



Hulpverleners, zie jij ze?

Kaylie Morsink
Janne Plume

319942
356381

Bachelorrapport MWD
Academie Mens en Maatschappij

Saxion Enschede

Hulpverleners, zie jij ze?

Een onderzoek naar zichtbaarheid in de wijk

Kaylie Morsink
Janne Plume

Bachelorbegeleider: Helma Hendriks

Academie Mens en Maatschappij
Saxion Enschede

Enschede, 9 maart 2017

wijkkracht
sociale zorg voor *iedereen!*

Inhoudsopgave

Voorwoord	5
Samenvatting.....	6
Hoofdstuk 1 Inleiding	7
1.1 Aanleiding.....	7
1.2 Doelstelling.....	8
1.2.1 Korte termijn doelstelling.....	8
1.2.2 Lange termijn doelstelling	8
1.3 Onderzoeksvraag.....	9
1.3.1 Hoofdvraag	9
1.3.2 Deelvragen.....	9
1.4 Leeswijzer	9
Hoofdstuk 2 Theoretisch kader	10
2.1 Wat is Wijkkracht?	10
2.2 Wat is de gehanteerde definitie van ‘zichtbaarheid in de wijk’?	10
2.3 Wat is er in de literatuur bekend over de zichtbaarheid van sociale wijkteams in de wijk?	11
2.4 Wat zijn statushouders?	13
Hoofdstuk 3 Methode van onderzoek.....	15
3.1 Onderzoeksmethode	15
3.2 Onderzoekstype	15
3.3 Onderzoekspopulatie en steekproef.....	16
3.4 Instrumenten	16
3.5 Procedure	17
3.6 Betrouwbaarheid.....	17
3.8 Interne en externe geldigheid	18
3.9 Ethische overwegingen	19
3.10 Samenvatting.....	19
Hoofdstuk 4 Resultaten.....	20
4.1 Kenmerken respondenten.....	20
4.2 Zichtbaarheid in de wijk	20
4.3 Zichtbaarheid voor de doelgroep statushouders	24
Hoofdstuk 5 Conclusies	27
5.1 Deelvraag 1.....	27
5.2 Deelvraag 2.....	29

5.3 Hoofdvraag	31
5.4 Aanbevelingen	32
5.5 Sterktes en zwaktes	33
Literatuurlijst	36
Bijlagen	39
Bijlage 1 Modelovereenkomst onderzoeksopdracht	39
Bijlage 2 Evaluatieformulier opdrachtgever	41
Bijlage 3 Uitnodiging respondenten	43
Bijlage 4 Voorbeeld labelschema	44

Voorwoord

Zichtbaarheid in de wijk is volgens ons een onderwerp dat in 2017 een belangrijk punt gaat worden. De samenwerking tijdens het uitvoeren van dit onderzoek is goed verlopen en we hebben samen veel kunnen leren.

We hebben met veel plezier dit onderzoek uitgevoerd en we willen een aantal mensen bedanken die ons hebben geholpen bij de totstandkoming van dit rapport.

We willen allereerst Arie Fröberg bedanken, beleidsmaker van Wijkkracht en tevens onze opdrachtgever. We willen je bedanken voor de ideeën die je ons meegaf en je inzet tijdens ons onderzoek. Graag willen wij ook onze intervisiedocent bedanken, Helma Hendriks, voor alle feedback en goede adviezen.

Verder willen we alle respondenten van ons onderzoek bedanken voor jullie medewerking aan het onderzoek.

Janne Plume en Kaylie Morsink
9 maart 2017

Samenvatting

Sociale wijkteams binnen gemeenten bestaan nu een aantal jaren. Omdat de wijkteams in rap tempo zijn uitgegroeid en de medewerkers vaak een hoge werkdruk ervaren, is er geen tijd om met elkaar goede afspraken en ideeën uit te wisselen over hoe sociale wijkteams zichtbaar moeten zijn in de wijk. Dit onderzoek heeft betrekking op de zichtbaarheid van sociale wijkteams in de wijk. Welke manieren zijn er om zichtbaar te zijn, is hier een beleid voor en hoe kunnen we ervoor zorgen dat we voor de doelgroep statushouders goed zichtbaar zijn. In dit onderzoek wordt vanuit de opdrachtgever Wijkkracht Hengelo, gekeken naar manieren om zichtbaarheid in de wijk te vergroten. Daarbij wordt in het onderzoek ook ingegaan op de gemeenten Almelo en Enschede. Gekeken wordt hoe zij omgaan met zichtbaarheid in de wijk en of de drie gemeenten binnen het onderzoek iets van elkaar kunnen leren. Door middel van interviews en de resultaten die hieruit voortvloeien, kan antwoord worden gegeven op de hoofdvraag van het onderzoek. Namelijk: “Op welke wijze kunnen medewerkers binnen de sociale wijkteams van Wijkkracht Hengelo de zichtbaarheid voor de bewoners en de doelgroep statushouders binnen de wijken van Hengelo versterken?”. Er is een kwalitatief onderzoek uitgevoerd, waarbij gebruik is gemaakt van bestaande literatuur en meningen en ervaringen van medewerkers uit sociale wijkteams. In totaal zijn er elf professionals uit de verschillende gemeenten en wijkteams geïnterviewd.

Uit de resultaten van dit onderzoek blijkt dat de drie gemeenten allemaal verschillende manieren hebben om zichtbaar te zijn in de wijk. Er zijn manieren die door meerdere gemeenten en wijkteams worden toegepast, maar ook manieren die maar binnen één wijkteam uit een bepaalde gemeente worden gehanteerd. Uit het onderzoek komt ook naar voren dat de meerderheid geen beleid heeft voor het zichtbaar zijn in de wijk en zij dit ook niet voor de doelgroep statushouders hanteren. Daarnaast zijn er verschillende uitkomsten als het gaat om doelgroepen en lopen de locaties waar medewerkers van sociale wijkteams zich bevinden uiteen. Conclusie van dit onderzoek is dat er erg veel verschillende manieren zijn en de zichtbaarheid duidelijk uitgebreid kan worden. Zeker als het gaat om de doelgroep statushouders, is hierin nog veel winst te behalen. Aanbevelingen binnen dit onderzoek zijn dan onder andere ook om voor de doelgroep statushouders een apart beleid te ontwikkelen en ideeën om zichtbaar te zijn in de wijk van elkaar over te nemen. Ook wordt binnen het onderzoek aanbevolen om vervolgonderzoek te verrichten naar de zichtbaarheid van sociale wijkteams in de wijk. Dit onderzoek richt zich op de meningen en ervaringen van medewerkers uit sociale wijkteams, maar buurtbewoners zijn de mensen die echt ervaren hoe met zichtbaarheid in de wijk wordt omgegaan. Het zou erg interessant zijn om het onderzoek ook bij deze groep mensen onder de aandacht te brengen.

Hoofdstuk 1 Inleiding

Dit hoofdstuk bestaat uit vier paragrafen. Paragraaf 1.1 geeft de aanleiding weer van het onderzoek. Paragraaf 1.2 beschrijft de doelstellingen van het onderzoek. In paragraaf 1.3 worden de hoofd –en deelvragen beschreven. Ten slot is in paragraaf 1.4 de leeswijzer weergegeven.

1.1 Aanleiding

In het sociaal domein hebben sinds januari 2015 verschillende transitieën plaatsgevonden. De gemeenten zijn verantwoordelijk geworden voor de ondersteuning en hulp aan burgers. De transitieën zijn erop gericht dat mensen sneller hulp krijgen geboden en ondersteuning krijgen die aansluit op hun persoonlijke situatie (Movisie, 2015). Om dit mogelijk te kunnen maken, hebben er in de maatschappij veranderingen moeten plaatsvinden. Deze veranderingen worden op dit moment nog steeds doorontwikkeld. Door professionals binnen de gemeenten wordt er gekeken naar een manier om binnen deze maatschappelijke veranderingen het werk zo passend en efficiënt mogelijk in te richten. Zo moet er een betere samenwerking plaatsvinden tussen professionals, vrijwilligers en het netwerk van de burger (Movisie, 2015). Daarnaast wordt er binnen de acht bakens van Welzijn Nieuwe Stijl gestreefd naar een doordachte balans tussen een collectieve en individuele aanpak van hulpvragen vanuit de burgers. Een collectieve aanpak is niet alleen goedkoper, maar in veel gevallen ook beter. Om een juiste balans tussen collectief en individueel te realiseren, zullen professionals hun zorg- en ondersteuningsaanbod op een andere manier moeten inrichten (Movisie, 2013).

Vanuit de acht bakens van Welzijn Nieuwe Stijl, zal in dit onderzoek de focus gelegd worden op collectief werken. Een trend die voor veel gemeenten vanaf januari 2015 van start is gegaan, is het werken in sociale wijkteams. Verschillende professionals werken hierbij samen in een wijkteam en pakken vaak in samenwerking met de wijkbewoners samen de problemen in de wijk aan (Binkhorst, 2016). De professionals binnen de wijkteams kunnen gebruik maken van een collectieve aanpak of een individuele aanpak. Een collectieve aanpak is erop gericht om mensen in de wijk met elkaar te verbinden, elkaar te helpen en veelvoorkomende problemen/hulpvragen in het algemeen te bespreken (Binkhorst, 2016). Hulpverleners binnen een sociaal wijkteam moeten volgen Movisie (2013) schakelen tussen de collectieve aanpak en individuele aanpak binnen de wijk (Binkhorst, 2016). Om als sociaal wijkteam een collectieve aanpak uit te kunnen voeren, moet het wijkteam zichtbaar zijn in de wijk. Op deze manier weten burgers hen te vinden en zal het vaak een minder grote stap zijn om hulp of ondersteuning te vragen. Ook zal door meer zichtbaarheid in de wijk, de samenwerking tussen professionals, vrijwilligers en burgers worden gestimuleerd.

Om zichtbaar te zijn in de wijk, betekent het dat professionals de wijk, burgers en de organisaties waarmee zij samenwerken goed kennen. Anderzijds is het ook van belang dat burgers en organisaties de wijkteams kennen en weten hoe zij daar terecht kunnen. De professional uit het sociale wijkteam moet het aanspreekpunt zijn voor sociale vragen en belangen (Binkhorst, 2016). Een professional zal veel tijd moeten investeren om écht zichtbaar te zijn in de wijk en om contacten te leggen en te onderhouden, met zowel de wijkbewoners als de organisaties waarmee zij samenwerken. Enerzijds moeten de professionals uit een sociaal wijkteam zichtbaar zijn in de wijk en zich veel bevinden in de wijk voor een collectieve aanpak, anderzijds moeten zij ook individueel te werk kunnen gaan met cliënten wanneer dit nodig is.

Dit onderzoek wordt uitgevoerd voor Wijkkracht in de gemeente Hengelo, waarbij ook wordt gericht op de gemeenten Enschede en Almelo. In Hengelo is er gekozen voor drie sociale wijkteams, die door de organisatie Wijkkracht worden ingericht. Binnen Wijkkracht biedt een groot aantal medewerkers individuele ondersteuning aan burgers binnen de wijk. Daarnaast zijn er een aantal medewerkers, die zich meer richten op de collectieve ondersteuning. Bij Wijkkracht Hengelo is het onduidelijk of zij op

dit moment op een passende manier te werk gaan en of zij bepaalde initiatieven juist meer of minder moeten uitvoeren. Daarbij is zichtbaarheid in de wijk het doel dat Wijkkracht Hengelo wil nastreven. Hiervoor hebben zij op dit moment nog geen efficiënte manier gevonden en daarom zal er onderzoek worden opgestart. Bij Wijkkracht Hengelo willen zij dus de zichtbaarheid in de wijk vergroten voor alle doelgroepen, maar er wordt nog een specifieke doelgroep benoemd waar zij nog weinig ervaring mee hebben en niet weten op welke manier zij zichtbaar kunnen zijn voor deze doelgroep. De doelgroep waar het om gaat zijn statushouders. Dit is een specifieke doelgroep, dat steeds meer zal voorkomen in de maatschappij en dus binnen de wijk, door de ontwikkelingen die nu spelen in onze maatschappij. Om de ontwikkelingen bij te kunnen benen en om statushouders zo goed mogelijk te laten integreren in Nederland en dus in de wijk, wordt er in dit onderzoek ook specifiek gekeken naar de zichtbaarheid voor deze doelgroep. Om deze informatie te verkrijgen, worden ook de medewerkers van sociale wijkteams uit de gemeenten Enschede en Almelo betrokken binnen dit onderzoek. Hier is voor gekozen, omdat elke gemeente anders is ingedeeld en elk sociaal wijkteam zelf mag weten hoe het vormgeeft aan zichtbaarheid in de wijk. Door de verschillende manieren van medewerkers uit sociale wijkteams te bekijken, kunnen er aanbevelingen worden gedaan aan Wijkkracht Hengelo.

Wijkkracht Hengelo neemt deel aan de Werkplaats Sociaal Domein Twente. Dit is een kennisnetwerk tussen verschillende organisaties uit Twente en het Lectoraat Social Work van Saxion. Vanuit de Werkplaats Sociaal Domein is het onderwerp 'zichtbaarheid in de wijk' naar voren gekomen. De gemeenten Enschede en Almelo nemen ook deel aan de Werkplaats Sociaal Domein Twente en van daaruit is ook de samenwerking gezocht met de sociale wijkteams uit deze gemeenten met betrekking tot dit onderzoek.

Dit onderzoek zal bijdragen aan het collectief werken van Wijkkracht Hengelo en daarbij staat de zichtbaarheid van de medewerkers in de wijk centraal. Zo kan op korte termijn duidelijkheid verkregen worden over de mogelijkheden om zichtbaar te zijn in de wijk voor medewerkers van Wijkkracht Hengelo. Op lange termijn draagt het onderzoek bij aan het zichtbaar zijn van medewerkers van Wijkkracht Hengelo voor alle doelgroepen in de wijken van Hengelo en draagt het bij aan het delen van deze kennis binnen de Werkplaats Sociaal Domein Twente.

1.2 Doelstelling

1.2.1 Korte termijn doelstelling

Mogelijkheden aandragen voor de collectieve medewerkers van Wijkkracht Hengelo, zodat zij zichtbaar kunnen zijn voor de wijkbewoners en specifiek voor de doelgroep statushouders binnen de wijken in Hengelo.

1.2.2 Lange termijn doelstelling

Medewerkers van Wijkkracht Hengelo zijn zichtbaar voor de verschillende doelgroepen binnen de wijken in Hengelo en andere organisaties uit de Werkplaats Sociaal Domein Twente kunnen gebruik maken van deze kennis.

1.3 Onderzoeksvraag

1.3.1 Hoofdvraag

Op welke wijze kunnen medewerkers binnen de sociale wijkteams van Wijkkracht Hengelo de zichtbaarheid voor de bewoners en de doelgroep statushouders binnen de wijken van Hengelo versterken?

1.3.2 Deelvragen

Theoretische deelvragen:

1. Wat houdt de organisatie Wijkkracht in?
2. Wat is de gehanteerde definitie van 'zichtbaarheid in de wijk'?
3. Wat is er in de literatuur bekend over de zichtbaarheid van sociale wijkteams in de wijk?
4. Wat zijn statushouders?
5. Hoeveel statushouders zijn er op dit moment gevestigd in de gemeenten Hengelo, Almelo en Enschede?

Praktische deelvragen:

1. Op welke wijze gaan medewerkers van Wijkkracht Hengelo en van de gemeenten Almelo en Enschede om met zichtbaarheid in de wijk?
2. Op welke wijze richten de medewerkers van Wijkkracht Hengelo en de medewerkers van de gemeenten Almelo en Enschede zich op de zichtbaarheid voor de doelgroep statushouders binnen de wijk?

1.4 Leeswijzer

Het rapport bestaat uit vijf hoofdstukken. Voorafgaand aan de hoofdstukken wordt een samenvatting gegeven van het geheel. In hoofdstuk 1 (de inleiding) wordt de aanleiding van het onderzoek, het doel en de hoofdvraag en deelvragen weergegeven. In hoofdstuk 2, het theoretisch kader, worden de theoretische deelvragen beantwoord. Hoofdstuk 3 geeft de methode van onderzoek weer. In hoofdstuk 4 worden de resultaten beschreven. De resultaten zijn verkregen vanuit interviews met medewerkers uit sociale wijkteams van de gemeenten Hengelo, Enschede en Almelo. In hoofdstuk 5 worden de conclusies weergegeven en wordt de hoofdvraag beantwoord. Het hoofdstuk wordt afgesloten met een overzicht van sterke en zwakke punten en een discussie.

Hoofdstuk 2 Theoretisch kader

Dit hoofdstuk bestaat uit vier paragrafen en geeft de beantwoording van de theoretische deelvragen weer. Per paragraaf wordt een deelvraag beantwoord.

2.1 Wat is Wijkkracht?

Wijkkracht is een organisatie die is ontstaan in januari 2015 uit het samenvoegen van meerdere organisaties, namelijk: het maatschappelijk werk van Carintreggeland, Scala Welzijn en Stichting Welzijn Ouderen Hengelo (Wijkkracht, 2015).

Wijkkracht biedt sociale zorg en cliëntondersteuning in de gemeente Hengelo, Losser, Oldenzaal, Borne, Haaksbergen, Hof van Twente en Dinkelland. Sociale zorg bestaat uit ondersteunen, advies en informatie geven, motiveren en stimuleren en het versterken van de zelfredzaamheid van mensen (Wijkkracht, 2015).

Wijkkracht Hengelo werkt vanuit drie sociale wijkteams verdeeld over heel Hengelo, namelijk: team noord, midden en zuid. In deze teams werken verschillende disciplines samen. De disciplines zijn: maatschappelijk werk, ouderenwerk, mantelzorgondersteuning, ondersteuning van mensen met een verstandelijke beperking, sociaal cultureel werk en jongerenwerk (Wijkkracht, 2015). De sociale zorg wordt in opdracht van de gemeente Hengelo door de wijkteams geleverd (Gemeente Hengelo, z.j.). In de drie sociale wijkteams van Wijkkracht Hengelo werken verschillende medewerkers. Hiervan zijn een aantal gericht op individuele ondersteuning en een aantal gericht op het collectieve werk. Het collectieve werk bestaat onder andere uit het geven van cursussen, organiseren van activiteiten en het ondersteunen van activiteiten en initiatieven van buurtbewoners. Wijkkracht is er voor alle doelgroepen in de wijk die sociale zorg nodig hebben (Wijkkracht, 2015).

Dit onderzoek vindt plaats bij Wijkkracht Hengelo en richt zich op de medewerkers uit de drie wijkteams die collectief werken.

2.2 Wat is de gehanteerde definitie van ‘zichtbaarheid in de wijk’?

Vanuit de literatuur zijn er meerdere definities van ‘zichtbaarheid in de wijk’. Eén van de belangrijkste taken van een sociaal wijkteam is het zichtbaar zijn in de wijk (Movisie, 2014). Een sociaal wijkteam functioneert alleen goed wanneer de medewerkers uit het wijkteam een groot deel van hun werkweek in het team en in de wijk werken (Sociaal Werk in de Wijk, 2013). Daarnaast zullen zij in de wijk bekend moeten staan als een ondersteuningsteam en aanspreekpunt, zodat buurtbewoners hen weten te vinden bij vragen, behoeften en ideeën. De baken ‘zichtbaar zijn en er op af gaan’ is één van de acht bakens uit Welzijn Nieuwe Stijl, die door de sociale wijkteams nageleefd moet worden (Movisie, 2014).

Zichtbaar zijn in de wijk betekent dat medewerkers van sociale wijkteams de wijk kennen, de buurtbewoners en de organisaties kennen en door hen gekend of herkend worden. De medewerker van het sociale wijkteam is er als aanspreekpunt voor sociale vragen en komt op voor het maatschappelijke belang van de buurtbewoners. Daarbij is het ondersteunen van collectieve initiatieven een onderdeel van de werkzaamheden binnen een sociaal wijkteam (Vlaar, Kluft & Liefhebber, 2013).

Om zichtbaar te kunnen werken in de wijk, is een ondernemende houding nodig vanuit de medewerker van het sociale wijkteam. Daarnaast moet de wijkteammedewerker initiatieven kunnen

nemen en strategieën kunnen aandragen, om zo goed mogelijk op de vraag van de buurtbewoners aan te sluiten (Kluft, 2011). Zichtbaarheid en bekendheid in de wijk wordt mede bepaald doordat medewerkers vanuit een sociaal wijkteam aanwezig en present zijn in de wijk. Zij moeten aanspreekbaar zijn voor buurtbewoners, zich verbonden voelen met de wijk en een groot gedeelte van hun tijd kunnen investeren in de wijk. Investeren in het leggen en onderhouden van contacten, samenwerken met andere professionals uit de wijk en vrijwilligers en aanwezig zijn op zo veel mogelijk sociale plekken, als verenigingen, clubhuizen en scholen. Aanwezig zijn bij allerlei evenementen in de wijk, gesprekjes voeren en fietsen door de wijk zijn allemaal manieren om zichtbaar te werken in de wijk (Movisie, z.j.).

Naast de fysieke zichtbaarheid in de wijk, bestaan er ook verschillende praktische manieren om zichtbaar te zijn. Movisie (z.j.) geeft aan dat er door middel van doorverwijzingen naar het wijkteam, steeds meer bekendheid komt onder buurtbewoners en ook andere organisaties. Daarnaast kunnen folders, websites, communicatie over telefoonnummers en e-mailadressen en eventueel zichtbaarheid via bijvoorbeeld herkenbare kleding, ook bijdragen aan zichtbaarheid van medewerkers in de wijk (Movisie, z.j.).

2.3 Wat is er in de literatuur bekend over de zichtbaarheid van sociale wijkteams in de wijk?

Met de decentralisatie van de AWBZ en de Jeugdzorg en de invoering van de Participatiewet en de Wet passend onderwijs, hebben de gemeenten voor een groot deel regie gekregen over het sociale domein. Het idee hierachter is dat de gemeenten, beter dan de landelijke regering, in staat zijn om passende ondersteuning te bieden. De gemeenten zijn de overheidslaag die het dichtst bij de burger staan en kunnen de verschillende vormen van zorg en ondersteuning beter met elkaar in samenhang brengen. Daarnaast kan er ook op lokaal niveau beter gekeken worden naar hoe de professionele zorg en ondersteuning het beste op initiatieven van de burger aansluiten (Movisie, 2015).

Vanwege de decentralisatie werken bijna alle gemeenten vanaf 1 januari 2015 met sociale wijkteams. Sociale wijkteams zijn teams bestaande uit professionals, die bewoners uit de buurt bijstaan in de zorg, jeugdzorg en problemen rondom werk en inkomen. Gemeenten hebben hun handen vol aan alle veranderingen, bezuinigingen en de nieuwe taken die zij met de invoering van de nieuwe wetten hebben gekregen. Hierdoor is het aantal gemeenten dat kiest voor het opzetten van sociale wijkteams explosief toegenomen (Arum & Schoorl, 2015). De wijkteams worden vaak verdeeld over verschillende delen van een stad. Op deze manier zijn medewerkers binnen de sociale wijkteams specifiek werkzaam in een gedeelte van de stad, waardoor zij hun volle aandacht daarop kunnen richten (Gemeente Zwolle, z.j.).

De medewerkers van een sociaal wijkteam hebben ieder vanuit hun eigen achtergrond, specifieke kennis en deskundigheid. De kennis en deskundigheid van verschillende medewerkers, komt samen in één team. Deze diversiteit is ten behoeve van het sociale wijkteam. Naar de burgers toe zullen zij zich echter presenteren als generalist (Van der Kooij, 2014). De specialisten in het wijkteam moeten dan ook in staat zijn om niet alleen vanuit hun eigen discipline naar een situatie te kijken. Wanneer een burger met hulpvragen op meerdere leefgebieden komt, zullen zij de samenhang moeten kunnen zien (Movisie, 2015).

Het sociale wijkteam is geen zorgteam, maar richt zich in de eerste plaats op het versterken en teruggeven van de eigen kracht en zelfregie van de burger. De regie blijft bij de burger of het gezin en eigen krachten, talenten en zelfredzaamheid vormen het uitgangspunt. De medewerkers van het sociale wijkteam zijn in staat om naast mensen te gaan staan, met als doel de zelfredzaamheid te herstellen. Eerst zal er gekeken worden naar de mogelijkheden binnen het eigen netwerk van de burger. Wanneer geen oplossingen gevonden kunnen worden, kan er een beroep worden gedaan op

voorzieningen en andere organisaties (Van der Kooij, 2014). Er zijn verschillende manieren waarop burgers betrokken kunnen zijn bij een sociaal wijkteam. Een belangrijk onderscheid daarbij is de betrokkenheid vanuit individuele of collectieve ondersteuning (Movisie, 2016). Voor individuele ondersteuning kunnen burgers terecht met allerlei hulpvragen. Voorbeelden zijn het ondersteunen bij inkomen, schulden, opvoed- en opgroevragen, dagbesteding, hulp in huis of begeleiding om verschillende problematieken weer op orde te krijgen. Vanuit de collectieve ondersteuning is een sociaal wijkteam er voor mensen die initiatieven en ideeën hebben en bijvoorbeeld graag iets willen organiseren. Vrije tijd, ontmoeting en betrokkenheid staan hierbij centraal. Ook burgers die iets voor anderen willen betekenen kunnen terecht bij een sociaal wijkteam (Gemeente Zwolle, z.j.).

Het werken in sociale wijkteams is niet in elk land ingevoerd. Het social work is in Scandinavische landen niet onderverdeeld in wijkteams. In de Scandinavische landen werken veel social workers bij dezelfde, gemeentelijke organisatie, waardoor zij de verdeling in wijkteams niet hebben. Wel bieden zij de hulp zo dicht mogelijk bij de burger aan. Dit gebeurt in een aantal grote gemeenten op wijkniveau. Een voorbeeld is dat verschillende doelgroepen zich in één gebouw kunnen melden met ondersteuningsvragen. De intake en verdere begeleiding vinden in hetzelfde gebouw plaats (Berg-le Clercq, Bosscher, Keltjens & Vink, 2013).

Er is in de literatuur veel bekend over de zichtbaarheid van verschillende sociale wijkteams in heel Nederland, dit staat hieronder beschreven.

Zorgbelang Noord-Holland (z.j.) geeft aan dat het belangrijk is dat een sociaal wijkteam zichtbaar is in de wijk, het sociaal wijkteam moet volgens hen laagdrempelig bereikbaar en aanwezig zijn in de wijk. De bekendheid en zichtbaarheid van een sociaal wijkteam kan vergroot worden door meerdere locaties te vestigen in de wijk waar de medewerkers aanwezig zijn, door het gebruik van Social Media, folders en wijkbladen, door inloopsprekuren en vaste gezichten in de wijk te hebben en door ook na kantoortijden digitaal bereikbaar te zijn (Zorgbelang Noord-Holland, z.j.).

Ook Movisie (z.j.) geeft aan dat de locatie waar het sociaal wijkteam is gevestigd laagdrempelig moet zijn, zoals een inlooppunt waar mensen binnen kunnen lopen om hun vragen te stellen. Wel moet het sociaal wijkteam bij de inrichting van dit inlooppunt goed nadenken over de privacy in de ruimte. Om zichtbaar te zijn als sociaal wijkteam is het ook belangrijk om veel aanwezig te zijn in de wijk, door een rondje te lopen door de wijk en met bewoners te spreken en door aanwezig te zijn bij wijkbijeenkomsten of andere gebeurtenissen in de wijk. Het is ook van belang om als sociaal wijkteam te bepalen wat zichtbaarheid voor het team inhoudt en welke resultaten zij willen bereiken. Sociale wijkteams kunnen zich richten op bepaalde doelgroepen om meer bekendheid te krijgen bij deze doelgroepen (Movisie, z.j.).

Het sociaal wijkteam in Heerhugowaard is werkzaam bij de organisatie MET Welzijn Heerhugowaard. Dit sociaal wijkteam is bezig om de zichtbaarheid in de wijk te vergroten. Zij hebben hier verschillende manieren voor. De medewerkers van het sociaal wijkteam zijn allen gekleed in een groen shirt met het logo van de organisatie erop. Ze hebben geen vaste werkplek en werken vaak in openbare gelegenheden in de wijk. De medewerkers zijn veel in de wijk te vinden en delen hier flyers uit of maken een praatje om zichtbaar te zijn voor de wijkbewoners (In voor zorg!, 2015). Uit een onderzoek van de gemeente Arnhem onder inwoners van Arnhem blijkt dat bewoners vaak in contact komen met het sociaal wijkteam door een andere instantie. Wel geven de meeste inwoners aan dat zij weten wie hun wijkcoach is en dat hij/zij goed te bereiken is (Gemeente Arnhem, 2016). Het Kennisplatform Integratie & Samenleving geeft aan dat uit verschillende onderzoeken is gebleken dat gezinnen met een migrantenachtergrond niet vaak gebruik maken van lichte vormen van hulpverlening, maar vaak gebruik maken van zwaardere vormen van hulpverlening (Kocak & Jonkman, 2016). De hulp wordt dus vaak later pas gezocht als de problematiek al is verergerd.

Het Kennisplatform heeft een verkenning gedaan naar diversiteit en sociale wijkteams en naar de bereikbaarheid en toegankelijkheid van sociale wijkteams voor de doelgroep gezinnen met een migrantenachtergrond (Kocak & Jonkman, 2016).

Er zijn medewerkers van sociale wijkteams geïnterviewd over dit onderwerp en de meeste medewerkers geven aan dat zij veel werken in wijken waar veel bewoners met een migrantenachtergrond wonen en dus ook veel cliënten hebben met een migrantenachtergrond (Kocak & Jonkman, 2016). Overige medewerkers geven aan dat zij vooral in contact komen met cliënten met een migrantenachtergrond doordat zij via andere organisaties worden doorgestuurd naar de wijkteams (Kocak & Jonkman, 2016). Er is ook gevraagd aan migrantenorganisaties of de sociale wijkteams bekend en toegankelijk zijn en zij geven aan dat de wijkteams de bewoners met een migrantenachtergrond anders moeten benaderen, omdat bijvoorbeeld emails of folders bij hen niet werken. Zij geven aan dat de sociale wijkteams outreachender moeten werken en meer persoonlijk contact dienen te leggen met de bewoners (Kocak & Jonkman, 2016).

2.4 Wat zijn statushouders?

Een statushouder is een vluchteling die het eerste deel van de asielprocedure heeft doorlopen. Het eerste deel van de asielprocedure wordt ook wel de Algemene Asielprocedure (AA) genoemd. Na afloop hoort de asielzoeker van de IND (uitleg IND) of zijn asielaanvraag is ingewilligd, geweigerd of dat meer onderzoek nodig is (COA, z.j.). De IND is een organisatie die verantwoordelijk is voor de uitvoering van het vreemdelingenbeleid in Nederland. Zij beoordelen aanvragen van vluchtelingen die in uit eigen land zijn gevlucht en in Nederland willen komen wonen (Rijksoverheid, z.j.).

De IND moet de beslissing over het verblijf van vluchtelingen in Nederland binnen 15 maanden nemen. Deze termijn is verruimd, omdat er sinds februari 2016 een hoge instroom aan asielzoekers plaatsvindt. Wanneer de asielvraag van de asielzoeker is ingewilligd, heeft de asielzoeker een verblijfsvergunning gekregen. De asielzoeker is nu 'vergunninghouder' of 'statushouder'. Door het COA (Centraal Orgaan Opvang Asielzoekers) wordt er aan elke asielzoeker die de status van verblijf heeft gekregen, een gemeente gekoppeld. In deze gemeente meldt de asielzoeker zich zo snel mogelijk en wordt hij ingeschreven voor de basisregistratie personen (BRP). De gemeente zorgt er dan voor dat de statushouder een woning krijgt toegewezen. Vaak kan dit maanden duren, omdat er in Nederland duizenden andere statushouders ook wachten op een woning. Tot die tijd kan de asielzoeker in het azc of mogelijk bij familie verblijven (COA, z.j.).

Een statushouder mag de komende vijf jaar in Nederland blijven wonen. Tussentijds wordt er gekeken of de situatie in het land van herkomst verbeterd en kan mogelijk de verblijfsvergunning worden ingetrokken. Na vijf jaar kan er worden besloten dat de statushouder een vergunning voor onbepaalde tijd krijgt. Dit is alleen mogelijk wanneer terugkeer naar het eigen land uitgesloten is, iemand is ingeburgerd en geen strafblad heeft (Gemeente Den Haag, 2016).

Nadat een statushouder een woning heeft toegewezen gekregen, is het zaak dat hij of zij een inburgeringscursus gaat volgen, gaat studeren en werken. Ook wanneer een statushouder nog in het azc verblijft, kan hij of zij binnen de opvanglocatie taallessen volgen en bestaat er voor hen het programma 'Voorbereiding op inburgering'. Ook is er op elk azc een open leercentrum, waar statushouders op de computer online lesprogramma's kunnen volgen op verschillende niveaus. Zij kunnen hierbij begeleiding van medebewoners en vrijwilligers krijgen (COA, z.j.).

Alle statushouders zijn verplicht om de taal te leren en in te burgeren. Om dit proces bij statushouders extra te ondersteunen, werken gemeenten vaak samen met diverse taalaanbieders. Vluchtelingenwerk Nederland zet ook in op het vergroten van de capaciteit van taalbuddies, zodat elke statushouders de Nederlandse taal zo snel mogelijk aanleert. Daarnaast is het ook belangrijk dat

statushouders de Nederlandse leefregels, normen, waarden en gewoonten leren kennen (Gemeente Den Haag, 2016). De waarden en normen van de gemiddelde statushouders verschillen niet wezenlijk van die van de gemiddelde Nederlander. Er zit vaak een verschil in de manier waarop de waarden worden uitgedrukt. De één toont bijvoorbeeld respect door niet direct oogcontact te maken met een ander persoon, terwijl de ander dit juist als onbeleefd ervaart. Daarnaast kan bijvoorbeeld ook de manier van het elkaar aanspreken op gedrag, van cultuur tot cultuur verschillen (COA, z.j.). De vrijwilligers van Vluchtelingenwerk Nederland maken de statushouders hierin wegwijs. Naast één op één begeleiding, organiseert Vluchtelingenwerk ook workshops over verschillende onderwerpen in de eigen taal van de statushouders. Vanaf ongeveer begin 2017 moeten statushouders een participatieverklaring tekenen. Hierin worden zij gewezen op rechten en plichten en de belangrijke waarden van de Nederlandse samenleving en verklaren zij deze rechten en plichten na te leven doormiddel van het ondertekenen van de participatieverklaring (Gemeente Den Haag, 2016).

Naast het ondertekenen van de participatieverklaring, wordt er met VOORwerk gestreefd naar het verbeteren van de integratiekansen van statushouders. In dit nieuwe trainingsprogramma worden statushouders zich bewust gemaakt van cultuurverschillen en worden zogeheten 'soft skills' aangeleerd om integratiekansen op de Nederlandse arbeidsmarkt te verbeteren. VOORwerk is in mei 2016 gestart en draait inmiddels op verschillende locaties van het COA (COA, z.j.).

Hoofdstuk 3 Methode van onderzoek

In dit hoofdstuk wordt de methode van onderzoek beschreven. Het hoofdstuk bestaat uit tien paragrafen. In paragraaf 1 wordt de onderzoeksmethode beschreven. Paragraaf 2 geeft het onderzoekstype weer. In paragraaf 3 wordt de onderzoekspopulatie en de steekproef beschreven. Paragraaf 4 geeft de instrumenten van het onderzoek weer. In paragraaf 5 wordt de procedure van het onderzoek weergegeven en paragraaf 6 geeft de methode van het analyseren van de gegevens weer. In paragraaf 7 wordt de betrouwbaarheid beschreven en paragraaf 8 geeft de interne en externe validiteit weer. Paragraaf 9 beschrijft de ethische overwegingen van het onderzoek en paragraaf 10 geeft een samenvatting weer van het geheel.

3.1 Onderzoeksmethode

Het doel van dit onderzoek is om mogelijkheden aan te dragen voor de collectieve medewerkers van Wijkkracht Hengelo, zodat zij zichtbaar kunnen zijn voor de verschillende doelgroepen binnen de wijken in Hengelo. Het is daarom bij dit onderzoek van belang om de belevingen en ervaringen van verschillende medewerkers van Wijkkracht Hengelo en medewerkers van sociale wijkteams binnen de gemeenten Enschede en Almelo te weten te komen.

Binnen dit onderzoek is er gekozen voor een kwalitatief onderzoek. Een kwalitatief onderzoek is een methode van onderzoek, waarin inzicht wordt verkregen in hoe mensen de werkelijkheid ervaren, beleven en er betekenis aan geven. In een kwalitatief onderzoek staat het perspectief, het begrip en de interpretatie van de onderzochten centraal. Een kwalitatief onderzoek heeft anders dan een kwantitatief onderzoek, niet tot doel om cijfermatige gegevens te verkrijgen (Migchelbrink, 2006). De onderzochten binnen dit onderzoek zijn de collectieve medewerkers van Wijkkracht Hengelo, medewerkers van sociale wijkteams van de gemeenten Enschede en Almelo en de verschillende doelgroepen waarmee zij in de wijken te maken hebben.

3.2 Onderzoekstype

Dit onderzoek betreft een inventariserend onderzoek. Bij een inventariserend onderzoek gaat het om het in beeld brengen en analyseren van het te onderzoeken verschijnsel (Migchelbrink, 2006). Dit onderzoek heeft als doel om mogelijkheden aan te dragen aan de collectieve medewerkers van Wijkkracht Hengelo, zodat zij zichtbaar kunnen zijn voor de verschillende doelgroepen binnen de wijk. Om dit te kunnen doen, zal eerst het probleem beter in beeld gebracht moeten worden. Daarom wordt allereerst een literatuuronderzoek verricht op verschillende gebieden. Bij dit literatuuronderzoek zullen verschillende bronnen als data worden gebruikt, waaronder boeken, internet, artikelen en personen uit het werkveld. Deze inventarisatie leidt uiteindelijk mede tot het opstellen van interviewvragen, die worden afgenomen bij een aantal van de collectieve medewerkers van Wijkkracht Hengelo en medewerkers van sociale wijkteams van de gemeenten Enschede en Almelo. Deze mondelinge interviews zijn weer andere data-bronnen en geven een andere inventarisatie weer. Door middel van al deze verzamelde data, wordt er een bredere inventarisatie verworven met brede informatie en verschillende ervaringen en belevingen op zichtbaarheid in de wijk. Uiteindelijk zal door deze inventarisatie antwoord gegeven worden op de hoofdvraag van dit onderzoek (Migchelbrink, 2006).

3.3 Onderzoekspopulatie en steekproef

De populatie van een onderzoek wordt ook wel de onderzoekseenheid genoemd.

Onderzoekseenheden zijn de situaties, personen of instanties waarover uitspraken worden gedaan op basis van het onderzoek (Noordhoff Uitgevers bv, z.j.). De populatie in dit onderzoek bestaat uit de collectieve medewerkers van Wijkkracht Hengelo en de medewerkers van sociale wijkteams uit Almelo en Enschede. In totaal zijn er zestien medewerkers binnen Wijkkracht Hengelo die collectief werken. Daarnaast zijn er in Almelo drie sociale wijkteams met ieder een wijkondersteuner en in Enschede zijn negen wijkteams actief.

Er is gekozen om in dit onderzoek niet alle medewerkers te interviewen, omdat dit er erg veel zijn en er maar een half jaar tijd is voor het gehele onderzoek. Er is gekozen om een selecte steekproef te doen, in het specifiek de quota steekproef. Bij een quota steekproef wordt de populatie verdeeld in een aantal strata, per stratum worden respondenten gezocht (Plooi, 2008). De strata in dit onderzoek zijn de verschillende gemeenten en de verschillende wijkteams waarin de medewerkers werken. Er zijn binnen Wijkkracht Hengelo drie wijkteams, namelijk: midden, noord en zuid en uit elk wijkteam wordt minimaal één collectieve medewerker gevraagd voor een interview. Daarnaast werkt de gemeente Almelo met drie wijkteams, die ieder hun eigen wijkondersteuner hebben. De wijkondersteuners zijn de medewerkers die de wijk in gaan en de het thema 'zichtbaarheid in de wijk' op zich nemen. Daarom is er in het onderzoek gekozen om uit alle drie de wijkteams een wijkondersteuner te vragen voor een interview. In de gemeente Enschede zijn er vanuit alle verschillende stadsdelen respondenten geïnterviewd. De stadsdelen noord, oost, midden en zuid zijn de stadsdelen waarin de sociale wijkteams in Enschede werken en vanuit die indeling is ook uit elk wijkteam een respondent geïnterviewd.

Daarbij is gekozen voor een selecte steekproef. Hiervoor is gekozen, omdat de medewerkers tijd moeten hebben voor de afname van het interview. Als er aselekt wordt gekozen, kan het voorkomen dat de medewerkers geen respons tonen, omdat zij bijvoorbeeld geen tijd hebben of niet reageren op onze uitnodiging. Het is in dit onderzoek meer van belang dat er respons komt, dan dat er aselekt wordt gekozen voor respondenten. Wel is het belangrijk om uit elk team medewerkers te interviewen, omdat elk team anders werkt, andere ideeën heeft en het mogelijk is dat de samenstelling van de wijk waarin zij werken ook anders is.

3.4 Instrumenten

De data verzamelingsmethode voor dit onderzoek is een semi-gestructureerde vragenlijst. Bij een semi-gestructureerde vragenlijst wordt geen vaste vragenlijst aangehouden, maar wordt geïnterviewd aan de hand van een topiclijst. Een lijst met onderwerpen waarbij er in de interviewvragen voldoende ruimte is voor eigen invulling van de respondenten (Verhoeven, 2011). De interviews zullen individueel en mondeling worden afgenomen. Daarnaast zal worden gezorgd voor een vertrouwde omgeving. De interviews worden daarom afgenomen op de werkplek van de respondent, waar respondenten niet door externe invloeden worden beïnvloed. In een veilige en rustige omgeving worden minder snel sociaal wenselijke antwoorden gegeven. Het doel daarvan is, dat de respondent antwoorden geeft die zo dicht mogelijk bij zichzelf liggen. Het nadeel van deze manier is dat de respondent geen feedback of discussie kan ontvangen van een collega, wat in sommige gevallen tot verdieping van kennis kan leiden. Waar het om gaat is puur de visie van de respondent, binnen zijn eigen referentiekader (Migchelbrink, 2008).

3.5 Procedure

In de eerste instantie is er gekozen om het onderzoek alleen te richten op Wijkkracht Hengelo. Echter zijn later ook de gemeenten Almelo en Enschede meegenomen in het onderzoek. De reden hiervoor is dat er op deze manier gekeken kan worden naar de verschillende manieren binnen alle wijkteams in de verschillende gemeenten. Op deze manier wordt een breder beeld geschept en kunnen gemeenten en wijkteams van elkaar leren.

In overleg met de opdrachtgever vanuit Wijkkracht, heeft hij uit verschillende teams in Hengelo respondenten geselecteerd. Hij heeft deze respondenten in de mail gezet, waarop de onderzoekers zelf contact konden leggen met deze medewerkers. Het werven van de respondenten voor de interviews binnen de gemeenten Almelo en Enschede hebben de onderzoekers zelf opgepakt. Via de internetsites van de sociale wijkteams in Almelo is er contact gelegd en werd uiteindelijk doorverwezen naar de wijkondersteuners. Telefonisch is er met hen een afspraak ingepland om de interviews af te nemen. Daarnaast is er ook contact gelegd met de gemeente Enschede. Via de Werkplaats Sociaal Domein wisten de onderzoekers al bij welke personen zij terecht konden. Via het algemene telefoonnummer van de sociale wijkteams in Enschede zijn mailadressen van de desbetreffende personen verkregen, waardoor interviews snel konden worden ingepland. Via de twee medewerkers die via de mail zijn benaderd, zijn weer contacten ontstaan met andere sociale wijkteams in Enschede.

Om de respondenten uit te nodigen voor een interview, is een mail opgesteld met korte informatie over het onderzoek en het interview dat afgenomen zou worden. Deze mail is te vinden in bijlage drie. De interviews met alle respondenten zijn verdeeld over verschillende weken. Een interview duurde gemiddeld 30 tot 40 minuten. Voorafgaand aan het interview zijn de respondenten geïnformeerd over het opnemen van het interview en elke respondent ging hiermee akkoord. Tijdens de interviews zijn beide onderzoekers aanwezig. De een neemt het interview af en de ander bewaakt de tijd en ziet toe of alle onderwerpen van de topiclijst worden besproken.

Beide onderzoekers hebben de interviews getranscribeerd, zonder de euhs en de ahs. Dit is namelijk niet noodzakelijk ten behoeve van dit onderzoek. “De essentie van coderen is labels of codes toekennen aan tekstfragmenten door lezen, herlezen, organiseren, (her)ordenen, reflecteren en logisch redeneren” (Migchelbrink, p. 115). In bijlage vier zijn de labelschema’s te raadplegen. Fragmenten zijn geordend en herleidbaar naar de transcripties. Het selecteren van fragmenten, het ordenen en labelen is tegelijkertijd door beide onderzoekers uitgevoerd. Wanneer er verbanden waren tussen de fragmenten, zijn deze bij elkaar onder één begrip geordend. Door middel van deze labelschema’s is hoofdstuk vier, resultaten, beschreven.

3.6 Betrouwbaarheid

Betrouwbaarheid in een onderzoek is te meten door de mate waarop de resultaten van een onderzoek op toeval berusten. Hoge betrouwbaarheid ontstaat als de resultaten zo min mogelijk op toeval berusten (Baarda & De Goede, 2006). In dit onderzoek wordt er gebruik gemaakt van interviews om data te verzamelen. Een aantal factoren kunnen de meting, in dit geval het interview, nadelig beïnvloeden. De factoren zijn: vragenlijst, omgeving, respondent en interviewer (Baarda & De Goede, 2006). De vragenlijst kan het interview nadelig beïnvloeden, omdat het suggestieve vragen kan bevatten. De omgeving kan een nadelige factor zijn als er bijvoorbeeld veel lawaai is en geen privacy. De interviewer zelf kan ook een nadelige invloed hebben, door bijvoorbeeld de manier waarop hij vragen stelt. Als laatst kan de respondent zelf een nadelige invloed zijn door zijn gemoedstoestand (Baarda & De Goede, 2006).

In dit onderzoek wordt er rekening gehouden met deze nadelige factoren door het interview in een gesloten ruimte te houden, zodat er privacy is. De ruimte vindt plaats op locatie van de respondenten, zodat de respondenten geen extra moeite hoeven te doen voor het vervoer en zodat zij zich veilig en vertrouwd voelen in de ruimte. Voordat het interview begint wordt er ook benoemd dat de anonimiteit wordt gewaarborgd. De interviewers zorgen ervoor dat zij erop letten dat zij een juiste houding aannemen en niet bevooroordeeld het gesprek ingaan. De vragenlijsten worden zo opgesteld dat de vragen concreet en neutraal zijn. De begrippen uit de vragenlijst zijn geoperationaliseerd, zodat de vragen niet op meerdere manieren kunnen worden opgevat.

Tijdens de interviews zijn twee onderzoekers aanwezig, waarvan één notuleert en de ander de vragen stelt aan de respondent. Ook worden de interviews opgenomen, zodat de data juist kan worden verwerkt en er altijd teruggegrepen kan worden naar het opgenomen interview.

3.8 Interne en externe geldigheid

Validiteit in een onderzoek betekent dat je meet wat je beoogt te meten. De resultaten moeten een juiste weergave zijn van de werkelijkheid (Baarda & De Goede, 2006). Validiteit wordt ook wel geldigheid genoemd. Er zijn twee soorten validiteit, namelijk: interne en externe validiteit. Met interne validiteit wordt bedoeld dat de onderzoeker in staat is om de juiste conclusies te trekken (Verhoeven, 2011). Om de interne validiteit te verhogen kan een onderzoeker gebruik maken van systematische analyses, het opnemen van informatie of het bijhouden van een logboek (Verhoeven, 2011). In dit onderzoek wordt rekening gehouden met de interne validiteit door de interviews op te nemen, zodat de informatie niet verkeerd kan worden geïnterpreteerd. Om juiste conclusies te kunnen trekken, moeten de interviewvragen ook goed worden opgesteld en niet op meerdere manieren kunnen worden opgevat. Volgens Verhoeven (2011) heeft dit te maken met de begripsvaliditeit. Begripsvaliditeit heeft betrekking op het meetinstrument dat wordt gebruikt in het onderzoek, in dit geval het interview. Het is belangrijk om de begrippen goed te operationaliseren, zodat de vragen eenduidig en concreet zijn voor de respondent (Verhoeven, 2011). In dit onderzoek wordt hier rekening mee gehouden door eerst de kernbegrippen te operationaliseren, zodat het helder is wat er met elk begrip wordt bedoeld. Tijdens de interviews wordt ook een kleine uitleg gegeven over de betekenis van de begrippen.

Verhoeven (2011) stelt ook dat de validiteit kan worden verhoogd door de informatie te laten lezen door andere onderzoekers (peer evaluation), het gebruik maken van een meervoudige onderzoeksopzet (triangulatie) en het hebben van een representatieve steekproef. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van peer evaluation door het onderzoek te laten lezen en voorzien van feedback door mede onderzoekers en door de opdrachtgever. Ook wordt in dit onderzoek gebruik gemaakt van triangulatie door data te verzamelen uit interviews en door data analyse toe te passen. De steekproef in dit onderzoek is representatief voor de populatie, omdat er uit elk team twee medewerkers worden geïnterviewd. In dit onderzoek maakt het niet uit welke medewerkers er worden geïnterviewd uit het team, het is alleen belangrijk dat zij tijd en motivatie hebben om mee te werken aan het interview.

Met externe validiteit wordt bedoeld dat de steekproef representatief is en of je de resultaten kunt generaliseren naar de gehele populatie of dat de resultaten van het onderzoek toepasbaar zijn in vergelijkbare situaties (Verhoeven, 2011). In dit onderzoek is er gekozen voor een kleine populatie, dus het onderzoek zou niet kunnen gelden voor alle medewerkers uit sociale wijkteams in Nederland die collectief werken. Dit onderzoek heeft daarom een lage externe validiteit, omdat het vooral gericht is op één organisatie. Wel zou het onderzoek bruikbaar kunnen zijn voor andere organisaties

door de aanbevelingen uit het onderzoek over te nemen en toe te passen in de eigen organisatie.

3.9 Ethische overwegingen

Bij het doen van onderzoek moet rekening worden gehouden met de ethische verantwoordheid. Een onderzoek is ethisch verantwoord als de data uit de interviews anoniem wordt verwerkt en als respondenten vrijwillig meewerken aan een interview en dit geen nadelig effect voor hen oplevert (Baarda & De Goede, 2006). In dit onderzoek wordt rekening gehouden met de ethische verantwoordheid door de resultaten uit de interviews anoniem te verwerken en dit ook te benoemen tijdens de interviews. De respondenten worden vooraf ook gevraagd om mee te doen aan de interviews en hebben hierbij een eigen keuze.

3.10 Samenvatting

Dit onderzoek betreft een kwalitatief, inventariserend onderzoek. Er is binnen dit onderzoek gekozen voor een semi-gestructureerde vragenlijst, om zo de meningen en ervaringen van de medewerkers uit de sociale wijkteams goed in kaart te brengen. In totaal worden er elf interviews gehouden met medewerkers uit verschillende gemeenten en verschillende wijkteams. De gemeenten Hengelo, Almelo en Enschede zijn de gemeenten waarbinnen het onderzoek plaatsvindt. Uit deze gemeenten wordt uit elk stadsdeel een respondent geïnterviewd, zodat er een zo goed mogelijk beeld kan worden geschetst. De data is opgenomen met een voicerecorder en daarna getranscribeerd en gelabeld aan de hand van een labelschema. Dit is gedaan om de betrouwbaarheid van het onderzoek te verhogen en er kan altijd worden teruggegrepen naar de opnames. Elk interview is op eenzelfde manier afgenomen en daarbij wordt gezorgd voor een vertrouwde en rustige omgeving voor de respondent. Eveneens is gekozen voor een selecte steekproef, omdat medewerkers tijd moeten hebben voor de interviews en er niet het risico kan worden genomen dat medewerkers geen respons tonen.

Hoofdstuk 4 Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het onderzoek weergegeven. In paragraaf 1 worden de kenmerken van de respondenten weergegeven in een tabel. In paragraaf 2 worden de resultaten ten aanzien van de eerste deelvraag weergegeven. In paragraaf 3 worden de resultaten ten aanzien van de tweede deelvraag weergegeven.

4.1 Kenmerken respondenten

Respondent	Organisatie	Team	Functie
Respondent 1	Wijkracht Hengelo	Noord	Jongerenwerker
Respondent 2	Wijkracht Hengelo	Noord	Jongerenwerker
Respondent 3	Wijkracht Hengelo	Midden	Jongerenwerker
Respondent 4	Sociale wijkteams Enschede	West	Maatschappelijk werker
Respondent 5	DNO Almelo	Noord	Wijkondersteuner
Respondent 6	DNO Almelo	Midden	Wijkondersteuner
Respondent 7	DNO Almelo	Zuid	Wijkondersteuner
Respondent 8	Sociale wijkteams Enschede	Oost-Binnen	Maatschappelijk werker
Respondent 9	Sociale wijkteams Enschede	Oost-Buiten	Maatschappelijk werker
Respondent 10	Sociale wijkteams Enschede	Zuid	Maatschappelijk werker
Respondent 11	Wijkracht Hengelo	Zuid	Collectief werker

4.2 Zichtbaarheid in de wijk

In deze paragraaf worden de resultaten van de interviews met de elf respondenten uit de sociale wijkteams van Hengelo, Enschede en Almelo weergegeven. De interviewvragen zijn opgedeeld in zes thema's aansluitend bij de praktische deelvraag. De deelvraag die beantwoordt wordt door deze resultaten luidt: "Op welke wijze gaan medewerkers van Wijkracht Hengelo en van de gemeenten Almelo en Enschede om met zichtbaarheid in de wijk?"

Vaak geen afspraken over zichtbaarheid in de wijk

Uit de resultaten komt naar voren dat de meerderheid van de respondenten binnen de organisatie geen afspraken hebben met betrekking tot de zichtbaarheid in de wijk. Dit blijkt uit uitspraken zoals: *"Nee, het is niet zo dat we bijvoorbeeld tien activiteiten moeten aflopen in een jaar ofzo of dat we 500 mensen moeten afturven."* (Respondent 2) en: *"Nee. Ik denk dat het nog in ontwikkeling is. Ik denk dat dat zelfs één van de dingen wordt dat volgend jaar nog belangrijk gaat worden voor ons."* (Respondent 9). Daarentegen komt uit één interview naar voren dat zij binnen de organisatie wel afspraken hebben over de zichtbaarheid in de wijk. Dit blijkt uit de uitspraak: *"Wat ik net zei zoveel mogelijk zichtbaar, zoveel mogelijk in de wijk zitten. Erop afgaan is een term die ze hier graag gebruiken. En de voornaamste regel is denk ik dat we flexplekken hebben, dus zorgen dat je overal kan werken en niet jezelf opsluiten in een kantoortje ergens achteraf."* (Respondent 5).

Echter komt uit de resultaten naar voren dat twee van de respondenten aangeven dat er vanuit de organisatie geen duidelijke afspraken zijn gemaakt, maar dat medewerkers wel worden gestimuleerd om meer zichtbaar te zijn in de wijk: *"Nee. Alleen dat we dus meer op pad moeten, dat is wat ze*

zeggen. *We moeten wel echt meer de wijk leren kennen en ook dat de wijk ons kan leren kennen.*” (Respondent 8), *“Nou, regels is een heel groot woord. Maar het wordt wel van alle kanten gestimuleerd. Om op een gewone manier je aanmeldingen binnen te krijgen, omdat je toevallig de wijkcoach bij de naam kent.”* (Respondent 10).

Daarnaast komt uit de resultaten naar voren dat het merendeel van de respondenten binnen het eigen wijkteam wel afspraken hebben gemaakt met betrekking tot de zichtbaarheid in de wijk. Zo geeft een respondent het volgende aan: *“Vanuit het wijkteam hebben we daar afspraken over. Als je fulltime werkt, moet je 4 uur besteden aan zichtbaarheid of projecten die betrekking hebben op de wijk en op het nieuwe werken.”* (Respondent 4). Daarnaast kwam uit een ander interview naar voren dat zij wijken onderling hebben verdeeld: *“En onderling ja hebben we gewoon een verdeling gemaakt, wie welke wijken doet, dus ja dat houden we al jaren vast eigenlijk.”* (Respondent 6).

Medewerkers zijn op zeer uiteenlopende manieren zichtbaar in de wijk

Uit de interviews blijkt dat de respondenten erg uiteenlopende antwoorden geven met betrekking tot dit thema. Echter zijn er wel een aantal overeenkomsten in de antwoorden van de respondenten, deze zijn beschreven aan de hand van verschillende thema's die hieronder worden weergegeven.

Minderheid gebruikt flyers

Uit de resultaten komt naar voren dat de minderheid van de respondenten aangeeft dat zij gebruik maken van flyers en/of folders om zichtbaar te zijn in de wijk: *“Ja en zo doen we ook in de wijkkrantjes die er zijn, dan proberen we ook een stukje te schrijven of zo en dan elke keer als die uitkomt.”* (Respondent 4), *“Flyers, de website. Op de website van de gemeente staan de wijkcoaches vermeld.”* (Respondent 9).

Samenwerkingen met verschillende partners

Uit de interviews komt naar voren dat een aantal respondenten werkt aan de zichtbaarheid door samen te werken met verschillende partners: *“En ik denk ook verschillende overleggen bijwonen, van de wijkcommissie, van vrijwilligers, maar ook dus actief inspelen als er een vraag is vanuit de bewoners. Je kunt wel zeggen bij alles wat met de wijk te maken heeft, met initiatieven van bewoners of overleggen met professionals, politie, woningbouw, daar zitten we bij.”* (Respondent 7), *“De stadsbank zit ook hier, dus we hebben een heel kort lijntje met elkaar. We hebben bij de Brink hebben we contacten. Dat is een soort buurtinitiatief waarin bijvoorbeeld fietsen worden gemaakt of cursussen worden gegeven. Je hebt een huiskamer van de posten, van een verzorgingshuis waar je dus allemaal activiteiten kunt doen. Dan zorgen we ervoor dat we daar een mantelzorg spreekuur hebben. Ik geef bijvoorbeeld ook wel eens voorlichten op de ontmoetingsgroepen van Alifa, zodat de ouders die daar gebruik van maken via die weg met een wijkteam in contact komen.”* (Respondent 10).

Daarnaast geeft één respondent aan veel samen te werken met de wijkagenten: *“Samenwerking met de wijkagenten die wij hebben. Wijkagenten weten vaak veel over bewoners in de buurt, wat er speelt en zo. En daar kunnen wij dan ook in meegaan, dus dat werkt ook goed. Dus die zichtbaarheid is er wel, maar is meer thema gericht.”* (Respondent 9).

Twee van de respondenten geven aan een goede samenwerking te hebben met de woningbouwvereniging: *“We hebben wel samenwerking een project met de woningcorporatie Domein.”* (Respondent 9) en *“Want we hebben bijvoorbeeld nu een samenwerking met de klussendienst van de woningbouwvereniging, want die horen heel veel.”* (Respondent 10).

Mond tot mond

Uit de resultaten komt naar voren dat twee van de respondenten zichtbaar is via mond tot mond: *“Het grootste deel gaat via mond op mond. Ik ben niet van flyers, social media houd ik mij niet mee bezig. Er zijn andere mensen in ons team die dit wel doen en dat zal ongetwijfeld belangrijk zijn, maar*

ik vind daar niets aan, ik houd daar niet van. Facebook en weet ik het wat allemaal, ik zelf communiceer daar niet mee. Het gaat echt mond op mond en face to face. Mensen die je in het wijkcentrum tegenkomt.” (Respondent 1) en “Van mond tot mond dan wordt zo’n groep groter.” (Respondent 2).

Minderheid gaat écht de wijk in

De minderheid van de respondenten geeft aan dat zij de wijk ingaan om zichtbaar te zijn: *“En ja, wat ik doe is de wijk ingaan. Ik ga praatjes maken, op zoek gaan naar de doelgroep en meestal is het vise versa. Ze weten al waar L. is.” (Respondent 3), “We hebben ook in de wijk, zijn we vaste aanspreekpunten, doen we een bakkie. Ik begin ’s maandagsmorgen altijd in mijn wijk bij de Albert Heijn. Het eerste wat ik doe, in de Albert Heijn kom je altijd wel weer een bewoner tegen, dan hoor je weer wat er in het weekend gebeurd is.” (Respondent 6).*

Veel verschillende activiteiten om bij te wonen

Uit de resultaten komt naar voren dat de meerderheid van de respondenten uiteenlopende activiteiten uitvoert en bijwoont om zichtbaar te zijn in de wijk.

Hieronder worden verschillende voorbeelden van de respondenten weergegeven:

“Ja, we hebben een wijkfeest. Je werkt voor de wijk, bij dat soort dingen moet je gewoon aanwezig zijn.” (Respondent 3),

“Een keer in de zoveel tijd hebben we een sociaal café. Alle instellingen die actief zijn in het stadsdeel komen bij elkaar.” (Respondent 3),

“We hebben een wandelgroep opgericht met fysiotherapie Vion die daar uren in stoppen samen met Radar. Elke keer is er een afgevaardigde van het wijkteam bij en een afgevaardigde van het welzijnswerk, ook om mensen te informeren over het wijkteam, om verbinding te zoeken, maar ook om voorliggend te werken, zodat mensen ook wat je ook ziet dat mensen elkaar weer opzoeken.” (Respondent 4),

“We zijn bezig om te kijken of we niet een buurtbus kunnen krijgen.” (Respondent 8)

“Er was laatst wel een keer, was er zo’n markt waar buurtinitiatieven stonden, daar zijn wij dan ook gaan staan. En ja ik weet het niet hoor, het is niet standaard dat we daar aan meedoen zeg maar.” (Respondent 8),

“En we gaan dus ook nog, dat bedacht ik me later nog voor de zichtbaarheid, je hebt waarschijnlijk al wel van het andere team gehoord van die wijk safari. Ja nou, die gaan wij dus ook doen.” (Respondent 8) en

“Als je het over zichtbaarheid hebt. Twee keer in het jaar doet de bijstandstak van de gemeente een doenbeurs en daar staan wij ook met een kraampje met folders.” (Respondent 10).

Eén respondent noemt een nieuw concept waarmee zij proberen zo zichtbaar mogelijk te zijn voor alle bewoners in de wijk: *“En wat wij doen aan zichtbaarheid in de wijk, dat is al vanaf het begin, gaan wij op wijk safari en daar zijn we ook nog het enige wijkteam die dat doen. Dat wil zeggen dat we naar alle voorliggende voorzieningen en voorzieningen die in de wijk zijn, gaan we één keer in de 6 weken of in de 8 weken, dat weet ik zo niet, dan gaan we daar in een ochtend naartoe. En dan nemen twee collega’s de taak op zich om dat uit te zetten, om de dagindeling, een halve dag is dat, om een planning te maken zodat wij kennis kunnen maken maar dat is met de organisaties in de wijk en de voorliggende voorzieningen die veelal door burgers zijn opgezet of waar veel vrijwilligers werken. En daarbij ook gewoon de voorzieningen, de geïniteerde voorzieningen in de wijk.” (Respondent 4).*

Veel wijkteams niet actief op social media

De meerderheid van de respondenten geeft aan als team niet actief te zijn op social media: *“Nee, een facebookpagina hebben we nog niet. We hebben het er wel over gehad.” (Respondent 4), “Nee, nee. Dat social media zouden we eigenlijk wel moeten doen. Ik heb ook wel eens gedacht aan columns, met verhalen over wat je zoal meemaakt in de wijk als wijkcoach.” (Respondent 10).*

Daarnaast komt uit drie interviews dat zij wel actief gebruik maken van social media als team: *“Ja via facebook zijn we wel heel actief, twitter niet, we hebben ook instagram. Het meeste gaat wel via facebook.”* (Respondent 2). Uit één interview komt naar voren dat zij naast social media ook een pilot hebben het gebruik van wijkapp: *“Facebook, jongeren werken veel met Instagram. We hebben een wijkapp, in de Wierdenshoek. Dat is een pilot in de Wierdenshoek en het is dan ook de bedoeling dat die naar al onze wijken gaat. Het is wel handig want dan kunnen mensen heel snel zien wat er is in de wijk, de activiteiten die in de wijk zijn en makkelijk met ons contact op kunnen nemen.”* (Respondent 7).

Vestiging sociale wijkteams loopt uiteen

De meerderheid van de respondenten geeft aan dat zij onder andere gevestigd zijn in wijkcentra: *“Ja we hebben denk ik allemaal wel een kantoortje in de wijk, ten minste de wijkondersteuners. We zitten in het wijkcentrum in de verschillende wijken.”* (Respondent 5).

Daarnaast zeggen zes respondenten dat zij ook op scholen zijn gevestigd: *“En op de scholen daar zitten we ook, daar zitten ook wijkcoaches veel meer zeg maar.”* (Respondent 8), *“Dus dat we in de buurtcentra en op scholen en dat soort plekken van mens tot mens zichtbaar zijn.”* (Respondent 10).

De minderheid van de respondenten geeft aan dat zij onder andere gevestigd zijn bij de woningbouwvereniging: *“Ik ben regelmatig, daar werk ik dan niet, maar op het politiebureau of bij de woningbouw.”* (Respondent 6), *“Ik denk wel dat wij zichtbaar zijn, we zitten bij de huisartsen, we zitten op scholen, overal in de wijken, zitten bij de woningcorporaties die zitten ook in de wijken, daar doen wij dingen.”* (Respondent 9).

Twee respondenten geven voorbeelden die niet door de andere respondenten worden genoemd: *“Zo werken we in de bieb, op een speeltuin. Hier hebben we kiek in en kopen, dat is een soort tweedehands winkeltje, maar die verkopen ook wel eigengemaakte of handwerk spullen voor mensen in de wijk waar ze ook een inloophuis hebben, daar zitten we dan.”* (Respondent 4), *“Een collega zit op het coa, die zit op een school waar de asielzoekers zitten, de ISK, de internationale schakelklas.”* (Respondent 9).

Echter geeft een minderheid van de respondenten aan dat zij nog teveel op kantoor gevestigd zijn: *“We zijn allemaal geneigd om heel erg hier in dit hok te gaan zitten. En we gaan op huisbezoek.”* (Respondent 8), *“We zitten nog teveel op de kantoren met elkaar.”* (Respondent 10).

Wijkteams richten zich vaak op alle doelgroepen

Uit de resultaten komt naar voren dat de drie van de respondenten aangeven dat zij zich richten op de gehele doelgroep, bestaande uit de bewoners van de wijk: *“Dus onze doelgroep bestaat uit bewoners van deze wijk.”* (Respondent 3), *“Voor ons is de volledige breedte de doelgroep.”* (Respondent 6).

Echter komt uit de resultaten naar voren dat respondenten een bepaalde doelgroep meer in beeld hebben. Zo geeft een minderheid van de respondenten aan vooral wijkbewoners met een lager niveau in beeld te hebben: *“Maar wel van laag of heel laag niveau tot, het houdt wel een beetje op bij havo niveau.”* (Respondent 2), *“De locatie is bedoeld voor alle jongeren, we maken geen verschil tussen jongeren. Maar wat je binnenkrijgt is meestal lager niveau.”* (Respondent 3).

Uit de resultaten komt naar voren dat één van de respondenten ook voornamelijk een bepaalde doelgroep in beeld hebben: *“Ik denk dat wij voornamelijk met die tussendoelgroep te maken hebben. Met die ouders van die kinderen. Tussen de 30 en de 50/60 zeg maar. Het is niet per se waar we ons op richten, maar wel wat je in de praktijk het meeste tegenkomt.”* (Respondent 7).

Daarentegen komt uit de resultaten naar voren dat een aantal respondenten aangeven dat zij bepaalde doelgroepen juist weinig in beeld hebben. Zo geven twee respondenten aan dat zij

allochtone bewoners weinig in beeld hebben: *“Ja de allochtone groep. Ik bedoel we kennen ze wel, maar ik merk wel dat we ze minder in zicht hebben. En ik denk tussen de 18 en de 30 of zo, die groep zie ik heel weinig.”* (Respondent 5), *“Ik vind dat wij, of dat nou komt omdat andere organisaties het opvangen, daar heb je natuurlijk kans van, maar ik vind dat wij ouderen minder in beeld hebben, allochtone mensen denk ik dat we hele groepen van missen. Vluchtelingen, maar dat wordt ook allemaal afgevangen via andere organisaties.”* (Respondent 8)

Twee respondenten geven aan dat zij een bepaalde doelgroep ook niet in beeld hebben: *“Maar de wijken waar bijvoorbeeld wat minder aan de hand is, ik vraag me af of ze ons dan kennen. Daar hebben wij ook niet echt een idee wat daar dan leeft. Maar dus waar problematiek is, ik denk dat we daar een stuk actiever zijn.”* (Respondent 8), *“Die groep, als we het hebben over zichtbaarheid, dan hebben we daar niet de meeste aandacht voor. Dan denken we die redden zich wel, hbo of mbo en hoger opgeleid. Maar ik denk dat het een grote blinde vlek is om daar niet zichtbaar te willen zijn of niet heel veel energie in te steken.”* (Respondent 10).

Een uiterlijk kenmerk is vaak het logo van de organisatie

Uit de resultaten komt naar voren dat de meerderheid van de respondenten gebruik maakt van een logo om uiterlijk kenbaar te zijn: *“Ja het logo. De folders, de huisstijl van de wijkteams, die is steeds weer herkenbaar.”* (Respondent 8), *“Ja, het jongerenwerk heet Skillz. Dit zul je straks ook zien als je naar andere locaties gaat, waaronder Crea. We hebben logo's, kleuren, huisstijl.”* (Respondent 1).

Eén respondent geeft aan dat zij een jas hebben met het logo van de organisatie: *“Ja we hebben een jas met het logo. Maar die hebben we nooit echt aan.”* (Respondent 6).

Echter geeft één respondent aan wel de wens te hebben om een jas te dragen met het logo van de organisatie: *“Persoonlijk zou ik dat graag willen, maar ik mis dat een beetje. Ik wil gewoon een beetje zo een shirt hebben of een jas met Wijkkracht er op.”* (Respondent 3).

4.3 Zichtbaarheid voor de doelgroep statushouders

In deze paragraaf worden de resultaten van de interviews met de 11 respondenten uit de sociale wijkteams van Hengelo, Enschede en Almelo weergegeven. De interviewvragen zijn opgedeeld in vijf thema's aansluitend bij de praktische deelvraag over de doelgroep statushouders. De deelvraag die beantwoordt wordt door deze resultaten luidt: *“Op welke wijze richten de medewerkers van Wijkkracht Hengelo en de medewerkers van de gemeenten Almelo en Enschede zich op de zichtbaarheid voor de doelgroep statushouders binnen de wijk?”*

Verschillende ervaringen met de doelgroep statushouders

De meerderheid van de respondenten geeft aan dat zij individueel wel enige ervaring hebben met de doelgroep statushouders: *“Ja, dit jaar heb ik zelf een vijftal jongeren. Zij komen oorspronkelijk vanuit Jarabee. Ze komen zeg maar vanuit de jeugdzorg en ze komen vanuit Eritrea.”* (Respondent 3), *“Ja, ik vanuit mijn nieuwe project dan wel. Daarin ben ik nu bezig om de statushouders een workshop aan te bieden, dat ze dan een participatieverklaring ondertekenen.”* (Respondent 11).

Daarbij geven een aantal van deze respondenten aan wel ervaring te hebben met de doelgroep statushouders, maar weten zij niet of collega's binnen het team ook ervaringen hebben met de doelgroep: *“Nou als team weet ik niet zo heel goed wat de anderen daarmee van doen hebben zeg maar. Wat ik zelf, waar ik zelf ervaring mee heb is met jongens uit Eritrea die alleen zijn. En die in de leeftijd van 18 tot en met 25 zijn.”* (Respondent 2).

De respondenten noemen verschillende ervaringen met de doelgroep statushouders: *“Het is niet echt een hele makkelijke doelgroep. Ten eerste al de taal, want ze spreken Arabisch of Tigrinya, dat is hun eigenlijk dialect en dan het Nederlands dat ze hier leren en dan houdt het echt gewoon op.”* (Respondent 2), *“Ik zie blijkbaar dus wel elke dinsdag een grote groep statushouders, maar zo bewust*

ben ik me er niet van. Die zijn gewoon in het wijkcentrum, daar klets je mee, daar vraag je mee hoe het gaat. En daar worden activiteiten voor georganiseerd en als men hulp daarbij nodig heeft, wordt dat gevraagd. Ze doen weleens mee bijvoorbeeld met de burendag daar sluiten ze altijd bij aan, dat soort dingetjes.” (Respondent 7) en: “Ja plus een stukje cultuur, afspraken maken, afspraken nakomen. Daar zit nog een beetje ruimte in af en toe.” (Respondent 2).

Naast het feit dat de meerderheid van de respondenten wel enige ervaring heeft met de doelgroep statushouders, zijn er ook een aantal respondenten die geen ervaring hebben met de doelgroep: *“Ik helemaal niet, mijn wijk is ook best blank. Ik werk voornamelijk in een arbeiderswijk. Daar zitten voornamelijk echte Almeloërs.” (Respondent 5).*

Wel geeft daarin de meerderheid van de respondenten aan dat de groep statushouders wel in het team binnenkomt via verschillende kanalen/wegen: *“Ja, we krijgen wel aanmeldingen. Via school volgens mij. De school of gemeente kan ik me voorstellen. Alle kinderen gaan naar school en ook de mensen die zich in Nederland aanmelden.” (Respondent 10).*

Medewerkers uit sociale wijkteams zijn op verschillende manieren bezig met de zichtbaarheid voor de doelgroep statushouders

Uit de resultaten komt naar voren dat de doelgroep statushouders op veel verschillende manieren binnenkomt: *“Ja het was vanuit Menthol kwam de vraag, want die doen daar de ondersteuning een beetje rondom die doelgroepen.” (Respondent 2), “Ja en via scholen dat kan ook. Een collega heeft laatst iets van twintig casuïstieken opgepakt via school.” (Respondent 9) en: “Hoe ze staan ingeschreven in het gemeentebestand is leidend. Dus via daar krijgen we ze binnen, maar ook via de wijken. Stel ze komen wonen in de wijk waarin ik werk, dan kan ik ze ook tegenkomen.” (Respondent 11).*

Daarnaast zijn er ook uiteenlopende manieren waarop de respondenten zichtbaar zijn voor de doelgroep statushouders. Twee respondenten uit dezelfde organisatie, maar uit verschillende teams geven aan via onder andere buurtkamer activiteiten zichtbaar te zijn voor de doelgroep statushouders: *“Ja er zijn wel huiskamers sinds kort, dat is ook een beetje gericht op statushouders ook.” (Respondent 2) en: “Dus we gaan hem nu waarschijnlijk omdopen naar buurtkamer activiteiten en daarin verwacht ik een deel van deze groep wel. Dat we ze via die weg binnenkrijgen. Dat wordt dan een inloop en dat we ze dan via daar kunnen bereiken.” (Respondent 11).*

Daarnaast is er één respondent die aangeeft op een andere manier zichtbaar te zijn voor de doelgroep statushouders: *“Ze wonen daar en ze zeggen van je moet bij L. zijn. En dan komen ze ook met hun begeleiders” (Respondent 3).*

Naast de verschillende manieren om zichtbaar te zijn voor de doelgroep statushouders, geven vier respondenten aan dat zij geen gerichte activiteiten hebben voor de doelgroep: *“Specifiek op statushouders doen wij geen gerichte activiteiten. Het is voor iedereen toegankelijk.” (Respondent 7) en: “Niet een specifiek iets. Dat kan ik niet bedenken dat we daar iets specifiek mee doen. Of ons op richten of iets.” (Respondent 8).*

Medewerkers hebben geen idee hoeveel statushouders er zich in de wijken begeven

Uit de interviews komt naar voren dat geen van de respondenten weet hoeveel statushouders er zich in hun wijk begeven: *“Geen flauw idee.” (Respondent 8) en: “Nee, dat weet ik niet. Ik heb wel een overzicht, maar ik zou niet weten hoeveel dat er precies zijn.” (Respondent 11).*

Daarentegen geeft één respondent aan te denken dat het aantal statushouders opeens heel veel is geworden: *“Ja ik zie altijd dat het bij Menthol heel druk is. Die spreken. Dus volgens mij zijn ze met aardig wat. En ik heb er soms wel een beetje het idee dat het zo overvallen is, dat er op een keer heel veel kwamen.” (Respondent 2).*

Ook één respondent geeft juist het tegenovergestelde aan: *“Nee dat is niet veel. Er was veel meer verwacht.” (Respondent 9).*

Vaak geen beleid met betrekking tot zichtbaarheid voor statushouders

Uit de interviews komt naar voren dat de meeste respondenten binnen de organisatie of het team, geen afspraken hebben met betrekking tot de zichtbaarheid voor de doelgroep statushouders: *"We gaan niet specifiek op Turken of specifiek op statushouders etc. Geen afzonderlijk beleid."*

(Respondent 6), "Nee, niet specifiek." (Respondent 11).

Daarnaast geeft één respondent aan dat er wel beleid is voor andere doelgroepen en dat het wel iets is om over na te denken dit voor statushouders ook in te voeren: *"Nee, nee. Maar wel voor andere doelgroepen, dus dat is wel iets om over na te denken."* (Respondent 10).

Echter geven twee respondenten aan dat er enige regels en of afspraken zijn met betrekking tot de doelgroep statushouders, maar zijn deze regels en of afspraken niet specifiek gericht op de zichtbaarheid: *"Kijk, binnen Wijkkracht hebben we Menthol. Menthol die gaat speciaal over de doelgroep."* (Respondent 3) en: *"We hebben verschillende maatschappelijk werkers en thuisbegeleiders die verschillende talen spreken. Daarvan kijken we wel van als iemand specifiek vraagt van goh, ik wil de Arabische of de Turkse taal of weet ik veel wat. Dan kijken we wel wie er kan en dat doen we dat zelf."* (Respondent 11).

Nog weinig ideeën voor de toekomst

Het merendeel van de respondenten geeft aan dat zij zich in de toekomst niet specifiek willen gaan richten op de zichtbaarheid voor de doelgroep statushouders: *"Nou ja, we hebben er geen plannen voor om ons daar nou speciaal op te gaan richten of zo."* (Respondent 8). Daarbij benoemt één respondent ook te denken dat er geen behoefte is aan een speciaal beleid voor statushouders: *"Heel eerlijk gezegd heb ik niet echt het idee dat daar echt behoefte aan is. Om die stempel erop te drukken, op het moment dat ze die status hebben, zijn ze gewoon bewoners van de wijk en kunnen ze gewoon aansluiten bij de activiteiten die er zijn."* (Respondent 6).

Echter geeft één andere respondent aan het wel heel belangrijk te vinden om de doelgroep statushouders in beeld te hebben en te houden: *"Ja dat vind ik een lastige want het is geen doorsnee groep. Je moet ook afwachten of hoe het zich allemaal ontwikkelt, hoeveel er nog komen, of dat het iets is dat minder wordt of in een keer nog weer meer kan worden. Ik denk wel dat het een belangrijke groep is die je in beeld moet hebben en moet houden."* (Respondent 2).

Respondenten gaven verschillende ideeën over de zichtbaarheid voor de doelgroep statushouders in de toekomst: *"Bijvoorbeeld zo een folder, ik denk dat zo een doelgroep het met plaatjes en strips moeten doen om zo iets helder te krijgen."* (Respondent 10), *"We maken ook nog weinig gebruik van tolken. Er gaat meestal wel iemand mee uit de omgeving, maar dat is eigenlijk ook gek toch. Als je deze doelgroep veel in beeld zou krijgen, dan zou je veel met tolken te maken krijgen."* (Respondent 10) en: *"Wat we wel willen doen is dat we door middel van een bepaalde programmering, activiteiten, workshops of wat dan ook, deze groep willen betrekken. Ook aan de hand van signalen."* (Respondent 11).

Hoofdstuk 5 Conclusies

In dit hoofdstuk wordt er een conclusie weergegeven op de hoofd- en deelvragen en worden er aanbevelingen gedaan. Het hoofdstuk bestaat uit zes paragrafen. In paragraaf 1 wordt een antwoord gegeven op de eerste deelvraag. In paragraaf 2 wordt een antwoord gegeven op de tweede deelvraag. In paragraaf drie wordt het antwoord gegeven op de hoofdvraag. Paragraaf 4 geeft aanbevelingen weer. In paragraaf 5 worden de sterktes en zwaktes van dit onderzoek beschreven. Paragraaf 6 geeft een discussie weer over het onderzoeksonderwerp.

5.1 Deelvraag 1

In deze paragraaf wordt de eerste deelvraag van dit onderzoek beantwoord. Deze luidt als volgt: *“Op welke wijze gaan medewerkers van Wijkkracht Hengelo en van de gemeenten Almelo en Enschede om met zichtbaarheid in de wijk?”*.

Uit de resultaten komt naar voren dat de wijze waarop de medewerkers omgaan met zichtbaarheid in de wijk uiteenloopt in verschillende thema's. De verschillende thema's zijn: afspraken over zichtbaarheid, manieren van zichtbaarheid, gebruik van social media, vestiging van sociale wijkteams, uiterlijke kenmerken en doelgroepen.

Uit het onderzoek blijkt dat het merendeel van de respondenten geen afspraken hebben vanuit de organisatie met betrekking tot de zichtbaarheid in de wijk. Wat de reden hiervan is, wordt in dit onderzoek niet duidelijk. Echter geven een aantal medewerkers wel aan dat de organisatie hen stimuleert om zichtbaar te zijn in de wijk. Zo noemen de medewerkers dat de organisatie hen aangeeft dat zij meer op pad moeten gaan.

Uit de resultaten komt naar voren dat de meerderheid van de medewerkers wel afspraken in het team heeft gemaakt met betrekking tot de zichtbaarheid in de wijk. Zo wordt genoemd dat zij afspraken hebben gemaakt in het team over het aantal uur dat zij in de wijk aanwezig moeten zijn en over de verdeling van de wijken onder het aantal collega's.

Uit de theorie blijkt dat het ook van belang is om als sociaal wijkteam te bepalen wat zichtbaarheid voor het team inhoudt en welke resultaten zij willen bereiken (Movisie, z.j.).

De resultaten geven weer dat de medewerkers verschillende uitspraken hebben gedaan over de manieren waarop zij zichtbaar proberen te zijn in de wijk.

Uit de resultaten blijkt dat de minderheid van de medewerkers gebruik maakt van flyers om zichtbaar te zijn in de wijk. Zo noemen een aantal medewerkers dat zij zich niet bezig houden met flyers, maar dat zij zich meer promoten via mond tot mond reclame. Zo wordt genoemd dat via mond tot mond reclame een groep groter wordt.

Uit de resultaten komt naar voren dat een aantal medewerkers samenwerkingen hebben met andere organisaties om zichtbaar te zijn in de wijk. Zo wordt genoemd dat er samenwerkingsverbanden zijn met de politie, woningbouw en Stadsbank, maar ook met bewonersinitiatieven. De medewerkers geven aan overleggen bij te wonen en spreekuren te draaien bij de andere organisaties. Ook wordt genoemd dat er een samenwerkingsverband is aangegaan met de klussendienst van een woningbouwvereniging, omdat zij veel horen.

Verder blijkt uit het onderzoek dat de minderheid van de medewerkers letterlijk de wijk ingaat om zichtbaar te zijn in de wijk. Een aantal medewerkers benoemen dit wel te doen, zij geven aan dat zij letterlijk de wijk ingaan om een praatje te maken. Zo geeft een medewerker aan in de ochtend bij de Albert Heijn te gaan zitten om koffie te drinken en wijkbewoners te spreken, zodat de bewoners haar herkennen en om signalen op te pikken.

Uit de theorie komt ook naar voren dat het erg belangrijk is voor de zichtbaarheid in de wijk om veel aanwezig te zijn in de wijk, door een rondje te lopen door de wijk en met bewoners te spreken en door aanwezig te zijn bij wijkbijeenkomsten of andere gebeurtenissen in de wijk (Movisie, z.j.).

Uit de resultaten komt naar voren dat de meerderheid van de medewerkers activiteiten uitvoert en bijwoont als manier om zichtbaar te zijn in de wijk. Zo wordt genoemd door medewerkers dat zij aanwezig zijn bij wijkfeesten en bij andere buurtinitiatieven zoals een markt. Verder geven medewerkers aan dat zij aanwezig zijn op een doenbeurs van de gemeente en een sociaal café organiseren met andere instellingen uit de buurt. Een andere medewerker geeft aan dat zij op wijk safari gaan om de wijk te leren kennen en de organisaties uit de wijk.

Uit het onderzoek blijkt dat de meerderheid van de medewerkers niet actief is op social media met het wijkteam. Zo wordt genoemd door de medewerkers dat zij bijvoorbeeld geen facebookpagina hebben. Wat de reden hiervan is, wordt in dit onderzoek niet duidelijk. Het kan liggen aan het feit dat de medewerkers hier nog niet aan toe zijn gekomen of het lastig vinden om dit vorm te geven. Echter komt uit de resultaten naar voren dat een aantal medewerkers wel actief zijn op social media met het wijkteam. Zo wordt genoemd dat zij actief zijn op facebook, twitter en instagram. Verder geeft een medewerker aan dat zij in de wijk een wijkapp hebben, waarin activiteiten staan en waar contact kan worden opgenomen met de medewerkers uit het sociale wijkteam.

Uit het onderzoek blijkt dat de vestiging van de sociale wijkteams ook een manier is van de medewerkers om zichtbaar te zijn in de wijk. Zo blijkt uit de resultaten dat de meerderheid van de medewerkers onder andere is gevestigd in wijkcentra. Verder wordt genoemd door een aantal medewerkers dat zij ook gevestigd zijn op scholen. Het politiebureau en de woningbouwvereniging zijn ook plekken die genoemd worden door de medewerkers waar zij zich soms vestigen. Echter komt uit de resultaten naar voren dat een aantal medewerkers zich nog teveel op het kantoor hebben gevestigd. Zo wordt genoemd dat zij erg geneigd zijn om in het kantoor te zitten. Wat de reden hiervan is, wordt in het onderzoek niet helemaal duidelijk. Het kan liggen aan het feit dat de medewerkers gewend zijn om op kantoor te werken, omdat dit de oude manier van werken is en dat de nieuwe manier van werken een omslag is, wat tijd kost.

De theorie ondersteunt het gegeven om als wijkteam op meerdere plekken gevestigd te zijn: De bekendheid en zichtbaarheid van een sociaal wijkteam kan vergroot worden door meerdere locaties te vestigen in de wijk waar de medewerkers aanwezig zijn, door het gebruik van social media, folders en wijkbladen, door inloopsprekuren en vaste gezichten in de wijk te hebben en door ook na kantoortijden digitaal bereikbaar te zijn (Zorgbelang Noord-Holland, z.j.).

Uit de resultaten komt naar voren dat uiterlijke kenmerken een rol spelen voor de medewerkers om aan de zichtbaarheid in de wijk te werken. De meerderheid van de medewerkers gebruikt het logo van de organisatie om zichtbaar te zijn. Zo wordt genoemd dat het logo, de kleur en de huisstijl wordt gebruikt om zichtbaar en herkenbaar te zijn als organisatie. Echter komt uit de resultaten naar voren dat andere soorten van uiterlijke kenmerken, zoals een jas of hesje met een logo nauwelijks wordt ingezet. Zo noemt één medewerker dat zij dit in het team wel hebben, maar niet dragen. Een andere medewerker geeft aan dat zij dit niet hebben, maar hij wel de wens heeft om een jas met een logo te dragen om te zorgen dat hij beter zichtbaar is in de wijk.

Uit de theorie komt naar voren dat het sociaal wijkteam in Heerhugowaard bezig is om de zichtbaarheid in de wijk te vergroten door allen gekleed te gaan in een groen shirt met het logo van de organisatie erop (Brons, 2015).

Daarnaast is uit de resultaten gebleken dat de medewerkers uitspraken doen over de doelgroepen die zij wel of niet in beeld hebben door de zichtbaarheid in de wijk. Zo geven een aantal medewerkers aan dat zij de zichtbaarheid richten op alle wijkbewoners. Echter geven medewerkers aan dat zij bepaalde doelgroepen meer in beeld hebben. Zo wordt genoemd door de minderheid van

de medewerkers dat zij vooral werken met wijkbewoners met een lager niveau, lager dan havo niveau. Een andere medewerker geeft aan dat zij vooral de doelgroep van 30 tot 60 jaar in beeld hebben. De overige medewerkers geven niet aan een bepaalde doelgroep meer in beeld te hebben, wat de reden hiervan is wordt in het onderzoek niet duidelijk.

Uit de resultaten komt naar voren dat een aantal medewerkers de doelgroep allochtonen niet goed in beeld heeft. Verder wordt genoemd door een aantal medewerkers dat zij niet weten of zij wel zichtbaar zijn voor wijkbewoners in wijken waar minder aan de hand is. Een andere medewerker noemt dat zij de doelgroep hoger opgeleiden minder in beeld hebben. Zo wordt genoemd dat er wordt gedacht dat deze doelgroep zich vaak wel redt, maar dat het een blinde vlek is om de zichtbaarheid niet op deze doelgroep te richten. De overige medewerkers geven niet aan dat zij deze doelgroep minder in beeld hebben, wat de reden hiervan is wordt in het onderzoek niet duidelijk.

5.2 Deelvraag 2

In deze paragraaf wordt de tweede deelvraag van dit onderzoek beantwoord. Deze luidt als volgt:

“Op welke wijze richten de medewerkers van Wijkkracht Hengelo en de medewerkers van de gemeenten Almelo en Enschede zich op de zichtbaarheid voor de doelgroep statushouders binnen de wijk?”.

Uit de resultaten komt naar voren dat de wijze waarop de medewerkers zich richten op de zichtbaarheid voor de doelgroep statushouders, uiteenloopt in verschillende thema's. De verschillende thema's zijn: ervaringen met de doelgroep, manieren van zichtbaarheid, het aantal statushouders in de wijk, beleid rondom statushouders en toekomstgericht.

Uit het onderzoek blijkt dat er verschillende ervaringen zijn met de doelgroep statushouders. Het merendeel van de respondenten, heeft persoonlijk wel enige ervaring heeft met de doelgroep statushouders. Daarnaast blijkt ook dat respondenten zich er niet altijd bewust van zijn of hun collega's ook ervaring hebben met deze doelgroep. Zo wordt door verschillende respondenten genoemd dat zij ervaring hebben met statushouders vanuit Eritrea, maar ook zijn er ervaringen met een aantal Arabisch sprekende statushouders. Binnen deze antwoorden wordt duidelijk dat het in veel gevallen gaat om ervaringen met kinderen of jongeren, die vaak via school of een jongerencentrum in beeld komen. Daarnaast komt uit het onderzoek naar voren dat een respondent elke dinsdag in contact is met een groep statushouders, maar zich voorafgaand aan het interview er niet bewust van was dat dit statushouders zijn. Echter blijkt uit het onderzoek ook naar dat binnen het team wel wordt gewerkt met de doelgroep statushouders, maar respondenten zelf geen ervaringen hebben met de doelgroep. Er wordt genoemd dat het ook aan de wijk ligt waarin wordt gewerkt. Eén respondent geeft daarbij aan dat de wijk een arbeiderswijk is en er voornamelijk echte Almeloërs wonen.

Opvallend is dat zowel uit de interviews als uit de literatuur naar voren komt dat de doelgroep statushouders qua Nederlandse taal nog niet ver is ontwikkeld. Alle statushouders zijn verplicht om de taal te leren en in te burgeren. Om dit proces bij statushouders extra te ondersteunen, werken gemeenten vaak samen met diverse taalaanbieders. Vluchtelingenwerk Nederland zet ook in op het vergroten van de capaciteit van taalbuddies, zodat elke statushouders de Nederlandse taal zo snel mogelijk aanleert (Gemeente Den Haag, 2016). Uit het onderzoek komt ook naar voren dat naast de taal, ook de cultuur van veel statushouders heel anders is. Eén respondent noemt bijvoorbeeld dat het maken van afspraken en deze nakomen vaak een struikelblok is. In de literatuur wordt hier ook uitgebreid over gesproken. De waarden en normen van de gemiddelde statushouders verschillen niet wezenlijk van die van de gemiddelde Nederlander. Er zit vaak een verschil in de manier waarop de waarden worden uitgedrukt. De één toont bijvoorbeeld respect door niet direct oogcontact te maken met een ander persoon, terwijl de ander dit juist als onbeleefd ervaart. Daarnaast kan bijvoorbeeld ook de manier van het elkaar aanspreken op gedrag, van cultuur tot cultuur verschillen (COA, z.j.).

Vanaf begin 2017 moeten statushouders een participatieverklaring tekenen. Hierin worden zij gewezen op rechten en plichten en de belangrijke waarden van de Nederlandse samenleving en verklaren zij deze rechten en plichten na te leven doormiddel van het ondertekenen van deze participatieverklaring (Gemeente Den Haag, 2016). Uit het onderzoek blijkt dat één medewerker binnen de organisatie Wijkkracht Hengelo al actief bezig is om groepen statushouders binnen Hengelo te begeleiden in het ondertekenen van deze participatieverklaring.

De resultaten van het onderzoek geven weer dat de respondenten op verschillende manieren bezig zijn met de zichtbaarheid voor de doelgroep statushouders. Er kan geconcludeerd worden dat statushouders via verschillende kanalen bij de wijkteams binnenkomen. Kanalen die worden genoemd zijn school, wijken en wijkcentra, de gemeente en Menthol, een organisatie en samenwerking met Wijkkracht in Hengelo die zich bezighoudt met de inburgering van asielgerechtigde nieuwkomers. Naast de manier waarop de statushouders in beeld komen bij de wijkteams, wordt uit het onderzoek ook duidelijk op welke manier de wijkteams zichtbaar proberen te zijn voor de doelgroep statushouders. Zichtbaarheid via buurtkamer activiteiten wordt door verschillende teams ingezet. Daarnaast komt uit het onderzoek naar voren dat wijkteams ook zichtbaar zijn door mond tot mond reclame en statushouders met hun begeleiders bij een wijkcentrum binnenlopen. Uit de literatuur blijkt dat het belangrijk is om als wijkteam veel aanwezig te zijn in de wijk, waardoor het wijkteam en de medewerkers steeds meer bekendheid krijgen. Door een rondje te lopen door de wijk en met bewoners te spreken en door aanwezig te zijn bij wijkbijeenkomsten of andere gebeurtenissen in de wijk, wordt bekendheid gevormd (Movisie, z.j.). Naast het feit dat een aantal respondenten wel specifiek bezig zijn met de zichtbaarheid voor de doelgroep statushouders, doet een andere groep dit duidelijk niet. Er wordt genoemd dat er geen gerichte activiteiten zijn voor de doelgroep statushouders en dat het wijkteam en de activiteiten waaraan zij meewerken voor alle doelgroepen toegankelijk is.

Uit dit onderzoek blijkt dat onder de respondenten niet duidelijk is hoeveel statushouders er zich in de verschillende wijken begeven. Geen van de respondenten weet dit te benoemen. Eén respondent geeft aan te denken dat dit er veel zijn, aangezien Menthol het erg druk heeft. Echter geeft een andere respondent aan te denken dat dit niet veel is. Uit de literatuur komt naar voren dat het per provincie en per gemeente erg uiteenlopend is hoeveel statushouders er in de wijken zijn gevestigd. Dit heeft grotendeels te maken met de grootte van de stad of het dorp.

Ook blijkt uit dit onderzoek dat er vaak geen beleid is met betrekking tot de zichtbaarheid voor de doelgroep statushouders. Er wordt genoemd dat er niet specifieke afspraken worden gemaakt over verschillende doelgroepen en er geen afzonderlijk beleid bestaat. Echter komt ook naar voren dat er teams zijn waarbij wel afspraken en regels zijn met betrekking tot bepaalde doelgroepen, maar die er voor de doelgroep statushouders nog niet zijn. Eén respondent geeft aan dat het een goed initiatief kan zijn om een specifiek beleid ook voor de doelgroep statushouders op te stellen. Ook vanuit de literatuur komt dit duidelijk naar voren. Zo beschrijft Movisie (z.j.) dat sociale wijkteams zich kunnen richten op bepaalde doelgroepen om meer bekendheid te krijgen bij deze doelgroepen. Naast het feit dat het merendeel van de respondenten benoemt geen beleid te hebben met betrekking tot de zichtbaarheid voor de doelgroep statushouders, zijn er ook respondenten die wel enig beleid voeren voor deze doelgroep. Echter is dit beleid niet specifiek gericht op de zichtbaarheid. Binnen de organisatie Wijkkracht Hengelo gaat voornamelijk Menthol over de doelgroep statushouders. Een organisatie die voortkomt vanuit de gemeente en Wijkkracht. Geconcludeerd kan worden dat door deze aparte organisatie, medewerkers van de sociale wijkteams van Wijkkracht minder snel in contact zullen komen met statushouders. Movisie (z.j.) beschrijft dat het wel van belang is om als sociaal wijkteam te bepalen wat zichtbaarheid voor het team inhoudt en welke resultaten zij hierin willen bereiken.

Uit dit onderzoek komt naar voren dat er nog weinig ideeën zijn over hoe om te gaan met de zichtbaarheid voor de doelgroep statushouders in de toekomst. Het valt op dat het merendeel van de respondenten zich in de toekomst niet specifiek willen gaan richten op de zichtbaarheid voor deze doelgroep. Ook wordt benoemd dat er geen behoefte is aan een speciaal beleid. Daarnaast is ook een opvallende reactie, geen stempel op de statushouders te willen drukken. Statushouders worden door veel respondenten gezien als ieder andere wijkbewoner en kunnen aansluiten bij alle activiteiten en initiatieven die worden georganiseerd. Maar in één interview wordt benoemd dat de doelgroep statushouders geen doorsnee groep is en het belangrijk is om de groep goed in beeld te krijgen en te houden. Hiervoor is wel enig beleid nodig.

Naast het beleid dat er in de toekomst wel of niet moet komen, komt uit het onderzoek ook naar voren dat er verschillende ideeën zijn over de zichtbaarheid voor de doelgroep. Een creatief idee is om een folder van de organisatie eens te ontwerpen voor de doelgroep statushouders. Dit niet aan de hand van allerlei tekst in hun eigen taal, maar juist aan de hand van plaatjes en strips. Op deze manier is het voor statushouders heel laagdrempelig en helder. Daarnaast komt ook de taalkwestie weer naar voren binnen dit thema. Er wordt door de respondenten gezegd dat er in de toekomst meer gebruik gemaakt moet gaan worden van tolken. Daarnaast blijkt uit het onderzoek dat een respondent in een breder perspectief zou willen werken met de doelgroep. Benoemd wordt dat aan de hand van signalen, bepaalde programma's, activiteiten en workshops opgesteld kunnen worden. Op die manier werk je aan de behoefte van de doelgroep en krijg je ze steeds sneller en beter in beeld.

5.3 Hoofdvraag

In deze paragraaf wordt antwoord gegeven op de hoofdvraag: *“Op welke wijze kunnen medewerkers binnen de sociale wijkteams van Wijkkracht Hengelo de zichtbaarheid voor de bewoners en de doelgroep statushouders binnen de wijken van Hengelo versterken?”*

Het antwoord op deze vraag komt voort uit de twee deelvragen.

Concluderend kan er gezegd worden dat de zichtbaarheid op verschillende wijze kan worden vormgegeven. Uit de conclusie van de deelvragen komt voort dat de respondenten de volgende manieren gebruiken om zichtbaar te zijn in de wijk: het maken van afspraken in het team of in de organisatie, flyers gebruiken en mond tot mond reclame, samenwerkingen aangaan met andere organisaties zoals de politie of de klussendienst van de woningbouw, de wijk ingaan door een praatje te maken of te gaan zitten in de supermarkt om koffie te drinken en bewoners te spreken, activiteiten uitvoeren en bijwonen zoals buurtinitiatieven ondersteunen en een wijk safari organiseren, het gebruik maken van social media door bijvoorbeeld een facebookpagina te hebben of een wijkapp, door zich te vestigen op verschillende locaties zoals wijkcentra en bij samenwerkingspartners en door uiterlijke kenmerken te hebben zoals een logo of bijvoorbeeld een jas met een logo erop.

Verder kwam in de conclusie van de deelvragen naar voren dat de meeste respondenten niet alle doelgroepen in beeld hebben, maar voornamelijk de lager opgeleiden. Dus kan geconcludeerd worden dat de zichtbaarheid moet worden aangepast op de verschillende doelgroepen.

Wat betreft de doelgroep statushouders komt uit de conclusie van de deelvraag naar voren dat de Nederlandse taal en de cultuur de zichtbaarheid voor deze doelgroep lastig maakt, een tolk zou in de toekomst kunnen helpen om deze doelgroep te benaderen. Respondenten geven aan dat statushouders vaak geen gewone flyers begrijpen in verband met de taal, dus een idee is om dit vorm te geven door plaatjes of stripverhalen. De doelgroep komt vaak in beeld bij de respondenten via school, wijkcentra, de gemeente of via Menthol.

Er kan worden geconcludeerd dat de doelgroep weinig in beeld is bij de respondenten en er ook geen speciaal beleid voor deze doelgroep is opgesteld, omdat de meeste respondenten aangeven dat zij statushouders gewoon als wijkbewoners benaderen en niet als een aparte doelgroep. Ook wordt aangegeven dat de doelgroep vaak al bij andere organisaties in beeld is zoals Menthol.

5.4 Aanbevelingen

In deze paragraaf worden aanbevelingen gedaan. De aanbevelingen komen voort uit de conclusies.

Aanbeveling 1: Het maken van een beleid voor zichtbaarheid in de wijk

Uit het onderzoek kwam naar voren dat veel medewerkers geen afspraken hebben vanuit de organisatie over zichtbaarheid in de wijk. Het zou daarom een goed idee zijn om een beleid op te stellen over zichtbaarheid in de wijk voor medewerkers waarin zal staan wat zij kunnen doen om zichtbaar te zijn en bijvoorbeeld ook hoeveel uur zij de wijk in moeten gaan.

Het is een idee om deze afspraken over te laten aan de wijkteams, want uit het onderzoek is gebleken dat veel medewerkers wel afspraken in het eigen team heeft gemaakt over zichtbaarheid in de wijk.

Aanbeveling 2: Meer de wijk ingaan

Vanuit het onderzoek is gebleken dat niet veel medewerkers letterlijk de wijk ingaan om zichtbaar te zijn. Wel is het erg belangrijk om meer de wijk in te gaan om zichtbaar te zijn voor wijkbewoners, dit zorgt voor herkenning bij de bewoners. Uit het onderzoek zijn een aantal ideeën naar voren gekomen om dit te realiseren: de wijk ingaan en een praatje maken met de bewoners, door bijvoorbeeld in de supermarkt te gaan zitten en daar koffie te gaan drinken. Bij een supermarkt komen veel bewoners en kan je op een gemakkelijke manier contact maken en signalen oppakken. Een ander idee dat naar voren is gekomen is het opzetten van een wijk safari. Dit is een activiteit dat één keer in de twee maand kan worden uitgevoerd en bestaat uit een halve dag waarin het team kennis door de wijk gaat om kennis te maken met organisaties in de wijk en voorliggende voorzieningen en burgerinitiatieven.

Aanbeveling 3: Implementatie van een wijkapp

Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat een aantal medewerkers wel gebruik maken van social media. De meeste medewerkers maken dan gebruik van facebook, twitter of instagram. Een nieuw idee wat naar voren is gekomen vanuit het onderzoek is het opzetten van een wijkapp. Dit is een app speciaal van de wijk, die iedereen kan downloaden. In de app staan activiteiten die in de wijken zijn en kan er snel contact opgenomen worden met het wijkteam. Dit is een manier dat kan worden gebruikt om zichtbaar te zijn in de wijk, want veel mensen hebben tegenwoordig een smartphone en gebruiken deze ook veel. Het is een snelle manier om een grote groep mensen te kunnen bereiken.

Aanbeveling 4: Zichtbaar zijn voor de doelgroep hoger opgeleiden

Vanuit het onderzoek is gebleken dat de doelgroep hoger opgeleiden niet vaak in beeld is bij de wijkteams. Wel is het een doelgroep wat niet vergeten mag worden, omdat bij deze doelgroep dezelfde problematiek kan spelen als bij een doelgroep zoals lager opgeleiden.

De manier waarop het wijkteam het best zichtbaar kan zijn voor deze doelgroep is niet uit dit onderzoek naar voren gekomen. Daarom is het een idee om hier vervolgonderzoek voor in te zetten, om de zichtbaarheid voor deze doelgroep te vergroten.

Aanbeveling 5: Beleid maken voor de doelgroep statushouders

Uit het onderzoek is gebleken dat de medewerkers geen beleid hebben voor de zichtbaarheid voor de doelgroep statushouders. Het is een doelgroep die toch lastig te bereiken is, in verband met de taal. Het is een idee om hier toch een beleid voor te maken of een aantal ideeën voor op te stellen,

omdat het een andere doelgroep is dan gewone wijkbewoners, omdat zij ook een hele andere cultuur meebrengen dan de Nederlandse cultuur. Een idee om zichtbaar te zijn voor deze doelgroep is om meer gebruik te maken van tolken en om flyers en folders aan te passen op deze doelgroep, door minder gebruik te maken van tekst en meer gebruik te maken van plaatjes of stripverhalen.

Aanbeveling 6: Vervolgonderzoek: wijkbewoners interviewen over zichtbaarheid

In dit onderzoek zijn de interviews over zichtbaarheid in de wijk gericht op de medewerkers uit sociale wijkteams, waarbij zij benoemden wat zij al doen aan zichtbaarheid. Daarbij werd vaak genoemd door medewerkers dat het een goed idee zal zijn om de wijkbewoners te vragen of dit ook werkelijk effect heeft en of zij ook echt zichtbaar zijn in de wijk. Dus om te kijken of de interventies ook werkelijk effect hebben, is het een idee om een vervolgonderzoek op te starten onder wijkbewoners, waarbij er kan worden gevraagd of zij Wijkkracht kennen en hoe zij in contact zijn gekomen met Wijkkracht.

5.5 Sterktes en zwaktes

Sterktes	Zwaktes
Aanwezigheid onderzoekers interviews	Duur van de interviews
Locatie interviews	Omvang populatie
Ervaren medewerkers	Weinig theorie over onderwerp onderzoek
Semi-gestructureerde interviews	

Sterktes

Aanwezigheid onderzoekers interviews: Tijdens de interviews waren beide onderzoekers aanwezig. Hierbij werd het interview door één onderzoeker afgenomen en was er voor de ander ruimte om te luisteren en in te springen wanneer nodig. Tevens gaf dit de mogelijkheid om de tijd in de gaten te houden.

Locatie interviews: De interviews vonden plaats op de werkplek van de medewerker die werd geïnterviewd. De ruimte was voor de respondenten vertrouwd en afgesloten van geluiden die voor overlast zouden kunnen zorgen.

Ervaren medewerkers: De respondenten binnen het onderzoek zijn ervaren medewerkers, met minimaal twee jaar ervaring binnen het werkveld. Dit betekent dat de data zijn verzameld vanuit betrouwbare bronnen, wat bijdraagt aan de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek.

Semi-gestructureerde interviews: In het onderzoek is er gebruik gemaakt van semi-gestructureerde interviews om de data te verzamelen. Dit maakt dat de respondenten de ruimte kregen om hun eigen ervaring te delen. Echter bleef er wel structuur bestaan, zodat de data wel kon worden gebruikt voor het beantwoorden van de deelvragen in het onderzoek.

Zwaktes

Duur van de interviews: Het doel was dat de interviews gemiddeld twintig minuten zouden duren. Echter is gebleken dat de meerderheid van de interviews meer dan twintig minuten heeft geduurd. Dit kan te maken hebben met de opzet van de interviews. Doordat de interviews semi-gestructureerd waren, namen de respondenten soms ook de ruimte om ervaringen te delen die niet van belang waren voor het onderzoek.

Omvang populatie: De omvang van de populatie is binnen dit onderzoek minimaal. De verhouding van de gemeenten ten opzichte van de respondenten is niet exact afgemeten. De gemeenten hadden

allemaal een verschillend aantal wijkteams, waardoor de verhoudingen met het aantal respondenten uit de gemeente niet helemaal klopt. Door deze factoren is het lastig om het onderzoek te generaliseren naar de gehele populatie.

Weinig theorie over onderwerp onderzoek: Aangezien het onderwerp zichtbaarheid in de wijk een vrij nieuw onderwerp is, was er weinig theorie over te vinden. Dit maakt dat de verscheidenheid aan bronnen niet heel divers is.

5.6 Discussie

Er is te weinig gelegenheid om te werken vanuit presentie in de wijk, concludeerden Oude Vrielink en van der Kolk (Movisie, 2016). Tijdens het onderzoek dat wij hebben verricht komt veelal naar voren dat sociale wijkteams nog niet genoeg de wijk ingaan, om vanuit daar te werken aan de zichtbaarheid in de wijk. Het werken vanuit sociale wijkteams is iets wat binnen veel gemeenten nog meer vorm moet krijgen. In deze transformatie is voor veel sociale wijkteams nog niet voldoende tijd geweest om te kijken naar hoe zij zich bekend willen maken in de wijken. De caseload staat binnen veel teams op het punt van overstromen en de werkdruk ligt hoog. Naar onze mening is dit erg jammer, omdat zichtbaarheid in de wijk één van de belangrijkste toegangswegen is binnen het werken met bewoners in de wijken. Outreachend werken is één van de belangrijkste bakens geworden van Welzijn Nieuwe Stijl. Movisie (2016) noemt dat bij een hoge werkdruk en caseload van individuele hulpvragen, het lastig is om te werken vanuit presentie in de wijk. Outreachend werken staat op nummer één van de taken waar sociale wijkteams nog onvoldoende aan toekomen.

Veel geïnterviewden geven binnen ons onderzoek aan dat zij nog teveel tijd doorbrengen op het kantoor en druk zijn met van alles, maar nog te weinig met het zichtbaar zijn in de wijk. Ook dragen organisaties naar hun medewerkers uit dat zij meer de wijk in moeten, maar is dit onder de huidige omstandigheden wel mogelijk? Movisie (2016) beschrijft dat het niet verwonderlijk is dat sociale wijkteams niet toekomen aan het present zijn in de wijk. Het blijkt dat een groot deel van de sociale wijkteams naast complexe en meervoudige problematiek, ook enkelvoudige hulpvragen, zoals het aanvragen van een rolstoel oppakken. Op deze manier wordt hun takenpakket al gauw erg breed en krijgen sociale wijkteams zelfs te maken met wachtlijsten. Naast het ontstaan van wachtlijsten, vragen wij ons ook af of de hoge werkdruk en overvolle caseload bevorderlijk zijn voor de hulpverleningstrajecten. In veel gevallen wordt er van de medewerkers binnen de sociale wijkteams verwacht dat zij in korte tijd zoveel mogelijk werk verzetten. Zeker als er wachtlijsten beginnen te ontstaan, wordt deze druk vaak alleen maar hoger. Zichtbaarheid in de wijk is iets wat op drukke momenten op de achtergrond wordt gezet, maar blijft volgens onze mening erg van belang voor de wijkbewoners. De drukke caseload en werkdruk kunnen ten koste gaan van wijkbewoner waarbij het van het grootste belang is dat zij ondersteuning krijgen, maar niet zelf de stap durven zetten richting een wijkteam, de zorgmijders. Daardoor zullen deze vaak kwetsbare bewoners niet snel in beeld komen en kunnen problemen zich opstapelen.

Sprinkhuizen, lector Maatschappelijk Werk aan Hogeschool InHolland, ondersteunt deze mening en zegt dat de civil society versterkt moet worden. Er moet een deel van het geld dat nu omgaat in de Zorgverzekeringswet en de Wet langdurige zorg overgeheveld worden naar de gemeenten (Jansen, 2016). Sprinkhuizen: *“Als je een klein deel van die 100 miljard richting gemeenten schuift, kan het budget dat ze nodig hebben voor het versterken van de civil society verdubbeld worden, zonder dat iemand met de ogen knippert.”* (Jansen, 2016). Wij als onderzoekers zijn het eens met deze stelling en vinden dat er meer aandacht moet komen voor de sociale wijkteams en al het werk wat zij verzetten. De overheid, maar ook de gemeenten en de organisaties zijn verantwoordelijk voor goede werkomstandigheden van de medewerkers. Is de werkdruk te hoog en stroomt de caseload over, dan moet extra mankracht worden ingezet. Niet alleen om het ontstaan van wachtlijsten te voorkomen, maar ook om te investeren in de zichtbaarheid binnen de wijken. Naast de zichtbaarheid, gaan

mensen niet uit zichzelf van alles voor elkaar doen. Dit vraagt om een stevige investeringsagenda (Jansen, 2016).

Literatuurlijst

- Arum, S. van, & Schoorl, R. (2015). *Sociale (wijk)teams in vogelvlucht*. Opgevraagd van [https://www.movisie.nl/sites/default/files/alfresco_files/Rapport-Sociale-\(wijk\)teams-State-of-the-Art%20\[MOV-5475870-1.0\].pdf](https://www.movisie.nl/sites/default/files/alfresco_files/Rapport-Sociale-(wijk)teams-State-of-the-Art%20[MOV-5475870-1.0].pdf)
- Baarda, D.B., & De Goede, M.P.M. (2006). *Basisboek Methoden en Technieken: Handleiding voor het opzetten en uitvoeren van kwalitatief onderzoek* (4^e druk). Groningen: Wolters-Noordhoff.
- Berg-le Clercq, T., Bosscher, N., Keltjens, M. & Vink, C. (2013). *Wat valt te leren van de Scandinavische social worker? De praktijk van gedecentraliseerde jeugdhulp in Denemarken, Zweden, Noorwegen en Finland*. Opgevraagd van <http://www.nji.nl/nl/Download-NJi/Publicatie-NJi/Wat-valt-te-leren-van-de-Scandinavische-social-worker.pdf>
- Binkhorst, J. (2016). *Op zoek naar balans tussen individuele en collectieve benaderingen in de wijk*. Opgevraagd van <http://www.wmowerkplaatsutrecht.nl/CmsData/Producten%20fase%202/Wmo-wijzer%20Balans%20individuele%20en%20collectieve%20benaderingen%20in%20de%20wijk.pdf>
- COA. (z.j.). *Asielprocedure*. Opgevraagd van <https://www.coa.nl/nl/asielopvang/asielprocedure>
- Gemeente Arnhem. (2016). *De sociale wijkteams door inwoners beoordeeld. Inwonerservaringsonderzoek sociale wijkteams Arnhem*. Opgevraagd van https://www.arnhem.nl/.../rapport_inwonerservaringsonderzoek_wijkteams.pdf
- Gemeente Den Haag. (2017). *Statushouders in Den Haag*. Opgevraagd van https://www.denhaag.nl/home/bewoners/gemeente/to/Statushouders-in-Den-Haag.htm#algemene_informatie_over_statushouders
- Gemeente Hengelo. (z.j.). *Wijkkracht*. Opgevraagd van http://www.hengelo.nl/Welkom-in-Hengelo/GPDC/GPDC-Producten-catalogus-1/_Burger/Wijkkracht.html
- Gemeente Zwolle. (z.j.). *Sociaal wijkteam Zwolle*. Opgevraagd van <https://www.zwolle.nl/sociaal-wijkteam-zwolle>
- In voor zorg! (2015). *MET Welzijn Heerhugowaard: zichtbaar en aanspreekbaar in de wijk*. Opgevraagd van <http://www.invoorzorg.nl/ivz/interview-MET-Welzijn-Heerhugowaard-zichtbaar-en-aanspreekbaar-in-de-wijk.html>
- Jansen. (2016). *Werkdruk sociale wijkteams 'aanvliegend hoog'*. Opgevraagd van <http://www.binnenlandsbestuur.nl/sociaal/nieuws/werkdruk-sociale-wijkteams-aanvliegend-hoog.9552334.lynkx>
- Kluft, M. (2011). *Zeg, bent ú misschien die nieuwe professional? De omslag van de visie over welzijn naar het handelen van de nieuwe professional*. Utrecht: Movisie.
- Kooij, L. van der (2014). *Uitgangspunten Sociaal Wijkteam*. Opgevraagd van <http://www.regiosaanzet.nl/files/2014/uitgangspunten-sociale-wijkteams>
- Kocak, S. & Jonkman, H. (2016). *Een verkenning over sociale wijkteams en diversiteit*. Opgevraagd van <https://www.kis.nl/sites/default/files/bestanden/Publicaties/verkenning-wijkteams-diversiteit.pdf>

Michgelbrink, F. (2006). *Praktijkgericht onderzoek in zorg en welzijn* (11^e druk). Amsterdam: SWP.

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport. (2010). *Welzijn Nieuwe Stijl*. Opgevraagd van http://www.invoeringwmo.nl/sites/default/documenten/Brochure_WNS.pdf

Movisie. (2015). *De drie decentralisaties in het sociale domein*. Opgevraagd van <https://www.movisie.nl/artikel/drie-decentralisaties-sociale-domein>

Movisie. (2016). *Hoe benutten sociale wijkteams kennis en inzet van bewoners?* Opgevraagd van <https://www.movisie.nl/artikel/hoe-benutten-sociale-wijkteams-kennis-inzet-bewoners>

Movisie. (2015). *Kennisdossier 14: Sociale wijkteams*. Opgevraagd van <https://www.movisie.nl/publicaties/wmo-raden-sociale-wijkteams-informatie-meedenken-meebeslissen>

Movisie. (2015). *Sociaal wijkteam: individuele hulpvragen blijken vaak gemeenschappelijke vragen*. Opgevraagd van <https://www.movisie.nl/artikel/sociaal-wijkteam-individuele-vragen-blijken-vaak-gemeenschappelijke-vragen>

Movisie (2015). *Sociale (wijk)teams in beeld. Stand van zaken na de decentralisaties*. Opgevraagd van https://www.movisie.nl/sites/default/files/alfresco_files/Sociale-wijkteams-in-beeld%20%5BMOV-9164168-1.1%5D.pdf

Movisie. (2013). *'Van collectief naar individueel en andersom' - Sociaal werk in de wijk*. Utrecht: Movisie.

Movisie. (z.j.). *Wees zichtbaar en bekend in de wijk*. Opgevraagd van <https://www.movisie.nl/startmotor-sociale-wijkteams/uitvoering-wees-zichtbaar-en-bekend.html?start=1>

Movisie. (2014). *Wmo competenties voor sociale wijkteams: Zichtbaar en er op af*. Opgevraagd van <https://www.movisie.nl/artikel/wmo-competenties-sociale-wijkteams-zichtbaar-er-af>

Noordhoff Uitgevers bv. (z.j.). *Wat wil de onderzoeker weten?* Opgevraagd van http://hoadd.noordhoff.nl/sites/7814/_assets/7814d02.pdf

Plooi, F. (2008). *Onderzoek doen. Een praktische inleiding in onderzoeksvaardigheden*. Opgevraagd van https://books.google.nl/books?id=zFB5949vOJsC&pg=PA73&lpg=PA73&dq=gerichte+selecte+steekproef&source=bl&ots=jwYE_RKB5o&sig=FgJmtJbmdB6SR4It08DJG4NEUhc&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwih-eKRjJ7PAhXCL8AKHYdfBO0Q6AEIVjAH#v=onepage&q=gerichte%20selecte%20steekproef&f=false

Rijksoverheid. (2015). *Opvang asielzoekers en huisvesting vergunninghouders*. Opgevraagd van <https://www.rijksoverheid.nl/actueel/nieuws/2015/10/21/opvang-asielzoekers>

Sociaal Werk in de Wijk. (2013). *Samenwerken in de wijk: Actuele analyse van sociale wijkteams*. Opgevraagd van [http://www.nji.nl/nl/Download-Nji/\(322206\)-samenwerkenindewijk.pdf](http://www.nji.nl/nl/Download-Nji/(322206)-samenwerkenindewijk.pdf)

Verhoeven, N. (2011). *Wat is onderzoek? Praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs* (4^e druk). Den Haag: Boom Lemma uitgevers.

Vlaar, P., Kluft, M. & Liefhebber, S. (2013). *Competenties maatschappelijke ondersteuning in de branche Welzijn en Maatschappelijke dienstverlening*. Utrecht: Movisie.

Wijkkracht. (2015). *De wijkteams*. Opgevraagd van http://www.wijkrachthengelo.nl/wij_bieden/wijkteams/

Wijkkracht. (2015). *Ontstaan van Wijkkracht*. Opgevraagd van http://www.wijkkracht.nl/wij_zijn_wijkkracht/het_ontstaan/

Wijkkracht. (2015). *Sociale zorg*. Opgevraagd van http://www.wijkkracht.nl/wij_bieden/sociale_zorg/

Wijkkracht. (2015). *Wij zijn Wijkkracht*. Opgevraagd van http://www.wijkkracht.nl/wij_zijn_wijkkracht/

Zorgbelang Noord-Holland. (z.j.). *Sociale wijkteams. Wensen en ervaringen van bewoners en zorgvragers centraal*. Opgevraagd van www.zorgbelang-nederland.nl/php/stdownload.php?id=4319

Bijlagen

Bijlage 1 Modelovereenkomst onderzoeksopdracht

Model overeenkomst onderzoeksopdracht



Academie Mens en Maatschappij

OVEREENKOMST ONDERZOEKSOPDRACHT

STUDENTGEGEVENS	
Naam	Kawlie Morsink
Adres	Zuiderhagen 36-3
Postcode/woonplaats	7511GL Enschede
Telefoonnummer	06-42963094
Mobiel	
Email	310942@sturbent.saxion.nl
Opleiding	MLWD
(Indien meerdere deelnemende studenten, naam en adresgegevens toevoegen)	
GEGEVENS INSTELLING/ORGANISATIE	
Naam Organisatie + afdeling	Wijkkracht
Eindverantwoordelijke onderzoek	ARIE FRÖBERG
Onderzoeksbegeleider + opleiding	
Adres	De Idenen STR. 20
Postcode/woonplaats	7551 AG Hengelo
Telefoonnummer	088 945 57 82
Email	a.froberg@wijkkracht.nl
De organisatie geeft wel/niet* toestemming voor publicatie van het bachelorrapport.	
GEGEVENS ACADEMIE MENS EN MAATSCHAPPIJ	
Naam Organisatie + afdeling	Saxion, Academie Mens en Maatschappij
Eindverantwoordelijke onderzoek	Karin Kremer-Baars
Onderzoeksbegeleider + opleiding	Nicole Ketelaar
Adres	M.H. Tromplaan 28
Postcode/woonplaats	Postbus 70.000/7513 AB Enschede
Telefoonnummer	053-4871111
Email	n.a.b.m.ketelaar@saxion.nl
GEGEVENS ONDERZOEK	
Onderwerp en achtergrondschets	Zichtbaarheid in de wijk
Doelstelling/vraagstelling	
Projectomschrijving	
Werkwijze	Interviews + participerende observatie
Middelen (bijv. financiën, overlegtijd)	1x in 2 weken overleg

Op welke wijze kunnen medewerkers binnen de sociale wijkteams van Wijkkracht Hengelo de zichtbaarheid voor de verschillende doelgroepen

Tijdsfasering (start-, loop- eindtijd)	5-9-16 start, eind: 31-1-16
Let op: dit mag maximaal zeven maanden in totaal beslaan.	
Beoogde tussenproducten	onderzoeksplan, data interviews
Producten ter beschikking	bijeenkomsten, interviews
Geheimhoudingsplicht (bijv. privacy)	Anonimiteit, gegevens verwerken

OVERIGE AFSPRAKEN / CONDITIES:

Het onderzoeksplan is gelezen en geaccordeerd door de opdrachtgever.

Overige afspraken en condities, indien van toepassing, *kunnen* gemaakt worden door opdrachtgever en studenten met betrekking tot onder meer:

- de te leveren aantallen eindrapporten (en de mogelijke extra kosten daarvan) en daarmee samenhangende extra inspanningen, zoals een handzame samenvatting van de rapportage en/of persbericht;
- de presentatie van de onderzoeksresultaten;
- het copyright/auteursrecht. (In de vorm van een zinsnede als: "Het auteursrecht van de eindrapportage / eindproduct berust bij");
- het al dan niet hebben van publicatierecht van een rapport voor Academie M&M dan wel de betrokken organisatie (sluit direct aan bij voorgaande punt);
- het al dan niet gemeenschappelijk dragen van de kosten van een (mogelijke) publicatie;
- door de opdrachtgever te leveren inspanningen m.b.t. bijvoorbeeld het aanleveren van materiaal en informatie of te regelen voorzieningen ten behoeve van het onderzoek;
- afspraken m.b.t. de eindverantwoordelijkheid voor de uitvoering van het onderzoek vanuit AMM. Dat is formeel de manager onderwijsuitvoering, die de verantwoordelijkheid delegeert aan de onderzoeksbegeleider;
- investerings- en betalingscondities: de naar verwachting vereiste financiële investering van de opdrachtgever (en eventuele bijdrage van de opdrachtnemer in de kosten), afspraken over mogelijk meerwerk en over betalingstermijnen/deelfacturen.

VOOR AKKOORD

- Handtekening Eindverantwoordelijke Opleiding
- Handtekening Eindverantwoordelijke Instelling
- Handtekening Student(en)

Datum en Plaats

Evt. Bijlagen

23-9-16 Enschede

Bijlage 2 Evaluatieformulier opdrachtgever

Evaluatieformulier opdrachtgever



Academie Mens en Maatschappij

EVALUATIE ONDERZOEKSOPDRACHT	
STUDENTGEGEVENS	
Naam	Janne Plume & Kaylie Marsak
Onderwerp bacheloronderzoek	Zichtbaarheid in de wijk
Opleiding	MWD
GEGEVENS INSTELLING/ORGANISATIE	
Naam organisatie + afdeling	WYKRACHT
Onderzoeksbegeleider	ARIE FRÖBERG
Adres	DELDENERSTRAAT
Postcode/woonplaats	HENGELO
Telefoonnummer	
Email	a. fröberg@wykracht.nl
Datum	23-02-2017

Hieronder kunt u aangeven wat uw mening is over het bacheloronderzoek.

1. Graag uw mening over het product dat het bacheloronderzoek heeft opgeleverd (aankruisen wat van toepassing is):

	Onvoldoende	Voldoende	Ruim voldoende	Goed
Inhoud (duidelijk, juiste weergave van feiten, voldoende diepgang etc.)				X
Argumentatie (m.n. conclusies en aanbevelingen)			X	
Bereiken van de afgesproken doelen				X
Bruikbaarheid voor de organisatie				X
Heeft u aanvullende opmerkingen over de opdracht? (bijvoorbeeld welke nieuwe gezichtspunten heeft het opgeleverd) Vermeld ze dan hieronder:				
m.n. de wijk app zinvol.				
m.n. de conclusie t.a.v. "vergeten" doelgroep.				

2. Graag uw mening over de wijze waarop het bacheloronderzoek tot stand is gekomen:

	Onvoldoende	Voldoende	Ruim voldoende	Goed
Samenwerking tussen studenten (o.a. taakverdeling)				X
Samenwerking studenten vs. organisatie				X
Zelfstandigheid studenten				X
Effectiviteit van werken van studenten				X
Omgaan met afspraken/planning				X
Communicatie van studenten				X
Afronding van de opdracht door studenten				X
Heeft u aanvullende opmerkingen over de wijze waarop de opdracht tot stand is gekomen? (bijvoorbeeld individuele inbreng in geval van groepen / de mate, waarin de uitvoering binnen de organisatie heeft plaatsgevonden, etc).				
Samenwerking met opleiding veroorzaakte veel ruis.				

Bedankt voor het invullen!

Bijlage 3 Uitnodiging respondenten

Beste medewerkers van Wijkkracht,

Wij zijn Janne Plume en Kaylie Morsink, vierdejaars studenten van de opleiding Maatschappelijk Werk en Dienstverlening aan het Saxion in Enschede.

Wij zijn bezig met een onderzoek naar zichtbaarheid in de wijk en hebben vanuit Arie Fröberg deze opdracht gekregen.

Voor dit onderzoek zouden we graag een kort interview met jullie af willen nemen. Dit interview zal gaan over hoe jullie als professionals omgaan met zichtbaarheid in de wijk. Daarbij richten wij ons op de doelgroep statushouders. We hebben voor deze doelgroep gekozen, omdat het een actuele doelgroep is, waar nog vrij weinig over bekend is.

Het interview zal anoniem worden verwerkt. Graag zouden we met jullie een afspraak willen plannen om het interview af te nemen.

Als jullie nog vragen hebben, kunnen jullie contact opnemen met ons.

Alvast bedankt.

Met vriendelijke groet,

Janne Plume en Kaylie Morsink

Bijlage 4 Voorbeeld labelschema

Hoofdlab	Sublabel	Citaat
Hoe zichtbaar	Afspraken over zichtbaarheid	“Nee, ik zit eigenlijk voor 90% van mijn uren in de wijken. Dat hoef ik niet, maar dat doe ik zelf, omdat ik dat belangrijk vindt.” (Respondent 1) “Nee, dat is gewoon naar gelangen behoefte.” (Respondent 1) “Gelukkig niet.” (Respondent 2) “Nee, het is niet zo dat we bijvoorbeeld tien activiteiten moeten aflopen in een jaar ofzo of dat we 500 mensen moeten afturven.” (Respondent 2) “Met die activiteiten wel, maar niet zo van, ja dan spreken we meestal af, dan gaan er twee mensen naar toe.” (Respondent 2) “Vanuit het wijkteam hebben we daar afspraken over. Als je fulltime werkt, moet je 4 uur besteden aan zichtbaarheid of projecten die betrekking hebben op de wijk en op het nieuwe werken.” (Respondent 4) “Wat ik net zei zoveel mogelijk zichtbaar, zoveel mogelijk in de wijk zitten. Erop afgaan is een term die ze hier graag gebruiken. En de voornaamste regel is denk ik dat we flexplekken hebben, dus zorgen dat je overal kan werken en niet jezelf opsluiten in een kantoorje ergens achteraf.” (Respondent 5, 6, 7) “En onderling ja hebben we gewoon een verdeling gemaakt, wie welke wijken doet, dus ja dat houden we al jaren vast eigenlijk.” (Respondent 5, 6, 7) “Nee. Alleen dat we dus meer op pad moeten, dat is wat ze zeggen. We moeten wel echt meer de wijk leren kennen en ook dat de wijk ons kan leren kennen.” (Respondent 8) “Ja er zijn zeg maar een soort standaard contactpersonen. Dus je hebt contactpersonen op scholen, bij huisartsen.” (Respondent 8) “Nee. Ik denk dat het nog in ontwikkeling is. Ik denk dat dat zelfs één van de dingen wordt dat volgend jaar nog belangrijk gaat worden voor ons.”

		(Respondent 9) “ De spreekuren die dan verdeeld zijn, iedereen doet daar wat in. En iedereen doet wel één spreekuur bij een verschillend thema.” (Respondent 9) “ Nou, regels is een heel groot woord. Maar het wordt wel van alle kanten gestimuleerd. Om op een gewone manier je aanmeldingen binnen te krijgen, omdat je toevallig de wijkcoach bij de naam kent.” (Respondent 10) “ Euhm ja, wij proberen wel bij verschillende organisaties en plekken om dat een beetje te verdelen. Wat aandachtsgebieden daarin.” (Respondent 10)
Waar gevestigd		“Dan heb ik het echt over de wijk waar we nu in zitten, de Sterrenwijk in de wijk Klein Driene.” (Respondent 1) “Onder andere, dit is niet meer of minder dan gewoon een dak boven ons hoofd. Dat betekent niet dat ik alleen daar ben. Ik ben ook op straat en in een ander wijkcentrum hier in de wijk hebben wij ook ruimte a la waar we net vandaan komen. We hebben ook een buurtkamer in de wijk Klein Driene, dat is een oude winkel die zeg maar op de nominatie staat om gesloopt te worden. ” (Respondent 1) “Want ik werk ook in de Slangenbeek, dat is ook een wijk.” (Respondent 1) “Ja dit en in Slangenbeek is nog een locatie, Sterrentuin is nog een locatie, Hengelose Es en de Tempel.” (Respondent 2) “ Ja, we hebben hier in midden twee locaties. Hier en Weidendorp en daar ondersteunen we ook activiteiten.” (Respondent 3) “ We werken nog op locaties, we doen eigenlijk best heel veel. Op locaties in de bieb en ons team is verdeeld in drie groepen.” (Respondent 4) “ Zo werken we in de bieb, op een speeltuin. Hier hebben we kiek in en kopen, dat is een soort tweedehands winkeltje, maar die verkopen ook wel eigengemaakte of handwerk spullen voor mensen in de wijk waar ze ook een inloophuis hebben, daar zitten we dan.” (Respondent 4) “ We zitten dus op bepaalde tijdstippen ook, proberen we in de wijk te gaan zitten. En we hopen dat in de toekomst nog meer te gaan doen. Dat we misschien wel gewoon in een huis in de wijk, in een inloophuis.” (Respondent 4)

	" Ja we hebben denk ik allemaal wel een kantoortje in de wijk, ten minste de wijkondersteuners. We zitten in het wijkcentrum in de verschillende wijken. We hebben overal flexplekken, dus we kunnen overal werken. En daarnaast hebben we ook veel contact met de andere organisaties, daar kunnen we ook gaan zitten zeg maar. Kinderwerkers zitten veel op scholen bijvoorbeeld. Ik ben regelmatig, daar werk ik dan niet, maar op het politiebureau of bij de woningbouw. We hebben overal flexplekken, dus we kunnen overal werken. En daarnaast hebben we ook veel contact met de andere organisaties, daar kunnen we ook gaan zitten zeg maar. Kinderwerkers zitten veel op scholen bijvoorbeeld. Ik ben regelmatig, daar werk ik dan niet, maar op het politiebureau of bij de woningbouw. Maar ja, voornamelijk de standplek is wel het wijkcentrum, en de wijk zelf natuurlijk waar je wel regelmatig gewoon doorheen loopt." (Respondent 5, 6, 7) " Dus op die plekken, sportvereniging, sommige sportverenigingen, Dolfia, de scholen, daar zitten we dan ook echt." (Respondent 8) " Ja. Ik denk wel dat we nog veel plekken missen." (Respondent 8) " We hebben hier al jarenlang standaard spreekuur van 9 tot 10 in de ochtend." (Respondent 8) "We zijn allemaal geneigd om heel erg hier in dit hok te gaan zitten. En we gaan op huisbezoek." (Respondent 8) " En op de scholen daar zitten we ook, daar zitten ook wijkcoaches veel meer zeg maar." (Respondent 8) " En volgens mij ook op de voetbalvereniging Avanti, volgens mij wordt daar ook spreekuur gedraaid." (Respondent 8) " Ik denk wel dat wij zichtbaar zijn, we zitten bij de huisartsen, we zitten op scholen, overal in de wijken, zitten bij de woningcorporaties die zitten ook in de wijken, daar doen wij dingen." (Respondent 9) " Een collega zit op het coa, die zit op een school waar de asielzoekers zitten, de ISK, de internationale schakelklas." (Respondent 9) " Al hoewel het wel wisselend is bij de wijkcentra, bij de ene zie je veel meer mensen aan komen lopen dan de andere, daar zit nog wel verschil in." (Respondent 9) " Dus dat we in de buurtcentra en op scholen en dat soort plekken van mens tot mens zichtbaar zijn." (Respondent 10) " We zitten nog teveel op de kantoren met elkaar." (Respondent 10)
--	---