

Quick-wins voor BUUV

De sociale buurtmarktplaats van Haarlem



Initiatiefnota

22 juni 2015

Frank Visser, gemeenteraadslid
Rosa Barth-van den Boom, schaduwraadslid

Inhoud

Inleiding	2
Achtergronden BUUV	3
Voorstellen	6
Financiële paragraaf	11

Inleiding

BUUV is de sociale buurtmarktplaats van Haarlem en heeft tot doel nieuwe toekomstbestendige vormen van hulp bij het huishouden te laten ontstaan en de zelfredzaamheid van burgers sociale cohesie in de wijken te vergroten. BUUV bestaat uit een digitale poot (haarlem.buuv.nu) en een fysieke poot met sociaal makelaars die de kwetsbare doelgroepen ondersteunen (spreekuren, prikboards, telefoon en aanwezigheid in de wijk). Beide zijn gericht op het matchen van vraag en aanbod.

In de gemeenteraad van Haarlem zijn zowel voor- als tegenstanders van dit project. De één ziet het als een innovatief instrument, de ander vraagt zich af of dit soort initiatieven niet ook van onderop kunnen komen als particulier initiatief. Ook zijn meerdere keren de kosten van het project ter sprake gekomen. Deze kosten lijken hoog als je ze afzet tegen het aantal succesvolle matches bij de primaire doelgroep. Anderen stellen daar tegenover dat het maatschappelijke rendement groter is dan alleen de feitelijk zichtbare kosten en matches. Er is in 2013 een maatschappelijke kosten baten analyse uitgevoerd, die stelt dat BUUV positief scoort.

Hoewel wij kritisch zijn over de kosten, zien wij ook de mogelijke potentie van dit project en zijn wij blij met de progressie die het afgelopen jaar is geboekt. Als we op dezelfde wijze andere welzijnsprojecten zouden kwantificeren zijn deze waarschijnlijk minder efficiënt. Juist nu zorg en welzijn in een transitie zitten kan BUUV een gat opvullen en nieuwe initiatieven in de samenleving stimuleren.

Deze initiatiefnota is niet bedoeld om een nieuwe discussie te openen over nut en noodzaak van BUUV. Nu BUUV er is en zeker ook positieve resultaten boekt moet het de tijd krijgen zich te ontwikkelen en te bewijzen

Om het maatschappelijk rendement van BUUV groter te maken stellen wij wel een aantal concrete quick-wins voor. Met de voorstellen in deze notitie willen wij:

- Bekendheid en bereik van BUUV vergroten
- Komen tot meer efficiency binnen de BUUV-aanpak
- BUUV beter inbedden binnen andere activiteiten en communicatiemiddelen

De voorstellen in deze initiatiefnota hebben wij niet allemaal zelf verzonnen. Wij hebben gekeken naar de werkwijze in andere gemeenten. Overal in gemeenteland spelen immers momenteel dezelfde vraagstukken. BUUV staat landelijk inmiddels in the picture als goed voorbeeldproject maar dat wil niet zeggen dat wij ook van andere gemeenten kunnen leren. Het leren en samen verbeteren gebeurt ook al concreet door de landelijke activiteiten van BUUV NL, waarin Haarlem optrekt met andere gemeenten en maatschappelijke instellingen.

Wij hopen op draagvlak binnen de gemeenteraad en het college om deze voorstellen door te voeren. Wij stellen voor om uiterlijk in 2017 een grote evaluatie te doen van de stand van zaken van de transitie in het sociaal domein om te zien in hoeverre de beoogde innovatie van de grond is gekomen en daarbij specifiek BUUV te evalueren. Hierbij kunnen de resultaten vergeleken worden met de MKBA die eerder al is uitgevoerd.

Achtergronden BUUV

Financiën

BUUV is onderdeel van de sociale basisinfrastructuur van Haarlem naast de algemene voorzieningen en het welzijnswerk



Jaarlijks kost BUUV de gemeente Haarlem circa 5 ton:

425.000 Subsidies partners, internetplatform, communicatie, etc.
80.000 Teamleider en medewerker communicatie-website

Van deze kosten bestaat 79% uit personele kosten voor de teamleider, de sociaal makelaars, de medewerker communicatie en de vrijwilligerscoördinator. Het grootste deel van de kosten is bestemd voor een aantal sociaal makelaars die verbindingen leggen tussen mensen. Circa 40% van de matches komt tot stand via deze makelaars. De rest komt tot stand via andere professionals of via de site.

Naast Haarlem is BUUV inmiddels ook actief in 9 andere gemeenten. Deze gemeenten dragen allemaal bij aan beheer en ontwikkeling van het digitaal platform. Hierdoor kan het platform zich sneller ontwikkelen tegen lagere kosten voor de gemeente Haarlem. De uitvoering en personele invulling van de lokale BUUV-marktplaatsen doen alle gemeenten zelf.

Berichten plaatsen

Vraag en aanbod kan worden aangemeld via de BUUV-website, telefonisch of via een BUUV-prikbord. In BUUV-advertenties staan wel namen maar geen verdere contactgegevens. Bovendien is het mogelijk anoniem deel te nemen aan BUUV, de contacten verlopen dan via BUUV.

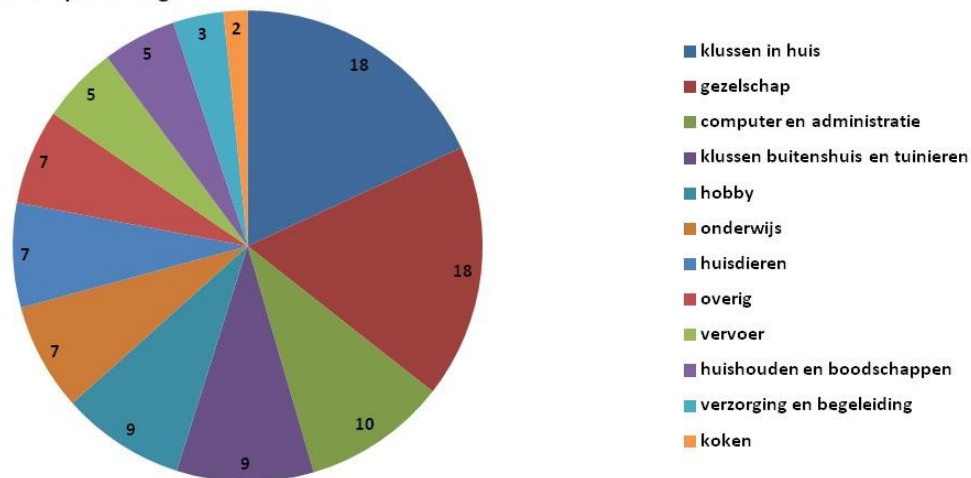
Soorten diensten

Er zijn drie soorten matches te onderscheiden bij BUUV:

- Diensten die anders door professionele dienst- of hulpverlening opgepakt zouden worden, of voorheen voor de bezuinigingen door deze partijen zouden worden opgepakt.
- Diensten die vooral bijdragen aan het welzijn van mensen.
- Matches die leiden tot een groter sociaal netwerk.

Ongeveer de helft van de matches beslaat een vraag naar de eerste groep diensten. Een derde valt onder de tweede groep. Deze indeling is echter niet goed te herleiden uit de gerealiseerde matches. Deze worden namelijk per onderwerp geregistreerd in de systemen.

Matches per rubriek percentage 2014



Sociaal makelaars

Verschillende partners uit het zorg en welzijnnetwerk van de gemeente leveren sociaal makelaars en een vrijwilligerscoördinator. Het gaat in totaal om 4,75 FTE binnen de basisinfrastructuur. De sociaal makelaars werken wijkgericht, en werken samen met de lokale sociale wijkteams.

BUUV vrijwilligers en contactpersonen

Het afgelopen jaar is gewerkt aan het werven van vrijwilligers die een deel van het werk overnemen van de sociaal makelaars als assistent-sociaal makelaar, als ambassadeur van BUUV of als lid van de Denktank van BUUV. Inmiddels zijn circa 40 vrijwilligers actief waardoor bij de uitbreiding van BUUV naar de hele stad de inzet van extra sociaal makelaars bovenop de sociaal makelaars die al actief waren tijdens de pilotperiode beperkt kon blijven. Mensen kunnen zich ook als contactpersoon voor iemand anders aanmelden op BUUV. Zo kunnen bijvoorbeeld zorg-professionals, familieleden of burens contactpersoon worden voor meerdere cliënten.

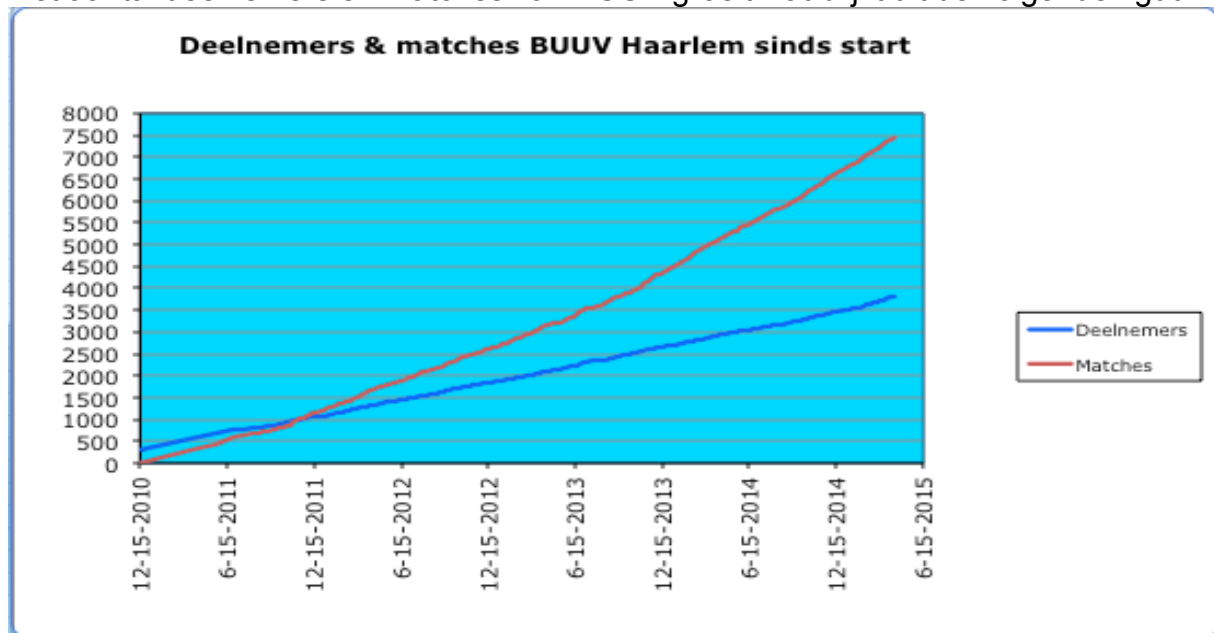
Prikborden

Vraag en aanbod van BUUV is zichtbaar op steeds meer prikboards in de stad. Inmiddels gaat het om bijna 50 locaties die worden beheerd door vrijwilligers. De locaties zijn bekende ontmoetingsplekken zoals de bibliotheek, verzorgingstehuizen, huisartsenpraktijken, locaties van maatschappelijk partners, kerken en supermarkten.

Matches

Circa 60% van de matches van BUUV loopt rechtstreeks via de website en circa 40% via de sociaal makelaars. Uit het MKBA onderzoek blijkt dat circa 40% van de matches afkomstig zijn uit de kwetsbare doelgroepen waar BUUV primair voor bedoeld is. Door de brede insteek wordt echter bereikt dat meer mensen betrokken zijn en zo het netwerk van BUUV-en in een wijk groter is. Zo wordt ook voorkomen dat BUUV stigmatiserend werkt.

Het aantal deelnemers en matches van BUUV groeit wat blijkt uit de volgende figuur:



In 2013 werden jaarlijks zo'n 1.500 matches gemaakt. De kosten per geregistreerde match zijn circa €170. Afgezet tegen de matches waar een kwetsbare deelnemer aan deelneemt, zijn de kosten €645 per match. Als het maatschappelijk rendement wordt meegenomen dan scoort BUUV in de MKBA uit 2013 neutraal (bron: MKBA BUUV). Inmiddels zijn de omstandigheden gewijzigd. Zo is er bezuinigd op de huishoudelijke hulp en zijn er inmiddels eerste ervaringen met BUUV in andere wijken dan de pilot-wijken. De vraag is wat hiervan de gevolgen zijn als de MKBA nu opnieuw zou worden uitgevoerd.

De effectiviteit van BUUV is lastig te meten. In de MKBA is dit daarom verder in kaart gebracht met uitgebreid onderzoek naar de BUUV deelnemers:

- Een match kan leiden tot een eenmalige of een hele serie activiteiten. Deze vervolgactiviteiten zijn niet meegenomen in de figuur. Uit een steekproef in het kader van de MKBA die is uitgevoerd naar BUUV, blijkt dat 30% van de matches leidt tot meerdere activiteiten (gemiddeld 8 activiteiten). De overige matches betreffen eenmalige activiteiten
- Ook het aantal uren per match kan sterk verschillen. Het aantal uren wordt niet geregistreerd. Wel wordt geregistreerd voor wat voor soort diensten een match wordt gemaakt.
- BUUV kan leiden tot nieuwe sociale netwerken en ook matches die buiten BUUV om ontstaan. Dat is lastig te meten.

Voorstellen

1. Beter verbinden met sociaal wijkteams

De sociaal makelaars zijn geen lid van de sociaal wijkteams aangezien er meer wijken zijn dan het aantal sociaal makelaars. De sociaal makelaars werken wel wijkgericht. Zorg dat een sociaal makelaar van BUUV regelmatig aanschuift en maak alle leden van het sociaal wijkteam contactpersoon op het BUUV platform zodat ze advertenties kunnen plaatsen en actief mensen kunnen matchen. Juist de sociaal wijkteams zijn de schakel om de hulp van BUUV ook daadwerkelijk bij de hulpbehoevenden te krijgen. Doelgericht persoonlijk contact is de sleutel tot het terugdringen van sociaal isolement. Een sociaal wijkteam heeft goed zicht op welke Haarlemmers baat hebben bij BUUV.

2. Welzijnswerkers worden ook BUUV makelaar

De bedoeling was dat BUUV zou leiden tot meer efficiëntie in het sociaal domein. De uitbreiding van het aantal sociaal makelaars toen BUUV uitbreidde naar de hele stad na de eerste proef in Haarlem Oost zou gaan volgens het principe nieuw voor oud. In de praktijk is dit ingevuld door BUUV te financieren binnen het budget van de basisinfrastructuur. Hiermee is 'nieuw-voor-oud' vooral een financiële exercitie geworden en niet een organisatorische. Wel zijn de sociaal makelaars afkomstig van verschillende moederorganisaties zodat in het team van sociaal makelaars meerdere disciplines zijn vertegenwoordigd.

Er is vermoedelijk nog veel winst te boeken door de werkwijze van BUUV verder te integreren in het reguliere welzijnswerk. In de praktijk laten zorg- en welzijnspartners hun cliënten deelnemen, bijvoorbeeld voor dagbesteding. Via de website kunnen professionals voor meerdere cliënten contactpersoon zijn. De vraag is echter of dit al structureel gebeurt. Geef daarom welzijnswerkers ook expliciet als taak mee om actief te matchen waar zij vraag en aanbod signaleren. Zo kan een jongerenwerker specifiek jongeren werven als BUUV.

Evalueer na een jaar het aantal matches via de sociaal makelaars, de sociale wijkteams, de welzijnsmedewerkers en de BUUV-vrijwilligers en onderzoek op basis van deze evaluatie of hetzelfde of een beter resultaat kan worden bereikt met minder sociaal makelaars die een meer coördinerende rol hebben en/of door het werk van de sociaal makelaar volledig te integreren met andere welzijnstaken.

3. Meer ambassadeurs en netwerken

Bouw het netwerk van BUUV- vrijwilligers uit. Onderzoek daarbij of bestaande netwerken kunnen worden benut zodat teams van vrijwilligers redelijk zelfstandig kunnen opereren en de sociaal makelaars zo min mogelijk tijd kwijt zijn voor coördinatie.

4. Prikborden bij huisartsen, scholen, sportclubs en kerken

Maak een afspraak met de grote supermarktketens in de stad dat bij alle filialen een BUUV-prikbord komt te hangen. Ga in overleg met huisartsen, scholen, sportclubs en kerken op het aantal prikbord locaties verder uit te breiden.

5. BUUV op recept

Ga met huisartsen in gesprek hoe via BUUV concreet invulling kan worden gegeven aan het principe “welzijn op recept”.

6. Open data

Onderzoek of de BUUV-advertenties ook beschikbaar kunnen komen als open data zodat andere sites of apps die zich richten op de regio ze kunnen doorplaatsen zodat het bereik van BUUV wordt vergroot. Onderzoek hiervoor wel eerst de mogelijke gevolgen voor de privacy. Deze lijkt met de huidige procedure van BUUV afdoende. Wel is het wenselijk dat deelnemers in dat geval kunnen aangeven of hun berichten mogen worden doorgeplaatst zodat deelnemers de regio houden hoe breed hun advertentie wordt verspreid.

7. Werk meer samen met wijkraden

Wijkraden zijn sleutelfiguren in de buurt en zijn volgens de website van BUUV ook partner. Wijkraden zijn er primair voor het vertegenwoordigen van de wijk en kun je dus niet verplichten mee te doen met het BUUV concept. Maar veel wijkraden zijn wel bereid zich breder in te zetten. Door de juiste tools aan te bieden kan BUUV via de wijkraden breder bekend worden gemaakt. Zo maakt open data het mogelijk om BUUV-oproepen op wijkniveau door te plaatsen op de websites van de wijkraden.

8. Meer partners

BUUV heeft in Haarlem circa 35 partners. Van welzijnsinstellingen tot een kerk en van Paswerk tot woningcorporaties. In het kader van deze initiatiefnota is deze samenwerking niet verder onderzocht. Nu BUUV over de hele stad is uitgerold lijkt het goed om de huidige samenwerking te evalueren en te bezien of beter gebruik gemaakt kan worden van de bestaande relaties.

Kijk ook of het aantal partners kan worden uitgebreid. Zo lijkt het concept van wehelen.nl sterk op BUUV. WeHelpen is een coöperatie en opgericht door Achmea, Bureauvijftig, CZ, Menzis, PGGM, Rabobank, The Caretakers en VitaValley¹. Andere coöperatieleden zijn Anbo, Humanitas en zes gemeenten waaronder Groningen en Enschede. Opvallende afwezigen bij de partners van BUUV zijn zorgverzekeraars en ouderenorganisaties.

9. BUUV in de krant en op de radio

De bekendheid van BUUV kan ook worden vergroot door meer aandacht in de media. Advertenties zijn duur maar wellicht is er met behulp van sponsors toch iets mogelijk. Het mooiste zou een vaste rubriek in een van de weekkranten zijn en op online media zoals de nieuwsbrief van Dichtbij.NL. Maak daarnaast afspraken met Haarlem105 dat ze in ruil voor de programmasubsidie regelmatig aandacht besteed aan BUUV.

10. Benut sociale media

BUUV-Haarlem is actief op Facebook en plaatst regelmatig berichten over allerlei activiteiten rond BUUV en in de stad. Er vindt echter weinig interactie plaats. Onderzocht moet worden hoe Facebook effectiever kan worden ingezet. Bijvoorbeeld door het plaatsen van berichten over BUUV via de gemeentelijke Facebook site.

¹ <https://www.wehelpen.nl/wat-is-het/over-wehelpen/>

Facebook wordt niet ingezet voor het vinden van matches. Dit lijkt een gemiste kans omdat via Facebook snel een grote groep mensen kan worden bereikt. Een overdaad aan berichten moet worden voorkomen, maar het zou goed zijn een experiment te doen met het doorplaatsen van specifieke advertenties.

11. BUUV en sociaal wijkteams prominenter op haarlem.nl

BUUV is niet geïntegreerd in de website van de gemeente Haarlem. BUUV is alleen vindbaar via de zoekmachine met een korte tekst en link naar de BUUV-site. De gemeentelijke website is nu vooral een loket van de gemeente, terwijl de gemeente zich juist steeds meer midden in de samenleving wil positioneren en initiatieven als BUUV ook ziet als mogelijkheid om het beroep op professionele hulp via de gemeente te verlagen. Er liggen kansen voor een groter bereik van BUUV gezien het grote aantal bezoekers van de gemeentelijke site. Onderzoek daarom of op de gemeente site BUUV een plek kan krijgen als één van de centrale loketten en op de pagina's van de stadsdelen. Maak tegelijk ook de sociaal wijkteams beter vindbaar. Deze zijn nu alleen te vinden via de pagina WMO maar niet op de stadsdeelpagina's waar je ze wel zou verwachten.

12. Bezorgd? BUUV meldpunt!

BUUV is nu vooral gericht op vraag en aanbod van diensten. Daarnaast willen sociaal makelaars BUUV gebruiken voor de signalering van knelpunten. BUUV biedt immers veel kansen om met mensen in contact te komen. Er ontbreekt echter een platform voor burgers om meldingen te doen.

Het is opvallend dat op de gemeentelijke website prominent de functie "melding" staat. Het gaat hier echter alleen om meldingen in het fysieke domein. Waarom is er geen meldpunt voor het sociale domein? Juist nu de taken van de gemeente in het sociale domein door de decentralisaties enorm is uitgebreid is het van belang dat deze sociale taak ook meer tot uiting komt in de loketten op de gemeentelijke website.

Enkele gemeenten in Haaglanden hebben al enige tijd een "meldpunt bezorgd"². Bij dit meldpunt kunnen mensen een melding doen als zij zich ernstige zorgen maken om mensen die in een zorgelijke situatie verkeren en daar op het eerste gezicht geen hulp voor vragen. Wij stellen voor op de gemeentelijke website als proef zo'n meldpunt in te richten en dit meldpunt ook te plaatsen op de BUUV site.

13. BUUV-hulpnetwerk met gezamenlijk agenda beheer en logboek

Het vraag en aanbod van hulpdiensten op BUUV is nu gericht op 1-op-1 contacten. Vele handen maken echter licht werk. Op wehelen.nl is daarom naast vraag en aanbod ruimte om samen met anderen een hulpnetwerk voor iemand te organiseren. In zo'n hulpnetwerk kun je gezamenlijk een agenda beheren, een logboek bijhouden en notities delen. Via de site kan je eenvoudig een hulpnetwerk aanmaken en anderen uitnodigen en zo samen de zorg goed organiseren. Deze nieuwe functie lijkt ons een zeer waardevolle toevoeging voor BUUV.

² http://www.delft.nl/Inwoners/Zorg_en_welzijn/Jeugd_en_gezin/Bent_u_bezorgd/Meldpunt_Bezorgd

14. BUUV op de kaart

BUUV-advertenties zijn nu te vinden op thema en op stadsdeel. Een mogelijke aanvulling is om BUUV advertenties ook van een geotag te voorzien zodat ze op een kaart kunnen worden geprojecteerd (bijvoorbeeld Google Maps). Zo kunnen mensen direct op wijk of zelfs straatniveau vraag en aanbod zien. Dit biedt mogelijkheden voor verbreding met andere wijkinformatie op de BUUV-site of in een aparte buurt-app en vergroot ook de toepassingen die kunnen worden gerealiseerd via open data.

Een mooi voorbeeld is het Nijmeegse Buurtradar (<https://www.dewijkwebsite.nl/buurtradar>). Hier staan op één google maps kaart niet alleen hulpvraag, hulpaanbod maar ook prikboardadvertenties, buurtnieuws, buurtfilmpjes, buurtagenda en zelfs informatie over alle kunstwerken in de buurt. Het nadeel is dat vraag en aanbod van hulp niet centraal staat. Het voordeel is dat het meer mensen aanspreekt en zo het bereik van advertenties kan vergroten.

15. BUUV-dag

Jaarlijks is er een Nationale Burendag. Probeer hier in 2016 in Haarlem een BUUV-dag van te maken om zo het concept van BUUV breder bekend te maken in de stad. Roep burgers op die dag zich eenmalig beschikbaar te stellen als BUUV.

16. Maak successen zichtbaar

Op haarlem.buuv.nu en de facebook pagina van BUUV is weinig terug te vinden over de resultaten van BUUV. Er is een interview met de BUUV van de maand, maar bijvoorbeeld het aantal matches is niet terug te vinden. Maak de ontwikkeling van BUUV transparant met een BUUV-monitor. Dit motiveert deelnemers als ze zien hoeveel mensen actief zijn.

17. Meer statistiek, ook op wijkniveau

In een analyse van de matches is het opvallend dat mensen makkelijker buiten dan binnen hun eigen buurt hulp aanbieden. Dit is niet de opzet van het BUUV experiment geweest. De kans dat mensen uit hun isolement komen lijkt bij grotere afstanden kleiner. En dat terwijl juist het oorspronkelijke BUUV-experiment juist wel gericht is op het mensen uit hun isolement halen. Meer onderzoek op dit punt is nodig.

Nu BUUV stadsbreed is uitgerold, is het van belang dat dit in kaart wordt gebracht. De vraag is of het BUUV-concept in elke wijk even goed werkt. Het aantal deelnemers en matches groeit, maar het aantal deelnemende wijken is ook gegroeid. Er zijn nog geen cijfers per wijk naar de gemeenteraad gestuurd. Een eerste indruk op basis van de bekende cijfers is dat BUUV in de nieuwe wijken vooralsnog minder goed scoort dan in de wijken waar het experiment is gestart. Dit kan komen doordat het project daar nog maar kort geleden is gestart en minder bekend is, maar er kunnen ook andere oorzaken zijn.

In wijken met veel huishoudens met dubbele inkomens is het bijvoorbeeld nog maar de vraag of het concept net zo goed aanslaat als in wijken waar overdag meer mensen vrije tijd beschikbaar hebben. Dit zal bovendien moeten worden afgezet ten opzichte van het aantal mensen uit de primaire doelgroep van BUUV die in de wijk woont. Cijfers van wijken kunnen dus niet 1-op-1 worden vergeleken. Er moet ook naar doelgroepen op inkomensniveau worden gekeken.

Tenslotte is er meer inzicht nodig in de lange termijn-effecten van BUUV. Zijn deelnemers van het eerste uur nog steeds actief als BUUV door het aangaan van nieuwe matches? Neemt de sociale cohesie op wijkniveau door BUUV daadwerkelijk toe?

Al dit soort vragen zullen bij een evaluatie moeten worden beantwoord om te bezien of BUUV in de huidige vorm ook voor de lange termijn in Haarlem moet blijven behouden. Het is aan te bevelen om bij de evaluatie de conclusies van de MKBA uit 2013 te toetsen.

Financiële paragraaf

De meeste voorstellen uit deze initiatiefnota zijn te realiseren binnen het bestaande budget voor BUUV. Zo is er jaarlijks geld beschikbaar voor verbetering van de ICT systemen. Bovendien worden de kosten hiervan gedeeld met de andere deelnemers. Op deze wijze kunnen voorstel 6, 7, 13, 14, 16 en 17 worden gefinancierd.

Voorstel 11 en 12 gaan over aanpassingen van de gemeentelijke website. Hiervoor zal financiering moeten worden gevonden binnen de reguliere middelen voor de website en de middelen die nog beschikbaar komen voor het vergroten van de participatie via de website. Uitdaging is daarbij vooral de organisatorische aanpassing die het BUUV-meldpunt vraagt om in de back-office van gemeente en welzijnsorganisaties meldingen ook goed af te handelen. Het was in het kader van deze initiatiefnota helaas niet mogelijk de financiële consequenties hiervan verder uit te werken.

Voorstel 1, 2, 3 en 8 zorgen ervoor dat er meer betrokkenen zijn bij de BUUV-organisatie waardoor op termijn mogelijk kan worden bezuinigd op het aantal FTE dat nu primair wordt ingezet voor BUUV.

Voorstel 4, 5, 9, 10 en 15 gaan vooral over optimalisatie van de bestaande activiteiten en de inzet van communicatiemiddelen. Dit hoeft niet perse extra geld te kosten en kan worden gerealiseerd binnen de huidige ambtelijke capaciteit. Hierbij wordt er vanuit gegaan dat aandacht voor BUUV in de regionale media (internet en radio) kan worden gerealiseerd op basis van free publicity.