

# Beleidsplan Deken Hanneman Stichting

*Motto: 'Doe goed en zie niet om'*



***Het bestuur van de Deken Hanneman Stichting bestaat uit:***

Voorzitter:	P.G.P. Hendriks
Secretaris	H.H. de Haan – Verduyn
Penningmeester	W.M.A.C. Pleunis
Vicevoorzitter	P.L.H.A. Boessen

Projectcoördinator: Peggy Thekkaekurikattukunnal-Braeken

Maastricht, december 2017

## Inhoudsopgave:

Aanleiding	P.3
Projectomschrijving	P.3
Project doelstelling	P.4
Doelgroepen	P.4
Samenwerking	P.4
Marketing	P.4
Vrijwilligersbeleid	P.6
Cliëntenbeleid	P.6
Statutaire doelstellingen	P.6
Strategische doelstellingen	P.7
Bijlage 1: Budget	-

## Aanleiding

De eenzaamheid in de maatschappij neemt sterk toe, omdat we steeds individualistischer leven, er minder gemeenschapszin is en veel sociaal contact digitaal verloopt, maar ook door de vergrijzing. In 2040 zullen er 700.000 meer 75 plussers zijn dan vandaag. Medisch gezien blijven mensen langer gezond en redelijk fit. De overheid ontwikkelt daarom beleid om mensen zo lang mogelijk zelfstandig te laten wonen. Dit leidt tot toenemende eenzaamheid en beperkte zelfredzaamheid in de doelgroep ouderen (75+). Gemiddeld geeft zo'n 30% van de gehele bevolking aan eenzaamheid te ervaren. Bij ouderen ligt dit % boven de 40% (*onderzoek Ministerie van Volksgezondheid 2012*).

Ondanks dat de crisis voorbij lijkt te zijn, neemt de armoede in Nederland toe. Van alle huishoudens in Maastricht leeft 13,7 % op 110% of minder van de bijstandsnorm. Landelijk is dat 11,7 %. 25% van de respondenten die valt in deze categorie lage inkomens, geeft aan niet genoeg mensen te hebben om hun situatie te bespreken. De armoede lijkt gevolgen te hebben op het netwerk waarop ze terug kunnen vallen. (*actieplan armoedebestrijding 2016-2018, Gemeente Maastricht*)

De kerken zoeken naar een manier om hun diaconale-taak een actievere en meer hedendaagse invulling te geven en willen graag *in* de maatschappij staan.

Op individueel niveau zoeken mensen in deze snelle en vaak oppervlakkige tijden steeds meer naar zingeving en een ander helpen kan daar een goede invulling voor zijn.

Er was een wens om aan de Heiligdomsvaart 2018, met als thema 'Barmhartigheid', een blijvend project te koppelen. De St.-Servaasbasiliek, de St.-Janskerk, de Onze Lieve Vrouwebasiliek en wooncentrum de Beyart hebben het voortouw hierin genomen en de **Deken Hanneman Stichting** opgericht.

## Projectomschrijving

De **Deken Hanneman Stichting** gaat vrijwilligers werven om mensen die het nodig hebben, in hun eigen leefomgeving te ondersteunen, zowel praktisch als psychosociaal. De **Deken Hanneman Stichting** wordt onderdeel van het landelijke netwerk Stichting Hulp in Praktijk (HiP) en richt zich op ondersteuning en verbeteren van de zelfredzaamheid van mensen (dus zeker niet op professionele taken zoals verpleging).

Via de kerken en parochies, maar ook via het publiek worden vrijwilligers geworven. Respect voor elkaars diverse achtergronden staat daarbij voorop, alsook betrouwbaarheid. Hiervoor wordt een wervingsprocedure ontwikkeld. Voorlichtingen, screening, een verklaring omtrent het gedrag (VOG), selectiegesprekken, inventarisatie van mogelijkheden, training maken hier onderdeel van uit.

Via tussenorganisaties worden mensen met een hulpvraag geïdentificeerd/aangemeld. Het zoeken van samenwerkingspartners verdient daarom veel aandacht. Kernwoord hierbij is samenwerking. Hulpvragen kunnen en mogen ook vanuit het publiek komen, maar omdat mensen moeilijk om hulp vragen ligt daar in de strategie niet de nadruk op.

Via een professionele helpdesk worden vrijwilligers en hulpvragers gekoppeld aan elkaar. Er zal een lokaal telefoonnummer komen dat goed en ruim bereikbaar is. Er zal een telefonische intake plaatsvinden en er komt een document waarin afspraken worden vastgelegd. De focus ligt op het bouwen van relaties met cliënten, wanneer nodig ook langdurige relaties. Ook een eenmalige hulpvraag duidt vaak op een groter achterliggend probleem (zoals ontbreken van een actief netwerk).

De focus ligt ook op psycho-sociale ondersteuning. De initiële vraag kan en mag praktisch van aard zijn, en daar zal zeker in voorzien worden, maar ook dan schuilt er vaak een groter probleem achter (zoals eenzaamheid, gebrekkige zelfredzaamheid).

## Projectdoelstelling

De projectdoelstelling van de **Deken Hanneman Stichting** is om het 'elkaar ondersteunen' te stimuleren in de Maastrichtse gemeenschap. Hier zit een Christelijk gedachtegoed aan vast, echter in de uitvoering van het project zal 'respect hebben voor elkaar' het belangrijkste uitgangspunt zijn.

Kwantitatief zien de doelstellingen er als volgt uit:

Maastricht	2018	2019	2020
Aantal vrijwilligers	75	75-100	100-125
Aantal cliënten	100-150	150-200	200-250
Aantal contactmomenten (2x per mnd/vrijwilliger)	1800	1800-2400	2400-3000

## Doelgroepen

Er zijn 3 verschillende doelgroepen te onderscheiden:

- Cliënten: iedereen die hulp nodig heeft, ongeacht leeftijd, religie of financieel maatschappelijke achtergrond. Woonachtig in Maastricht en Meerssen.
- Vrijwilligers: iedereen die het verlangen, de tijd en de mogelijkheid heeft om een ander te ondersteunen. Woonachtig in Maastricht, Meerssen en omgeving.
- Partnerorganisaties, doorverwijzers (zie 'Samenwerking') opererend in Maastricht.

## Samenwerking

Het is bemoedigend dat er steeds meer initiatieven komen die op het terrein van armoedebestrijding en eenzaamheid aan de slag gaan. Het is van groot belang om zoveel mogelijk met hen samen te werken en elkaar te versterken.

Ook zullen we intensieve samenwerkingen aangaan om mensen met een hulpbehoefte te identificeren. Te denken valt aan: huisartsen, ziekenhuis, herstellzorg, dagbesteding, indicatiestellers, WMO loket, gemeente, maatschappelijke organisaties zoals Trajekt, buurthuizen, thuiszorgorganisaties, andere welzijnsorganisaties zoals het Quiet project, etc.

De **Deken Hanneman Stichting** zal vanuit haar betrokken en gemotiveerde (kerkelijke) achterban een solide, duurzame en betrouwbare partner met een groot netwerk vormen voor haar samenwerkingspartners.

## Marketing

De **Deken Hanneman Stichting** gaat een samenwerking aan met Hulp in Praktijk Nederland (gevestigd in Veenendaal) en zal zo vallen onder een ervaren en deskundig netwerk. Er zal vooral gebruik gemaakt

worden van de digitale infrastructuur die zij al ontwikkeld hebben, hun contacten met landelijke fondsen en van de inhoudelijke know-how, ervaring en deskundigheid die inmiddels opgedaan is. Het contact hebben met en het leren van partnerorganisaties in andere steden vormt ook een voorname toegevoegde waarde.

Er is voor gekozen om het project in Maastricht een eigen naam en eigen identiteit te geven. Dit omdat mensen in het Zuiden des lands, zich makkelijker identificeren met een lokale uitstraling. Er zal ook een eigen lokaal telefoonnummer komen, een eigen website en eigen informatiemateriaal.

In de marketingstrategie zal bescheidenheid en betrouwbaarheid voorop staan. Er zal gecommuniceerd worden om vrijwilligers te werven (vooral ook via de parochies/kerkelijke gemeenten). En er zal enige publiekelijke bekendheid gegeven worden aan de lancering van het project via de media, maar in bescheiden mate. Het past niet bij de uitgangspunten van het project om een luide media en advertentiemarketing te voeren.

Een voorname marketinginvestering zal richting de partners zijn middels netwerken, gesprekken en informatiebijeenkomsten. De partners/doorverwijzers zijn degenen die de **Deken Hanneman Stichting** moeten gaan aanbevelen aan mensen met een hulpvraag die buiten de reguliere zorg valt. Deze zogenaamde 'warme overdracht' is essentieel voor het vertrouwen van de cliënt in de organisatie en de vrijwilliger. Behalve intensief netwerken en het aangaan van samenwerkingsverbanden, zal er voor deze communicatiestroom informatiemateriaal (flyers en posters) ontwikkeld worden voor zowel de partner als de potentiële cliënt.

Ook zal er deelgenomen worden aan overkoepelende overleggen zoals Zorgsaam.

De werving van vrijwilligers verdient ook marketingaandacht. Via het publiek en via de parochies/kerkelijke gemeenten zullen mensen gevraagd worden om vrijwilliger te worden bij de **Deken Hanneman Stichting**. Dit zal gebeuren via de pastores, de kerk- en parochiebladen en hun websites / facebook, flyers en posters op centrale plekken en via vrijwilligerswebsites en geselecteerde media.

Wellicht doet zich nog een mogelijkheid voor om een BM-er (Bekende Maastrichtenaar) in te zetten als ambassadeur. In elk geval zullen we onze vrijwilligers als ambassadeurs inzetten. Zij moeten betrouwbaar zijn en overkomen als ze eenmaal aan de deur staan (zie vrijwilligersbeleid hierna). Daarom zullen zij zich moeten kunnen identificeren richting de cliënt. Daar zal een systeem voor komen om unieke identificatie met pasfoto mogelijk te maken.

Er zal (een minimum aan) PR materiaal aangeschaft worden, om de naamsbekendheid te vergroten, om binding te realiseren bij de vrijwilligers en om professioneel over te komen. Denk aan tassen, pennen, insteekmappen, t-shirts. Bij voorlichtingsbijeenkomsten zal gebruik gemaakt worden van een banner.

Als er eenmaal geïnvesteerd is in een duidelijke, professionele 'huisstijl' die bescheidenheid en betrouwbaarheid uitstraalt, dan kan dat voor jaren gebruikt worden.

Mond tot mond reclame is in deze situatie het meest duurzaam. Wanneer inderdaad duidelijk wordt dat de **Deken Hanneman Stichting** solide en betrouwbaar is, zal de bekendheid over het project vanzelf groeien.

## Vrijwilligersbeleid

Voor het succes van het project is het van belang dat er alles aangedaan wordt om betrouwbaarheid te garanderen. Dit heeft te maken met onze eigen interne organisatie (juiste ondersteuning kunnen leveren binnen een bepaalde tijd), met de aanbeveling van verwijzers, maar zeker ook met de betrouwbaarheid van onze vrijwilligers. Zij komen bij kwetsbare mensen in huis en het spreekt voor zich dat misbruik van die situatie ten alle tijden voorkomen moet worden.

Vanaf het begin zullen we daar procedures voor ontwikkelen. Er zullen verklaringen omtrent het gedrag aangevraagd moeten worden en er zal een gedegen selectie van vrijwilligerskandidaten plaatsvinden. Ook zal er een te ondertekenen intentieverklaring komen. Het is belangrijk om een goede band op te bouwen met de vrijwilligers, zodat problemen tijdig herkend worden en er interventies plaats kunnen vinden.

Er zal ook bekeken worden op welke manier een gevoel van binding met de **Deken Hanneman Stichting** het beste gerealiseerd kan worden. Het is belangrijk dat de vrijwilliger zich voldoende gewaardeerd voelt en gemotiveerd blijft. Het is ook belangrijk dat de vrijwilligers zelfsturend zijn. Dit heeft een hoge mate van betrokkenheid, initiatief en inspraak nodig. Dat moet mogelijk gemaakt worden in de organisatiestructuur van de **Deken Hanneman Stichting**. De kracht van de organisatie zit in de vrijwilligers!

## Cliëntenbeleid

Er zullen documenten opgesteld worden waarin alle procedures staan die te maken hebben met de cliënt. Er zal ondermeer aandacht besteed worden aan de verwijzing, de intake, de hulpvraag, veranderende/aanvullende hulpvraag, de bemiddeling, een afsprakendocument (duidelijkheid over welke hulp, hoe vaak, welke kosten etc.). Dit alles om te voorkomen dat door onduidelijke communicatie de cliënt andere verwachtingen heeft van de hulp en dit in uiterste gevallen tot conflicten leidt.

Een ander onderdeel van het cliëntenbeleid gaat over privacy. Er zullen procedures ontwikkeld moeten worden die de privacy (cliëntgegevens, -informatie en informele informatie) van de cliënten in hoge mate beschermen.

## Statutaire doelstellingen

Om doelstellingen voor de langere termijn te kunnen formuleren, is het goed om eerst te kijken naar hoe de doelstelling omschreven staan in de statuten van de Deken Hanneman Stichting:

### 1) Doel/visie

- a. Ons doel is het bevorderen van het welzijn van alle mensen in nood, ongeacht leeftijd, huidskleur, sociale status, levensopvatting, religie of identiteit.
- b. Het verrichten of doen verrichten van al hetgeen met het vorenstaande rechtstreeks of zijdelings verband houdt of daartoe bevorderlijk kan zijn, alles in de meest ruime zin van het woord.

## 2) Hoe willen we dat bereiken?

- a. Door het bieden van hulp en steun aan medemensen en groepen in de regio Maastricht die in maatschappelijke, financiële en/of geestelijke nood verkeren en die mogelijk niet via de reguliere kanalen geholpen worden.
- b. Door het verstrekken van informatie aan degenen, die zich tot de stichting wenden en via eigen publicaties
- c. Door het verzamelen van fondsen
- d. Door het steunen van projecten
- e. Door het verrichten of doen verrichten van al hetgeen met het vorenstaande rechtstreeks of zijdelings verband houdt of daartoe bevorderlijk kan zijn, alles in de meest ruime zin van het woord.

## 3) Welke structuur is daar voor nodig? Bestuur-medewerkers

De stichting heeft een bestuur bestaande uit drie of meer natuurlijke personen. Er is een voorzitter, secretaris, penningmeester en vicevoorzitter. Om het project goed te laten verlopen en om de contacten met zorgvragers, zorgaanbieders en andere organisaties op dit werkkterrein optimaal te benutten, is een coordinator/projectleider aangesteld voor 10 uur per week. Daarnaast zal de helpdesk bememd moeten zijn om de zorgaanvragen en zorgaanbieders adequaat te kunnen koppelen.

## 4) Hoe is e.e.a. financieel geregeld

Er wordt elk jaar een begroting opgesteld van het geen redelijkerwijs gesproken geacht wordt nodig te zijn voor een goed verloop van ons project. Middels fondsenwerving wordt geld ingezameld en kunnen particulieren giften storten. Daarvoor wordt ook de ANBI-status aangevraagd. Het bestuur verbindt zich hieraan en geeft de projectleider mandaat. Om optimaal fondsen te kunnen werven is een deskundige op dit gebied een aanwinst.

## Strategische doelstellingen

We weten nu wat het project zelf behelst en wat de statutaire doelen waren bij de oprichting van de stichting. Hieronder worden de concrete strategische doelstellingen omschreven waar in de komende 2-4 jaar naar toe gewerkt gaat worden:

- 1) **Het project wordt een bekende naam in Maastrichtse huiskamers en wordt gezien als betrouwbaar, professioneel, snel schakelend, voorzienend, klantvriendelijk, vrijwilligersvriendelijk, open en toegankelijk. Cliënten zijn tevreden over de dienstverlening en de vrijwilligers zijn betrokken en trots om voor het project te werken.**  
Zowel bij de vrijwilligers als bij de cliënten is er een diversiteit aan achtergronden. Het project is een initiatief vanuit de kerken, maar staat open voor iedereen die hulp nodig heeft, met respect voor ieders achtergrond. Indicator: de naamsbekendheid, klant- en vrijwilligersgegevens en -tevredenheid zal jaarlijks middels enquetes vastgesteld worden. En verbeterpunten krijgen grote prioriteit.
- 2) **Het aantal vrijwilligers en cliënten is conform de voornemens in het projectplan. Groei verloopt organisch en kwalitatief en niet geforceerd. Groei is geen doel op zich. Indicator: middels de eigen digitale infrastructuur worden cijfers bijgehouden en geëvalueerd worden.**

- 3) **Het project wordt een vaste samenwerkingspartner voor zorgverleners en andere organisaties in de sector, alsmede de gemeente en neemt daar waar mogelijk een coördinerende functie op zich.** Indicator: jaarlijks wordt er een rapport geschreven over het aantal en de kwaliteit/diepgang van de samenwerkingsinitiatieven. Een korte enquête bij de samenwerkingspartners is hier onderdeel van.
- 4) **Financierders zijn tevreden over de ontwikkeling van het project en blijven subsidiëren. Het project toont dusdanige ontwikkeling dat de gemeente na 2 jaar mee gaat financieren** Indicator: 80% sluitend budget voor opvolgend jaar op het einde van het lopende jaar. Financierders worden minimaal jaarlijks (en middels periodieke updates) op de hoogte gebracht van de voortgang, maar ook van hun specifieke expertise zal gebruikt gemaakt worden. Tevens zal de Stichting zich inzetten om de financierders betrokken te laten voelen bij het project. Door de neutraliteit genoemd in doel 1, kunnen alle financierders zich identificeren met het project.
- 5) **Het project reflecteert positief op het imago van de kerken. Alle kerken/parochies/gemeenten in Maastricht dragen het project actief mee en staan meer in de samenleving.** Indicator: de enquêtes van punt 1 en 3 meten tevens het imago van de Maastrichtse kerken. De deelname van de kerken kan vastgesteld worden adhv donaties, bijdrage aan groeiende naamsbekendheid, blijvende aandacht in parochiebladen en in preken, doorverwijzen van cliënten en vrijwilligers, actieve deelname aan georganiseerde afstemmingsoverleggen, positieve representatie van het project.
- 6) **De Deken Hanneman Stichting is sterk en onafhankelijk in haar strategische beslissingen.** Het bestuur is kundig, betrokken en voldoende beschikbaar en hanteert een 'bestuur op afstand' werkwijze. De medewerkers zijn betrokken, gemotiveerde professionals die met het vertrouwen van het bestuur zelfstandig werken en een team vormen met het (dagelijks) bestuur en de vrijwilligers. Er is een prettige, open, informele organisatiecultuur gebaseerd op respect, vertrouwen en samenwerking. Indicator: geen/zeer weinig verloop in bestuursleden, medewerkers en vrijwilligers. Tevens de vrijwilligersenquêtes van doel 1. Alsook de notulen van de gezamenlijke overleggen. Dit doel is tevens een randvoorwaarde om doel 1 t/m 5 te behalen.