



Onderzoek naar de bekendheid van het CJG Meppel en de behoeftes van ouders en/of verzorgers

Naam	: Hester Suijk en : Mirjam Mouwer
Organisatie	: Het CJG te Meppel
Begeleider	: Yvon Blansjaar
School	: Christelijke Hogeschool : Windesheim
Opleiding	: SPH
Rapport	: Afstudeeronderzoek
Docent	: Jan Bijlsma
Datum	: 10-06-2010

Voorwoord

Zwolle, 10 juni 2011

Het afgelopen half jaar hebben wij bij het Centrum voor Jeugd en Gezin te Meppel met veel plezier en enthousiasme gewerkt aan een afstudeer opdracht in de vorm van een onderzoek naar de bekendheid van het Centrum voor Jeugd en Gezin en de behoeften van ouders in de gemeente Meppel.

Door een goede en plezierige samenwerking is dit onderzoek met een goed gevoel afgerond. Wij willen daarom ook het Centrum voor Jeugd en Gezin te Meppel in het algemeen bedanken voor het mogelijk maken van deze opdracht. Daarnaast willen we Yvon Blansjaar, Karin Zinger en Charlotte Meester in het bijzonder bedanken voor het enthousiaste ontvangst bij binnenkomst en de mogelijkheid tot het uitvoeren van het afstudeer onderzoek. Ook willen wij de volgende directeuren; Leo Groenewegen, Wim Sagel, Hans Blenkers, Jonh Pekel en Klaas Neutel bedanken voor de mogelijkheid om de enquêtes te verspreiden onder de ouders en of verzorgers. Als laatste willen we Jacqueline van Alphen en Jan Bijlsma (docenten van de Hogeschool Windesheim) bedanken voor de begeleiding bij de afstudeerperiode.

Met vriendelijke groeten,

Hester Suijk en Mirjam Mouwer
Eindejaarstudenten van Sociaal Pedagogische Hulpverlening, te Zwolle
Centrum voor Jeugd en Gezin Meppel.

Samenvatting

Sinds maart 2010 is het Centrum voor Jeugd en Gezin (CJG) geopend voor professionals en in juni 2010 is het feestelijk geopend voor publiek. Eén van de gestelde eisen die voor het CJG geldt, is dat ze advies en lichte hulp bieden aan ouders en/of verzorgers en jeugdigen door een laagdrempelig en fysiek inlooppunt. Alleen wordt er van het aanbod van het CJG aan informatie, advies en ondersteuning niet of nauwelijks gebruik gemaakt. Dit gaf ons de aanleiding om de onderstaande onderzoeksvraag op te stellen.

“ Met welke benadering kan het CJG in de gemeente Meppel aansluiten bij de behoeftes van de ouder(s)en/of verzorger(s) van kinderen in de leeftijd 4 tot en met 12 jaar van de scholen: CBS Het Kompas, CBS de Wel, OBS Sprinkels en OBS Commissaris Gaarlandt school?”

In opdracht van het CJG Meppel en in het kader van ons afstudeerproject, hebben wij de ouders en/of verzorgers van de bovengenoemde scholen via enquête gevraagd wat hun wensen en behoefte zijn ten aanzien van het CJG Meppel. Negenhonderd ouders en/of verzorgers zijn hiermee benaderd, waarvan wij 191 enquêtes in ontvangst mochten nemen. Dit is een matig respons van 21 procent. Het CJG leeft dus nog te weinig onder de ouders en/of verzorgers van de vijf basisscholen. In de enquête hebben wij ouders en/of verzorgers gevraagd of ze bekend zijn met het CJG. De helft van de respondenten is niet op de hoogte van het CJG. Daarnaast is er onvoldoende beeld bij ouders en/of verzorgers wat het CJG is. Dat betekent dat het CJG moet laten zien, wat het CJG is en wat het aanbod is. Op deze manier worden de vooroordelen die de respondenten hebben over het CJG bestrijden. Eén van de vooroordelen is dat het CJG een tweede bureau Jeugdzorg (BJZ) zou zijn. Het CJG zou hierin meer kunnen doen, door te laten zien wat het verschil is tussen het CJG en BJZ. Kortom er moet duidelijk aan het imago en de identiteit van het CJG gewerkt worden. Door middel van de nieuwsbrief van de scholen kan het CJG meer informatie verstrekken. Ouders en/of verzorgers willen gelijk antwoord op hun vragen en tevens willen ze terecht kunnen met zowel kleine als grote vragen. De interesse gaat het meeste uit naar het onderwerp faalangst en onzekerheid en straffen en belonen van je kind. Deze informatie willen ouders en/of verzorgers ontvangen door thema- avonden, via de website van het CJG en via nieuwsbrieven van de scholen. Naast vragen over behoefte hebben we ook feitelijke vragen gesteld. Zo wist 69 procent niet dat een schoolmaatschappelijk werk(st)er een CJG medewerker is. Ouders en/of verzorgers beseffen zich niet dat wanneer ze hulp vragen aan de schoolmaatschappelijk werk(st)er dat ze al binnen het CJG verkeren. Verder hebben tien ouders en/of verzorgers zich aangegeven mee te willen denken met het CJG. Dit geeft de mogelijkheid voor het CJG om de lijntjes kort te houden met de doelgroep. Zo kan er meer mond tot mond reclame gecreëerd worden.

Naast deze benadering naar ouders en/of verzorgers toe hebben wij ons ook gericht op de verschillende CJG's in de omgeving. In de persoonlijke gesprekken hebben wij vragen gesteld rondom de PR. Door middel van het inventarisatie hoe andere gemeentes het CJG hebben vormgegeven, hebben wij een overkoepelend beeld van het CJG. Hierbij kunnen we concluderen dat er per gemeente veel verschillen zijn en hoe een CJG het beste tot zijn recht komt. De inloop wordt in Zwolle en in Emmen verzorgd door alle CJG kernpartners. Op deze manier krijgt elke kernpartners de pet van het CJG op en worden ze meer betrokken bij het geheel.

Emmen is een pilot gemeente geweest en is verder in de ontwikkeling dan de andere CJG's. Emmen is momenteel bezig met een grote campagne. Dit bevelen wij ook aan voor het CJG Meppel. Het CJG Emmen heeft vooral de visie om de kernpartners laagdrempelig en motiverend te benaderen. Hoogeveen heeft ervoor gekozen om geen fysiek inloop te hebben, maar slechts via email, website en telefoon bereikbaar te zijn. Hoogeveen investeert veel in de samenwerking met de vindplaatsen, dit is vergelijkbaar met Emmen.

Als gekeken wordt naar de verschillende visies, dan merk je dat het CJG Meppel nog in de ontwikkelingsfase zit. Ze willen streven naar de algemene visie die de overheid stelt. In de praktijk zijn er nog een aantal obstakels, waar het CJG Meppel volgens de medewerkers nog hard aan moeten werken. Daarbij wordt vooral bedoeld op de samenwerkingsverbanden met de vindplaatsen en de kernpartners. Er moet meer contact met elkaar gezocht worden en meer verantwoordelijkheid en vertrouwen komen. Als dit op gang gaat komen, dan zal de onduidelijkheid die er op dit moment door de scholen wordt ervaren weg genomen worden. Tevens vinden de medewerkers van het CJG dat er een betere zorgstructuur kan komen en dat er meer vertrouwen van ouders en/of verzorger, jeugdigen en professionals gewonnen moet worden. Ook zijn ze van mening dat er vraaggericht gewerkt moet worden i.p.v. aanbod gericht. De scholen, zien net als de medewerkers een meerwaarde in het CJG en ze hebben de behoefte om mee te willen praten over de vormgeving van het CJG. Scholen vinden het wenselijk dat als er een hulpvraag is, dat er dan ook gelijk actie wordt ondernomen door het CJG, zodat ze zich weer kunnen richten op het onderwijs.

Inhoudsopgave

Inleiding.....	6
1. Wat is Centrum voor Jeugd en Gezin.....	10
1.1 Met welk doel is het CJG in het leven geroepen?	10
1.2 De doelen van het CJG.....	10
1.3 Uitgangspunt	10
1.4 Wet en regelgeving van het CJG.....	11
1.5 Het Basismodel.....	11
1.6 Eisen van het Ministerie van Jeugd en Gezin aan het CJG	12
Samenvatting.....	12
2. Visie van het CJG onder de loep.....	13
2.1 Visie van de overheid	13
2.2 Visie van de gemeente Meppel	13
2.3 Visie van de medewerkers CJG.....	14
2.3.1 Persoonlijke visie van Charlotte Meester;.....	14
2.3.2 Persoonlijke visie van Karin Zinger;	15
2.4 Visie van de directeuren van de Brede school	15
Samenvatting.....	16
3. Welke verschillende werkwijzen hanteren de CJG's in de omgeving.....	17
3.1 Het CJG in gemeente Zwolle.....	17
3.2 Het CJG in gemeente Hogeveen	18
3.3 Het CJG in gemeente Emmen.....	19
Samenvatting.....	20
4. Hoe is het PR plan vanuit het CJG Meppel vormgegeven.....	21
4.1 Public Relations	21
4.2 Imago en Identiteit	21
4.3 Interne / Externe PR	22
4.4 Het PR plan	22
4.5 Wat is tot op heden aan het PR plan van het CJG Meppel gedaan?	23
Samenvatting.....	23
5. Verantwoording.....	24
5.1 Onderzoeksmethode	24
5.2 Doelgroep	24
5.3 Enquête	24

Samenvatting.....	25
6. Resultaten.....	26
6.1 Geografisch gebied.....	26
6.2 Informatievoorziening.....	27
6.3 Wensen en behoeftes	28
6.4 Wist u dat?	31
6.5 Imago CJG.....	33
Samenvatting.....	34
7. Conclusie.....	35
7.1 Bekendheid.....	35
7.2 Wensen en behoeftes	35
7.3 Benadering	35
Samenvatting.....	36
8. Aanbeveling.....	37
8.1 Bekendheid.....	37
8.2 Wensen en behoeftes	37
8.3 Benadering	38
8.4 Vervolg onderzoek.....	38
Literatuurlijst.....	39
Bijlagen	
I. PR en communicatie	
II. Aankondiging enquête voor in de nieuwsbrief van de scholen	
III. De enquête	
IV. Resultaten van de enquête	
V. Dankwoord voor in de nieuwsbrief van de scholen	
VI. Het PR plan	
VII. Begrippenlijst	

Inleiding

Op 18 februari 2010 is het Centrum voor Jeugd en Gezin (CJG) Meppel geopend voor professionals. Vanaf 1 maart 2010 is het centrum geopend voor publiek. Het CJG is tijdelijk gevestigd op het bedrijventpark Blankenstein in hetzelfde pand als het consultatiebureau. Een permanente plek is gereserveerd, dit wordt namelijk de Brede school in de wijk Koedijkslanden /Bergierslanden. Intern en extern wordt er hard gewerkt aan de verdere vormgeving van het CJG Meppel waarover de gemeente de regie heeft. Maar wat verwachten ouders en/of verzorgers van het CJG? Hoe kan het CJG beter aansluiten bij de behoeftes en wensen van ouders en/of verzorgers? Hoe kan het CJG meer bekend en vertrouwd worden? Dit waren de vragen vanuit het CJG Meppel welke de aanleiding hebben gegeven voor ons onderzoek. Deze vragen zijn mede ontstaan doordat er voor de opening van het CJG Meppel nog geen vooronderzoek is geweest. Ons onderzoek is dan ook een steekproef, waarbij elk resultaat van waarde is voor het CJG Meppel.

Van het aanbod aan informatie, advies en ondersteuning van het CJG wordt op dit moment minimaal gebruik gemaakt. Gemiddeld wordt er 25 maal per maand telefonisch advies ingewonnen bij het CJG, daarnaast wordt het vrijwel niet of nauwelijks bezocht door de doelgroep. Wij hebben er samen met het CJG voor gekozen om de behoeftes van ouders en/of verzorgers in kaart te brengen. We hebben bewust gekozen voor de ouders en/of verzorgers die kinderen hebben op de basisschool. Hier willen wij de basis gaan leggen. Kinderen van nul tot vier jaar, bezoeken regelmatig met hun ouders en/of verzorgers het consultatiebureau. Na het vierde levensjaar zijn er minimale controles voor kinderen en hebben ouders en/of verzorgers weinig handvatten om opvoedingsvragen te stellen. Wij hebben de volgende onderzoeksvraag als uitgangspunt genomen:

“ Met welke benadering kan het CJG in de gemeente Meppel aansluiten bij de behoeftes van de ouder(s)/ verzorger(s) van kinderen in de leeftijd 4 tot en met 12 jaar van de scholen: CBS Het Kompas, CBS de Wel, OBS Sprinkels en OBS Commissaris Gaarlandt school?”

Deelvragen

Om antwoord te krijgen op onze onderzoeksvraag, zijn er zes deelvragen opgesteld:

- ❖ Wat is het Centrum voor Jeugd en Gezin;
- ❖ Hoe is het PR plan vanuit het CJG Meppel vormgegeven;
- ❖ Hoeveel bezoekers heeft het CJG Meppel op internet, tijdens inloop en bij telefonisch contact en welke behoeftevragen komen hier het meest naar voren;
- ❖ Hoe waarden ouders en/of verzorgers van de kinderen in de leeftijd 4 tot en met 12 jaar van de basisscholen; CBS het Kompas, CBS de Wel, OBS Sprinkels en OBS Commissaris Gaarlandt school het huidige aanbod en de toegankelijkheid van informatie, advies en steun van voorzieningen bij hun ontwikkeling en opvoeding;
- ❖ Op welke wijze en rond welke onderwerpen zouden deze ouders en/of verzorgers informatie, advies of hulp bij hun opvoeding en ontwikkelingen willen ontvangen;
- ❖ Welke rol kan het CJG vervullen in de wensen en behoeftes van ouders en/of verzorgers van de kinderen in de leeftijd 4 tot en met 12 jaar van de basisscholen: CBS het Kompas, CBS de Wel, OBS Sprinkels en OBS Commissaris Gaarlandt school en op welke wijze kan dit georganiseerd worden.

Door middel van deze vragen wordt duidelijk welke informatie ouders en/of verzorgers belangrijk vinden om te ontvangen. De resultaten zullen wij presenteren door middel van een PR plan waarin onze aanbevelingen stapsgewijs worden toegelicht.

Gemeente Meppel

In het belang van ons onderzoek willen wij weten hoe de bevolking in de gemeente Meppel eruit ziet. Hiervoor hebben we cijfers van het Centraal bureau voor de Statistiek (CBS) gebruikt. De gemeente Meppel bestaat uit; Broekhuizen, Meppel, Nijeveen, Rogat en de Schiphorst. De stad Meppel telt ruim 27.000 inwoners. Nijeveen heeft ruim 3.000 inwoners en heeft een sterk agrarisch karakter. Broekhuizen, Rogat en de Schiphorst tellen een paar honderd inwoners. In totaal wonen er 32.026 inwoners in de gemeente Meppel. Van alle inwoners zijn er 3.269 westerse allochtonen en 1.580 niet westerse allochtonen. In de gemeente zijn 13.930 huishoudens, waarvan 4.616 eenpersoonshuishoudens. Een huishouden in de gemeente bestaat gemiddeld uit 2,26 personen, waarvan 35 procent een huishouden heeft met kinderen.

Op 1 januari 2008 is de verdeling van het aantal jeugdigen als volgt:

0-4 jarigen	1.994;
5-12 jarigen	2.797;
12-19 jarigen	2.136;
19-24 jarigen	1.669;

Opvoeding, hulpverlening en zorg in Meppel

Volgens het CBS wonen er 6771 jeugdigen onder de 18 jaar in Meppel. Van de jeugdigen vallen 1017 onder de categorie: lichte problemen. 339 jeugdigen hebben ernstige opgroei- en opvoedproblemen. Van alle jongeren wonen 68 in multiprobleemgezinnen en 14 jeugdigen wonen in gezinnen die vastgelopen zijn in de hulpverlening

Er is onderzoek gedaan in de provincie Drenthe naar welke risicogroepen er zijn en wat de omvang hiervan is in Drenthe maar ook per gemeente. Dit beschreven in een Sociaal Rapport. In dit rapport worden allochtone jeugdigen (zowel westerse als niet westerse allochtonen), kinderen in eenoudergezinnen, kinderen in uitkeringsgezinnen en zwerfjongeren onder de risicogroepen gerekend. Op 1 januari 2007 is in Drenthe tien procent van de jongeren van allochtone afkomst. In Nederland is dat 23 procent. In Meppel wonen gemiddeld veel allochtone jongeren. Ongeveer 8 procent is niet westers en 3 procent is een westerse allochtoon.

Van de kinderen tot en met 18 jaar woont 5 procent in een uitkeringsgezin. Het Algemeen Maatschappelijk Werk stelt dat de armoede onder het aantal gezinnen en kinderen is toegenomen. Dit heeft volgens hen invloed op de maatschappelijke positie van deze kinderen. Zo zijn er bijvoorbeeld steeds meer gezinnen die bezuinigen op sportclubs of gezonde voeding.

De meest gesignaleerde risico's voor problemen zijn op volgorde van grootte: achterstand in de Nederlandse taal, aangeboren afwijkingen, één- oudergezinnen, minimum inkomen en opvoedingsproblemen. Opvoedingsonzekerheid en opvoedingsstress nemen toe, Icare en de peuterspeelzalen in Meppel signaleert dat. Basisscholen, Icare, GGD en het Jeugd Maatschappelijk Werk stellen dat het aantal kinderen in Meppel met problemen en in de hulpverlening die te maken hebben met echtscheiding en eenoudergezinnen steeds meer toeneemt. Voor groepshulpverlening Jeugd en Echtscheiding van het Jeugd Maatschappelijk Werk is een wachtlijst.

Ouders hebben voornamelijk vragen over de lichamelijke ontwikkeling van 0-4 jarigen en de opvoeding van pubers. Bij de opvoeding van pubers zijn er vragen over verleiding tot seks, alcohol en drugs en verkeerde vrienden.

Leeswijzer:

Dit document bevat negen hoofdstukken, die op chronologische volgorde een beeld geven van wat het CJG is, hoe het vorm heeft gekregen in de gemeente Meppel en wat ouders en /of verzorgers willen vanuit het CJG Meppel. Het eerste hoofdstuk gaat over met welk doel het CJG in het leven geroepen is, welke uitgangspunt CJG Meppel heeft, hoe de regels zijn opgesteld en over het basismodel “leidraad voor het opzetten van een CJG”. Vervolgens zijn in hoofdstuk twee de verschillende visies van de betrokkenen bij het CJG op micro, meso en macro belicht. In hoofdstuk drie worden de verschillende werkwijzen van het CJG beschreven: Zwolle, Hoogeveen en Emmen. Daarin komt naar voren: hoe de CJG’s werken en waarom er bepaalde keuzes worden gemaakt. In hoofdstuk vier beschrijven we de uitwerking van een PR plan: welke aspecten belangrijk zijn voor een PR plan, wat het CJG Meppel al gedaan heeft rondom de PR en hoe het huidige PR plan eruit ziet. Bij hoofdstuk vijf geven we een verantwoording weer van de gekozen richtingen van het onderzoek. In hoofdstuk zes staat de verkregen informatie vanuit de enquête vragen centraal. Tevens wordt dit met grafieken inzichtelijker gemaakt. De conclusie van het onderzoek staat in hoofdstuk zeven. Hierin wordt het inzichtelijk gemaakt welke behoeftes ouders en/of verzorgers hebben. In het laatste hoofdstuk staan onze aanbevelingen naar het CJG Meppel toe centraal, waar een uitgewerkt PR plan bij beschreven staat. De bijlagen zijn ondergebracht in aparte documenten om de leesbaarheid te vergroten.

1 Wat is Centrum voor Jeugd en Gezin?

Het realiseren van het Centrum voor Jeugd en Gezin is één van de trajecten binnen het beleidsprogramma 'alle kansen voor alle kinderen' van de minister voor Jeugd en Gezin uit juni 2007. In 2011 moeten alle Nederlandse gemeentes beschikken over een Centrum voor Jeugd en Gezin (CJG). De gemeentes hebben veel vrijheid in het realiseren van de centra, waardoor de aanpak en uitvoering per gemeente kunnen verschillen. In dit eerste hoofdstuk zult u algemene informatie lezen over het CJG als organisatie.

1.1 Met welk doel is het CJG in het leven geroepen?

In Nederland zijn er vele basisvoorzieningen aanwezig voor jeugd en gezinnen. Deze voorzieningen zijn vooral bedoeld om jeugdigen in hun gezondheid en ontwikkeling te stimuleren. Daarnaast dient het om ouders en/of verzorgers te kunnen ondersteunen bij de opvoeding, om problemen te voorkomen, te signaleren en aan te pakken. Ondanks de vele basisvoorzieningen, valt een deel van de jeugdigen tussen wal en schip. Het kabinet vindt dat hierin meer gedaan kan worden en heeft het Jeugdbeleid ook hoog staan op de politieke agenda. "Het ministerie heeft het doel om meer samenhang en efficiëntie te realiseren in de uitvoering van het jeugdbeleid. Het CJG is één van de middelen die ze willen invoeren, ten behoeve aan dit doel te bereiken (Woudenberg 2007:18)". In het vorige kabinet is aangegeven dat in 2011 alle gemeentes in Nederland een Centrum voor Jeugd en Gezin gerealiseerd moet hebben, waarbij de gemeente de regiehouder is. De functie die ze aan het CJG willen geven, is dat ze een snel, goed en gecoördineerd advies en hulp op maat kunnen bieden. Het motto is één gezin, één plan.

1.2 De doelen van het CJG

Er zijn algemene doelen voor alle CJG's. Deze volgende doelen zijn door Delden, P. van, e.a.: (2009) beschreven:

- ❖ "Bevorderen van de algemene gezondheid, een optimale opvoeding en een brede ontwikkeling van alle jeugdigen";
- ❖ "Voorkomen van problemen bij gezondheid, ontwikkeling, opgroeien en opvoeden";
- ❖ "Vroegtijdig inzetten of mobiliseren van effectieve steun of hulp bij (beginnende) problemen die een belemmerende of negatieve invloed kunnen hebben op de domeinen van gezondheid, ontwikkeling, opgroeien en opvoeden".

1.3 Uitgangspunt

In het Ondernemingsplan (2009) van CJG Meppel staat de volgende algemene uitgangspunten beschreven voor het CJG: "vraaggericht werken, het versterken van de eigen kracht van jeugdigen, gezinnen en hun sociale omgeving. Bij meervoudige problematiek geldt dat de zorg integraal wordt aangeboden via het principe van één gezin, één plan, waarbij één organisatie de hulpverlening coördineert. Professionals en instellingen stellen het belang van de jeugdigen voorop en niet het belang van hun organisatie. Dit betekent ook dat jeugdigen en ouders en/of verzorgers actief betrokken worden bij hun hulpverleningstraject".

1.4 Wet en regelgeving van het CJG

Het vorige kabinet en de Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) “heeft in het bestuurakkoord (2007) afgesproken dat de opvoed en opgroeiondersteuning voor ouders en/of verzorgers en jeugdigen van 0 tot en met 23 jaar vanzelfsprekend en meer laagdrempelig moet worden. Dit kan bereikt worden door het invoeren van CJG. In juli 2009 heeft Minister Rouvoet van Jeugd en Gezin namens jeugdzorg een wetsvoorstel aangeboden aan het parlement. In het wetsvoorstel staat dat gemeentes verplicht een CJG moeten inrichten en met lokale instellingen schriftelijke afspraken moeten maken om zo te komen tot een effectieve samenwerking. In elke gemeente moet eind 2011 een CJG zijn die voldoet aan het basismodel”. Het basismodel zal in hoofdstuk 1.5 weergegeven worden.

1.5 Het Basismodel

Om de naam CJG te mogen gebruiken is het basismodel opgesteld. Een CJG moet minimaal het volgende bieden (Programmaministerie, 2008):

- ❖ “De jeugdgezondheidszorg (consultatiebureaus en GGD)”;
- ❖ “De 5 preventieve WMO- taken op het terrein van opvoed- en opgroeiondersteuning”:
 1. Informatie en advies geven;
 2. Signaleren van problemen;
 3. Mensen verwijzen naar het lokale en regionale hulpaanbod;
 4. Licht pedagogische hulp bieden;
 5. De zorg voor jongeren en gezinnen coördineren;
- ❖ “Een schakel met Bureau Jeugdzorg”;
- ❖ “Een schakel met onderwijs, vaak via de zorg- en adviesteams”.

Naast het basismodel zijn er veel functies die op basis van lokaal maatwerk aan het CJG kunnen worden gekoppeld:

- ❖ “Kinderopvang”;
- ❖ “Leerplichtcontrole”;
- ❖ “Algemeen maatschappelijk werk”;
- ❖ “Jongerenwerk”;
- ❖ “Eerstelijnszorg (huisarts, kraamzorg, verloskunde)”;
- ❖ “Schuldhelpverlening”.

1.6 Eisen van het Ministerie van Jeugd en Gezin aan het CJG

Het profiel dat samengesteld is (Programmaministerie, 2008) voor het CJG, ziet er als volgt uit:

- ❖ “Het CJG bundelt lokale functies en taken op gezondheid, opgroeien en opvoeden”;
- ❖ “Het CJG is een fysiek en laagdrempelig inlooppunt”;
- ❖ “Het CJG is in elke gemeente en/of wijk te vinden onder dezelfde naam”;
- ❖ “Het CJG heeft een positieve uitstraling gericht op preventie en signalering”;
- ❖ “Het CJG biedt advies en lichte hulp”;
- ❖ “Het CJG coördineert en/of schakelt met alle mogelijke voorzieningen op het gebied van jeugdbeleid, gezondheidszorg en jeugdzorg”;
- ❖ “Het CJG zou indien nodig, bemoeizorg kunnen arrangeren”;
- ❖ “Het CJG is van en voor een doelgroep van kinderen en jongeren van 9 tot met 23 jaar en hun ouders en/of verzorgers”;
- ❖ “Het CJG is voor alle culturen laagdrempelig”;
- ❖ “Het CJG is tevens vraagbaak voor professionals”;
- ❖ “Het CJG streeft naar uniforme signalering”;
- ❖ “Het CJG maakt gebruik van verwijzindex en Elektronisch Kinddossier”.

Samenvatting

In dit hoofdstuk is duidelijk geworden wat de overheid verwacht van de gemeentes in Nederland. Het Centrum voor Jeugd en Gezin is een centrum voor de doelgroep ouders en/of verzorgers, jeugdigen in de leeftijd 0 tot en met 23 jaar. Eén van de gestelde eisen die voor het CJG geldt, is dat ze advies en lichte hulp bieden aan ouders en/of verzorgers en jeugdigen door een laagdrempelig en fysiek inlooppunt. Door het beantwoorden van deze deelvraag kunnen wij gericht onderzoek doen naar de vormgeving van het CJG omdat wij weten welke eisen, voorwaarden en wetgeving belangrijk is.

2 Visie van het CJG onder de loep

In dit hoofdstuk wordt de visie op micro -, meso - en macro niveau van het CJG belicht. Als eerste wordt uiteen gezet de algemene visie van de overheid over het CJG. Daarna wordt de visie van het CJG gemeente Meppel beschreven. Verder komen twee medewerkers aan het woord over hoe hun persoonlijke ervaring is met de visie van het CJG Meppel. Als laatste staat het gesprek beschreven de verschillende directeuren van de scholen die betrokken zijn bij de brede school.

2.1 Visie van de overheid

Het vorige kabinet (Balkende III) wil ouders en/of verzorgers en jeugdigen ondersteunen om gezond en veilig te kunnen opvoeden en opgroeien. Belangrijke kernwaarden zijn: investeren in de eigen kracht, zorg van hoge kwaliteit die snel en dichtbij beschikbaar is, meer ondersteuning en een eenvoudige bestuurlijke verantwoordelijkheid. Op dit moment ziet het er naar uit dat op 1 januari 2012 de bestuurlijke verantwoordelijkheid geheel bij de gemeentes gaat liggen. De gemeente is dan verantwoordelijk voor hulp en zorg aan ouders en/of verzorgers en jeugdigen in hun buurt maar moeten deze hulp ook zelf financieel bekostigen. De gemeentes kunnen ook jeugdzorg op maat combineren met een ander aanbod, bijvoorbeeld: schuldhulpverlening, begeleiding naar werk en hulp op school. Het CJG is hierin een belangrijk onderdeel. Het CJG geeft antwoord op opvoedvragen en biedt lichte hulp. Het is de bedoeling dat de eigen kracht van de gezinnen wordt versterkt. Door middel van het CJG hoeven ouders en/of verzorgers en jeugdigen niet meer te kiezen waar ze aankloppen met vragen en problemen. Het CJG kan meteen vragen beantwoorden van ouders en/of verzorgers of jeugdigen. Op deze manier werkt het CJG preventief, omdat opvoedvragen niet uitgroeien tot zorgvragen. Tevens versterkt het CJG de kracht van de gezinnen. Voor zwaardere zorg verwijst het CJG ouders en/of verzorgers en jeugdigen door naar specialisten. Het gedwongen kader van de jeugdzorg, de gezinsvoogdij en de jeugdreclassering, gaat niet naar het CJG om het laagdrempelige karakter te behouden.

2.2 Visie van de gemeente Meppel

Om specifieker in te gaan op de visie van de gemeente Meppel ten aanzien van het CJG, is er vooral gekeken naar de uitwerking van hun Ondernemingsplan (2009). Het CJG Meppel streeft naar een natuurlijke en vanzelfsprekende inloop voor alles wat met opgroeien en opvoeden te maken heeft. De drie uitgangspunten die hier op aansluiten zijn interactief, wijkgericht en integraal. De doelen die ze hier aangekoppeld hebben zijn als volgt:

- ❖ “Het vergroten van ontwikkelingskansen van jeugdigen”;
- ❖ “Het voorkomen van achterstand en uitval”;
- ❖ “Het versterken van de maatschappelijke participatie en sociale binding van jeugdigen en hun ouders”.

Het doel is om een sluitend aanbod te hebben voor jeugd en ouders en/of verzorgers op het gebied van opvoedinformatie. Waarbij moet wat gebundeld, beschikbaar en toegankelijk zijn, door een goed bereikbare en herkenbare plek. Het CJG Meppel heeft net als de andere CJG's in de gemeente de taak om informatie, pedagogische advisering en licht pedagogische hulp te bieden, bij het opgroeien van jeugdigen en het opvoeden door ouder(s) en/of verzorger(s). Een verzamelnaam voor deze functie is de term opvoedingsondersteuning. De veiligheid van het kind wordt in alle gevallen gewaarborgd. Daar waar ouders de veiligheid niet langer kunnen garanderen, dienen maatschappelijke organisaties, waaronder het CJG in te grijpen. In het Ondernemingsplan (2009) van het CJG Meppel is de missie en ambities als volgt geformuleerd:

Missie: “het CJG is de plek en organisatie waar ouders en/of verzorgers, jeugdigen en professionals naar toe gaan voor informatie en advies, hulp en zorg. Iedereen kan er terecht. Het CJG is laagdrempelig en herkenbaar. Diegene die het nodig hebben weten het CJG zonder moeite te vinden. Het CJG staat voor kwalitatief goede dienstverlening met betrekking tot advies en ondersteuning bij opgroeien en opvoeden”.

Ambities:

- ❖ “Ieder kind in beeld”;
- ❖ “Advies en informatie zijn direct beschikbaar, hulp is op korte termijn beschikbaar”;
- ❖ “Dag en nacht bereikbaar”;
- ❖ “De klant is binnen 2 stappen op de juiste plek”;
- ❖ “Het CJG functioneert als één team zonder schotten”.

2.3 Visie van de medewerkers CJG

2.3.1 Visie van Charlotte Meester;

Donderdag 7 april 2011 heeft er een gesprek plaats gevonden met mevrouw Meester, die werkzaam is binnen het CJG Meppel als coördinator van zorg. In het gesprek geeft ze haar persoonlijke visie weer over het CJG Meppel. Ze gaf aan dat ze het CJG een mooi concept vindt en denkt dat het centrum een toegevoegde waarde kan hebben in de maatschappij. De juiste manier van organiseren en communiceren is hierbij erg belangrijk. Het Centrum voor Jeugd en Gezin is een netwerkorganisatie. Dit betekent dat bestaande organisaties zijn samengevoegd onder de naam “het CJG”. Mevrouw Meester geeft aan dat er geïnvesteerd moet worden in de kernpartners. Als de professional zelf niet uitdraagt dat hij of zij een CJG- medewerker(ster) is dan gaat het niet lukken om één geheel naar de doelgroep uit te dragen. Het CJG moet laagdrempelig zijn. Ze vindt het erg belangrijk dat een ouder terecht kan met de vraag zonder dat het meteen een stempel krijgt opgedrukt. Laagdrempelig betekent dat vragen stellen normaal is. Een vraag stellen bij het consultatiebureau is voor de gemiddelde mens vrij normaal en laagdrempelig. Echter na een periode van vier jaar, zijn er nog maar twee of drie controles in de basisschoolperiode (dat je voor controle naar de GGD arts gaat). In de tussenliggende periode moeten ouder(s) en/of verzorger(s) op zoek gaan naar een plek waar vragen gesteld kunnen worden. Haar ambitie is om iets te creëren voor ouders en/of verzorgers waar ze te allen tijde heen kunnen gaan, zonder dat ze meteen in een hokje wordt gedrukt. Daarbij vindt mevrouw Meester dat de Nederlandse maatschappij veel zorgaanbod heeft en dat het voor de professional soms lastig is om vraaggericht te handelen in plaats van aanbod gericht.

De samenwerking met de kernpartners lukt alleen als men de verbinding met elkaar opzoekt en men vertrouwen heeft in elkaar. De verbinding moet niet alleen door middel van een pand, maar ook op communicatiegebied worden verbeterd. Wanneer je elkaar ziet en kent ben je eerder geneigd om elkaar op te zoeken en zaken met elkaar te delen en te bespreken.

De meerwaarde die mevrouw Meester in het CJG Meppel ziet, is de taak coördinatie van zorg. Mevrouw Meester is van mening dat zodra er meerdere professionals betrokken zijn bij het gezin er ook meer en eerder afstemming met elkaar gezocht moet worden. Niet alleen in het geval van multiprobleemgezinnen, maar juist ook preventief. Hoe eerder je met de ouder en de professionals afstemming zoekt, hoe beter dit is voor het verloop van een hulpverleningstraject. Het CJG kan hierin veel betekenen omdat dit nergens anders georganiseerd wordt. Door het maken van één gezin en één plan, kan het kind centraal gesteld worden. De eigen krachten van ouders en/of verzorgers moeten worden gebundeld en worden benoemd naar de ouders en/of verzorgers toe. Van hieruit kan er dan gezamenlijk één plan gemaakt worden.

2.3.2 Visie van Karin Zinger;

Donderdag 7 april 2011 heeft er een gesprek plaats gevonden met mevrouw Zinger, die tevens werkzaam is binnen het CJG Meppel, als coördinator van zorg. Mevrouw Zinger heeft voor de baan bij het CJG Meppel gewerkt bij de Toegang van Bureau Jeugdzorg. De toegang lijkt op het CJG van nu. Vooral de inloop, deze zat dagelijks vol. 'De visie verandert omdat de tijden veranderen', geeft mevrouw Zinger aan.

Op dit moment hebben alle scholen een schoolmaatschappelijk werker die al veel ondervangen. Daarnaast zoeken ouders en/of verzorgers veel antwoorden via internet op. Dit kunnen redenen zijn dat de inloop nu niet loopt. De schoolmaatschappelijk werkers zijn laagdrempelig en de GGD is meer signalerend bezig. De vraag is dus of de doelgroep behoefte heeft aan een fysiek inlooppunt van het CJG. Misschien loopt internet beter omdat ouders en/of verzorgers via e-mail een vraag kunnen sturen. De samenwerking kan beter vindt mevrouw Zinger. Naar haar idee heeft ze hier minder last van dan de procesmanager. Deze kan niet altijd zomaar beslissingen nemen en moet veel overleggen. Iedereen moet zich meer verantwoordelijk voelen voor het CJG. Op dit moment lijkt het voor velen een bijzaak, ondanks dat iedereen wel zijn eigen aandeel levert. De organisaties kunnen nog meer verantwoordelijk gemaakt worden. Mevrouw Zinger vindt dat het doel betreft zorgcoördinatie goed vorm heeft gekregen. Eén gezin, één plan. Verder is ze tevreden over de casuïstiek, maar kan de zorgstructuur beter. Het is erg lastig dat er geen overzicht en samenhang in de gemeente is. De Drentse Verwijs Index (DVI) zal hierin een goed middel zijn. Door de DVI zou de afstemming en samenwerking verbeteren. De doelgroep benaderen is niet de taak van mevrouw Zinger, maar toch is ze bezig om jeugdigen te bereiken in Meppel. Zo is er nu een Hyves, Twitter en een Facebook van het CJG Meppel. Daarnaast is er een taak om het vertrouwen te winnen van ouders en/of verzorgers en om op meer inzichten te komen. Zo kunnen er meer activiteiten georganiseerd worden. Ook op de vindplaatsen kan hierin geïnvesteerd worden, door middel van activiteiten en voorlichtingen.

2.4 Visie van de directeuren van de Brede school

Vanuit een persoonlijk gesprek met de verschillende directeuren die wij benaderd hebben voor ons onderzoek kwam de volgende visie naar voren: Met de komst van het CJG lijken de basisscholen zich weer te kunnen focussen op waar het echt omgaat, namelijk onderwijs. Er wordt verwacht dat het CJG een essentiële rol heeft in de hulpverlening rondom ouders en/of verzorgers. Leraren moeten ouders en/of verzorgers kunnen doorverwijzen naar het CJG. Iets wat in de toekomst bij de Brede school goed vorm gegeven moet worden. Laagdrempeligheid is hierbij een belangrijk punt. Een medewerker van het CJG moet met de desbetreffende ouders en/of verzorgers in gesprek kunnen gaan of kunnen verwijzen naar folders en andere voorlichtingsmaterialen. Wanneer problemen groter zijn moeten ze een afspraak kunnen maken om hierover goed te communiceren, waar nodig doorverwijzen. Bij een hulpvraag is er gelijk actie. Op deze manier kunnen scholen zich weer richten op het onderwijs. De Schoolmaatschappelijk Werk(st)er wordt over het algemeen als een aanwinst gezien op de basisscholen. Veel vragen vanuit ouders en/of verzorgers worden al door hen overgenomen. Er wordt positief gereageerd op de komst van het CJG, wel zijn er nog onduidelijkheden en de scholen willen graag meer betrokken worden bij de vormgeving en samenwerking vanuit het CJG. Volgens de directeuren is er nog weinig eenheid te zien. Er moet meer gewerkt worden aan de externe uitstraling van het CJG. "Het komt rommelig en onduidelijk over; wat wil het CJG en wat is nu precies hun visie".

De jeugdzorg moet verbeterd worden. Er wordt gehoopt dat wanneer het CJG een plek inneemt in de Brede school dit verbetert. Op dit moment wordt er veel onduidelijkheid ervaren. Wie is er nu verantwoordelijk voor de betreffende problemen die gesignaleerd worden op de scholen, waar moeten ze dit melden en wie kan hier daadwerkelijk iets mee? Met de komst van het CJG hopen ze op korte lijnen, waardoor hulp sneller en gelijk tot stand komt in plaats van dat sommige problemen onopgelost blijven ronddwalen. Er is vanuit de directeuren meer behoefte om mee te praten over de vormgeving van het CJG. Basisscholen zijn de vindplaatsen van de doelgroep en belangrijk in het

geheel, voornamelijk de basisscholen die betrokken zijn bij de Brede school, waar het CJG in de toekomst zal plaatsvinden.

Samenvatting

Als je kijkt naar de verschillende visies, dan zit het CJG Meppel nog heel duidelijk in de ontwikkelingsfase. Ze willen streven naar de algemene visie die de overheid heeft gesteld. In de praktijk zijn er nog een aantal obstakels waar het CJG Meppel volgens de medewerkers nog hard aan moeten werken. Daarmee bedoelen ze vooral de samenwerkingsverbanden met de vindplaatsen. Er moet meer verbinding met elkaar gezocht worden, meer verantwoordelijkheid en vertrouwen komen. Als dit op gang gaat komen, dan zal de onduidelijkheid die er op dit moment door de scholen wordt ervaren wegnemen. Scholen zouden het wenselijk vinden dat wanneer er een hulpvraag is, dat er dan ook gelijk actie wordt ondernomen door het CJG, zodat zij zich weer kunnen richten op het onderwijs. Tevens vinden de medewerkers van het CJG dat er een beter zorgstructuur kan komen en dat er meer vertrouwen van ouders en/of verzorger, jeugdigen en professionals gewonnen moet worden. Ook zijn ze van mening dat er meer vraaggericht gewerkt moet worden, in plaats van aanbodgericht. De scholen zien, net als de medewerkers, de meerwaarde in het CJG, alleen zouden ze de behoefte hebben om mee te praten over de vormgeving van het CJG.

3 Welke verschillende werkwijzen hanteren de CJG's in de omgeving?

Het CJG Meppel heeft een eigen werkwijze die ze om de doelen en eisen die gesteld zijn aan het CJG (beschreven in hoofdstuk één) te realiseren. Deze werkwijze is beschreven in het Ondernemingsplan(2009) Om meer inzicht te krijgen in de verschillende werkwijzen van de CJG's in de omgeving hebben wij gemeente Zwolle, Hoogeveen en Emmen benaderd met de vraag of ze in gesprek met ons willen gaan over hun PR plan. Hieronder is beschreven welke werkwijze zij hanteren, door aan de hand van een samenvatting van de gesprekken.

3.1 Het CJG in gemeente Zwolle

Op donderdag 7 april 2011 heeft er een gesprek plaats gevonden op het CJG Zwolle Zuid, met mevrouw Engberink. In het gesprek stond het PR plan centraal. Voordat het CJG Zwolle Zuid van start is gegaan voor de doelgroep, is er een onderzoek uitgevoerd door stichting Alexander. De vraag die in dit onderzoek centraal stond was vooral het kijken naar de behoeftes van ouders en/of verzorgers, jeugdigen en beroepskrachten. Er was een respons van 5 procent, waarbij de uitkomst aangaf dat het aanbod van het CJG niet duidelijk was onder de doelgroep.

In Zwolle is ervoor gekozen om het CJG op te splitsen in vier vestigingen die elk een stadsdeel zijn gevestigd. In elk stadsdeel zijn vier inloop punten. De inloop punten zijn bepaald door te kijken waar de meeste stroom van mensen zijn, zodat ze zich in bestaande gebouwen konden vestigen.

De verantwoording van de balie bij het CJG Zwolle ligt vooral bij de kernpartners. De kernpartners vormen samen een team van ongeveer zeven á acht mensen, die een schema hebben opgesteld zodat ze een uur per dag bij de balie moeten zitten. De gedachte daarachter is dat er dan meer verbondenheid is met het CJG en dat kernpartners op dat moment moet werken met de pet op van het CJG. Bureau Jeugdzorg draait niet mee met de balie omdat vanuit de doelgroep nog een negatieve gedachte heerst over de organisatie BJZ.

Vanuit ons hebben wij de vraag gesteld, welk opleidingsniveau moet de balie persoon bezitten. Daarbij kwam ze heel nadrukkelijk met het antwoord, dat het CJG Zwolle de eis stelt om de balie op hbo niveau te laten functioneren, omdat je in het gesprek een duidelijk vraag verheldering moet krijgen: "Wat is de vraag achter de vraag". Mevrouw Engberink geeft aan dat ze veel aan het PR plan (2008) moesten bijstellen, omdat het hun PR plan in de praktijk niet haalbaar was, bijvoorbeeld de balie die niet aan alle eisen kon voldoen. Ze hadden in het PR plan staan om halve dagen de balie te openen, alleen daar was geen animo, voor dus zijn ze over gegaan naar één uur per dag. Verder merkt het CJG Zwolle dat de aanloop meer op gang komt door de verschillende cursussen en/of thema avonden die worden aangeboden via het CJG. Voor deze avonden komt de promotie alleen vanuit het CJG Zwolle.

Tot slot merkt het CJG Zwolle dat de organisatie hun eigen huisstijl moeilijk kunnen los laten. Om meer het gevoel van een CJG medewerker te krijgen, doen ze regelmatig een teambuilding dag. Hun algemene visie is vooral één deur zijn, waar alles te halen is. (regelen ook de inschrijving van cursussen)

3.2 Het CJG in gemeente Hogeveen

Op maandag 4 april 2011 heeft er een gesprek plaats gevonden met mevrouw Blansjaar, procescoördinator van het CJG in Hogeveen. Het CJG Hogeveen heeft ervoor gekozen om te investeren in mensen in plaats van stenen. Dit betekent dat Hogeveen niet gekozen heeft voor een nieuw fysiek inlooppunt. In Hogeveen zijn er veel vindplaatsen vanuit het CJG werkt, zo zijn er scholen met elk een schoolmaatschappelijk werker, de GGD en er is een consultatiebureau. Dit zijn basisvoorzieningen die al aanwezig zijn en waar ouders en/of verzorgers al vragen kunnen stellen. Hogeveen heeft dit in stand gehouden. De coördinatie, samenwerking en communicatie achter deze loketten zijn belangrijk. Gemeente Hogeveen heeft gekozen om vanuit de gemeente zelf te coördineren, zo zijn er een aantal mensen aangenomen die het CJG vormgeven.

Hogeveen heeft niet een CJG PR plan maar heeft wel de keuzes verantwoord in een verslag genaamd '1+1=3'. De doelgroep kan dus niet naar een nieuw fysieke CJG punt maar kan wel via de internetsite en per telefoon vragen stellen en informatie vinden. Internet is laagdrempelig en anoniem. Maandelijks wordt de internetsite van Hogeveen ongeveer 1000 keer bezocht. Het CJG Hogeveen is 24 uur per dag telefonisch bereikbaar, via de zorgcentrale. De doelgroep kan via de internetsite ook een e-mail bericht achter laten. Maatschappelijk werk(st)er beantwoordt deze vragen. Tevens kunnen ouders en/of verzorgers een terugbelverzoek indienen. Er wordt dan teruggebeld en een afspraak gemaakt. Daarnaast wordt er ook gewerkt om ouders daadwerkelijk te bereiken, dit kan worden ingevuld door op de vindplaatsen themabijeenkomsten te organiseren over verschillende onderwerpen.

In Hogeveen is er voor gekozen om wekelijks een Multidisciplinair team(MDT) te houden. In eerste instantie kunnen kernpartners een casus inbrengen. Daarnaast hebben andere hulpverleners ook de mogelijkheid om een casus in te brengen. Voordat een casus ingebracht kan worden, is het noodzakelijk dat een formulier wordt ingevuld. Hierop komt de reden te staan van het inbrengen in het MDT, daarna gaat dit langs alle kernpartners, zodat ze de mogelijkheid hebben eventuele aanvullingen toe te voegen, zodat er een compleet beeld ontstaat. In het MDT wordt er besproken wat er met de casus gedaan wordt. Er wordt een persoon aangewezen die de terugkoppeling naar de ouders doet. Dit wordt Ronde Tafel Overleg (ROT) genoemd. Hogeveen kiest ervoor om niet alle hulpverleners om de tafel te zetten, maar in kleinere groepen te overleggen. Bij ouders wordt altijd gemeld dat hun situatie wordt ingebracht in het MDT. In de toekomst willen ze gaan werken met toestemmingsformulieren waarbij ouders toestemming geven om informatie bij andere organisaties te halen.

Met het CJG in Hogeveen gaat het goed. De gemeente heeft alle zorgoverleg opgeheven. Daardoor kunnen hulpverleners alleen nog naar het MDT toe. Op dit moment zijn er wel signalen dat hulpverleners niet goed weten waar ze heen moeten met hun casus. Hier moet nog wat mee gedaan worden.

Hogeveen heeft een andere problematiek en dat vraagt een andere aanpak, maar ook in Hogeveen is nog veel te doen. Het juist signaleren en het doorverwijzen binnen het CJG is niet binnen een jaar te realiseren. 'Het is elke keer een stapje, als je allemaal van goede wil bent, je ziet iets en je pakt dat op dan komt het wel goed geeft mevrouw Blansjaar aan'.

3.3 Het CJG in gemeente Emmen

Op maandag 2 mei 2011 heeft er een gesprek plaats gevonden met mevrouw Kooi. Zij is coördinator van zorg bij het CJG Emmen. Mevrouw Kooi vertelt dat het CJG Emmen een pilot gemeente is geweest voor het CJG, waardoor het CJG al 6 jaar bestaat. Dit betekent dat het CJG Emmen veel langer de tijd heeft gehad om zich te ontwikkelen. Daarom hebben ze al verschillende campagnes gehad. Op het moment van het interview is er net een campagne gaande die volgende week eindigt. Voor de campagne hebben ze een 0-meting gedaan en hieruit kwam dat het CJG slecht bekend is bij de doelgroep. In bushokjes en op palen zijn posters geplakt van het CJG. Mevrouw Kooi vertelt dat in deze campagne alle ouders en/of verzorgers en jeugdigen zijn benaderd door een brief. Daarnaast zijn professionals op de hoogte gesteld van de campagne zoals schoolmaatschappelijk werk en het consultatiebureau. Ook bibliotheken en huisartsen betrokken bij de campagne. Ze hebben allen een kaartenbak ontvangen met leuke kaarten die ouders en/of verzorgers en jeugdigen aantrekt. Op de kaarten staan kleine vragen op een positieve manier gesteld. Op de achterkant van een kaart staan tips en advies. Daarnaast worden ouders en/of verzorgers en jeugdigen op de hoogte gesteld van de internetsite en het gratis telefoonnummer. Doel van de campagne is naamsbekendheid en vooral ook de laagdrempeligheid. (Ons viel op de dat de campagne erg groot is opgezet)

Emmen heeft ook een kwalitatief onderzoek uitgevoerd. Dit is gedaan door een extern bedrijf. In kader van dit onderzoek zijn er twee mobiele onderzoeksdagen geweest, waarbij bewoners op een originele manier naar hun mening werd gevraagd over de behoeftes en wensen. Dit onderzoek heeft veel mensen bereikt in de gemeente Emmen.

Emmen heeft ook een panel groep, wat pas geleden bij elkaar is gekomen met de CJG medewerkers. Binnenkort vind er een dialoogbijeenkomst plaats waarbij de bewoners met de gemeente, en professionals in gesprek gaan over het CJG. Naast de campagnes en de panelgroep laat het CJG zich ook zien in Emmen op markten, jeugdevents en loopt mee met een bedrijvenmarathon.

Sinds september 2010 zitten dagelijks twee kernpartners op het loket die telefonisch vragen kunnen beantwoorden en advies kunnen geven aan ouders en/of verzorgers en jeugdigen. Alle kernpartners werken af en toe, roulerend op het loket. Stichting MEE Drenthe en een Orthopedagoog hebben kenbaar gemaakt ook graag mee te willen werken aan dit systeem. Het loket is een ontmoetingsplek voor professionals, waar je de lijnen tussen elkaar kort kunt houden. Via het loket kun je makkelijker doorverwijzen, heb je meer kennis in huis en kun je beter overleggen tussen de verschillende professionals. Deze ontwikkelingen worden door de kernpartners als zeer positief ervaren en ze zijn hierover erg enthousiast. Het CJG Emmen heeft geen weerstand gehad om de Kernpartners het 'cjk-gevoel' te laten krijgen. Het werd aangegrepen als een kans. Alle kernpartners zijn twee jaar geleden getraind in de methodiek 'positief opvoeden'. Door de leergemeenschap die hieraan gekoppeld was, spraken de kernpartners elkaar regelmatig. De kernpartners zijn door het CJG laagdrempelig ingezet. Zo hebben ze mokken en werkmappen uitgedeeld, maar ook afsprakenkaartjes, alles met het CJG logo erop. Deze middelen kunnen ze gebruiken, maar dit wordt niet verplicht gesteld.

Het CJG Emmen stimuleert dat ouders en/of verzorgers en jeugdigen advies en hulp vragen bij de vindplaatsen. Bij het loket is advies echter ook mogelijk. Wanneer ouders en/of verzorgers en jeugdigen bellen voor advies en er kan niet direct antwoord gegeven worden, worden ze teruggebeld door iemand van de desbetreffende vindplaats. Telefonisch is Emmen vijf dagen per week bereikbaar van negen tot vijf. Dagelijks zijn er gemiddeld zes telefoontjes, waarbij er uitschieters zijn van veertien telefoontjes. Uit cijfers blijkt dat ouders en/of verzorgers en jeugdigen het CJG steeds meer weten te bereiken. Mevrouw Kooi beaamt ook dat dit een proces is.

Op de vindplaatsen worden ook activiteiten georganiseerd. Deze activiteiten worden niet centraal vanuit het CJG geregeld, maar vanuit de vindplaatsen zelf. Hier is voor gekozen omdat Emmen erg groot is, waardoor dit beter lokaal georganiseerd kan worden.

Emmen investeert veel in externe PR. Er is een communicatiestrategie opgezet door een extern communicatie bureau. Dit bureau heeft bekeken hoe ouders en/of verzorgers en jeugdigen in de gemeente Emmen benaderd willen en kunnen worden. Intern wordt de regie veel gelegd bij de Kernpartners. Dat zijn degene die de kar moeten trekken en zij moeten uiteindelijk het CJG zelf kunnen draaien. Er is veel laagdrempeligheid naar de kernpartners toe. Er wordt veel overlegd hoe de Kernpartners het willen hebben.

Op het CJG zijn er twee overlegvormen. Bij het MDT worden de complexe casussen besproken en wekelijks is er een casuïstiekoverleg waarbij een orthopedagoog en schoolmaatschappelijk werk(st)er aanwezig is. De bestaande netwerken in de gemeentes zijn behouden. Wel wordt er besproken hoe dit anders zou kunnen omdat er wellicht overlap is tussen de overleggen.

Samenvatting

Door middel van het inventariseren hoe andere gemeentes het CJG hebben vormgegeven hebben wij een overkoepelend beeld van het CJG. Hieruit kunnen we concluderen dat er per gemeente veel verschillen zijn en hoe een CJG het beste tot zijn recht komt. Door de interviews hebben wij ideeën opgedaan die voor het CJG Meppel waardevol kunnen zijn. De inloop wordt in Zwolle en in Emmen verzorgd door alle CJG medewerkers. Op deze manier krijgt elke medewerker de pet van het CJG op en worden ze meer betrokken bij het geheel. Daarnaast viel op dat Emmen de medewerkers laagdrempelig en coachend benaderd. De visie die daar heerst, is dat de organisaties het straks zelf moeten redden en daarom betrekken zij de medewerkers erg in de ontwikkeling van het CJG. 'Wat willen de medewerkers en hoe willen ze dit graag'. Dit zijn mogelijkheden voor de interne PR van CJG Meppel. Deze ideeën worden verder uitgewerkt in het hoofdstuk aanbevelingen en in de bijlage Public relations.

4 Hoe is het PR plan vanuit het CJG Meppel vormgegeven?

In hoofdstuk twee staan de keuzes voor de doelgroepbenadering en PR plan van drie verschillende gemeentes beschreven. Hieruit bleek dat het van te voren vastgestelde PR plan in de praktijk niet altijd werkbaar is. We hebben informatie gekregen hoe de verschillende CJG's werken op micro niveau (intern) op meso niveau (extern) en macroniveau (beleid) werken. In dit hoofdstuk wordt in de literatuur van het PR plan uitgewerkt. Op deze manier krijgen wij handvatten mee om een PR plan te kunnen schrijven, wat uiteindelijk ons eindresultaat wordt. In dit hoofdstuk kunt u lezen wat PR betekent, gaan we in op de begrippen 'Imago' en 'Identiteit'. Vervolgens gaan we kort in op interne en externe PR. Tevens komt kort aan bod hoe een PR eruit kan zien en ten slotte interviewen wij de PR coördinator van het CJG Meppel over hoe ver Meppel is met de PR voering. In de bijlage kunt u het hele PR plan vinden van Meppel.

4.1 Public Relations

Volgens Michels (1994) heeft Public Relations (PR) te maken met relaties en het onderhouden van deze relaties. PR betekent volgens de Dikke van Dale: "Zorg voor de goede betrekkingen met de buitenwereld". PR lijkt veel op voorlichting geven en reclame maken. Toch onderscheidt PR zich door vier kenmerken:

- ❖ "PR richt zich zowel op interne en externe publieksgroepen";
- ❖ "PR heeft als doel het bevorderen van begrip voor de organisatie";
- ❖ "PR streeft een gesloten communicatieproces na; tweezijdige communicatie is het uitgangspunt";
- ❖ "PR is beleidsbepalend. PR geeft richting aan hoe de organisatie zich profileert en hoe de interne en externe communicatie georganiseerd wordt".

4.2 Imago en Identiteit

Volgens Van der Meiden (1994) betekent identiteit betekent dat je een feitelijk beeld hebt van een organisatie, dat je weet wat de organisatie is. De gewenste identiteit is een beeld wat de organisatie zou willen oproepen, wat de organisatie wil zijn. Imago is het beeld wat de publieksgroepen van de organisatie hebben. Het gewenste imago is het beeld dat de organisatie wenst te vestigen of te continueren bij haar publieksgroepen. De zender, de organisatie, is zelf verantwoordelijk voor zijn identiteit en de gewenste identiteit. Dit is dus zendergebonden. De publieksgroepen bepalen het imago van een organisatie. Imago en gewenst imago zijn ontvangergebonden. Als PR commissie richt je alle activiteiten op om het gewenste imago en identiteit bereiken. Wanneer er een groot verschil ontstaat hiertussen is dat nadelig voor de organisatie:

- ❖ Als het imago slechter is dan de identiteit kan een organisatie omzet missen omdat er onvoldoende waardering is.
- ❖ Als de identiteit slechter is dan het imago is er risico dat de markt ineens stort als dat verschil zich openbaart.

4.3 Interne / Externe PR

Zonder goede interne PR is externe PR onmogelijk. Wanneer de interne communicatie in een organisatie niet goed verloopt, heeft dit consequenties voor het naar buiten dragen van je imago en identiteit. Het is belangrijk dat medewerkers op de hoogte zijn van belangrijke ontwikkelingen binnen de organisatie. Hierdoor neemt de betrokkenheid toe en dus ook hun verantwoordelijkheid. Tevens vergroot interne communicatie de sfeer in de organisatie zelf.

Voorbeelden van interne communicatiemiddelen zijn (Michel 1994):

- ❖ Persoonlijke mededeling van de directie;
- ❖ Afdelingsvergadering;
- ❖ Jubileum en receptie;
- ❖ Uitstapjes;
- ❖ Personeelsblad;
- ❖ Rapporten en memo's;
- ❖ Posters;
- ❖ Folders;
- ❖ Ideeënbus;
- ❖ Ondernemingsraadverslag.

Door middel van externe PR werk je aan een positief beeld wat je wilt weergeven van je organisatie. PR is essentieel voor elke organisatie. Door verschillende activiteiten te organiseren kun je als organisatie je imago bepalen.

Voorbeelden om deze publieksgroepen te benaderen zijn:

- ❖ Opendag;
- ❖ Jaarverslag;
- ❖ Deelname aan beurzen;
- ❖ Evenementen;
- ❖ Folders;
- ❖ Advertenties;
- ❖ Video.

Belangrijk bij het maken van externe PR is dat je er van bewust bent dat je nooit een tweede kans krijgt om de eerste indruk te maken. Daarom moet er goed gekeken worden hoe je als organisatie naar buiten treedt.

4.4 Het PR plan

Voordat je een PR plan gaat maken moet je als organisatie duidelijk hebben welke publieksgroepen je wilt bereiken. Elke publieksgroep vraagt om een andere aanpak. Wat ook meespeelt voor het maken van een PR plan is financiën, beschikbare media en de mentaliteit van de organisatie. Omdat het van belang is voor ons onderzoek hebben we bekeken welke punten belangrijk zijn in een PR plan. Dit schema gebruiken wij straks voor ons PR plan, met aanbevelingen vanuit het onderzoek voor CJG Meppel. Het gaat om de volgende punten:

- ❖ Situatie;
- ❖ Doelgroepen;
- ❖ Doelstellingen en boodschap;
- ❖ Strategie en budget;
- ❖ Uitvoering;
- ❖ Evaluatie.

4.5 Wat is tot op heden aan het PR plan van het CJG Meppel gedaan?

Om antwoord te krijgen op deze vraag hebben wij de PR coördinator van het CJG Meppel geïnterviewd. Het CJG Meppel is gestart op 1 januari 2010. Op 18 februari werd het geopend voor de professionals. Dit betekent dat er in zes weken tijd hard gewerkt is om iets te kunnen laten zien van het CJG. In deze korte tijd is de internetsite gemaakt en zijn er folders en posters gemaakt. Daarnaast is het gebouw aangekleed. Er waren 100 professionals aanwezig tijdens de opening. Op 1 maart 2010 is het CJG open gegaan voor het publiek. De internetsite deed het, de folders waren gedrukt en de inloop was ingericht, kortom het CJG was goed bereikbaar voor publiek. Vanaf toen is er meer geïnvesteerd in de communicatie naar de doelgroep toe. In juni 2010 is er een officiële opening geweest. Elk huishouden heeft hiervoor een uitnodiging gehad met een kortingsbon voor het zwembad in Meppel en een lidmaatschap op de bibliotheek. De opening viel samen met een feest in Meppel, waardoor er meer aanloop was. Door middel van verschillende activiteiten zoals een clown, springkussen en een workshop trok het CJG de aandacht. Ook in de krant hebben stukken gestaan om het CJG meer bekendheid te geven. In totaal waren er 125 bezoekers.

Er is gewerkt volgens het PR plan. Zo is het CJG in de middagen geopend en is het 24 uur telefonisch bereikbaar en de inloop is gerealiseerd. Fysieke vindplaatsen waren er al, maar dan nog zonder de naam CJG. Op dit moment is dit nog in ontwikkeling. Zodat iedereen in nieuwsbrieven het CJG logo gebruikt en een visitekaartje heeft vanuit het CJG. Eenduidig naar buiten treden is nog in discussie. Vanuit het CJG Meppel streven ze er naar om dit te realiseren. In het Ondernemingsplan (2009) hebben wij de richtlijnen gevolgd die landelijk zijn vastgesteld. Alles wat geëist werd is ingevoerd. Denk hierbij aan de naam, het logo, WMO taken. Achteraf hadden wij als medewerkers beter eerst kunnen onderzoeken wat de wensen zijn van de ouders en/of verzorgers en jeugdigen, helaas was hier geen tijd voor geeft mevrouw Zinger aan. Nu hadden het CJG een aanbod maar wisten niet of dit aansloeg bij de doelgroep. In het PR plan stond ook niet iets vermeld over een onderzoek. Daarnaast is social media ook een belangrijk middel om vooral jeugdigen te bereiken. Dit staat niet vermeldt in het PR plan, maar er wordt wel aan gewerkt en heeft het CJG Meppel een eigen Hyves, Facebook en Twitter.

Samenvatting

PR is belangrijk als hulpmiddel om als organisatie bekend te worden bij publieksgroepen. Dit houdt er kritisch gekeken moet worden hoe je als organisatie naar buiten treedt. Belangrijker is de interne PR die ook correct opgezet moet zijn. We hebben voorbeelden van activiteiten om zowel intern als extern te werken aan de PR. Het CJG Meppel heeft volgens het vastgestelde PR plan gewerkt, maar ze missen informatie vanuit de publieksgroepen. In hoofdstuk acht wordt een PR plan gemaakt met verwerkte aanbevelingen. In dit hoofdstuk is de deelvraag 'hoe is het PR plan vanuit het CJG Meppel vormgegeven' beantwoord.

5 Verantwoording

In dit hoofdstuk wordt vooral de verantwoording beschreven op het gebied van de verschillende stappen die doorlopen zijn voor het onderzoek. Als eerste wordt de onderzoeksmethode beschreven. Vervolgens wordt uitgelegd waarom de voorkeur uitgaat naar deze doelgroep. Tot slot beschrijven wij een verantwoording over onze enquête.

5.1 Onderzoeksmethode

Wij hebben gekozen voor een kwantitatief onderzoek. Door middel van kwantitatief onderzoek kunnen we een groot aantal respondenten ondervragen. In dit onderzoek zijn dat de ouders en/of verzorgers van de volgende vijf basisscholen; O.B.S Sprinkels (Gerard doustraat), O.B.S Sprinkels (A. Ostadestraat), O.B.S Commissaris Gaarlandt, C.B.S de Wel en C.B.S het Kompas. In totaal hebben we 900 gezinnen kunnen benaderen. Het onderzoek is een steekproef, want het is niet mogelijk om alle ouders en/of verzorgers van de gemeente Meppel te benaderen. De resultaten van de enquête zijn uitgewerkt in percentages, waardoor de opdrachtgever een feitelijk overzicht krijgt. Tevens is het onderzoek een survey - onderzoek, waarbij een enquête het middel was om de meningen van de doelgroep te verkrijgen.

Van de vijf basisscholen die benaderd zijn, zullen drie scholen gebruik maken van een digitale enquête die ouders en/of verzorgers kunnen vinden op www.formdesk.nl/cjg/meppel. Eén school maakt gebruik van zowel de digitale als de papieren versie van de enquête gebruik en één school heeft alleen de papieren enquêtes uitgedeeld gekregen. Hiervoor is gekozen omdat niet alle scholen en ouders en/of verzorgers in bezit zijn van digitale mogelijkheden.

Er is voor een online enquête gekozen omdat dan een grote groep respondenten benaderd wordt, vanwege de snelheid waarmee de gegevens verwerkt kunnen worden. Het wordt ook door de respondenten veelal als gemakkelijk en gebruiksvriendelijk ervaren. Een ander voordeel is dat een online enquête financieel goedkoper is om terug te zenden.

Voor ons literatuur onderzoek hebben we bestaande gegevens gebruikt zoals statistieken en andere onderzoeksgegevens. Daarnaast hebben we ook gesprekken gehad met de procesmanager tevens onze opdrachtgever vanuit het CJG. In ons onderzoek nemen we de leerkrachten van de basisscholen niet mee omdat we ons willen richten op één doelgroep, waardoor we concretere resultaten voor het CJG hebben om mee aan de slag te gaan.

5.2 Doelgroep

Van het aanbod van het CJG aan informatie, advies en ondersteuning wordt op dit moment minimaal gebruik gemaakt door ouders en/of verzorgers en jeugdigen. Uit de laatste cijfers van eind 2010 blijkt dat er 603 bezoekers zijn geweest op de website van het CJG. Daarvan zijn er 83 uit Meppel. Het CJG is 19 keer telefonisch benaderd. Van deze telefoontjes waren 17 gericht aan de balie of aan medewerkers van het CJG. Twee daarvan waren aanmeldingen, de onderwerpen hiervan zijn onbekend.

Om de doelgroep te bereiken hebben we gekozen voor ouders en/of verzorgers met kinderen in de leeftijd van 4 tot en met 12 jaar. Daarom hebben wij contact gelegd met de directeurs van de volgende vijf basisscholen, O.B.S Sprinkels (Gerard Doustraat), O.B.S Sprinkels (A. Ostadestraat), C.B.S Het Kompas, O.B.S Commissaris Gaarlandt en C.B.S De Wel. De eerste drie scholen zijn scholen die eind 2012 samen met het CJG Meppel en verschillende andere kernpartners, een Brede school gaan

vormen. De O.B.S Commissaris Gaarlandt en C.B.S. de Wel zijn scholen die in Nijeveen gevestigd zijn, deze worden nog weinig betrokken bij het CJG Meppel. Er is voor deze twee scholen gekozen omdat Nijeveen veelal een ondergeschoven kindje is in de gemeente. Daarnaast heeft Nijeveen twee scholen en dan hebben wij gelijk één geheel te pakken. In Meppel konden wij niet één gehele wijk erbij betrekken, omdat dit te veel voor ons onderzoek zou zijn. We hebben gekozen voor deze doelgroep (ouders en/of verzorgers met jeugdigen in de leeftijd 4 tot en met 12) omdat kinderen van 0 tot 4 jaar al contact hebben met het consultatiebureau, waar de lijnen naar het CJG goed verlopen. We kiezen niet voor 12 tot en met 23 omdat we de basis belangrijk vinden en dit kan je het beste doen door eerst de doelgroep 4 tot en met 12 te bereiken.

5.3 Enquête

Zoals in het bovengenoemde hoofdstuk “onderzoeksmethode” beschreven staat, is de enquête schriftelijk en digitaal aangeboden. Dit vanwege de beperkte mogelijkheden voor scholen of ouders en/of verzorgers op het digitale gebied.

De aankondiging van onze enquête naar de ouders en/of verzorgers toe, hebben wij via de nieuwsbrieven van de scholen laten verlopen. In de nieuwsbrief hebben wij een stukje geschreven, over de inhoud van het CJG Meppel, waarin we ons als studenten hebben voorgesteld, het doel van de enquête uitgelegd en ouders en/of verzorgers hebben gemotiveerd om de enquête in te vullen. Verder stonden er praktische punten in beschreven zoals hoeveel tijd deze enquête in beslag neemt, de digitale link en de sluitingsdatum.

De aankondiging van de enquête konden vier van de vijf basisscholen twee keer in de nieuwsbrief plaatsen, omdat hun nieuwsbrief elke week uit komt. De mogelijkheid voor ouders en/of verzorgers om de enquête in te vullen is twee weken, hier is bewust voor gekozen omdat de respons dan hoger kan uitvallen, dan dat je bijvoorbeeld ouders en/of verzorgers een maand de tijd geeft. In de tijd dat de enquête van start was gegaan, merkten wij dat er nog weinig respons kwam. Daarom hebben wij in die twee weken nog wat extra aandacht aan de enquête gegeven, door te vragen of scholen de enquête nog één keer onder de aandacht konden brengen door ouders en/of verzorgers te mailen of aan te spreken. Verder hebben wij zelf bij de O.B.S Commissaris Gaarlandt in de middag pauze gestaan om ouders en/of verzorgers persoonlijk te kunnen benaderen.

Samenvatting

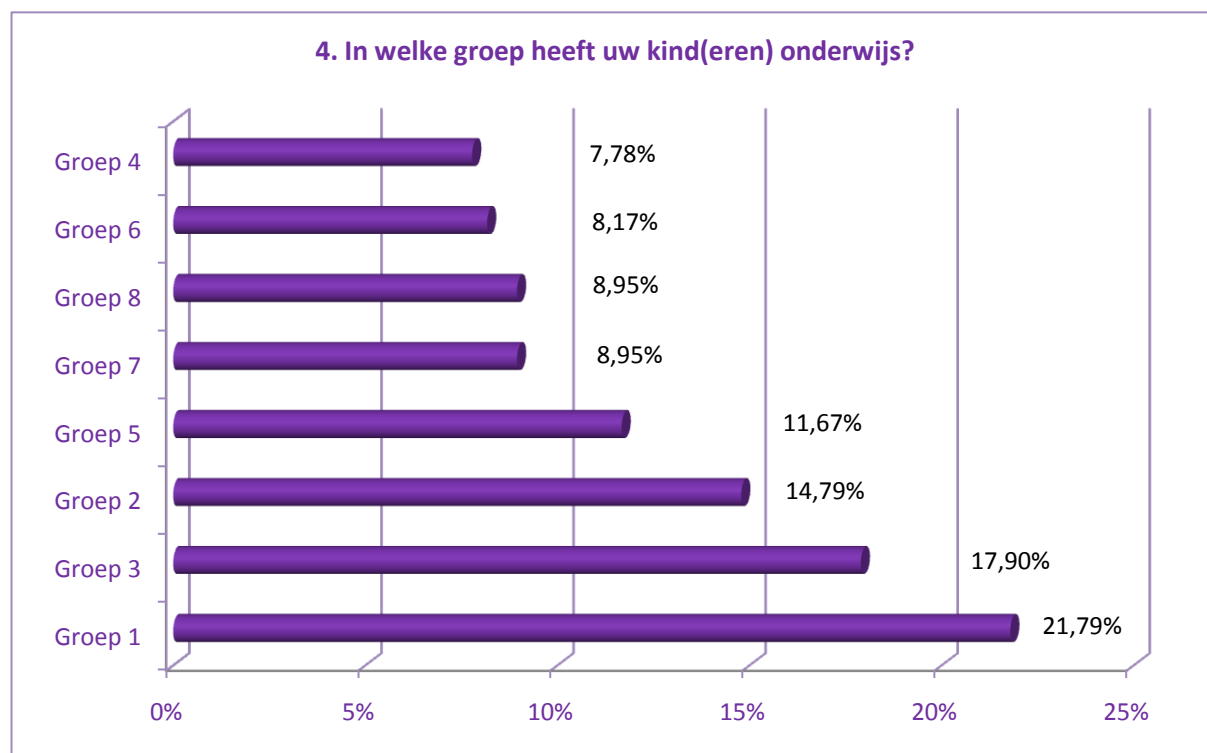
In dit hoofdstuk is er een duidelijk beeld gecreëerd waarvoor en waarom we voor bepaalde dingen hebben gekozen. Tevens hebben wij in dit hoofdstuk één van onze deelvragen helder gekregen. Het aantal bezoekers van het CJG Meppel via internet, telefonisch of inloop is minimaal. Hieraan konden wij vooraf concluderen dat het belangrijks is om dit onderwerp in de enquête terug te laten komen. Dat wij gekozen hebben voor een kwantitatief onderzoek, is eigenlijk geleidelijk gegaan omdat de wens van de organisatie was om zoveel mogelijk mensen te kunnen benaderen in een korte tijd. Dit had namelijk ook te maken met de bekendheid. Daarop volgend is ons kennis uitgebreid door zelf een online enquête aan te bieden om zo ook met de social media mee te gaan. Er waren scholen bij die deze wijze nog niet zagen zitten, vandaar de twee verschillende varianten bij de enquête.

6 Resultaten

In het hoofdstuk verantwoording kwam naar voren dat er 900 gezinnen benaderd zijn voor het kwantitatief onderzoek. Daarvan zijn 191 ingevulde enquêtes in ontvangst kunnen nemen, dat is een respons van 21 procent. In dit hoofdstuk worden de resultaten op de enquête vragen weergegeven. Voor de resultaten zijn de enquête vragen in categorieën op gedeeld. De vragen één, twee, drie en vier vallen onder de categorie geografisch gebied. De vragen vijf, zes en zeven vallen onder de categorie informatievoorziening. Acht, negen, tien en elf gaan over de wensen en behoeftes van ouders en/of verzorgers. Dan zijn er nog drie vragen in de categorie 'Wist u dat?' Dit zijn twaalf, dertien en vijftien. De laatste vragen, veertien en zestien gaan over het imago van het CJG. De gehele enquête en uitkomsten zijn grafisch weergegeven in bijlage IV.

6.1 Geografisch gebied

Van de respondenten zitten de meeste kinderen (32 %) op de O.B.S Sprinkels(A. Ostadestraat). Van C.B.S De Wel kwam (7 %) de minste respons. Opvallend is dat de enquête vooral ingevuld is door moeders (93 %). Als er verder gekeken wordt naar de samenstelling van de verschillende huishoudens, dan bestaat het merendeel (91 %)uit een echtpaar en/of samenwonende partners met kind(eren). Er zijn 15 gezinnen (8 %) die bestaan uit één ouder met thuiswonend(e) kind(eren). Er zijn twee gezinnen (1%) die een andere samenstelling te hebben, hoe deze samenstelling eruit ziet, is niet bekend gemaakt door de respondenten. Als we verder ingaan op de leeftijdsgroepen, waar hun kind(eren) in verkeren, dan ligt de grootste respons bij ouders met kind(eren) in groep één. De minste respons was ouders met kinderen uit groep vier. Wat opvallend is bij groep zeven en acht, is dat ze allebei op negen procent zitten. Om verder een duidelijk overzicht te krijgen van de verschillende leeftijdsgroepen, zie de grafiek hieronder.

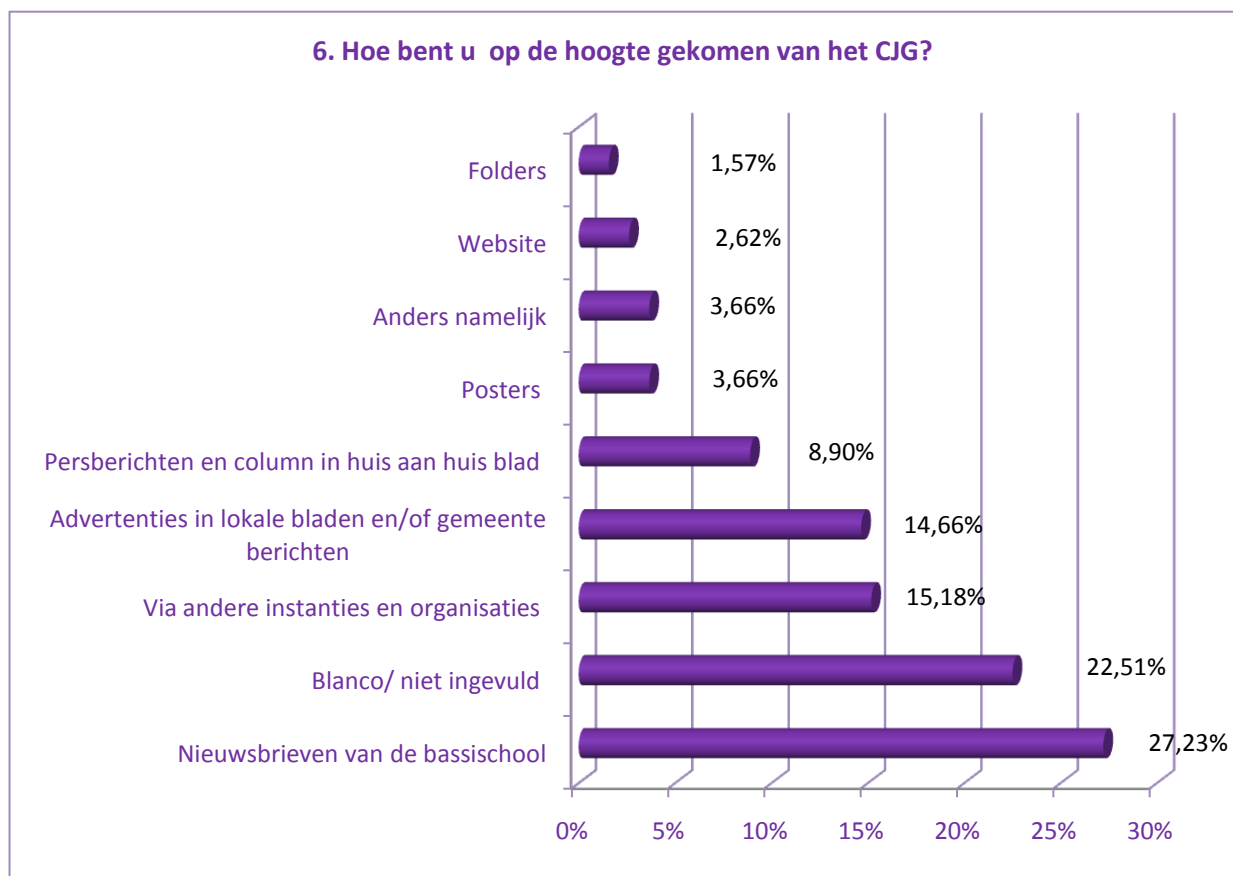


6.2 Informatievoorziening

Als aan ouders en/of verzorgers gevraagd wordt of ze op de hoogte zijn van het CJG, dan geeft meerderheid (50 %) aan dat ze wel op de hoogte zijn van het huidige aanbod. Ruim 49 procent is niet op de hoogte van het huidige aanbod. Met deze uitkomst kan je concluderen dat het bijna gelijk op gaat. De overige één procent heeft deze vraag niet ingevuld. De vraag die daarop volgend is gesteld aan de respondenten die bij vraag vijf hebben aangegeven wel op de hoogte te zijn van het CJG, ging over op welke wijze ze op de hoogte zijn gekomen. Daarbij gaf 27 procent aan dat ze via de nieuwsbrief van school op de hoogte zijn gekomen. Twee procent is via een folder op de hoogte gekomen van het CJG. Bij deze vraag was er ook een keuze mogelijkheid om bij 'anders, namelijk' een andere optie te geven. De respons heeft daar de volgende antwoorden bij gegeven:

- ❖ Beroepsmatig;
- ❖ Weekkoerier school;
- ❖ De brief die destijds door het CJG verstuurd is;
- ❖ Als leerkracht op de SBO (werk 2 dagen op Reestoeverschool);
- ❖ Onderwijs/werkveld;
- ❖ Zelf docent mbo dus via leerlingen;
- ❖ Wij hebben zelf jeugd en gezin meegemaakt;
- ❖ Krantenartikelen.

De grafiek hieronder geeft de volgende procentaantallen weer.



De respondenten die bij vraag vijf hebben aangegeven op de hoogte te zijn van het CJG, kregen ook de vraag of ze al eens eerder gebruik hebben gemaakt van het CJG, zo ja wat was hun ervaring daarmee. 19 procent heeft wel gebruik gemaakt van het CJG en een groot gedeelte van 29 procent heeft daar nog geen gebruik van gemaakt. De toelichting die bij het antwoord 'ja' is gegeven zijn als volgt:

- ❖ 'Heb een slechte ervaring. Ik heb namelijk een vraag gesteld en dan blijkt dat mijn kind wel in Nijeveen (gemeente Meppel) op school zit, maar dat ze niets voor me kunnen doen omdat we in Havelte (gemeente Westerveld) wonen. Ze hebben mijn vraag doorgegeven aan Icare, maar daar heb ik nooit meer wat op gehoord';
- ❖ 'Het CJG heeft mij een heldere uitleg gegeven, helaas heeft het advies niet geholpen (slaapproblemen baby)';
- ❖ 'De eerste kennismaking met het CJG was op thema avond How2talk2kids. Het was een zeer geslaagde avond. Zet je zeker tot nadenken'(3x);
- ❖ 'Ja, tot nu toe prettig en duidelijk' (2x);
- ❖ 'Redelijk goed, via consultatiebureau. Alleen weinig tijd voor mij en mijn kind. Weinig openstaand voor een inhoudelijk gesprek over bijvoorbeeld het nut en noodzaak van inentingen. Geen objectieve informatie beschikbaar';
- ❖ 'Ja, ik vond het contact goed. Alleen de hulp naar mijn kinderen misschien niet de juiste persoon';
- ❖ 'Ja, goed. Mijn dochter maakt gebruik van de maatschappelijk werk(st)er op school';
- ❖ 'Ja, tot nu toe prettig en duidelijk';
- ❖ 'Ja, via mijn beroep';
- ❖ 'Ja, ik ben vriendelijk en professioneel ontvangen. Rustig en professioneel te woord gestaan';
- ❖ 'Ja, maar dat is een lang verhaal en dat houd ik liever privé.'

De toelichting die bij nee is gegeven is als volgt:

- ❖ 'Nee, niet anders dan het consultatiebureau';
- ❖ 'hebben nog geen gebruik van gemaakt' (3x).

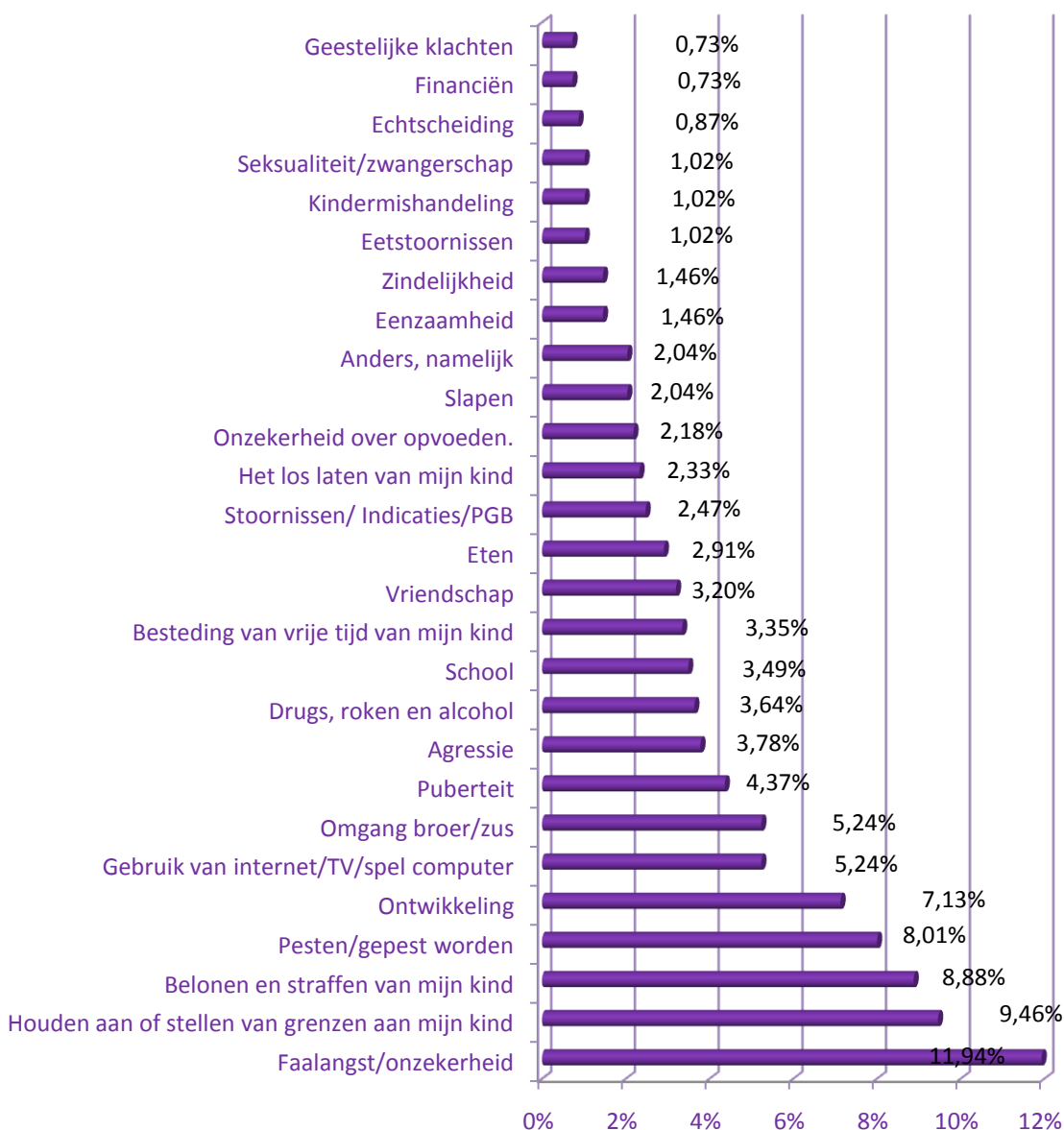
6.3 Wensen en behoeftes

Welke onderwerpen vinden ouders en/of verzorgers belangrijk of interessant met betrekking tot opvoeding, waar ze meer over te weten willen komen. Deze vraag hebben we aan ouders en/of verzorgers voorgelegd en het meest gekozen onderwerp met 12 procent is Faalangst en/of onzekerheid. De minst gekozen onderwerpen zijn geestelijke klachten en financiën met één procent. Ouders en/of verzorgers mochten bij deze vraag vijf onderwerpen kiezen die ze belangrijk en/of interessant vinden. Omdat er veel mogelijkheden op dit gebied zijn, konden ze ook bij "anders, namelijk" een eigen onderwerp opschrijven. De volgende antwoorden die daarbij gegeven zijn, zijn als volgt:

- ❖ 'Problemen die ik zelf niet denk te kunnen oplossen (kan dus van alles zijn)';
- ❖ 'Begeleiding na traumatische ervaring';
- ❖ 'Hoogbegaafdheid' (2x);
- ❖ 'Test van een stoornis (het gedrag)';
- ❖ 'Advies keuze wel of niet door naar groep 3';
- ❖ 'Keuzes afgestemd van het CJG zelf';
- ❖ 'Leven in een samengesteld gezin';
- ❖ 'het antwoord geen één onderwerp' (2x).

De grafiek hieronder geeft de volgende procentaantallen weer.

8. Welke onderwerpen vindt u belangrijk en/of interessant? Maximaal 5 aankruisen.



Van alle respondenten die de enquête hebben ingevuld denken 38 procent binnenkort of in de toekomst gebruik te gaan maken van het CJG. Echter heeft 7 procent nog geen idee en 32 procent weet zeker dat ze geen gebruik gaan maken van het CJG. De toelichting die is gegeven op het antwoord 'ja', zijn als volgt:

- ✿ 'Ja, omdat het altijd interessant is als je meer informatie en/of advies krijgt wat je kunt gebruiken bij de opvoeding. Als ouders en/of verzorgers blijf je toch altijd maar je uiterste best doen om de juiste beslissingen te nemen. Het is prettig dat je terug kunt vallen op iemand, in dit geval professionals'(38x);
- ✿ 'Ja, omdat als er bijvoorbeeld een thema-avond georganiseerd wordt, waarover ik meer informatie wil, dan zou ik daar heen gaan' (14x);
- ✿ 'Ja, omdat ik naar de workshop how2 talk2kids geweest ben en dat erg geslaagd was' (3x);
- ✿ 'Ja, omdat je met een kind tot vier jaar naar het bureau kan en daarna moet je het eigenlijk zelf doen. Zie het CJG dan ook als een soort verlenging van het bureau voor hulp en tips' (2x);

- ❖ 'Ja, omdat wij/ ik al gebruik maken van het CJG (3x);
- ❖ 'Ja, wanneer ik het van belang vind om hulp te zoeken. Al weet ik op andere manieren (huisarts, school, schoolarts e.d.) ook mijn weg wel (2x);
- ❖ 'Ja, omdat het CJG straks in de Brede School zit en je dan makkelijker langs gaat (2x);
- ❖ 'Ja, omdat ik uit interesse de website ga bezoeken of als er problemen zullen zijn voor hulp en/of informatie aanklop bij het CJG';
- ❖ 'Ja, hangt van de onderwerpen af. De onderwerpen die ik heb aangekruist zijn voor mij wat moeilijkere en niet wenselijke, dus ik hoop niet dat ik er mee te maken ga krijgen';
- ❖ 'Ja, omdat ik er nieuwsgierig naar ben na aanleiding van mijn antwoorden. Ben niet echt bekend met het CJG';
- ❖ 'Misschien omdat mijn zoon PDD- NOS heeft en zusje daar problemen van ondervindt';
- ❖ 'Ja, omdat Ik graag advies wil over het eetpatroon van mijn zoontje. Hij heeft namelijk overgewicht, mag niet snoepen en moet gezond eten';
- ❖ 'Ja, omdat Ik na de laatste vraag weet dat schoolmaatschappelijk werker hier onder valt. Perfect';
- ❖ 'Ja, omdat Ik in elk geval op de internetsite naar interessante onderwerpen ga zoeken;
- ❖ 'Ja, omdat Ik er al positieve ervaringen mee heb';
- ❖ 'Ja, omdat Ik momenteel mijn zoon wil laten testen';
- ❖ 'Ja, alleen als ik er vertrouwen in heb, dat ze ook echt weten waar ze het over hebben. De adviezen en kennis van het consultatiebureau vond ik bedroevend slecht'.

De toelichtingen die hierbij zijn gegeven op het antwoord nee zijn als volgt:

- ❖ 'Nee, omdat ik blijkbaar in de verkeerde gemeente woon';
- ❖ 'Nee, omdat ik de organisatie niet ken, tot de nieuwsbrief van school had ik er nog nooit van gehoord. Bij vragen gaan we wel naar de schoolarts/huisarts' (3x);
- ❖ 'Nee, omdat er op dit moment geen aanleiding voor is' (47x);
- ❖ 'Nee, omdat wij geen vragen hebben en ook geen problemen met de kinderen. Ik zie het CJG toch echt voor mensen met opvoedvragen/problemen en die hebben wij niet';
- ❖ 'Nee, omdat mijn zoontje nog jong is en wij het prima doen samen. Om het weekend zijn er twee stiefdochters die aan het puberen zijn, misschien zou ik voor hen wel naar het CJG gaan';
- ❖ 'Nee, omdat wij momenteel al informatie krijgen via GGZ en educare';
- ❖ 'Nee, omdat wij geen probleemvragen hebben. Het is nog vrij onbekend, dus ik stap er niet zo heen';
- ❖ 'Nee, omdat er op dit moment eigenlijk geen problemen zijn. Zijn deze er wel, dan zoeken wij via andere kanalen, zoals huisarts, internet enzovoort' (3x);
- ❖ 'Nee, omdat Ik nu al bij Yorneo zit en niet blijf veranderen';
- ❖ 'Nee, omdat wij zijn al betrokken bij GGZ';
- ❖ 'Nee, omdat ik geen geestelijke/ sociale problemen heb'.

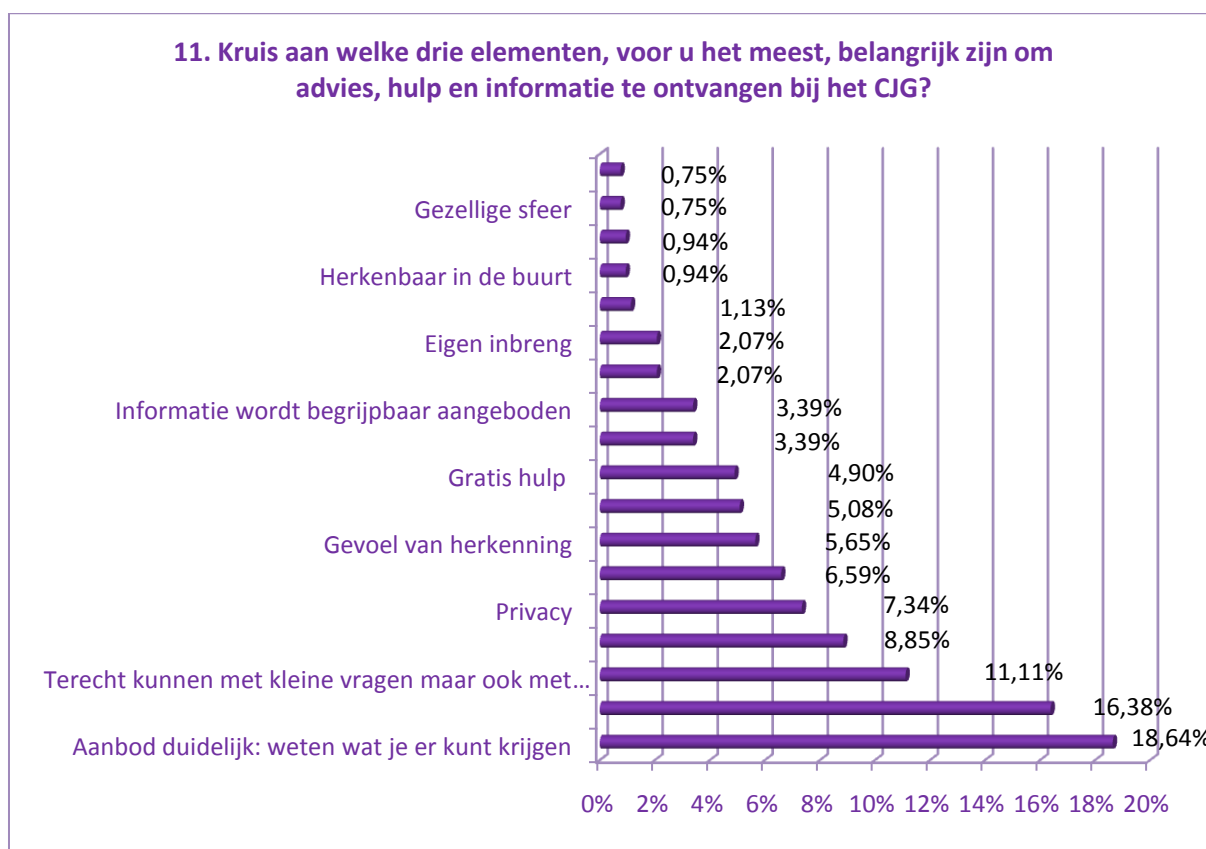
De respondenten die niet tussen het antwoord ja of nee konden kiezen hebben wel een toelichting gegeven, namelijk de volgende:

- ❖ 'Weet ik niet, omdat ik niet bekend ben met wat het CJG doet';
- ❖ 'Ik weet het nog niet. Hangt af van het aanbod';
- ❖ 'Misschien: het is mij nu nog niet duidelijk voor wat voor informatie en/of vraag ik bij het CJG terecht kan' (5x);
- ❖ 'Geen idee, ligt aan de situatie die zich voordoet en als je echt alles al geprobeerd hebt en je het echt niet meer weet dan misschien wel';
- ❖ 'Geen idee, heb er tot nu toe nog geen reden voor gezien en kan gelukkig niet in de toekomst kijken;
- ❖ 'Misschien, omdat het afhangt wat jullie aan vernieuwende informatie te bieden hebben'(3x);

Op welke wijze wensen de respondenten advies, hulp en informatie van het CJG te ontvangen? De respondenten geven met 19 procent aan dat zij, een duidelijk aanbod van het CJG willen zien. Daarnaast vinden ze het erg belangrijk om antwoord op hun vraag te krijgen. De minste prioriteit leggen ze bij de gezellige sfeer (1%). Net als bij de eerdere vragen konden de respondenten ook een eigen antwoord geven, door te reageren op het kopje “anders, namelijk”. De antwoorden die daarbij gegeven zijn, zijn als volgt:

- ✿ ‘Goede bereikbaarheid’;
- ✿ ‘Niet nodig’ (2x);
- ✿ ‘Verwijzing mogelijkheden als dat nodig is’.

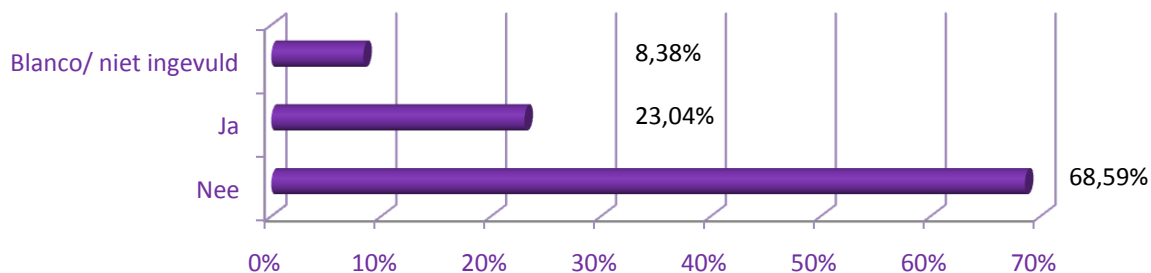
De grafiek hieronder geeft de volgende procentaantallen weer.



6.4 Wist u dat?

In de enquête zijn ook een aantal vragen gesteld met ‘wist u dat?’ Dit met als doel om te kijken of de respondenten weten wie hulp kan bieden en waar je met je vraag terecht kunt. Als we de vraag stellen of ze op de hoogte waren dat de schoolmaatschappelijk werk(st)er een medewerker is van het CJG, dan geeft merendeel (69%) aan niet op de hoogte te zijn. 23 Procent wist wel dat het een medewerker is van het CJG. Ruim 8 procent heeft de vraag niet ingevuld. De grafiek hieronder geeft de volgende procentaantallen weer:

15. Wist u dat de schoolmaatschappelijk werk(st)er een medewerker is van het CJG?



We hebben de ouders en/of verzorgers ook de vraag gesteld of ze al eerder een opvoedvraag en/of hulp gehad hebben. Hierop hadden 73 procent nog niet eerder een opvoedvraag of hulp gehad. Ruim 24 procent heeft wel eens eerder een opvoedvraag of hulp gehad. De respondenten die wel eerder een opvoedvraag of hulp hebben gehad, is de vraag gesteld of ze wisten waar ze met hun vraag terecht konden. Over het algemeen weten de respondenten wel waar ze terecht kunnen met hun opvoedvraag. De overige 3 procent wisten dat niet. De respondenten die 'ja' hadden ingevuld hebben de volgende toelichting gegeven:

- ❖ 'Ja, omdat ik dat wel uitzoek op internet' (2x);
- ❖ 'Ja, doorverwijzen door het consultatiebureau' (11x);
- ❖ 'Ja, omdat ik toen via het consultatiebureau geattendeerd werd op video- hometraining. Dit hebben we overigens achteraf niet nodig gehad, toen het ineens snel ging met de ontwikkeling van onze kinderen';
- ❖ 'Ja, omdat de hulpvraag zeer specifiek was';
- ❖ 'Ja, omdat we doorverwezen werden door iemand van school naar de GGZ';
- ❖ 'Ja, omdat we bekend zijn met het CJG';
- ❖ 'Ja, omdat er goed overleg was met de leerkracht en de huisarts' (2x);
- ❖ 'Ja, want het stond duidelijk op de site van school';
- ❖ 'Ja, beneden de vier jaar heb ik mijn vraag altijd aan het CB kunnen stellen. Dit vind ik erg laagdrempelig. Ik heb ook een dochter op het basisonderwijs, maar de stap naar het schoolmaatschappelijk werker /spreekuur gaan vind ik minder laagdrempelig dan het Consultatiebureau';
- ❖ 'Ja, via de huisarts' (4x);
- ❖ 'Ja, via de schoolarts' (4x);
- ❖ 'Ja, omdat ik in de zorgsector werk';
- ❖ 'Ja, gehoord door anderen';
- ❖ 'Ja, ik me van te voren geïnformeerd heb';
- ❖ 'Ja, via schoolmaatschappelijk werker (2x);
- ❖ 'Ja, ik ben ermee naar educare gegaan, waar mijn zoon al fysiotherapie had;
- ❖ 'Icare, door kraamzorg verwezen';
- ❖ 'Ik vraag na en zoek het uit'.

De toelichtingen die zijn gegeven op het antwoord 'nee' zijn als volgt:

- ❖ 'Nee, maar we zijn er uiteindelijk wel achter gekomen, alleen heeft dat ons veel tijd en frustratie gekost';
- ❖ 'Nee, omdat wij het nog niet nodig hebben gehad; dan ben je er ook niet mee bezig waar je eventueel terecht kunt met vragen';
- ❖ 'Nee, omdat het niet altijd duidelijk is bij welke instantie je moet zijn';
- ❖ 'Nee, maar door school is het toen in werking gezet'.

6.5 Imago CJG

Betreffende het imago (beeld) van het CJG, dan vindt 34 procent dat er meer gedaan kan worden aan bekendheid, waarbij het aanbod van het CJG naar voren komt. Hieronder zullen we de volgende antwoorden in kaart brengen, die de respondenten opgeschreven hebben;

- ❖ 'Ik heb geen beeld, het CJG is onduidelijk voor mij' (77x);
- ❖ 'Ik heb een goed beeld, openlijk, toegankelijk, goed georganiseerd' (16x);
- ❖ 'Ik heb het idee dat je alleen maar met problemen bij het CJG terecht kunt' (2x);
- ❖ 'Ik heb geen positief beeld, ik vind dat het klantvriendelijker, professioneler kan en ik heb gehoord dat er lange wachttijden zijn. Ik denken dat er op papier veel gevraagd wordt, waardoor je geen persoonlijk gesprek krijgt' (7x);
- ❖ 'Het een plek is waar je informatie, advies kunt halen en met eventuele vragen terecht kunt' (16x);
- ❖ 'Door deze enquête ben ik op de hoogte gekomen. Hierbij wordt er vertrouwen wordt gecreëerd en een goede manier is om bekendheid te krijgen onder ouders en/of verzorgers' (7x);
- ❖ 'Het CJG niet erg in 'the spotlights' staat' (2x);
- ❖ 'Het is een soort nieuwe vorm van bureau jeugdzorg en de toegang, korte lijnen naar samenwerking partners als Icare';
- ❖ 'Als ik iets als een onoverkomelijk probleem ervaar zou ik ermee naar mijn huisarts gaan en niet naar het CJG. Ik zie het als iets voor sociaal zwakkere gezinnen die begeleiding nodig hebben';
- ❖ 'Heb tot nu toe alleen te maken gehad met het consultatiebureau. Op zich goede ervaringen mee, maar als je kind afwijkt van het "gemiddelde" dan heb ik er geen hoogstaande verwachtingen van';
- ❖ 'Via het werk een lezing gehoord over het CJG bij het "opvangen" van kindermishandeling problematiek';
- ❖ 'Dat ze actief zijn om zichzelf op de kaart te zetten';
- ❖ 'Onduidelijk, veel mensen zijn volgens mij wat huiverig voor jeugdzorginstanties. Als je problemen hebt met bijv. de opvoeding dan wil je niet meteen als slechte ouders bestempeld worden';
- ❖ 'Ik begrijp niet wat de taakverdeling is tussen het CJG, GGZ, jeugdzorg en Icare';
- ❖ 'Net zo als GGZ'.

De 22 tips of opmerkingen die rondom de bekendheid en helderheid van het aanbod gegeven zijn, zijn als volgt:

- ❖ 'Via scholen meer bekendheid verschaffen (dus meer communiceren)';
- ❖ 'Huis, aanhuis folders uitdelen';
- ❖ 'Duidelijkheid geven welke professionals deelnemen binnen het CJG en daarbij de samenwerking';
- ❖ 'Doel, missie en activiteiten meer naar voren brengen';
- ❖ 'Zorg dat de juiste mensen die in Meppel komen wonen informatie gaan krijgen, bijvoorbeeld via gemeente';
- ❖ 'Maak zoveel mogelijk reclame';
- ❖ 'Goed aangeven met welke vragen we terecht kunnen';
- ❖ 'Duidelijke informatie over contact mogelijkheden';
- ❖ 'Zichtbaar zijn op centrale locaties';
- ❖ 'Deze enquête helpt jullie zeker om het op de kaart te zetten';
- ❖ 'Ik hoop dat het een succes gaat worden. Het kost gewoon tijd'.

De 15 tips of opmerkingen rondom de uitstraling en houding van het CJG Meppel gegeven zijn, zijn de volgende:

- ❖ 'Start alstublieft met algemene presentatie';
- ❖ 'Misschien hulp bieden zonder het gevoel te geven dat je als ouders beoordeeld wordt en in een soort "dossier" komt';
- ❖ 'In plaats van mensen eerst met veel papier werk te belasten, eerst een oriënterend gesprek met ouder te houden';
- ❖ 'Betweterig zijn, levert meestal irritatie op, daardoor loop je het risico om mensen die je juist binnen je deur wilt, misloopt. meelevend oplossingsgericht denken en/of handelen, echter werkt vaak super. Zet mensen op het goede spoor, maar laat ze zelf het traject kiezen';
- ❖ 'Het mag wat huiselijker. Biedt mensen koffie en/of thee aan tijdens een lang gesprek of als men lang moet wachten';
- ❖ 'Wel positief dat ouders en/of verzorgers wordt gevraagd naar hun mening en/of ervaringen';
- ❖ 'Probeer zoveel mogelijk aan te sluiten bij de bestaande wegen waar ouders en/of verzorgers met kinderen. (dus via scholen, huisartsen, maar ook het gemeentelijk loket)';
- ❖ 'Hopelijk gaan jullie praktische 'tips' geven, zodat mensen er ook daadwerkelijk wat mee kunnen';
- ❖ 'Laagdrempelig zijn door laagdrempelige activiteiten aan te bieden, die leerzaam en vooral ook erg leuk voor ouders zijn'.

De 6 tips en opmerkingen rondom het inhoudelijk aanbod van het CJG Meppel die gegeven zijn, zijn als volgt:

- ❖ 'Cursussen voor meer weerbaarheid voor jonge kinderen 4 t/m 6 jaar';
- ❖ 'Misschien leuk en/of leerzaam om op school bijvoorbeeld een keer per jaar een informatie avond en/of thema avond te organiseren' (4x);
- ❖ 'Het CJG moet zich meer profileren'.

Tot slot is aan ouders en/of verzorgers gevraagd of zij mee willen denken over het CJG. Om daar gezamenlijk als pendelgroep over te kunnen brainstormen. Daar hebben tien ouder(s) en/of verzorger(s) zich voor opgegeven.

Samenvatting

Vanuit deze resultaten van de enquête vragen kan vastgesteld worden dat er een kleine respons is geweest vanuit de ouders en/of verzorgers die wij benaderd hebben. Het CJG leeft nog te weinig onder de ouders en/of verzorgers van de vijf basisscholen. Dit gehele hoofdstuk is in vijf thema's verdeeld, om zo een duidelijk overzicht te krijgen voor het volgende hoofdstuk namelijk de conclusie.

7 Conclusie

Het vorige hoofdstuk heeft een feitelijk beeld gegeven van resultaten van de enquête die verspreid zijn onder de ouders en/of verzorgers van de vijf verschillende basisscholen. In dit hoofdstuk zullen wij ook onze meningen en informatie van eerdere hoofdstukken toepassen om te komen tot een conclusie en tevens het beantwoorden van onze onderzoeksvraag: Met welke benadering kan het CJG in de gemeente Meppel aansluiten bij de behoeftes onder de ouders en/of verzorgers van kinderen in de leeftijd 4 tot en met 12 jaar van de scholen: CBS Het Kompas, CBS de Wel, OBS Sprinkels en OBS Commissaris Gaarlandt school?

7.1 Bekendheid

Iets meer dan de helft van de respondenten is enigszins op de hoogte van het CJG. Zo is 52 procent van de respondenten bekend met het CJG. Ze zijn bekend geworden met het CJG door middel van de nieuwsbrieven van de scholen en/of door andere organisaties, zoals het consultatiebureau. Van de respondenten is 48 procent nog niet op de hoogte van het CJG. Over het imago van het CJG zijn de respondenten neutraal. Ze hebben geen duidelijk beeld van het CJG. Bij de respondenten die een negatief beeld hebben van het CJG, gaat het vooral om de klantvriendelijkheid en professionaliteit. Daarbij denken ze dat het CJG een nieuwe vorm van Bureau Jeugdzorg (BJZ) is. De respondenten die een positief beeld hebben over het CJG, geven aan dat de enquête het juiste middel is om vertrouwen te creëren en bekendheid te krijgen. Onder de respondenten waren ook enkele mensen die al wel gebruik hadden gemaakt van het CJG, zij vonden de hulp prettig en duidelijk. De schoolmaatschappelijk werk(st)ers op de onderzochte basisscholen zijn niet bekend als CJG kernpartners bij de respondenten. De respondenten beseffen niet dat wanneer ze hulpvragen aan de schoolmaatschappelijk werk(st)er dat ze al binnen het CJG verkeren.

7.2 Wensen en behoeftes

Uit de enquête kwam duidelijk naar voren dat de respondenten het wenselijk vinden om door middel van de nieuwsbrief vanuit school geïnformeerd te worden over het CJG. Daarnaast willen ze informatie kunnen vinden op de website en is er behoefte aan thema avonden. Dit maakt dat het CJG een bron van informatie moet zijn, waar men ook terecht kan voor advies of ondersteuning. Het merendeel van de respondenten kozen voor meer informatie over de volgende onderwerpen: faalangst en/of onzekerheid, houden en stellen van grenzen aan mijn kind en belonen en straffen van mijn kind. Uit ons onderzoek blijkt dat de respondenten behoefte hebben aan een duidelijk overzicht van aanbod en het krijgen van antwoord op hun vragen. Zowel met kleine al met grotere vragen willen ze terecht kunnen. Van de respondenten heeft 32 procent aangegeven geen gebruik te gaan maken van het CJG. Ze hebben een beeld dat het CJG bedoeld is voor ouders en/of verzorgers met een opvoedingsvraag of probleem. Het stukje preventie voor deze ouders en/of verzorgers wordt dus gemist. Wel zegt een kleine meerderheid dat ze in de toekomst gebruik van het CJG willen maken en ze vinden dat het CJG een meerwaarde heeft in de gemeente Meppel.

7.3 Benadering

De helft van de respondenten is niet op de hoogte van het CJG. Daarnaast is er onvoldoende beeld bij wat het CJG is. Dat betekent dat het CJG duidelijk moet laten zien wat het CJG is en wat het aanbod

is. Op deze manier worden de vooroordelen die de respondenten hebben over het CJG bestreden. Eén van de vooroordelen is dat het CJG een tweede BJZ zou zijn. Het CJG zou hierin meer kunnen doen, door te laten zien wat het verschil is tussen het CJG en BJZ. Kortom er moet duidelijk aan het imago en de identiteit van het CJG gewerkt worden. Door middel van de nieuwsbrief van de scholen kan het CJG informatie verstrekken. Dit is de manier die respondenten als het prettigst ervaren. De respondenten geven aan dat ze via de website en thema-avonden informatie en advies willen ontvangen. Er kwam ook een opvallende situatie in de enquête naar voren, waar het CJG Meppel nog duidelijk iets in kan doen. Het gaat om de volgende situatie: Een ouder vroeg hulp bij het CJG Meppel. Haar zoon zit in Nijeveen (gemeente Meppel) op school maar ze wonen in de gemeente Westerveld. Moeder werd niet geholpen, want ze woonde niet in Meppel. Ze zou terug gebeld worden door gemeente Westerveld. Dit is nooit gebeurd. Ouders en/of verzorgers moeten geholpen worden, hoe dan ook, ze mogen niet de dupe worden van interne miscommunicatie. Verder hebben tien ouders en/of verzorgers zich opgegeven om mee te denken met het CJG. Dit geeft de mogelijkheid voor het CJG om de lijntjes kort te houden met de doelgroep. Daarnaast kan er meer mond tot mond reclame gecreëerd worden.

Er zijn er diverse tips ontvangen, welke onder te verdelen zijn in drie koppen. Het zijn bruikbare tips die wij in onze aanbevelingen terug laten komen. De meest essentiële tip is dat het CJG zichtbaar moet zijn op centrale locaties. Hiermee wordt bedoelt dat de samenwerking met de kernpartners duidelijk moet zijn voor doelgroep. Daarnaast vinden de respondenten het inhoudelijk belangrijk dat er informatie avonden worden georganiseerd op scholen.

Samenvatting

In dit hoofdstuk is de conclusie beschreven aan de hand van de resultaten van de enquête vragen. Uit de enquête kwam naar voren dat ruim de helft bekend was met CJG, door middel van nieuwsbrieven en/ of andere organisaties. Uit de behoeftes en wensen van de respondenten blijkt dat de ze behoefte hebben aan een duidelijk overzicht van aanbod en het krijgen van antwoord op hun vragen. De respondenten zouden het als prettig ervaren om benadert te worden door het CJG, in de vorm van een nieuwsbrief via scholen. Vanuit deze conclusies kunnen wij in het volgende hoofdstuk praktische aanbevelingen doen.

8 Aanbevelingen

In dit hoofdstuk formuleren wij onze aanbevelingen voor het CJG Meppel door drie verschillende thema's; bekendheid, behoefte en wensen en benadering. Daarnaast geven wij ook aanbevelingen over vervolg onderzoek. Tevens is er een PR plan gemaakt van de aanbevelingen. Deze geven wij stapsgewijs weer in bijlage VI.

8.1 Bekendheid

Zoals eerder beschreven staat, blijkt uit het onderzoek dat de helft van de respondenten geen beeld heeft van het CJG. De doelgroep wil weten wat het precies is en wat ze er kunnen halen. Daarnaast is gebleken dat nieuwe inwoners graag op de hoogte gebracht willen worden van het CJG. Het is aan te raden om te investeren in een campagne in de gemeente Meppel. Hiermee kan het CJG ouders en/of verzorgers informeren over het aanbod, door middel van poster, folders, maar ook via een enquête komt er meer bekendheid aan het CJG. Gemeente Emmen is volgens ons een goed voorbeeld hoe promotie effectief en actief wordt ingezet. Nieuwe inwoners met (toekomstige) kind(eren) moeten gelijk geïnformeerd worden over het CJG. Dit kan bijvoorbeeld gelijk bij inschrijving in de gemeente. Een informatiepakket met een algemene en inhoudelijke informatie kan dan uitgedeeld worden.

8.2 Wensen en Behoeftes

De basisscholen kunnen een grote rol spelen om ouders en/of verzorgers te bereiken. De nieuwsbrief van de scholen is volgens respondenten een belangrijk communicatiemiddel. Het CJG doet er goed aan om met de scholen een goede samenwerkingsrelatie aan te gaan. De basisscholen en het CJG kunnen elkaar goed gebruiken. Scholen kunnen zich door het CJG weer meer gaan richten op het echte onderwijs. Het CJG kan door de scholen goed in contact komen met de doelgroep. De website is belangrijk. De respondenten geven ook aan de behoefte te hebben aan thema avonden, tevens geef je hierdoor meer bekendheid aan het CJG. Thema-avonden moeten op de site aangeboden worden en duidelijk te vinden zijn. Inschrijven op een thema-avond moet ook mogelijk zijn via de website. In de enquête kregen wij veel positieve feedback over de afgelopen thema-avond ('how2talk2kids'). Dit moet het CJG volhouden. Uit het onderzoek zijn verschillende onderwerpen naar voren gekomen die ouders en/of verzorgers belangrijk vinden. Deze zijn in hoofdstuk zes vermeld. Verder is de website van het CJG naar ons idee erg duidelijk en gemakkelijk in gebruik. Het CJG Meppel loopt daarmee vooruit op andere CJG's.

8.3 Benadering

In de enquête hebben wij gevraagd of ouders en/of verzorgers wisten dat een schoolmaatschappelijk werker(st) kernpartner is van het CJG. Van de respondenten wist 69 procent dit niet. Daarnaast hebben wij gemerkt dat het CJG nog niet bij alle kernpartners leeft. Wij adviseren het CJG om meer te investeren in de interne PR, kernpartners moeten het CJG uitstralen om bekendheid te creëren bij de ouders en/of verzorgers. Naar ons idee moet dit wel op een laagdrempelige manier. Zo hebben de gemeente Emmen en Zwolle een rouleer systeem bij de inloop met alle kernpartners. Zo krijgt iedereen de CJG pet op. Daarnaast hebben gemeente Emmen de kernpartners benaderd met verschillende producten wat handig is voor het werk dat ze doen. Al deze producten waren bedrukt met het CJG logo. Het ging om bijvoorbeeld, mokken, pennen, werkmappen en afspraken kaartjes. De benadering naar de kernpartners is laagdrempelig en meewerkend. Ze zijn niet verplicht deze spullen te gebruiken maar mogen hier wel gebruik van maken. Daarnaast heerst daar de visie dat straks de kernpartners het CJG zelf moeten draaien en wordt hen gevraagd 'wat heb je nodig, hoe wil jij het graag'. Niks wordt echt opgelegd. Het CJG in Emmen is natuurlijk langer bezig (6 jaar), maar is wel een groot voorbeeld. In de enquête is gevraagd of ouders en/of verzorgers behoefte hebben mee te denken en praten over het CJG. Tien ouders en/of verzorgers hebben zich opgegeven. Wij adviseren om hier een panelgroep van te maken.

Uit de enquête blijkt dat het CJG Meppel ouders en/of verzorgers buiten de gemeente Meppel verwijst naar hun huidige gemeente, ook wanneer hun kind(eren) onderwijs volgen in de gemeente Meppel. Ouders en/of verzorgers moeten geholpen worden, hoe dan ook, ze mogen niet de dupe worden van interne miscommunicatie. Om herhaling te voorkomen moet hierover volgens ons een beleid worden opgesteld.

8.4 Vervolg onderzoek

Het CJG in Meppel is nu een jaar open en dat betekent dat er nog veel werk aan de winkel is. Het CJG zelf is een proces en voordat het helemaal goed loopt gaat daar waarschijnlijk nog veel tijd overheen. Onderzoeken en het uitzetten van activiteiten zijn tijdrovende bezigheden. Wij adviseren het CJG Meppel vaker studenten aan te nemen om onderzoeken te laten doen. Zoals de maatschappelijke stages van het voortgezet onderwijs tot de afstudeeronderzoeken van de opleiding Sociaal pedagogisch hulpverlening(SPH). Daarnaast adviseren wij om onze enquête digitaal uit te zetten op alle andere scholen in de gemeente Meppel. Dit levert meer informatie op, maar ook zeker meer bekendheid!

Literatuurlijst

Hieronder staan alle bronnen die tijdens het afstuderen gebruikt en of geraadpleegd zijn. Er waren boeken aanwezig uit de mediatheek van Windesheim en gezien het onderwerp is er uiteraard heel veel gebruik gemaakt van het internet zoals hieronder af te lezen valt.

Boeken:

- ✓ Delden, P. van, Haterd, J van de, Hens H, Prinsen, B & Zwikker, N. (2009) *Professionals in het Centrum voor Jeugd en Gezin*, Den Haag: Jeugd en Gezin.
- ✓ Kwakman, F. en Burgers, J. (2011) *Professionals en relatiemanagement*, Burgers: Academic Service.
- ✓ Laan, Y. van der. (2009) *Ondernemingsplan CJG Meppel*, gemeente Meppel.
- ✓ Meiden, A. van der. (1994) *Public relations, een kennismaking* (vijfde druk), Coutinho.
- ✓ Michels, W.J. (1990) *Public relations in hoofdlijnen*, Groningen: Wolters- Noordhoff.
- ✓ Hurts, F. (2006) *De onmisbaarheidfactor: in zeven stappen bereiken dat klanten niet meer zonder je willen*, thema.
- ✓ Verhoeven, N. (2007), *Wat is onderzoek?* (tweede druk): praktijkboek methoden en technieken voor het hoger onderwijs, Amsterdam: Boom.
- ✓ Woudenberg, A. van. (2007), *Werken aan het CJG: visie, inhoud en organisatie van het Centrum voor Jeugd en Gezin*, Assen: Van Gorcum.

Online bronnen:

- ✓ www.CBS.nl
- ✓ www.CJGmeppel.nl
- ✓ www.CJGzwolle.nl
- ✓ www.CJGemmen.nl
- ✓ www.CJGhoogveen.nl
- ✓ www.Invoeringcjpg.nl
- ✓ www.Nji.nl
- ✓ www.Watisonderzoek.nl
- ✓ www.Deloitte.nl/jeugdengezin

Artikelen:

- ✓ Laan. Y. van der. (2009), *Beleidnota Integraal lokaal jeugdbeleid* :Jeugd in de stimulans, geraadpleegd op maandag 7 maart 2011, gemeente Meppel.
- ✓ Lieftinck. A, Elsenaar. A, Aarts. A, Ploegman. A & Monsjou. K (2009), *Samenwerken in het Centrum voor Jeugd en Gezin, geraadpleegd op maandag 7 maart 2011, Deloitte.*
http://www.deloitte.com/assets/Dcom-Netherlands/Local%20Assets/Documents/NL/Branches/Publieke%20Zaken/nl_nl_PZ_Rapportage%20Samenwerken%20in%20het%20CJG.pdf
- ✓ Persbericht (09-04-2010) *Kabinetsvisie op hardnekkige knelpunten voor de jeugd*, geraadpleegd op maandag 28 maart 2011. <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/persberichten/2010/04/09/kabinetsvisie-op-hardnekkige-knelpunten-zorg-voor-jeugd.html>
- ✓ Programmaministerie Jeugd en Gezin (2008), *Factsheet CJG*, Den Haag.

Onderzoeken:

- ✓ Gemeente Zwolle (2008), *Een bekend gezicht* :Zwolse jongeren, ouders en professionals over het Centrum voor Jeugd en gezin in gemeente Zwolle, Stichting Alexander. http://www.vng.nl/Praktijkvoorbeelden/JOS/CJG/2008/Zwolle_eenbekendgezicht_2008.pdf geraadpleegd op 7-04-2011.
- ✓ Lange. A. de, Mulder.E, (2010)*Ouders in Olst- Wijhe wat willen jullie?* : van de christelijke Hogeschool Windesheim. <http://www.hbo-kennisbank.nl/nl/page/hborecord.view/show?uploadId=windesheimhogeschool%3Aaai%3Ascr.c hw.nl%3A5681>, Geraadpleegd op 10-03-2011.

Personen:

- ✓ Blansjaar, Y. Procesmanager van het CJG Meppel
- ✓ Blenkers, H. Directeur van CBS Het Kompas, Meppel
- ✓ Engberink, B. Coördinator van zorg bij het CJG Zwolle.
- ✓ Groenewegen, L. Directeur van OBS Zuidenbasisschool, Meppel
- ✓ Kooij, M. Procesmanager bij het CJG Emmen
- ✓ Meester, C. Coördinator van zorg, van het CJG Meppel
- ✓ Neutel, K. Directeur van CBS De Wel, Nijeveen
- ✓ Pekel, J. Directeur van OBS Commissaris Gaarlandt, Nijeveen
- ✓ Sagel, W. Directeur van OBS koedijkslanden, Meppel
- ✓ Stolmeijer, I. Procesmanager bij het CJG Hoogeveen
- ✓ Zinger, K. Coördinator van zorg van het CJG Meppel

Bijlage I. PR en Communicatie

Inleiding

De communicatie en de PR moeten enkele bijdragen leveren aan de bekendheid van het CJG Meppel onder eventuele klanten van het CJG daarbij moet het een bijdrage leveren aan het vergroten van de betrokkenheid van de professionals van de CJG kernpartners en de belangrijkste samenwerkingspartners van het CJG.

Omdat het CJG Meppel met twee verschillende partijen te maken heeft, is er voor het CJG Meppel gekozen om de PR en communicatie langs twee sporen te laten verlopen:

- Interne communicatie voor CJG Kernpartijen en gemeente
- Externe communicatie en PR naar de klanten en samenwerkingspartners van het CJG

Uitgangspunten

1. Het CJG Meppel is goed bereikbaar, door:
 - a) Balie vijf middagen en één avond per week te openen
 - b) Telefonisch bereikbaar te zijn (via CJG nummer)
 - c) Per e-mail via website www.CJGMeppel.nl
 - d) Via fysieke inloop in vindplaatsen: spreekuur JGZ in peuterspeelzalen, schoolonderzoeken en spreekuren JGZ in basis- en voortgezet onderwijs, Schoolmaatschappelijk Werk in Basis en voortgezet onderwijs.
2. Voor de eenduidige herkenbaarheid uitstraling van het CJG naar buiten toe gebruikt het CJG:
 - a) CJG briefpapier met landelijk logo
 - b) CJG visitekaartjes met landelijk logo en vermelding van CJG telefoonnummer en website
 - c) Het CJG neemt het voeren van het landelijk logo, PR en Communicatie de landelijke richtlijnen en verplichtingen in acht zoals verwoord in "huisstijlhandleiding Centrum Jeugd en Gezin van het programmaministerie Jeugd en Gezin.
3. De CJG kernpartners zijn gezamenlijk verantwoordelijk voor de PR Communicatie van het CJG:
 - a) De bestuurders en regiomanagers zijn verantwoordelijk voor het communiceren van de CJG ontwikkeling, uitgangspunten en werkwijze naar alle CJG medewerkers binnen de eigen organisatie.
 - b) De CJG medewerkers zijn de ogen en oren van het CJG in het veld: zij signaleren trends en ontwikkelingen brengen deze in bij de CJG Procesmanager en CJG innovatiegroep en dragen zorg voor de up tot date dienstverlening van het CJG. Zodat maatwerk gegarandeerd blijft.
4. De organisatie van de communicatie behoort tot de eindverantwoordelijkheid van CJG procesmanager O.I.V. de stuurgroep CJG. Voor het opstellen en opmaken van externe PR wordt gebruik gemaakt van externe inhuur. De CJG partnerorganisaties leveren tevens een bijdrage. Met ingang van 2012 wordt het nieuwe CJG budget voorzien in een CJG communicatie en PR medewerker/functie.
5. De Baliemedewerker CJG vormt een belangrijk communicatiekanaal naar ouders en kinderen toe. De Baliemedewerker heeft o.a. tot taak om de wensen, behoeften en ideeën van de klanten m.b.t. de bereikbaarheid, herkenbaarheid, toegankelijkheid en behoefte aan communicatie te inventariseren.
6. Participatie van klanten is belangrijk
 - a. In de komende twee jaar zal het CJG een klantenpanel inrichten en zoeken naar participatie van klanten bij het tot stand komen van het CJG in Koeberg, bij het ontwikkelen van het aanbod en het verbeteren van de bereikbaarheid van het CJG.

- b. Het CJG zal sleutelfiguren uit de bevolking inschakelen voor het verzamelen van informatie en voor het uitzetten van informatie en communicatie
7. De PR en Communicatie is POD prof (positief Opvoeden Drenthe)
 - a. Dit betekent dat de communicatie van de CJG medewerkers en de uitstraling van de balie vriendelijk, uitnodigend en in een open sfeer gebeurt. De medewerkers hebben een positieve en openhouding naar de klant toe.
 - b. De communicatie en toon zijn toegankelijk, in helder begrijpelijk Nederlands (en eventueel in Turks en Marokkaans), prettig taalgebruik, gericht op het zoeken van oplossingen i.t.t. problematiseren van verhalen, met een aansprekbare en vriendelijke uitstraling.
8. Communicatie heeft ook met inrichting te maken
 - a. De balie van het CJG in Blankenstein is goed herkenbaar, bereikbaar, 5 middagen per week open, zonder drempels en gesloten deuren met gemakkelijke toegang tot de CJG medewerker.
 - b. De CJG medewerkers SMW en JGZ zijn in de scholen goed zichtbaar en toegankelijk voor kinderen, jongeren, leerkrachten, ouders.
9. De communicatie vindt proactief, regelmatig en op tijd plaats. Omdat het CJG zich nog moet bewijzen is het belangrijk om geregeld te communiceren over activiteiten, behaalde successen en wat het CJG wel en niette bieden heeft. Herhaling is de kracht van de reclame. Communicatie en PR moeten structureel en frequent plaatsvinden.

Communicatiedoelen en doelgroep

Algemene doelen:

- Kennisniveau: de verschillende doelgroepen zijn op de hoogte van het bestaan, doel, opzet en nut van het CJG
- Houding: de doelgroepen onderkennen het belang van het CJG en staan positief tegenover de CJG ontwikkeling (en uitvoering in het latere stadium)
- Gedrag: de doelgroepen leveren een positieve bijdrage aan het succes, de kwaliteit en voortbestaan van het CJG

Kortom:

- Vergroten van de bekendheid, betrokkenheid van de partners en professionals en het creëren en behouden van draagvlak
- Vergroten van bekendheid, betrokkenheid en draagvlak van het CJG bij potentiële klanten

Doelgroepen:

Extern:

1. Klanten:
 - a) Jeugd van 0-12
 - b) Jeugd van 12-18
 - c) Jeugd van 18-23
 - d) Ouders en verzorgers van 0-23 jarigen
 - e) Aanstaaende ouders
2. Samenwerkingspartners: vindplaatsen van het CJG: peuterspeelzalen, kinderopvang, onderwijs, huisartsen.

Intern:

1. Medewerkers CJG kernpartners (Icare, GGD, SWMW en BJZ)
2. Gemeente:
 - a) Regisseur CJG, wethouder CJG
 - b) Beleidsmedewerkers Gemeente Meppel en leerplichtambtenaren

- c) Collegeleden Gemeente Meppel en Raadsleden
- d) WMO- adviesraad Meppel
- e) WMO- loketmedewerkers en baliemedewerkers/dienstverlening gemeente
- f) Afdeling financiën
- g) Teamleiders gemeentelijke afdeling en teams R&R en Strategie

Communicatieboodschappen

In de PR en communicatie staan verschillende communicatieboodschappen centraal die per doelgroep verschillen. Naar samenwerkingspartners en klanten moet vooral benadrukt worden dat het CJG er is voor iedereen: inwoners en professionals. Dat het CJG een samenwerking is van verschillende organisaties en de opgroei- en opvoedondersteuning bij elkaar brengt.

Per doelgroep moet de boodschap op maat van de doelgroep en het doel gemaakt en uitgedragen worden.

Algemene boodschap:

Alle kinderen moeten gezond en veilig kunnen opgroeien. Alle ouders en verzorgers moeten met allerlei vragen en met garantie op hulp terecht kunnen bij een herkenbaar en laagdrempelig punt in de gemeente: het CJG. Ook professionals kunnen bij het CJG terecht. De professionals van verschillende organisaties zetten zich gezamenlijk in voor intensieve samenwerking die de vrijblijvendheid voorbij gaat.

Communicatieboodschap naar inwoners:

CJG is het centrum waar inwoners terecht kunnen voor allerlei vragen over opgroeien en opvoeden. Iedereen kan er terecht: aanstaande ouders, ouders en verzorgers met kinderen tot 23 jaar, opa's en oma's, jeugd tot 23 jaar en professionals. Met kleine en grote vragen. Het CJG geeft informatie en advies, voorlichting en biedt ook hulp bij het opgroeien en opvoeden. Als het CJG zelf de juiste hulp niet in huis heeft, zorgt ze ervoor dat u daar terecht komt waar u moet zijn. Het CJG heeft zicht op de hulp van andere organisaties en werkt ook met andere organisaties samen. Wij helpen u met het krijgen van die hulp. Ik wordt niet van het kastje naar de muur gestuurd. Als er meer hulp van verschillende organisaties nodig is voor uw kind of uw gezin, regelen wij de coördinatie hiervan. Zodat het voor ieder overzichtelijk blijft.

Communicatieboodschap naar CJG kernpartners:

De CJG Kernpartners zetten zich in voor een optimale geïntegreerde dienstverlening en ketensamenwerking. Samen kunnen we meer voor onze klanten daar ieder apart. De vrijblijvendheid van samenwerking is voorbij, wij committeren ons aan elkaar binnen het CJG. We doen het al goed, maar samen kunnen we de dienstverlening aan de klant verbeteren.

Communicatieboodschap naar CJG samenwerkingspartners

Het CJG verbindt organisaties, professionals en aanbod, waardoor de samenwerking verbetert wordt. Als vindplaats kunt u zich meer richten op de kerntaak en u beperken tot u eigen zorgtaak. Hulpverlening, voorbereiding indicatiestelling (jeugdzorg, jeugdhulpverlening, jeugd) wordt door het CJG gedaan. Het CJG regelt de coördinatie van zorg. Het CJG beschouwt u als belangrijke samenwerkingspartner en zal u informeren over de voortgang van de zorg en u betrekken bij de uitvoering van de zorg (vanzelfsprekend met in achtname van de eigen taken van u organisatie).

Communicatiemiddelen

Algemeen

1. Landelijk logo doorvoeren op website, eigen briefpapier, visitekaartjes, in alle advertenties e.d.
2. Gezamenlijk CJG huisstijl voor alle CJG kernpartners
3. Telefoonnummer CJG

4. Bewegwijzering/routeborden naar CJG in de gemeente

Inwoners en klanten algemeen

1. Website CJG met daarin FAQ en mogelijkheid tot vragen stellen per mail
2. Advertenties in lokale bladen en opvallende kaders plaatsen in gemeenteberichten
3. Persberichten en column in huis aan huis blad
4. Posters
5. Folders in het CJG en bij de CJG ketenpartners en samenwerkingspartners in de rekken
6. Via sleutelfiguren in de wijken en Nijeveen

Samenwerkingspartners

1. Nieuwsbrieven (digitaal)
2. Folders
3. Website CJG
4. Voorlichtingsbijeenkomsten in het CJG met ketenpartners: informatie en consultatie betrekken.
5. Voorlichtingsronden: presentatie bij de belangrijkste samenwerkingspartners
6. Huisartsen: via scholingsbijeenkomsten en specifieke acties, folders

Klanten: ouders

1. Via artikelen in nieuwsbrieven van de samenwerkingspartners digitaal
2. Voorlichting CJG tijdens ouderavonden op scholen
3. Kaartjes ter grote van pasjes voor in de portemonnee
4. Voorlichtingsbijeenkomsten Positief opvoeden Drenthe
5. Opvoeddebat
6. Folders CJG
7. Gadgets (wannahaves)

Klanten: jeugd

1. Specifieke folders voor jeugd
2. Website jeugd in relatie met CJG website
3. Posters in buurthuizen, scholen e.d.
4. Gadgets (wannahaves)

Medewerkers CJG kernpartijen

1. Persoonsblad
2. Internet van organisaties
3. CJG ondernemingsplan, handleidingen en procesbeschrijvingen beschikbaar voor iedere medewerker via intranet
4. Gezamenlijk de werkwijze implementeren
5. CJG medewer kersdag
6. Elkaar regelmatig ontmoeten
7. Gezamenlijke deskundigheidsbevordering/ CJG werkconferentie
8. Extranet: inloggen voor professionals, delen van informatie e.d.

College en Raad + intern gemeente

1. Raadsbrieven/memo's
2. Factsheets
3. Bestuursrapportages
4. Intranet
5. Vaste contactpersoon CJG voor Baliemedewerkers gemeente en WMO

Allen: Feestelijke opening CJG

De verdere uitwerking staat beschreven in het PR en Communicatieplan.

Bijlage II. Stukjes voor nieuwsbrieven



Het Centrum voor Jeugd en Gezin doet onderzoek

In het voorjaar 2012 zal de Brede school in de wijk de Koedijklanden haar deuren open en zal ook het CJG hierin plaatsnemen. Tot die tijd is het gevestigd op de Blankenstein 410 in Meppel, naast het consultatiebureau in Meppel.

Het Centrum Jeugd en Gezin (CJG) is benieuwd naar uw wensen en behoeftes.

Daarom willen wij, Mirjam Mouwer en Hester Suijk, studenten van de opleiding Sociaal Pedagogisch Hulpverlener van hoge school Windesheim u vragen, om onderstaand enquête in te vullen.

Het CJG Meppel is bedoeld voor iedereen met vragen en problemen over opvoeden en opgroeien voor jeugdigen, ouder(s)/ verzorger(s) en professionals.

Het is de bedoeling dat het laagdrempelig, gemakkelijk, toegankelijk, gezellig, plezierige maar ook een professionele uitstraling heeft.

U als ouder(s)/verzorger(s) speelt een grote rol in dit onderzoek. Wij willen graag van u weten wat u interesse en ervaring is, rondom het CJG. Heeft u een vraag waar u graag antwoord op wilt hebben of vindt u een folder of internet voldoende. Misschien heeft u al ervaring met het CJG, wat kan er volgens u verbeteren maar vooral waar bent u tevreden over?

De uitkomsten van de enquête zijn voor het CJG erg belangrijk. Door u tips en behoeftes kenbaar te maken kan het CJG betere informatie en advies bieden in de nabije toekomst. Wanneer de uitslag van de enquête bekend is, zullen wij dit met u communiceren door middel van de nieuwsbrief.

Uw gegevens en antwoorden worden geheel anoniem verwerkt. Het invullen van de enquête neemt 5 minuten in beslag.

De enquête wordt door uw kind meegenomen van school. Wilt u de enquête ingevuld inleveren voor 8 april 2011 bij de CJG brievenbus op de school van u kind. U kunt ook de enquête digitaal invullen, namelijk op:

De digitale versie wordt direct na invullen verstuurd. Deze stuit tevens op 8 april 2011

Alvast hartelijk bedankt voor u medewerking!

Mirjam Mouwer en Hester Suijk

Bijlage III. De enquête

Enquête van het Centrum voor Jeugd en Gezin in Meppel.

U heeft nu de papieren versie van de enquête voor u liggen, als u de enquête digitaal wilt invullen kunt u naar www.formdesk.com/cjg/meppel

Wij willen u succes wensen met het invullen van de enquête
Als u bij de vragen nog onderwerp(en) toe wilt voegen, dan kunt u dat invullen bij “Anders namelijk”.

1. Op welke school volgt u kind onderwijs.

- ☐ O.B.S Sprinkels (Gerard doustraat)
- ☐ O.B.S Sprinkels (A. Ostadestraat)
- ☐ C.B.S Het Kompas
- ☐ O.B.S Commissaris Gaarlandt
- ☐ C.B.S De Wel

2. Wat is uw relatie met de kinderen.

- ☐ Moeder
- ☐ Vader
- ☐ Ik ben professioneel werkend met deze doelgroep
- ☐ Ik ben betrokkenen: opa/oma/tante/oom/buren/vriendin
- ☐ Anders namelijk _____

3. Waaruit bestaat uw huishouden?

- ☐ Echtpaar/ samenwonende partners met thuiswonend(e) kind(eren)
- ☐ Echtpaar/ samenwonende partners met thuiswonend(e) kind(eren) en met ander(en)
- ☐ Eén Ouder met thuiswonend(e) kind(eren)
- ☐ Eén Ouder met thuiswonend(e) kind(eren) en met ander(en)
- ☐ Anders namelijk _____

4. In welke groep heeft u kind(eren) onderwijs?

- ☐ Groep 1
- ☐ Groep 2
- ☐ Groep 3
- ☐ Groep 4
- ☐ Groep 5
- ☐ Groep 6
- ☐ Groep 7
- ☐ Groep 8

5. Bent u van het CJG op de hoogte?

- ☐ Ja
- ☐ Nee

6. Hoe bent u op de hoogte gekomen van het CJG?

- ☐ Advertenties in lokale bladen en/of gemeente berichten
- ☐ Folders
- ☐ Persberichten en column in huis aan huis blad
- ☐ Posters
- ☐ Via andere instanties en organisaties

- ☐ Website CJG
- ☐ Nieuwsbrieven van de basisschool
- ☐ Anders, namelijk _____

7. Heeft u al eens van het CJG gebruik gemaakt, zo ja wat was uw ervaring?

- ☐ Ja, _____

- ☐ Nee _____

Bij het CJG kunt u informatie krijgen en vragen stellen over allerlei onderwerpen voor jeugd in de verschillende leeftijdsgroepen (0- 23 jaar). Om meer aan te sluiten bij uw interesse is het CJG benieuwd welke onderwerpen u belangrijk vindt.

8. Welke onderwerpen vindt u belangrijk/ interessant? U heeft hierbij maximaal 5 keuze mogelijkheden.

- ☐ Agressie
- ☐ Belonen en straffen van mijn kind
- ☐ Besteding van vrije tijd van mijn kind
- ☐ Drugs, roken en alcohol
- ☐ Echtscheiding
- ☐ Eetstoornissen
- ☐ Eenzaamheid
- ☐ Eten
- ☐ Faalangst/ onzekerheid
- ☐ Financiën
- ☐ Geestelijke klachten
- ☐ Gebruik van internet/TV/spelcomputer
- ☐ Het los laten van mijn kind
- ☐ Houden aan of stellen van grenzen aan mijn kind
- ☐ Kindermishandeling
- ☐ Omgang broer/zus
- ☐ Ontwikkeling
- ☐ Onzekerheid over opvoeden
- ☐ Pesten/ gepest worden
- ☐ Puberteit
- ☐ School
- ☐ Seksualiteit/zwangerschap
- ☐ Slapen
- ☐ Stoornissen/ Indicaties/PGB
- ☐ Vriendschap
- ☐ Zindelijkheid
- ☐ Anders, namelijk _____

Tegenwoordig kun je op allerlei manieren informatie krijgen over verschillende onderwerpen. Om zoveel mogelijk bij u als ouder(s)/verzorger(s) aan te sluiten wil het CJG graag van u weten op welke wijze u informatie zou willen ontvangen.

9. Op welke wijze vindt u het prettig informatie te krijgen, wanneer u interesse heeft in de bovengenoemde onderwerpen?

- ☐ Digitaal loket (website www.cjgmeppel.nl)
- ☐ Folders
- ☐ Informatieavonden/ Thema avonden
- ☐ Inloop spreekuur
- ☐ Telefonisch
- ☐ Trainingen
- ☐ Nieuwsbrieven van de basisschool
- ☐ Anders, namelijk _____

10. Denkt u dat u gebruik gaat maken van het CJG?

- ☐ Ja, omdat _____

- ☐ Nee, omdat _____

11. Kruis aan welke drie elementen voor u het meest belangrijk zijn om advies, hulp en informatie te ontvangen bij het CJG?

- ☐ Aanbod duidelijk: weten wat je er kunt krijgen
- ☐ Anonimiteit
- ☐ Antwoord op mijn vragen
- ☐ Eigen inbreng
- ☐ Flexibele openingstijden
- ☐ Geen wachtlijst
- ☐ Gevoel van herkenning
- ☐ Gezellige sfeer
- ☐ Gratis hulp
- ☐ Herkenbaar in de buurt
- ☐ Hulp aan huis
- ☐ Informatie wordt begrijpbaar aangeboden
- ☐ Open houding medewerker
- ☐ Openbaar
- ☐ Privacy
- ☐ Snel antwoord/ hulp krijgen
- ☐ Terecht kunnen met kleine vragen maar ook met grotere vragen
- ☐ Anders, namelijk _____

12. Heeft u eerder een opvoedvraag/hulp gehad?

- ☐ Ja
- ☐ Nee (ga verder naar vraag 14)

13. Wist u waar u met uw vraag terecht kon?

- ☐ Ja, want _____
- ☐ Nee, omdat _____

14. Welk beeld heeft u van het CJG Meppel?

15. Wist u dat de schoolmaatschappelijk werk(st)er een medewerker is van het CJG?

- ☐ Ja
☐ Nee

16. Heeft u nog tips, voor het CJG?

Wilt u verder meedenken over het CJG vermeld dan uw gegevens hieronder. Wij nodigen u dan uit om met ons verder te praten.

Naam	
Adres	
Postcode	
Woonplaats	
E-mailadres	
Telefoon	

Wij willen u nogmaals bedanken voor uw medewerking. Zou u de enquête voor 8 april in de bijgevoegde envelop willen inleveren. Op de school van u kind staat de CJG brievenbus, waar u de enquête in kunt stoppen.

Voor meer informatie over het CJG kunt u naar www.cjgmeppel.nl

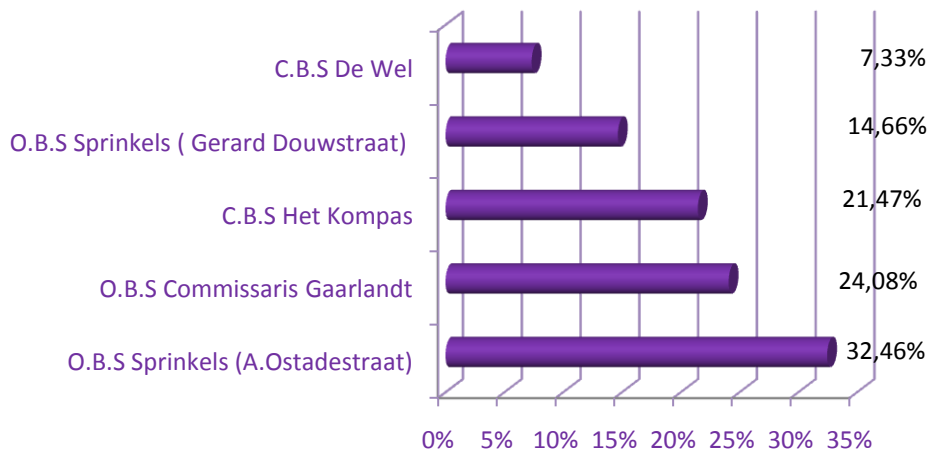
Vriendelijke groeten,

Mirjam Mouwer en Hester Suijk

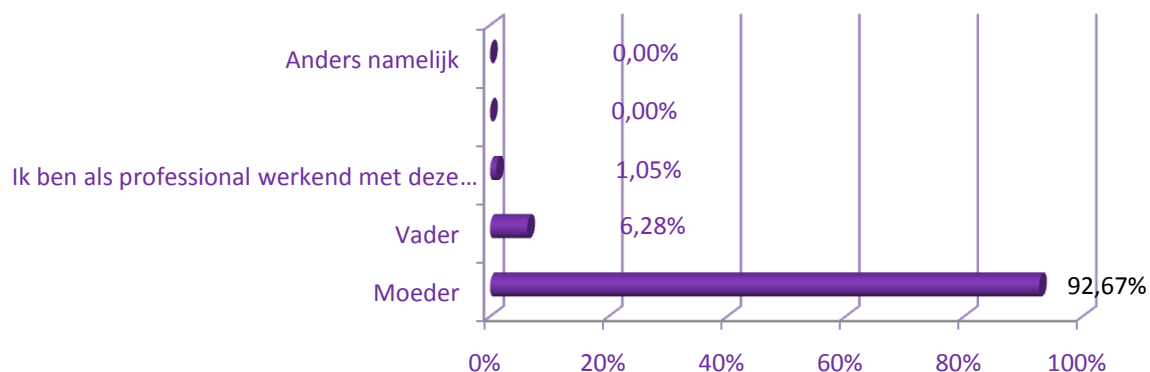
Van de opleiding Sociaal Pedagogisch Hulpverlener

Bijlage IV. Resultaten van de enquête

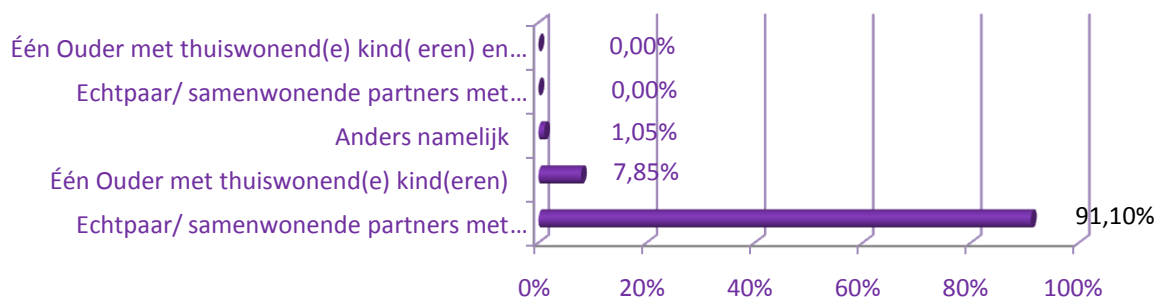
1. Op welke school volgt uw kind onderwijs?



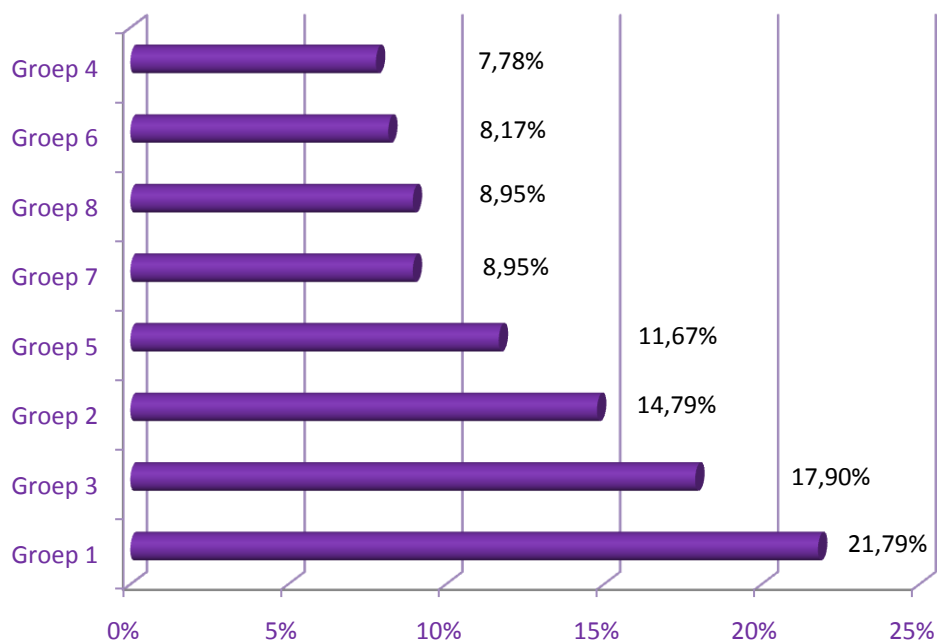
2. Wat is uw relatie met het kind/de kinderen?



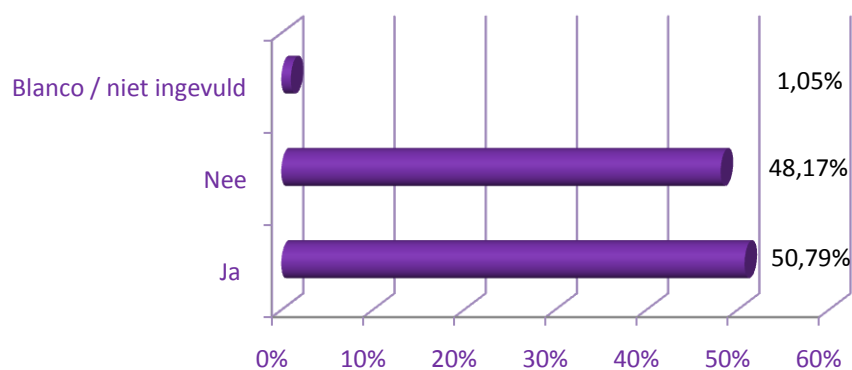
3. Waaruit bestaat uw huishouden?



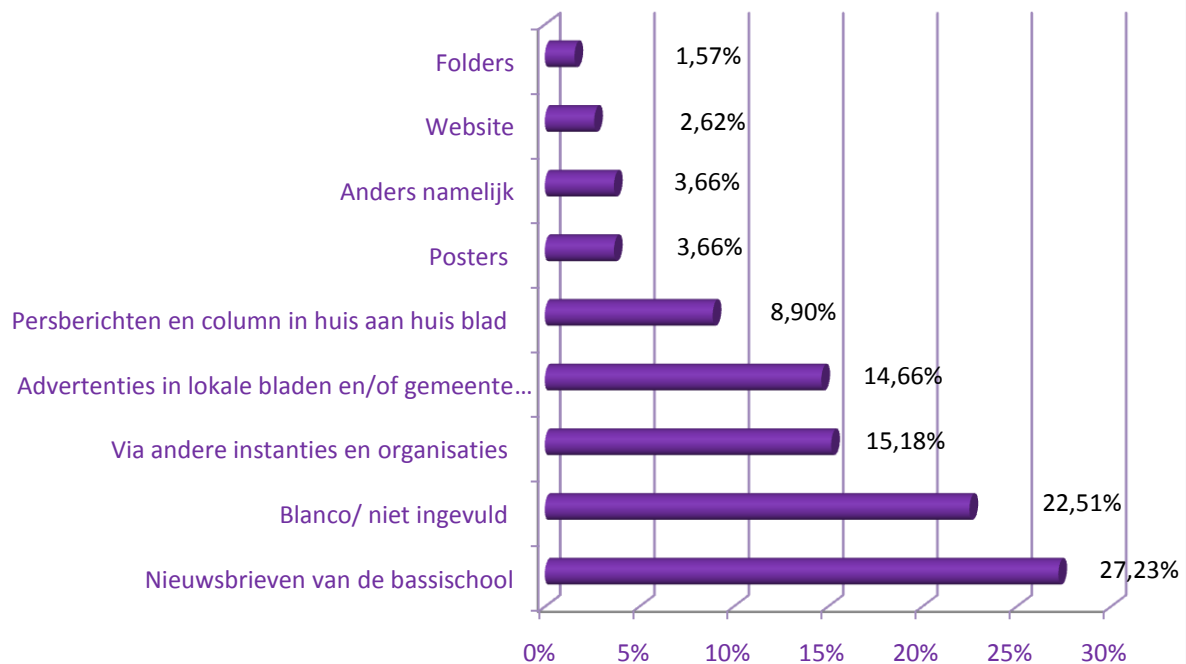
4. In welke groep heeft uw kind(eren) onderwijs?



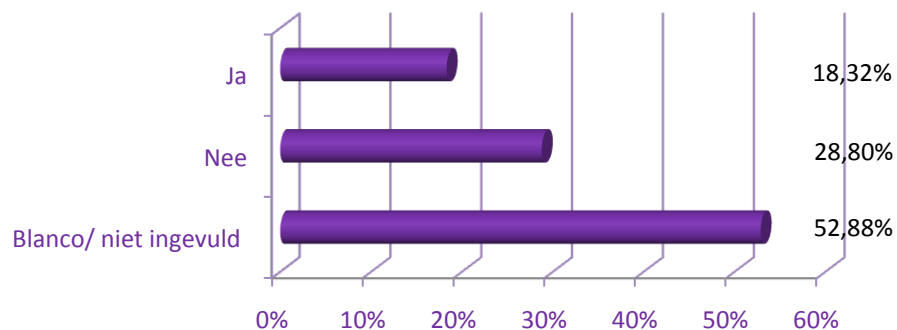
5. Bent u van het CJG op de hoogte?



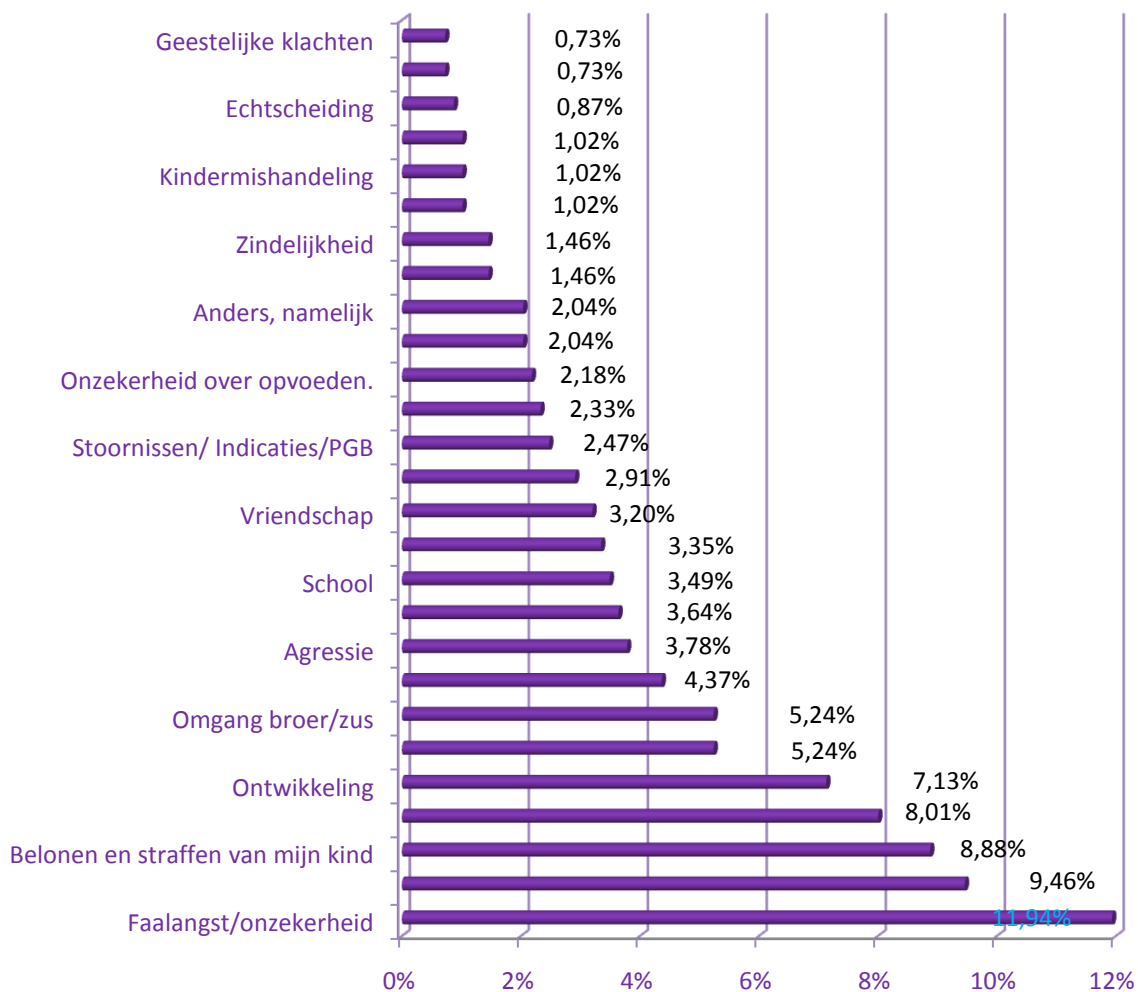
6. Hoe bent u op de hoogte gekomen van het CJG?



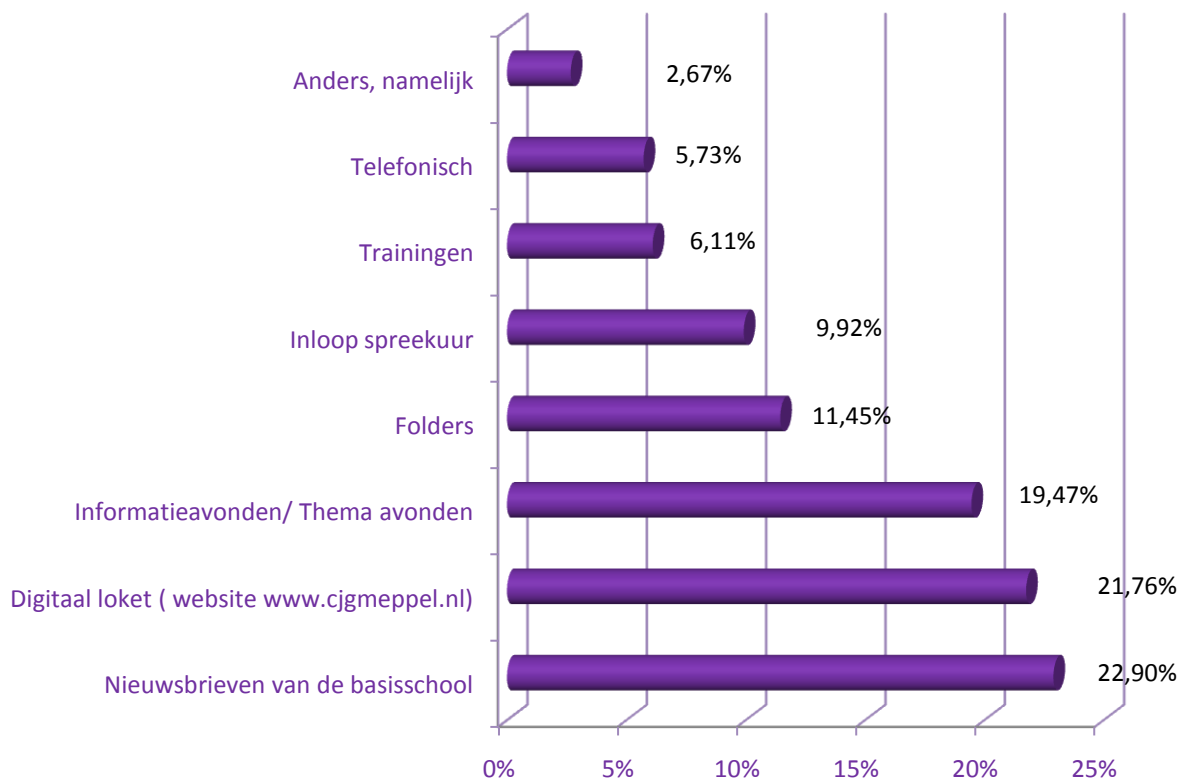
7. Heeft u al eens van het CJG gebruik gemaakt, zo ja wat was uw ervaring?



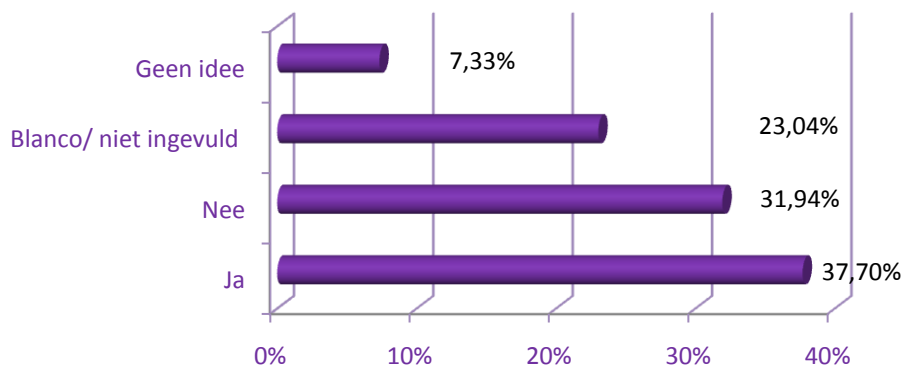
8. Welke onderwerpen vindt u belangrijk/interessant? Maximaal 5 aankruisen.



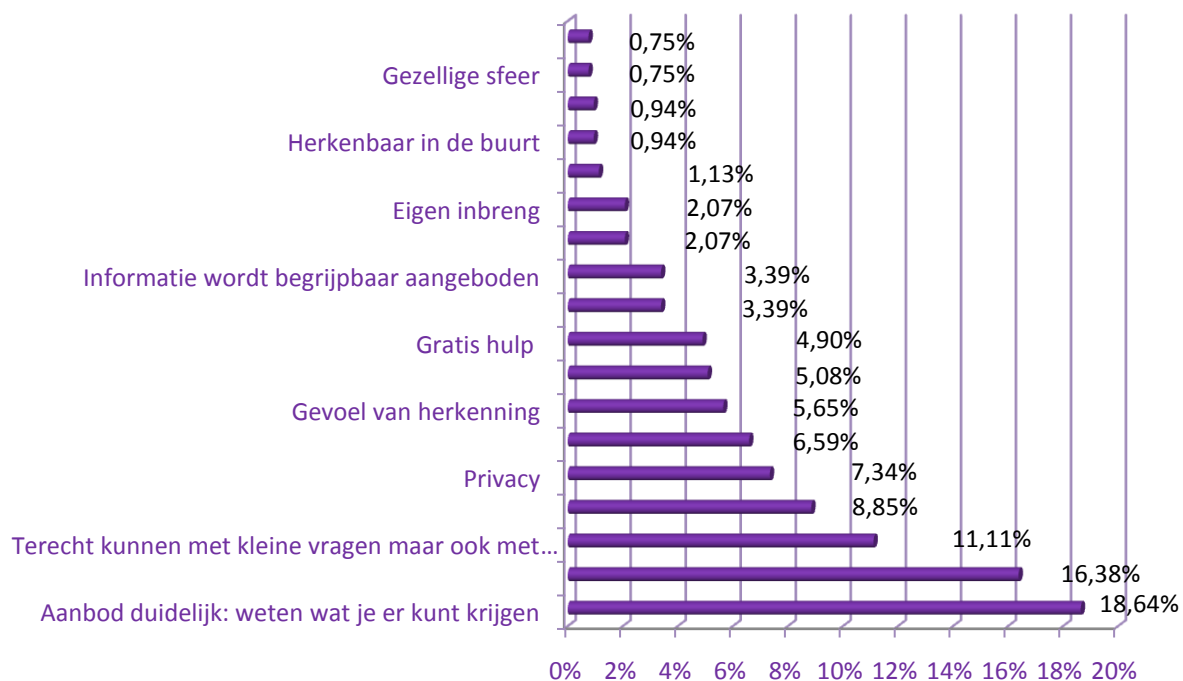
9. Op welke wijze vindt u het prettig om informatie te krijgen wanneer u interesse heeft in de bovengenoemde onderwerpen.



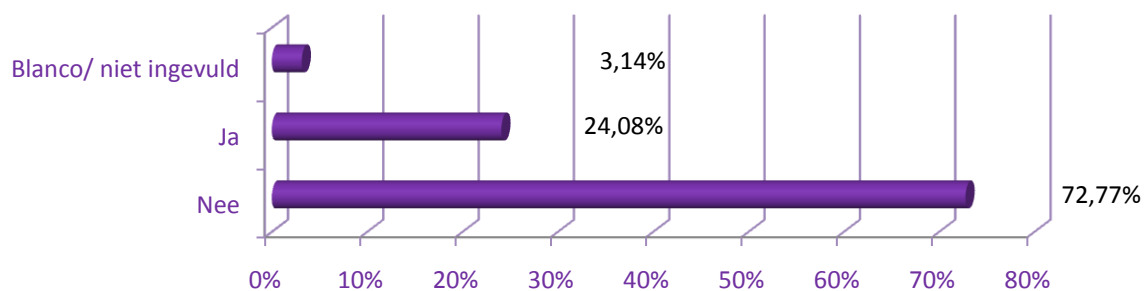
10. Denkt u dat u gebruik gaat maken van het CJG ?



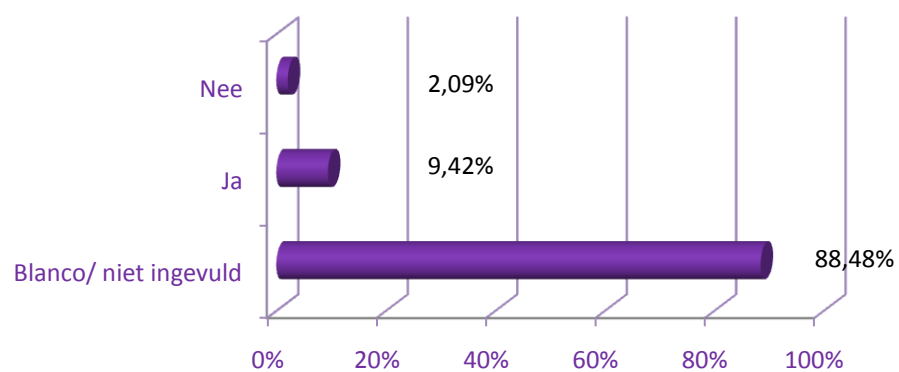
11. Kruis aan welke drie elementen, voor u het meest, belangrijk zijn om advies, hulp en informatie te ontvangen bij het CJG?



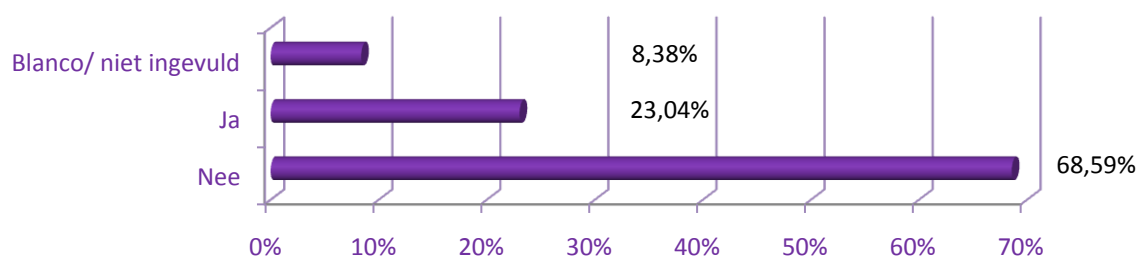
12. Heeft u eerder een opvoedvraag en/of hulp gehad?



13. Wist u waar u met uw vraag terecht kon?



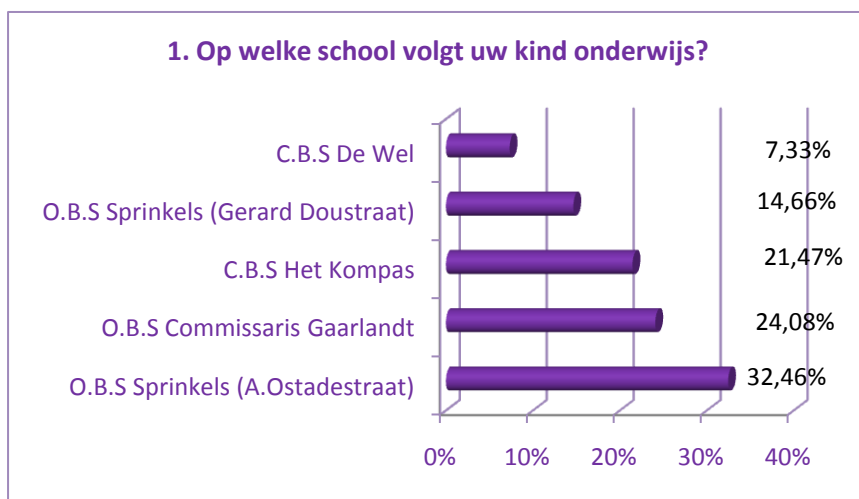
15. Wist u dat de schoolmaatschappelijk werk(st)er een medewerker is van het CJG?



Bijlage V. Dankwoord voor in de nieuwsbrief van de scholen

Beste ouders/ verzorgers,

Eind maart hebben wij u bericht over een enquête vanuit het Centrum voor jeugd en gezin (CJG). Inmiddels zijn alle resultaten bekend en willen wij u hierover inlichten. Als eerste willen wij de ouders/ verzorgers buitengewoon bedanken voor het invullen van de enquête.



Zoals u al in de grafiek hiernaast ziet, hebben wij vijf basisscholen benaderd, waarbij we 900 gezinnen gevraagd hebben om de enquête van het CJG in te vullen. Daarvan hebben wij 191 ingevulde enquêtes in ontvangst kunnen nemen, dat is een respons van 21,22 procent.

Als wij kijken naar de vraag of u op de hoogte bent van het CJG, dan is de uitkomst bijna gelijkwaardig. 48,69 procent geeft aan niet op de hoogte te zijn en 50,26 procent geeft wel aan op de hoogte te zijn van het CJG. Verder is duidelijk naar voren gekomen dat u als ouders/verzorgers een duidelijk aanbod willen zien van het CJG, dit zal dan ook in onze aanbevelingen naar voren komen. Verder zijn de volgende vijf meest gekozen onderwerpen, die u interessant of belangrijk vinden als volgt:

- ❖ Faalangst/ onzekerheid;
- ❖ Houden aan of stellen van grenzen aan mijn kind;
- ❖ Belonen en straffen van mijn kind;
- ❖ Pesten/gepest worden;
- ❖ Ontwikkeling;

Wij zijn erg blij met de tien ouders/verzorgers die kenbaar hebben gemaakt graag mee te willen denken met het CJG. Deze ouders/verzorgers krijgen voor de zomervakantie een uitnodiging om gezamenlijk bij het CJG langs te komen.

Wij hopen dat u door deze informatie een beeld heeft gekregen welke resultaten we binnen hebben gekregen. Als u nog belangstelling heeft of vragen dan kunt u altijd mailen naar

Met vriendelijke groet,

Mirjam Mouwer en Hester Suijk

Bijlage VI. Het PR plan

Na aanleiding van de beschreven conclusie en het hoofdstuk aanbevelingen zullen wij onze aanbevelingen stapsgewijs uitwerken. Bij het kopje 'situatie' beschrijven wij het onderwerp en de daarbij horende verkregen informatie. Bij het kopje 'doelgroep' beschrijven we de doelgroep die van toepassing is op de aanbeveling. Bij 'doelgroep' en 'boodschap' formuleren wij concreet de doelen die wij voor ogen hebben. Daarnaast formuleren wij de boodschap die wij belangrijk vinden om uit te dragen naar de doelgroep toe.

Bekendheid:

Situatie 1

Uit de enquête blijkt dat de respondenten onvoldoende beeld hebben wat het CJG precies is. Wanneer ga je naar het CJG en hoe werkt het. Daarnaast is het CJG bij veel respondenten onbekend. Naar alle waarschijnlijkheid zal dit ook bij andere ouders/verzorgers in de gemeente Meppel zijn.

Doelgroepen

Ouders en/of verzorger in de basisschool leeftijd in de gemeente Meppel.

Doelstellingen en boodschap

- ✦ Eind 2012 weet 90% van alle ouders en/of verzorgers met kinderen in de basisschool leeftijd in de gemeente Meppel wat het CJG Meppel is en wat ze aanbieden.

Boodschap: Het CJG Meppel is laagdrempelig en voor kleine en grote vragen, daarnaast krijgt u gelijk antwoord op u vragen. 'Elke ouder heeft toch wel eens een vraag?'

Strategie en budget

Naar ons idee moet er meer geïnvesteerd worden in promotie. Het CJG is tot op heden onvoldoende bekend in de gemeente Meppel. De boodschap wat het CJG Meppel wil uitdragen is namelijk: Alle ouders/verzorgers moeten met alle vragen (kleine en grote vragen) en met garantie op hulp terecht kunnen bij een herkenbaar en laagdrempelig punt in de gemeente (CJG en andere vindplaatsen in Meppel). Dit blijkt de juiste insteek te zijn wanneer we kijken naar de resultaten in de enquête. Dit is nauwelijks bereikt. Door middel van een campagne denken wij dat het CJG ouders/verzorgers meer kan bereiken. Ouders/verzorgers hebben behoefte om te weten waar het CJG voor staat.

Uit de gesprekken met de procesmanagers van de onderzochte CJG's is gebleken dat een campagne een goede methode blijkt te zijn om de doelgroep te betrekken bij het CJG. Investeren in campagnes is naar ons idee zeer wenselijk om de doelgroep in Meppel te benaderen.

Uitvoering

- ✦ Grote posters verspreiden in bijvoorbeeld bushokjes
- ✦ Het CJG laten zien op evenementen in Meppel. Zoals braderieën, markten, grachtenfestival, bibliotheken en donderdag-meppeldagen.
- ✦ Bij de organisaties en/of vindplaatsen kaartenmolens neerzetten met ansichtkaarten en/of posters.
- ✦ Scholen benaderen om in de nieuwsbrieven te schrijven, krantenberichten, huis aan huisbladen, wijkkranten.
- ✦ Door middel van de enquête creëer je meer bekendheid en betrek je ouders meer bij het CJG. Deze zal dus op andere basisscholen uitgezet kunnen worden.

Evaluatie

Op dit moment hebben wij een steekproef uitgevoerd en dit kan gezien worden als 0- meting. Na de campagne is het wenselijk te kijken wat het effect ervan is geweest.

Situatie 2

Uit de enquête blijkt dat nieuwe inwoners van de gemeente Meppel niet op de hoogte zijn waar het CJG Meppel gevestigd is. Dit wordt ervaren als een gemis. Wij als onderzoekers vinden het belangrijk dat iedereen op de hoogte is. Het zou naar aanleiding van ons onderzoek wenselijk zijn dat nieuwe inwoners van de gemeente Meppel gelijk op de hoogte worden gesteld waar het CJG Meppel is gevestigd en welke mogelijkheden het biedt.

Doelgroepen

Nieuwe inwoners in de gemeente Meppel.

Doelstellingen en boodschap

- Vanaf oktober 2011 krijgt iedere nieuwe inwoner een informatiepakket over het CJG in de gemeente Meppel. Zo worden nieuwe inwoners gelijk bekend met het CJG.

Boodschap: De nieuwe inwoners moeten weten waar ze met hun opvoedvragen terecht kunnen.

Strategie

Een informatiepakket zou kunnen worden samengesteld met het volgende: algemene informatiefolder met adres, telefoon en website. Daarnaast kan er een folder met de verschillende mogelijkheden die het CJG biedt toegevoegd worden. Ten slotte zou een pen/ansichtkaart etc. een leuke aanvulling zijn.

Om te realiseren dat nieuwe inwoners een informatiepakket krijgen is het wenselijk dat een balie-medewerker vanuit het CJG contact opneemt met de desbetreffende persoon van de gemeente. Wanneer dit mogelijk is zal er regelmatig contact gelegd moeten worden tussen beiden over de beschikbaarheid van het materiaal.

Uitvoering

- Algemene CJG folders maken.
- CJG folder 'inhoudelijke informatie' over het CJG.
- Promotie materiaal toevoegen.
- Bij elke inschrijving in de gemeente Meppel wordt door de balie-medewerkers een informatiepakket overhandigd.
- Coördinatie ligt bij balie medewerkers vanuit het CJG Meppel.

Evaluatie:

Na een half jaar kijken wat het effect is en welke verbeterpunten er wenselijk zijn.

Behoeftes

Situatie 3

Uit de enquête kwam duidelijk naar voren dat de respondenten het wenselijk vinden om door middel van een nieuwsbrief vanuit de scholen geïnformeerd te willen worden over het CJG. Daarnaast willen zij informatie kunnen vinden op de website en is er behoefte aan thema- avonden.

Doelgroepen

Ouders en/of verzorgers met kinderen in de basisschool leeftijd.

Doelstellingen en boodschap

- ✿ Begin september 2011 wordt er begonnen om meer aan te sluiten bij de wensen en behoeftes van de ouders/ verzorgers.

Boodschap: Het CJG Meppel vindt de behoeftes en wensen van de doelgroep belangrijk en heeft dit als prioriteit.

Strategie

Nieuwe ontwikkelingen, aankondiging van thema-avonden of andere activiteiten of mededelingen berichten via de nieuwsbrief van de scholen en de website publiceren.

Thema-avonden worden gepromoot door het CJG. Het kenbaar maken van een thema avond kan kort in de nieuwsbrief gezet worden. Voor meer informatie kan de doelgroep de site bezoeken en zich tevens inschrijven.

Uitvoering

- ✿ Toestemming van alle basisscholen creëren om regelmatig berichten vanuit het CJG te plaatsen in de nieuwsbrieven.
- ✿ Thema-avonden promoten op de website
- ✿ Thema-avonden promoten bij de vindplaatsen.

Evaluatie

Elk half jaar kijken naar de effecten en verbeterpunten.

Benadering:

Situatie 4

In de enquête hebben wij gevraagd of ouders en/of verzorgers behoefte hebben mee te denken en praten over het CJG. Tien ouders en/of verzorgers hebben zich opgegeven. Wij adviseren om hier een panelgroep van te maken.

Doelgroepen

De ouders/verzorgers die willen mee denken.

Doelstellingen en boodschap

- ✿ Eind juni 2011 is de eerste bijeenkomst gerealiseerd met de ouders/verzorgers die zich hebben opgegeven.

Boodschap: Door de panelgroep heeft het CJG de mogelijkheid meer aan te sluiten bij de doelgroep, wat het CJG graag wil realiseren.

Strategie

Door middel van een panelgroep heeft het CJG de mogelijkheid om naast de doelgroep te staan en te kunnen handelen vanuit de wensen en behoefte.

Uitvoering

- ✿ De opgegeven ouders en/of verzorgers uitnodigen (de gegevens staan in de enquête)
- ✿ Het CJG moet van te voren punten vaststellen wat ze graag willen bespreken.
- ✿ De CJG moeten van te voren een duidelijke doelstelling hebben wat ze willen bereiken met de panelgroep.

Evaluatie

Na de eerste bijeenkomst kan er beoordeeld worden of de ouders/verzorgers verder willen meedenken met het proces van het CJG. Zo ja dan stellen wij voor de bijeenkomsten om de drie maanden plaats te laten vinden.

Situatie 5

De volgende situatie is in de enquête naar voren gekomen: Een ouder woont in de gemeente Westerveld en een kind volgt onderwijs in Nijeveen (gemeente Meppel). De Moeder heeft hulp gevraagd bij het CJG in Meppel. Hier werd zij niet geholpen omdat zij in de gemeente Westerveld woont. Moeder was verbaasd omdat haar kind wel in de gemeente Meppel naar school gaat. Moeder zou worden terug gebeld door het CJG Westerveld. Moeder is teleurgesteld en heeft tot op heden geen telefonisch contact gehad.

Hieruit kun je concluderen dat de communicatie tussen deze twee gemeentes onvoldoende is.

Doelgroepen

Ouders/verzorgers uit een andere gemeente met kinderen op school in de gemeente Meppel.

Doelstellingen en boodschap

- ✿ Eind 2011 is er een beleid opgesteld over bovenstaande situatie tussen omliggende CJG's van de gemeente Meppel.

Boodschap: Elke ouder moet bij elk CJG deur het gevoel hebben dat ze met hun vraag terecht kunnen, ongeacht welke gemeente.

Strategie:

Door aan te sluiten bij de boven beschreven boodschap is het belangrijk dat ouders het gevoel hebben dat er iets gedaan wordt met hun vraag. Belangrijk is hierbij dat de CJG's in de gemeentes een juiste communicatiestijl hanteren. Bij de overdacht van de gestelde vraag van de ene CJG naar de andere CJG, het belangrijk dat ouders/verzorgers geen last ervaren maar geholpen worden.

Uitvoering

- ✿ Het CJG Meppel moet nadenken wat ze in vervolg met de beschreven situatie doen.
- ✿ Eventueel samenwerking zoeken met andere CJG's.

Evaluatie

Na één jaar moet gekeken worden naar de effecten en werkbaarheid van de strategie.

Situatie 6

Vanuit onze enquête hebben wij verschillende vragen gesteld aan ouders en/of verzorgers met 'wist u dat?' daarbij kwam naar voren dat 68,59 procent niet wist dat een schoolmaatschappelijk werkster een medewerker is van het CJG. Daarnaast hebben wij gemerkt dat de medewerkers van het CJG Meppel zich niet allen een CJG medewerker voelen. Het gevolg kan zijn dat ouders/verzorgers niet door hebben dat zij met een CJG medewerker te maken hebben omdat de medewerker zich niet CJG voelt. In de enquête kwam deze situatie ook naar voren.

Doelgroepen

CJG medewerkers (kernpartners)

Doelstellingen en boodschap

- ✿ Eind 2012 is het voor ouders en/of verzorgers weten welke organisatie een samenwerkingsverband heeft met het CJG
- ✿ Alle CJG medewerkers voelen zich eind 2012 verbonden met het CJG en stralen dit naar de doelgroep uit.

Boodschap: Ouders en/of verzorgers zijn op de vindplaatsen al bij het CJG.

Strategie

Vanuit het onderzoek bij de verschillende CJG's hebben wij meerdere inzichten gekregen die toepasbaar kunnen zijn voor het CJG in Meppel. Hieronder beschrijven wij kort de mogelijkheden.

- ✿ Door alle CJG medewerkers te laten werken op de inloop en dit constant te laten rouleren creëer je betrokkenheid, verantwoordelijkheid en creativiteit bij alle CJG medewerkers. Elke CJG medewerker krijgt dus regelmatig de pet op van het CJG.
- ✿ De inloop in Meppel is op dit moment van 14.00 uur tot 17.00 uur. In onze beleving hoeft de inloop maximaal twee uur open te zijn.
- ✿ Om CJG medewerkers het CJG gevoel te geven gebruikt Emmen afspraakkaartjes die de medewerkers kunnen gebruiken. Dit wordt niet verplicht maar creëert wel een verbondenheid met het CJG. Daarom adviseren wij het CJG om handige materialen zoals de afspraakkaartjes, of een handige map uit te delen aan de medewerkers. Op deze manier breng je op een laagdrempelige manier het CJG binnen bij de kernpartners.
- ✿ Voor de strategie naar ouders toe is het belangrijk dat alle medewerkers het logo gaan gebruik, de voice- mail in te spreken als CJG medewerker en te werken met CJG visite kaartjes

Belangrijk is dat medewerkers op een laagdrempelige manier toch steeds meer het CJG verbonden zijn. Dit geeft ook aan dat het benadering vanuit het CJG meer coachend moet zijn en motiverend. De medewerkers moet het straks zelf gaan doen. Wat willen zij? En wat hebben zij nodig? De verantwoordelijkheid leggen bij de kernpartners.

Uitvoering

- Afspraakkaartjes, map, mokken, pennen, visitekaartjes afstemmen op CJG
- Rouleren van de medewerkers rondom de inloop
- Teambuilding dagen.
- Inloop korter
- Elke CJG medewerker moet het CJG logo zoveel mogelijk gaan gebruiken.

Evaluatie

Eind 2012 effecten en ontwikkelingen concreet evalueren en nieuwe stappen uitzetten voor de toekomst van het CJG.

Bijlage VII. Begrippenlijst

0- Meting:	Meting waarbij de uitkomsten als uitgangspunt worden genomen voor later onderzoek. Na het onderzoek kunnen de uitkomsten hiervan vergeleken worden met de uitkomsten van de 0-meting.
DVI:	DVI staat voor Drentse verwijis index. Dit is een middel om de samenwerking tussen verschillende organisaties en beroepskrachten te bevorderen. Het DVI is ingesteld voor kinderen en jongeren die het risico lopen in problemen te komen. In de verwijisindex staat alleen geregistreerd dat er een melding is gedaan. De aard van de melding en de behandeling worden niet bijgehouden. In de DVI worden alleen algemene gegevens beschreven. De Drentse verwijisindex is gekoppeld aan de landelijke Verwijs Index Risico's jeugdigen (VIR)
GGD:	Gemeentelijke of Gemeenschappelijke Gezondheidsdienst. De ruim 400 Nederlandse gemeenten hebben de wettelijke taak om de gezondheid van burgers te bevorderen en beschermen tegen ziekten en calamiteiten. Deze taak is neergelegd bij de GGD. Het GGD heeft veel verschillende taken. De meest bekende zijn: De jeugdarts op de basisscholen, de ambulance dienst of het halen van vaccinaties.
Kernpartners:	Het CJG is geen organisatie met eigen personeel. De medewerkers zijn in dienst bij één van de samenwerkende organisaties/kernpartners. Wanneer we spreken over CJG medewerkers zijn dit dus medewerkers die werkzaam zijn bij de kernpartners van het CJG.
Maatschappelijk werk:	Als maatschappelijk werker ondersteun je mensen bij het oplossen van en omgaan met hun problemen in hun dagelijks leven of in hun werk. Dit kan van korte, maar ook van langere duur zijn. Het maatschappelijk werk is veelal op individuen gericht.
MDT:	Teams waarin mensen uit verschillende disciplines samenwerken. Hierin wordt veelal casuïstiek besproken.
Ronde tafel overleg:	Dit begrip heeft meerdere betekenissen. In ons verslag wordt dit bedoeld als een gesprek waarin de aangewezen hulpverlener overdracht aan de betrokken ouders en/of verzorgers geeft over de besproken onderwerpen in het MDT.
Stichting Alexander:	Stichting Alexander is een landelijk instituut voor jongerenparticipatie en actiegericht jongerenonderzoek. De stichting ontwerpt naar aanleiding van de vraag van de opdrachtgever participatietrajecten op maat en voeren wanneer gevraagd het onderzoek uit.
WMO:	De Wet maatschappelijke ondersteuning (WMO) zorgt ervoor dat iedereen kan meedoen aan de maatschappij en zelfstandig kan blijven wonen. Het gaat bijvoorbeeld om mensen met beperkingen door ouderdom of handicap, een chronisch psychisch probleem, maar ook om vrijwilligers en mantelzorgers. Het WMO is een onderdeel van de gemeente.
Vindplaatsen:	Vindplaatsen zijn plekken waar ouders automatisch komen en waar de professionals de kinderen regelmatig zien. Alle basisscholen, peuterspeelzalen, kinderdagverblijven en consultatiebureaus in de gemeente zijn dus aangewezen als vindplaatsen.