatiemiddelen in om maatschappelijke participatie bij statushouders te bewerkstelligen. Deze communicatiemiddelen zijn geanalyseerd op basis de 5 treden van de ‘Communication Escalator’; het voor dit onderzoek gekozen conceptuele model (zie hoofdstuk 2)

Allereerst probeert de gemeente –conform de 1e trede van het conceptueel model- ‘awareness’ te creëren voornamelijk door middel van brieven. De 2e trede betreft ‘understanding’. Kenmerkende middelen die de gemeente hiervoor gebruikt zijn de pre-huisvestingbijeenkomst en de ONA-presentaties op de taalscholen. De 3e trede uit het conceptueel model (‘support’) vult de gemeente (onder meer) in door middel van de wekelijkse KIXworks-training, waarin oriëntatie en ontwikkeling van statushouders centraal staan. Echter, slechts een deel van de respondenten is betrokken (geweest) bij dergelijke trainingen. De 4e trede uit het conceptuele model is ‘involvement’. De gemeente is ook al actief met deze trede zet en al middelen in zoals de participatiecoaches, het Serviceplein en de papierwinkel. De 5e en hoogste trede uit het conceptueel model gaat over ‘commitment’; het gaat hierbij om het gevoel van eigenaarschap door middel van participatie. De gemeente zet momenteel nog geen middelen op dit niveau in.

De onderzoeker concludeert dat de gemeente momenteel verschillende middelen inzet om ondersteuning (‘support’) en betrokkenheid (‘involvement’) van statushouders te bevorderen zoals de KIXworks-training, het Serviceplein en de participatiecoach. De participatiecoaches en trainingen zijn bovendien goed beoordeeld door de ondervraagden tijdens de onderzoeksinterviews. (zie bijlage E, analyseschema 3 & 4) Echter, de gemeente zet nog te weinig (effectieve) communicatiemiddelen in om het bewustzijn (‘awareness’) van statushouders ten aanzien van maatschappelijke participatie te vergroten. Statushouders krijgen hun informatie voornamelijk via brieven, maar die zijn volgens statushouders moeilijk te begrijpen door hun (gebrek aan) taalbeheersing (zie bijlage E, analyseschema 2). De onderzoeker concludeert dat de gemeente zich dus al veel richt op ondersteuning en betrokkenheid, maar kan nog terrein winnen in het opzetten van een goed ‘informatiefundament’ om bewustzijn te creëren. Daarnaast concludeert de onderzoeker dat de gemeente nog geen stappen heeft gezet om statushouders interactief te betrekken in de verdere ontwikkeling en participatie van statushouders.

7.2 Conclusie deelvraag 2

Deze informatie is wegens vertrouwelijkheid niet beschikbaar voor derden.

7.3 Conclusie deelvraag 3

Deelvraag 1 luidt als volgt: Wat zijn de wensen en behoeften van statushouders voor de informatievoorziening over maatschappelijke participatie? De onderzoeker heeft deze deelvraag beantwoord met behulp van kwalitatief onderzoek. De resultaten van deze deelvragen zijn te vinden in paragraaf 6.2: wensen en behoeften.

Uit de resultaten van het kwalitatieve onderzoek blijkt dat de wensen en behoeften van statushouders met betrekking tot de informatievoorziening zeer uiteenlopend zijn. Bepaalde communicatiemiddelen

zijn wel vaker genoemd door respondenten, zoals de website, informatieboekje, presentaties, de participatiecoach en training (zie bijlage). Hieruit concludeert de onderzoeker dat respondenten wel voorkeuren hebben voor bepaalde/specifieke communicatiemiddelen, maar dat deze sterk afhankelijk zijn van bepaalde factoren, zoals taalbeheersing, zelfredzaamheid en motivatie van het individu.

Uit de resultaten blijkt dat meerdere respondenten behoefte hebben aan informerende communicatiemiddelen; deze statushouders hebben behoefte aan duidelijke en begrijpelijke informatie die zij tot zich kunnen nemen, ongeacht hun niveau van de Nederlandse taal. Respondenten benoemen dat zij in eerste instantie duidelijke informatie willen die zij zelf kunnen vergaren via bijvoorbeeld websites, informatieboekjes en YouTube. Op deze manier hebben statushouders voldoende mogelijkheden om zelf informatie te verzamelen en basiskennis op te doen over bepaalde onderwerpen. De meer interactieve communicatiemiddelen, zoals de participatiecoach, het Serviceplein en de Papierwinkel, zijn volgens deze respondenten pas geschikt als zij vragen of opmerkingen hebben over de zelf verzamelde informatie.

De onderzoeker concludeert ook dat bepaalde topics meer interactiviteit behoeven dan anderen. Bijvoorbeeld de topic 'Nederlandse werkvloer' waarvoor een groot deel van de respondenten aangeeft meer ondersteuning te willen, bijvoorbeeld door bedrijfsbezoeken, stages of vrijwilligerswerk. Daarnaast is bij de topic 'vacatures' veel behoefte aan training en ondersteuning van de participatiecoach. Bij de topic 'salaris' is bijvoorbeeld maar een geringe behoefte aan interactieve communicatiemiddelen; communicatie over dit onderwerp gaat vooral over 'regels' (zoals bruto- en nettosalaris, salarisschijven en belasting) en zou volgens respondenten daarom vindbaar en begrijpelijk moeten zijn.

De onderzoeker concludeert tot slot dat meerdere statushouders behoefte hebben aan contact met Nederlanders. In bijlage E, analyseschema 13 is zichtbaar dat meerdere respondenten dit onderwerp benoemen. Respondenten zien dit als goede training van de Nederlandse taalbeheersing. Daarnaast kan een Nederlandstalig contactpersoon een statushouders helpen en ondersteunen bij eventuele onduidelijkheden.

7.4 Toetsen van de hypothesen

Op basis van de resultaten en de conclusies van het kwalitatieve onderzoek kan de onderzoeker de eerder opgetelde hypothesen aannemen of verwerpen.

Hypothese 1 luidt als volgt: **“Als een organisatie alleen bewustzijn en begrip verlangt, dan ligt de focus op de kwaliteit en de efficiënte distributie van informatie.”**

Hypothese 1 is aangenomen. De statushouders in Alphen aan den Rijn hebben behoefte aan efficiënte en effectieve informatie. Uit het onderzoek blijkt dat de huidige informatievoorziening, voornamelijk door middel van brieven, niet aansluit bij de voorkeuren van de doelgroep en bovendien niet of nauwelijks bijdraagt aan het bewustzijn en begrip van de statushouders. Wil de gemeente dus terrein winnen op de treden 1 en 2 uit het conceptueel model, dan zou zij zich meer moeten richten op de efficiënte distributie van informatie.

Hypothese 2 luidt als volgt: **“Als een organisatie betrokkenheid en inzet verwacht van haar medewerkers, dan moet zij extra tijd investeren in het creëren van aanvullende communicatiekanalen die deze doelstelling kunnen behalen.”**

Hypothese 2 is aangenomen. De onderzoeker heeft respondenten gevraagd over de huidige manier van communiceren met de gemeente en of dit wel of niet bijdraagt aan het verhogen van hun betrokkenheid en inzet. Uit de onderzoeken blijkt dat statushouders tevreden zijn met de huidige communicatiemiddelen, maar zij zien echter nog ruimte voor aanvulling en verbetering in het communicatiepakket van de gemeente. Met behulp van het conceptuele model en de resultaten uit het kwalitatieve onderzoek, kan de onderzoeker de aanvullende communicatiekanalen vormgeven en onderbouwen.

Hypothese 3: Als een organisatie haar medewerkers van 'awareness' naar 'commitment' wil bewegen, dan is er meer face-to-face-communicatie nodig en zal de organisatie meer tijd moeten investeren in de interactie.

Hypothese 3 is verworpen. De onderzoeker heeft met respondenten verschillende vormen van face-to-face-communicatie besproken. Uit de resultaten blijkt dat face-to-face-communicatie niet voor iedereen de meest geschikte manier is om inzet te bewerkstelligen. Een (eventuele) taalbarrière tussen statushouders en de gemeente kan bijvoorbeeld problematisch zijn voor face-to-face-communicatie. De behoefte van respondenten richt zich maar deels op face-to-face-communicatie. De onderzoeker stelt daarom dat de gemeente de inzet (m.n. interactiviteit en participatie) van statushouders door middel van andere communicatiemiddelen moet bereiken.

7.5 Beantwoording probleemstelling

Op basis van de resultaten, de conclusies per deelvraag en de toetsing van de hypothesen kan de onderzoeker antwoord geven op het centrale vraag in dit onderzoek: Hoe kan de gemeente Alphen aan den Rijn de maatschappelijke participatie van statushouders verbeteren door van middel van (betere) communicatievoorziening hierover?

De gemeente Alphen aan den Rijn kan de betrokkenheid van statushouders vergroten door het opstellen van een verbeterd communicatiepakket. Dit communicatiepakket moet middelen bevatten met verschillende mate van interactiviteit. Allereerst moet de gemeente inzetten op het creëren van 'awareness' en 'understanding'. Dit kan de gemeente doen door het opzetten van een informatiefundament die voor statushouders begrijpelijk is en in relatie staat met maatschappelijke participatie. De gemeente kan dit informatiefundament aanvullen met middelen uit de trede 'support' en 'involvement' door middel van reeds gebruikte middelen zoals participatiecoaches, het serviceplein en de papierwinkel. Dat geeft statushouders de mogelijkheid om interactie te zoeken met de gemeente op het moment dat zij dat nodig hebben. De gemeente kan de betrokkenheid van statushouders ook vergroten door het inzetten van bepaalde interactieve middelen die afgestemd zijn op de voorkeuren van het individu, denk aan stages, vrijwilligerswerk en trainingen. Tot slot kan de gemeente bij haar statushouders ook betrokkenheid creëren door het beleid over statushouders in overleg te ontwikkelen, bijvoorbeeld door feedbackmomenten en co-creatie met de doelgroep.

7.6 Beantwoording doelstelling

De doelstelling luidt als volgt: "Inzicht geven in de wensen en behoeften van statushouders waar het gaat om de communicatievoorziening over de maatschappelijke participatie, teneinde het opzetten van een communicatiestrategie inclusief advies over het inzetten van gerichte communicatiemiddelen voor de gemeente Alphen aan den Rijn."

De onderzoeker heeft verschillende wensen en behoeften van statushouders geïnventariseerd. Hieruit is gebleken dat statushouders uiteenlopende voorkeuren hebben als het gaat om communicatie over maatschappelijke participatie. Sommige statushouders behoeven meer interactie en ondersteuning, andere statushouders zijn zelfredzamer en hebben alleen behoefte aan duidelijke en makkelijk vindbare informatie. De onderzoeker concludeert dat 'het inzetten gerichte communicatiemiddelen' goed is, maar dat de gemeente meer baat heeft bij het 'gericht inzetten van communicatiemiddelen': communicatie met statushouders is maatwerk en sterk afhankelijk van persoonlijke voorkeuren, motivatie en capaciteit van het individu.

Het communicatieadvies is opgenomen in hoofdstuk 8. Het advies voor een communicatiestrategie is te vinden in hoofdstuk 9.

8. Aanbevelingen

Op basis van het conceptuele model en de resultaten en conclusies uit het onderzoek, heb ik mijn aanbevelingen opgesteld. Deze aanbevelingen dragen bij aan de verdere invulling van de doelstelling: “Inzicht geven in de wensen en behoeften van statushouders waar het gaat om de communicatievoorziening over de maatschappelijke participatie, teneinde het opzetten van een communicatiestrategie inclusief advies over het inzetten van gerichte communicatiemiddelen voor de gemeente Alphen aan den Rijn.”

8.1 Informatiefundament

Op basis van het kwantitatieve onderzoek heb ik geconcludeerd dat statushouders behoefte hebben aan duidelijke en begrijpelijke informatie die zij tot zich kunnen nemen, ongeacht hun niveau van de Nederlandse taal. Statushouders willen de mogelijkheid om zelf informatie te verzamelen via de door hun veelal gekozen communicatiemiddelen, zoals informatieboekjes en een website. Momenteel loopt de informatievoorziening vooral via brieven. De onderzoeker adviseert de gemeente daarom te investeren in het opzetten van een informatieplatform die alle statushouders voorziet van de benodigde informatie met betrekking tot maatschappelijke participatie. Hierbij staat het overbrengen van vaststaande en algemene informatie centraal om ‘awareness’ te creëren bij de doelgroep.

Website

De gemeente kan een website inrichten als centraal platform voor statushouders in de gemeente Alphen aan den Rijn. Deze website moet voorzien zijn van informatie over verschillende topics, zoals salaris, uitkering en vacatures. De website kan dan dienen als wegwijzer bij bepaalde topics: als een bezoeker bijvoorbeeld de pagina over salaris bezoekt, moet de gemeente die pagina voorzien van teksten als “Meer vragen? Elke maandag kan je langskomen bij het Serviceplein tussen 9 en 11.” De website moet laagdrempelig zijn en dus rekening houden met bezoekers die bijvoorbeeld de Nederlandse taal slecht beheersen of wellicht analfabetisch zijn. Dit kan de gemeente doen door de website beschikbaar te maken in drie verschillende talen: Nederlands, Arabisch en Tigrinya. Ook kan de gemeente denken aan een ingebouwde voorleesfunctie op de website. De website moet tevens voorzien zijn van FAQ’s (frequently asked questions) als oplossing voor veelvoorkomende problemen onder statushouders.

Informatieboekje

Als aanvulling op de website raadt de onderzoeker aan dat de gemeente investeert in informatieboekjes. Deze informatieboekjes geven, net als de website, informatie over bepaalde topics die relevant zijn voor maatschappelijke participatie. Deze informatieboekjes moeten tweetalig zijn, bijvoorbeeld Arabisch-Nederlands of Tigrinya-Nederlands. Hierdoor kunnen statushouders op een toegankelijke manier belangrijke informatie vergaren en kunnen ze tevens oefenen met de vertaalslag naar het Nederlands. De informatieboekjes moeten beschikbaar zijn op het gemeentehuis van Alphen aan den Rijn. Daarnaast moeten statushouders deze informatieboekjes kunnen downloaden van de centrale website van de gemeente.

YouTube

De onderzoeker adviseert de gemeente om -als aanvulling op de bovenstaande communicatiemiddelen- gebruik te maken van YouTube. Volgens meerdere respondenten kan YouTube dienen als informatief communicatiemiddel omdat het ‘actiever’ is dan bijvoorbeeld schriftelijke communicatie. Ook kan de gemeente met dit communicatiemiddel laaggeletterden en (de niet van lezen houdende) Syriërs bedienen. Het inzetten van informatieve YouTube-filmpjes, die bijvoorbeeld inzicht kunnen geven in Nederlandse werksectoren of werkvloeren, maken het wellicht makkelijker om informatie te vergaren. De YouTube-filmpjes moeten niet alleen informatie bieden over verschillende werktopics, maar de gemeente kan deze filmpjes ook inzetten om statushouders te informeren over de omgeving, activiteiten en bezienswaardigheden binnen de gemeente.

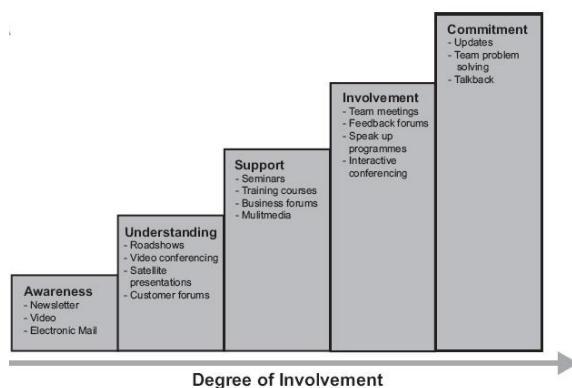
8.2 Communicatie op niveau

Deze paragraaf draagt de titel van dit onderzoek. Ik licht hier toe waarom 'communiceren op niveau' essentieel is voor een gevoel van betrokkenheid met als doel maatschappelijke participatie.

Uit de resultaten en conclusies blijkt dat voorkeuren voor communicatiemiddelen per respondent verschillen en afhankelijk zijn van factoren zoals taalbeheersing, zelfredzaamheid en motivatie van het individu. De gemeente moet dus nadenken over haar eigen statushoudercaseload en de manier waarop zij wil communiceren en interacteren met statushouders van verschillend niveaus (ook qua betrokkenheid). Dit kan de gemeente doen aan de hand van de 'Skill & Will' matrix van Landsberg (2003). Dit model maakt onderscheidt tussen vier kwadranten, gebaseerd op hoge of lage 'skill' (vaardigheden) en 'will' (motivatie) van het individu. Op basis van deze kwadranten kan de gemeente haar caseload afbakenen en daarmee ook haar communicatievoorziening afstemmen op specifieke doelgroepen. Aan de hand van het conceptuele model van Quirke (2008) en de resultaten en conclusies uit dit onderzoek, kan de gemeente invulling geven aan de communicatiemiddelen.



Figuur 8.1: Skill and will matrix (Landsberg, M. 2003, p.55).



Figuur 8.2: Communication Escalator (Quirke, 2008, p. 236)

Bij statushouders met beperkte motivatie en vaardigheden moet de focus liggen op 'awareness' en 'understanding', door middel van heldere informatie, presentaties en de snelle begeleiding naar (ongediplomeerd) werk. Deze statushouders tonen weinig groeipotentieel en de gemeente moet in deze doelgroep geen kostbare tijd en energie steken.

De gemeente moet statushouders die wél gemotiveerd zijn, maar nog niet beschikken over alle vaardigheden zoveel mogelijk 'supporten'. Wanneer de gemeente signaleert dat statushouders nog bepaalde vaardigheden missen voor maatschappelijke participatie, kan zij daarop inspelen door middel van trainingen en cursussen, zoals sollicitatietrainingen, extra taaltraining of training die zich specifiek richten tot bepaalde werksectoren.

Onder de statushouders die wél de nodige vaardigheden hebben, maar niet beschikken over de juiste motivatie moet de gemeente 'involvement' creëren. Wanneer de gemeente opmerkt dat deze statushouders vooral 'niet willen', moet de nadruk van de gemeente liggen op betrokkenheid. Dit kan de gemeente doen door middel van persoonlijke contact met de participatiecoach of feedbackmomenten. De gemeente moet deze statushouders zoveel mogelijk prikkelen en enthousiasmeren voor maatschappelijke participatie.

Statushouders met een hoge capaciteit en een hoge motivatie zijn vaak zelfredzaam. De gemeente moet deze statushouders zoveel mogelijk proberen te faciliteren in hun wensen en behoeften met de bovengenoemde communicatiemiddelen. Daarnaast kan de gemeente terrein winnen door deze statushouders te betrekken in beleidsvorming en ontwikkeling van andere statushouders en gevoel van 'commitment' te geven. Deze statushouders weten welke onduidelijkheden en problemen zich voordoen tijdens de integratie en inburgering en kunnen daarom de gemeente helpen bij het vormen van beleid. Daarnaast kunnen deze statushouders dienen als aanspreekpunt voor andere of nieuwe statushouders.

Contact met Nederlanders

Uit het kwalitatieve onderzoek is gebleken dat meerdere respondenten behoefte hebben aan (persoonlijk) contact met Nederlanders. Respondenten die al contact hebben met bijvoorbeeld burens,

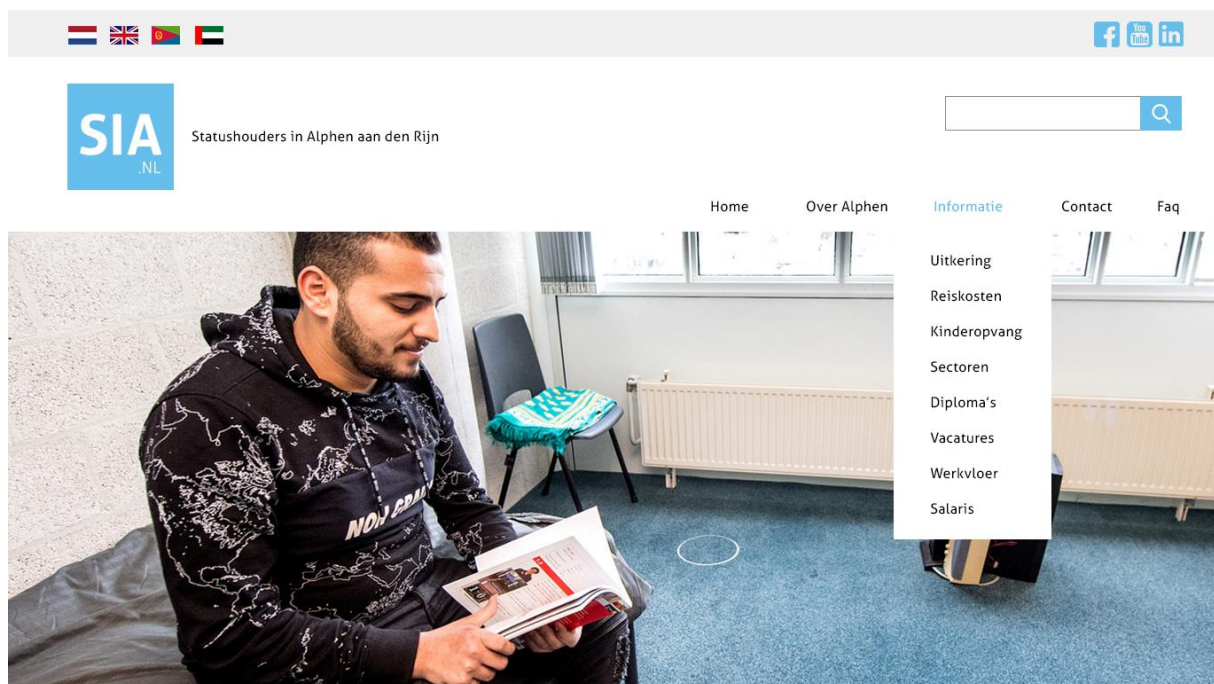
geven ook aan dat dit ze veel helpt. De gemeente kan hierop in spelen door bijvoorbeeld de activiteiten van 'Tom in de Buurt' (zoals gezamenlijk koken en spelletjesmiddagen) te delen via persoonlijke gesprekken, email en telefoon. De gemeente ook kijken naar de mogelijkheden van een samenwerking met het mbo-Rijnland in de stad Alphen aan den Rijn. Op deze locatie zijn meerdere maatschappelijke opleidingen aanwezig, zoals de opleiding 'Persoonlijk begeleider specifieke doelgroepen' en de opleiding 'Maatschappelijke zorg'. De gemeente kan een statushouders wellicht voor een langere periode koppelen aan een student, die dan als het ware fungeert als 'buddy'. Dit geeft statushouders een informeel Nederlands contactpersoon waarmee zij een vertrouwensband kunnen opbouwen. Hierin staat centraal dat statushouders meer oefenen met taal, maar ook kennis maken met de Nederlandse cultuur. Het is wel essentieel dat de statushouder hier ook daadwerkelijk behoefte aan heeft en zich niet verplicht voelt tot sociale participatie.

9. Implementatie

Op basis van de resultaten, conclusies en aanbevelingen uit dit onderzoek doet de onderzoeker een voorstel tot implementatie. In dit hoofdstuk licht de onderzoeker allereerst een aantal gekozen communicatiemiddelen toe en beargumenteert deze aan hand van dummy's. Daarna zal de onderzoeker door middel van een implementatiemodel toelichten hoe de gemeente aanbevelingen kan implementeren.

9.1 Statushouders in Alphen (SIA)

Op basis van de resultaten van de drie opgestelde deelvragen heeft de onderzoeker aanbevelingen gedaan voor communicatiemiddelen die bijdragen aan het bevorderen van de maatschappelijke participatie van statushouders. In het advies van de onderzoeker staat het 'informatiefundament' centraal. Dit fundament moet volgens de onderzoeker bestaan uit een website, informatieboekjes en YouTube-filmpjes die voorlichting moeten geven over maatschappelijke participatie en de gevolgen van werkaanvaarding. De onderzoeker heeft een conceptplatform ontwikkeld om vorm te geven aan het aanbevolen informatiefundament. Dit platform heeft de naam SIA.nl gekregen, dat staat voor: 'statushouders in Alphen'. Dit platform bestaat uit meerdere communicatiemiddelen die onderlinge synergie uitstralen. Allereerst is de website van de SIA is overzichtelijk ontworpen, brengt de bezoeker snel een eenvoudig bij belangrijke informatie en is bovendien laagdrempelig door een vertaal- en voorleesfunctie. Naast informatie over maatschappelijke participatie kan de SIA-website ook dienen als platform om kennis te maken met de gemeente, de verschillende activiteiten die hier te doen zijn binnen de gemeente en locaties waar statushouders hulp en ondersteuning kunnen aanvragen, zoals de papierwinkel en het serviceplein. De website is voorzien van FAQ's en een contactformulier voor specifieke vragen of hulp. De website, in figuur 10.1 te zien als desktopwebsite, moet daarnaast ook beschikbaar zijn voor smartphones.



Figuur 10.1: website SIA.nl (bron: auteur)

De onderzoeker heeft geadviseerd dat de gemeente als aanvulling op de website ook informatieboekjes moet ontwikkelen voor topics die relevant zijn aan maatschappelijke participatie. Deze informatieboekjes moeten beschikbaar zijn in meerdere talen, zoals in het Nederlands, Arabisch en Tigrinya. Deze informatieboekjes zijn net als de website voorzien van een het logo van de SIA. Dit zorgt voor synergie en eenduidigheid tussen communicatiemiddelen. De informatieboekjes moet tevens te downloaden zijn van de website en aanvullende informatie geven per topic. Deze boekjes moeten daarnaast beschikbaar zijn op het gemeentehuis van Alphen aan den Rijn en bij de verschillende hulporganisaties zoals de taalscholen en Tom in de Buurt. De participatiecoaches

moeten deze informatieboekjes en website aanraden en adviseren bij een statushouders zodra het blijkt dat hij of zij niet voldoende informatie heeft omtrent bepaalde topics. Dan kan de statushouders op eigen initiatief zijn informatie vergaren. Als hij of zij daar vragen over heeft, dan de statushouders contact opnemen met de participatiecoach voor aanvullende of meer persoonlijke informatie. In figuur 10.2 zijn de dummy's van de informatieboekjes te zien.



Figuur 10.2: SIA-informatieboekjes (bron: auteur)

Organisatorische consequenties

Het informatiefundament moet een toegankelijk en drempelvrij platform zijn waar alle statushouders hun belangrijke informatie kunnen vergaren. De gemeente moet dit fundament promoten en onderhouden voor haar statushouders en daarnaast de bekendheid ervan vergroten via mail, brieven en in persoonlijk gesprekken tussen participatiecoach en statushouders.

Daarnaast is in paragraaf 8.2 benoemt dat communicatie met statushouders afhankelijk is van de capaciteit en de motivatie van het individu. Dit betekent dat de gemeente bij het invullen van de participatieladder van het VNG ook aan moet geven wat de mate van capaciteit en motivatie is bij iedere statushouders. De interactieve communicatiemiddelen die de gemeente momenteel al inzet, zoals trainingen, de participatiecoaches en bedrijfsbezoeken, zijn goed beoordeeld door statushouders, maar zijn niet altijd even relevant voor het individu. De gemeente moet daar haar communicatiemiddelen veel meer afstemmen op een individu of individuen met bepaalde behoeften: merkt de gemeente bijvoorbeeld dat veel statushouders niet maatschappelijk participeren door hun

slechte taalbeheersing, dan moet de gemeente daarop inspringen door middel van aanvullende taaltrainingen of taalbuddy's. In andere woorden: interactieve communicatie met statushouders is maatwerk. De gemeente (en vooral de participatiecoaches) zullen dus vooral de wensen en behoeften van hun statushouders moeten inventariseren en deze koppelen aan trajecten en activiteiten die een meerwaarde bieden voor het individu.

9.2 Implementatiemodel

Ik geef met behulp van een implementatiemodel invulling aan de aanbevelingen en laat zien hoe de gemeente dit advies kan implementeren en (voor de lange termijn) kan onderhouden en verbeteren. De onderzoeker doet dit aan de hand van het PDCA-model van Deming (1986). Dit model bestaat uit vier dimensies: plan, do, check en act.

Plan

De organisatie kijkt allereerst naar de huidige situatie en vormt op basis daarvan een plan om deze situatie te verbeteren. Hierbij is het opzetten van doelstellingen essentieel. Daarom moeten organisaties de strategische doelstellingen volgens de SMART-methode opstellen: doelstellingen zijn dus specifiek, meetbaar, acceptabel, realistisch en tijdsgebonden. Een voorbeeld van een SMART-doelstelling is bijvoorbeeld: "De gemeente wil dat op 1 januari 2019 het aantal maatschappelijk participerende statushouders binnen de caseload is ten opzichte van 1 januari 2018 is toegenomen met 10%. De gemeente moet ook KPI's opstellen, oftewel kritieke prestatie-indicatoren. Aan deze indicatoren is af te lezen of de gemeente op koers ligt om haar doelstellingen te behalen. Een middel waarmee de gemeente dat kan toetsten, zijn bijvoorbeeld de query's die zij maandelijks opstelt. Hierin kan de gemeente bijvoorbeeld een KPI "de maandelijkse uitstroom naar (vrijwilligers)werk" meten om te achterhalen of zij nog op koers liggen voor het behalen van de doelstelling.

Do

Gaat 'simpelweg' over het uitvoeren van de plannen om de situatie te verbeteren.

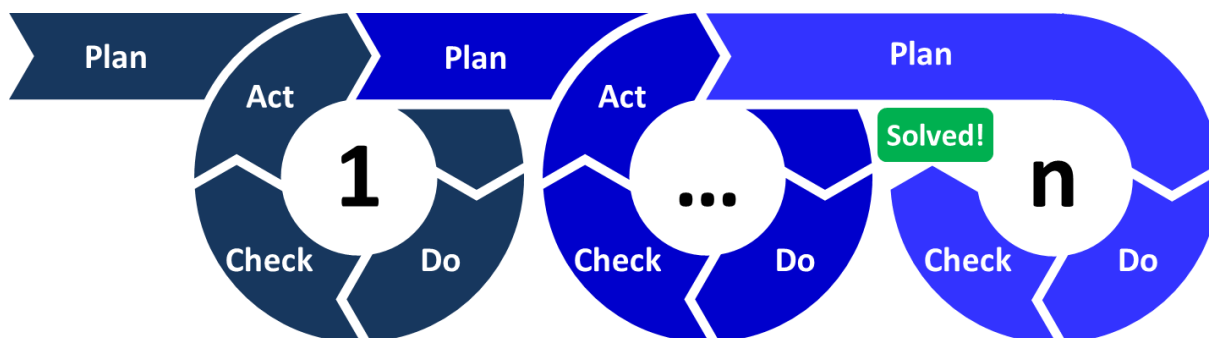
Check

Toetst en analyseer de resultaten. Vergelijk deze resultaten met de SMART-doelstelling(en) en de oorspronkelijke resultaten. Bespreek het effect van de verandering met betrokkenen en inventariseer waar mogelijke verbeteringen of veranderingen kunnen plaatsvinden. De gemeente moet daarnaast ook evalueren of bijvoorbeeld de informatie nog volledig en betrouwbaar is en nog voldoende relevant is voor ontvangers.

Act

De gemeente moet de genomen maatregel(en) evalueren en bepalen of het deze hebben bijgedragen aan het behalen van de doelstelling. Op het moment dat de gemeente resultaatverschillen opmerkt, moet zij bijsturen en trachten de oorspronkelijk geplande resultaten alsnog te behalen. De gemeente moet in deze fase ook nieuwe mogelijkheden inventariseren om goede resultaten te halen. Dit kan bijvoorbeeld door het betrekken van statushouders in de vormgeving van beleid.

De onderzoeker raadt de gemeente aan de cyclus bewust te doorlopen. Met behulp van deze cyclus kan de gemeente het effect van hun communicatiemiddelen toetsten en analyseren of het daadwerkelijk invloed heeft op de maatschappelijke participatie van statushouders. Mocht dit niet het geval zijn, dan moet de gemeente weer in gesprek met betrokkenen en het originele plan aanpassen of bijschaven. Door de herhaling van deze stappen kan de gemeente hun plannen constant blijven verbeteren en toewerken de oplossing van het probleem.



Figuur 10.3: PDCA-model van Deming (1986)

Tijd en budgettaire

Om de verschillende aanbevelingen te implementeren, is zowel tijd als geld nodig. De onderzoeker beveelt een termijn van 2 maanden aan om de bovengenoemde communicatiemiddelen te (laten) ontwikkelen en implementeren. Hierin moet de gemeente opzoek naar relevante informatie die zij willen delen met statushouders, contact opnemen met een vormgever, vertaler en drukker. De onderzoeker benadrukt de periode van 2 maanden om het plan te implementeren, omdat de gemeente dan van augustus 2018 tot januari 2019 de effecten het van communicatieplan kan monitoren en vergelijken met de resultaten van januari 2018 om te zien of het gewenste resultaat is behaald. Mocht dit niet het geval zijn, dan kan de gemeente het PDCA-model van Deming (1986) toepassen om de kwaliteit van het communicatieplan structureel te verbeteren.

De implementatie van dit advies kost geld. De onderzoeker heeft hieronder een overzicht gemaakt van kosten waar de gemeente rekening mee moet houden bij de implementatie deze aanvullende communicatiemiddelen

Communicatiemiddel	Geschatte kosten	Terugkomende kosten
Website (desktop en mobiel)	1.000 euro*	50 euro per jaar
Informatieboekje (oplage van 500)	200 euro**	200 euro per jaar
Vertalen	0,18 cent per woord***	-
Ontwerp/vormgeving	300 euro****	-
Totaal	2000-2500 euro	250 euro per jaar

Figuur 9.3: kostenschema (bron: auteur)

- * Gebaseerd op prijzen van best4u.nl
- ** Uitgaande van 20 pagina's op A5 formaat via drukzo.nl
- *** Gebaseerd op tarieven van vertaalbureau-perfect.nl
- **** Gebaseerd op tarieven van mamamiaproducties.nl

Literatuurlijst

- Allen, N.J., & Meyer, J.P. (1990). *The Measurement and Antecedents of Affective, Continuance and Normative Commitment to the Organization*. *Journal of Occupational Psychology*, 63, 1-18.
- AlphenaaandenRijnInCijfers (2018). Inwoners totaal – Alphen aan den Rijn [dataset]. Geraadpleegd op 20 februari 2018 van <https://alphenaaandenrijn.incijfers.nl/jive>
- Boer, M. (2012). *Handboek voor de interne communicatiespecialist*. Groningen, Nederland: Noordhoff Uitgevers.
- CBS (2018a, 1 januari). Gemeentelijke indeling op 1 januari 2018. Geraadpleegd op 20 februari 2018 Van <https://www.cbs.nl/nl-nl/onze-diensten/methoden/classificaties/overig/gemeentelijke-indelingen-per-jaar/indeling%20per%20jaar/gemeentelijke-indeling-op-1-januari-2018>
- CBS (2018b, 17 april). 11 procent van statushouders heeft werk. Geraadpleegd op 18 april 2018 van <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2018/16/11-procent-van-statushouders-heeft-werk>
- COA (z.d.). Huisvesting vergunninghouders. Geraadpleegd op 25 februari 2018 van <https://www.coa.nl/nl/asielopvang/huisvesting-vergunninghouders>
- Deming, W.E. (1986). *Out of the crisis*.: Massachusetts Institute of Technology, Center for Advanced Engineering Study. p. 88. Cambridge, MA: Mit Press Ltd
- DUO (z.d.). U gaat inburgeren. Geraadpleegd op 3 maart 2018 van <https://www.inburgeren.nl/u-gaat-inburgeren/index.jsp>
- Eberg, J. (2016). *De praktische wijsheid van overheidscommunicatie*. Geraadpleegd op 22 april 2018 van https://tijdschriften.boombestuurskunde.nl/tijdschrift/bk/2006/2/Bk_0927-3387_2006_015_002_008
- Galjaard, C. (2002). *Overheidscommunicatie: de binnenkant van het vak*. (tweede, herziene druk) Utrecht, Nederland: Uitgeverij Lemma BV.
- Jager-Vreugdenhill, M. (2011). *Spraakverwarring over participatie*. *Journal of Social Intervention: Theory and Practice*, 20(1), 76–99.
- Landsberg, M. (1997). *The Tao of Coaching*. California, The United States of America: Knowledge Exchange.

- Participe (z.d.). Loop binnen op het serviceplein. Geraadpleegd op 2 maart 2018 van www.participealphen.nu/loop-binnen/serviceplein-gemeente-alphen/
- Pol, B., & Swankhuisen, C. (2013). *Nieuwe aanpak in overheidscommunicatie: Mythen, misverstanden en mogelijkheden*. (tweede, herziene druk) Bussum, Nederland: Uitgeverij Coutinho
- Quirke, B. (2008). *Making the Connections: Using Internal Communication to Turn Strategy Into Action* (2nd Edition). Hampshire, England: Grower Publishing Limited.
- Rijksoverheid (2016). Participatiewet: informatie voor gemeenten. Geraadpleegd op 5 maart 2018 van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/participatiewet/participatiewet-informatie-voor-gemeenten>
- Rijksoverheid (z.d.). Taken van een gemeente. Geraadpleegd op 20 februari 2018 van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/gemeenten/taken-gemeente>
- Tom in de Buurt (z.d.). Over Tom. Geraadpleegd op 25 februari 2018 van <https://www.tomindebuurt.nl/over-tom>
- Tom in de Buurt (2015). Tom in de buurt West start met Papierwinkel. Geraadpleegd op 25 maart 2018 van <https://www.tomindebuurt.nl/bedankt/nieuws-item/t/tom-in-de-buurt-west-start-met-papierwinkel>
- Van Ruler, B. (1998). *Strategisch management van communicatie: introductie van het Communicatiekruispunt*. Deventer, Nederland: Samsom.
- Verhoeven, N. (2011). *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs*. Amsterdam, Nederland: Boom Lemma.
- Vluchtelingenwerk (z.d.). Eritrea: onderdrukking en eindeloze dienstplicht. Geraadpleegd op 7 maart 2018 van <https://www.vluchtelingenwerk.nl/feiten-cijfers/landen-van-herkomst/eritrea>
- Vluchtelingenwerk (z.d.). Syrië: miljoenen mensen op drift . Geraadpleegd op 7 maart 2018 van <https://www.vluchtelingenwerk.nl/feiten-cijfers/landen-van-herkomst/syri%C3%AB>
- VNG (2010). Meetlat van participatie. Geraadpleegd op 5 maart 2018 van https://vng.nl/files/vng/vng/Documenten/Extranet/werk_en_inkomen_2010/re_integratie/20100219_brochure_participatieladder.pdf

Bijlage A: Frequentietabellen

In deze bijlage staan de frequentietabellen die op basis van de data uit de gemeentelijke query van 1 april 2018 zijn geformuleerd.

Deze informatie is wegens vertrouwelijkheid niet beschikbaar voor derden.

Bijlage B: Brief toekenning uitkering

Deze informatie is wegens vertrouwelijkheid niet beschikbaar voor derden.

Bijlage C: Topic guide

1. Introductie (5 min):

De onderzoeker bedankt de statushouder voor meewerken aan het onderzoek en licht kort de opzet en insteek van het onderzoek toe.

“Mijn naam is Ramon Huisman en ik doe onderzoek naar hoe de communicatie tussen de gemeente Alphen aan den Rijn en haar statushouders verloopt. Ik heb jou uitgenodigd omdat je behoort tot een groep statushouders met een goed groeipotentieel, daarom wil ik samen met jou uitzoeken hoe de gemeente Alphen jou optimaal kan ondersteunen. Dit interview duurt ongeveer een half uur en bestaat uit vijf onderdelen. Ik ben op zoek naar jouw wensen en behoeften, hierbij zijn er zijn geen foute antwoorden. Dit interview is overigens anoniem, dus je naam zal niet in het onderzoek voorkomen. Is dat tot zover duidelijk? Voor de uitwerking van het interview ga ik ons gesprek opnemen, is dat oké? Heb je nog andere vragen?”

2. Huidige situatie (5 min):

Wat vinden jullie van de huidige communicatiemiddelen?

Dit deel toetst hoe de statushouder de huidige situatie ervaart. De onderzoeker vraagt naar wat de statushouders vinden van de huidige communicatiemiddelen, zoals de pre-huisvestingbijeenkomst, de informatieve brief, het contact met de P-coach en eventuele trainingen die de statushouder heeft bijgewoond. De onderzoeker vraagt of de statushouders deze middelen is tegengekomen, hoe de statushouder deze heeft ervaren en waarom hij/zij dat vindt.

Welke middelen gebruikt de doelgroep?

De onderzoeker vraagt ook naar de communicatiemiddelen die de statushouder gebruikt. Hiervoor stelt de onderzoeker een uitgebreide lijst op met verschillende communicatiemiddelen, waarbij de respondent kan selecteren welke middelen hij/zij gebruikt. De onderzoeker vraagt daarna door over de gekozen middelen, bijvoorbeeld waarom de respondent bepaalde middelen wel of niet gebruikt en hoe frequent zij gebruik maken van dit communicatiemiddel.

3. Wensen en behoeften per topic (15 min):

Voor dit onderdeel bespreekt de onderzoeker met de respondent verschillende onderwerpen die relevant zijn voor sociale deelname. De volgende acht hoofdthema's komen aan bod:

1. Uitkering
2. Reizen en reiskosten
3. Kinderopvang
4. Werksectoren
5. Diploma's / kwalificaties
6. Vacatures
7. Nederlandse werkvloer
8. Salaris

De onderzoeker bespreekt deze thema's eerst globaal, bijvoorbeeld: *“heb je goed beeld van de verschillende werksectoren?”*, of *“weet je wat er met je uitkering gebeurt als je parttime gaat werken?”*. De onderzoeker zal hiermee eerst toetsen in welke mate de respondent als geïnformeerd of zelfs betrokken is bij de het onderwerp. De thema's zijn uitgeprint als kaartjes en voorzien van een afbeelding.

Daarna legt de onderzoeker aan de respondent een aantal kaartjes met verschillende communicatiemiddelen voor. Deze zijn gebaseerd op de treden uit het conceptuele model van Quirke. drie kaartjes zijn blanco en zijn bedoeld voor de eigen ideeën van de respondenten. Per onderwerp moet de respondent aangeven welk communicatiemiddel voor hem goed aansluit en een top-3

maken. De onderzoeker zal goed kijken naar de beweegredenen van de respondent en waar nodig de 'waaromvraag' stellen. Hierdoor maakt de onderzoeker inzichtelijk welke voorkeuren de respondenten hebben ten aanzien van de informatievoorziening over een bepaald onderwerp. Daarna probeert de onderzoeker verbanden te leggen tussen antwoorden, bijvoorbeeld als een respondent hetzelfde communicatiemiddel voor verschillende onderwerpen als 'beste' rangschikt. Dan kan de onderzoeker bijvoorbeeld vragen of via dat communicatiemiddel meerdere onderwerpen tegelijkertijd kan behandelen. De onderzoeker vraagt tot slot ook hoe frequent de gemeente het gewenste communicatiemiddel moet inzetten.

4. Tot slot (5 min)

Wanneer de respondent geen nieuwe wensen of behoeften meer kan opnoemen, zal de onderzoeker vragen of hij/zij nog andere op- of aanmerkingen heeft over hun relatie met de gemeente Alphen aan den Rijn. Hier mag de respondent eventuele problemen, tips of ideeën aankaarten die te invloed hebben op hun traject naar sociale deelname. Hierna vraagt onderzoeker of de respondent nog overige vragen of opmerkingen heeft. Tot slot bedankt de onderzoeker de respondent voor zijn/haar medewerking en sluit hij het interview af.

Bijlage D: Verbatims

Deze informatie is wegens vertrouwelijkheid niet beschikbaar voor derden.

Bijlage E: Analyseschema's

Deze informatie is wegens vertrouwelijkheid niet beschikbaar voor derden.

SALARIS

- ☐ Salarisschijven
- ☐ CAO
- ☐ Belasting



UITKERING

- ☐ Wat gebeurt er met jouw uitkering als je fulltime-, parttime- of vrijwilligerswerk gaat doen?



NEDERLANDSE WERKVLOER

- ☐ normen en waarden
- ☐ omgang met collega's
- ☐ verlof



SECTOREN

- ☐ Waar kan ik allemaal werken?
- ☐ Welke arbeidsvoorwaarden?



VACATURES

- ☐ Waar vind ik vacatures?
- ☐ Hoe moet ik reageren?
- ☐ Hoe maak ik een cv?
- ☐ Hoe schrijf ik een motivatiebrief?
- ☐ Sollicitatiegesprek



DIPLOMA'S

- Wat heb ik nodig?*
- ☐ Rijbewijs?
 - ☐ Certificaat?
 - ☐ Cursus?
 - ☐ Opleiding?



REIZEN

*Wat als je moet reizen
naar jouw werk?*

- ☐ Bus
- ☐ trein
- ☐ auto
- ☐ fiets
- ☐ Reiskosten?



KINDEROPVANG

*Wat gebeurt er met je kinderen als jij
aan het werk bent?*

- ☐ Hoe werkt kinderopvang in
Nederland?
- ☐ Wat zijn de kosten?



BELLEN



ONLINE LESSEN



SKYPE



BEDRIJFSBEZOEK



P-COACH



PRESENTATIES



WHATSAPP



TRAINING



SOCIAL MEDIA



EIGEN IDEE



EIGEN IDEE



EIGEN IDEE



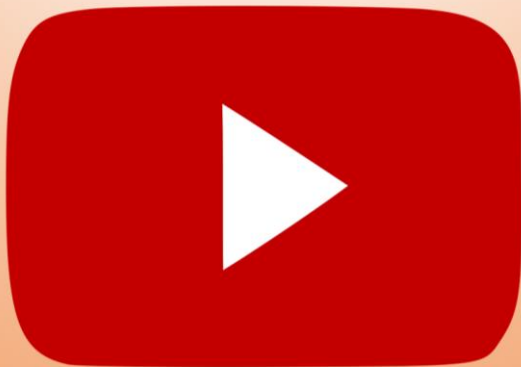
VIDEO



NIEUWSBRIEF



YOUTUBE



WEBSITE



E-MAIL



INFORMATIEBOEKJE

