



Op weg naar betere hybride gezinszorg

kracht, kwetsbaarheid, valkuilen en hefboomen voor het aanbod in



Philippe Bocklandt en Martine De Zitter

17 maart 2023

Dit onderzoek werd gerealiseerd met de steun van



1. Situering van deze onderzoeksopdracht

Drie gezinszorgorganisaties – i-mens, Familiehulp en Zorgband Leie & Schelde – stelden aan de expertiselijns Mens, Samenleving & Digitalisering van de Arteveldehogeschool de vraag om een onderzoek uit te voeren in het kader van hun proefproject rond hybride gezinszorg.

We gingen daarop in.

Dit rapport is daarvan het resultaat.

Daarom situeren we eerst deze onderzoeksopdracht vanuit drie aspecten.

Daarna volgt een leeswijzer die de structuur van dit onderzoeksrapport in kaart brengt en de mogelijkheden schetst om als lezer met dit rapport om te gaan.

1.1. Hybride gezinszorg: beeldbellen combineren met zorg-aan-huis

De gezinszorgpartners in dit project definieerden 'hybride gezinszorg' als de combinatie van de reguliere zorg-aan-huis en een beeldbelgesprekken-op-afspraak met beeldbelverzorgenden uit de gezinszorgorganisaties.

Een logische keuze – zeker in de nasleep van de coronapandemie waar reeds geëxperimenteerd werd met een beeldbelaanbod.

Daarom werd in dit onderzoek dan ook de nodige aandacht besteed aan de beeldbelervaringen van de klanten en de beeldbelverzorgenden.

1.2. Veel meer dan 'beeldbellen' alleen

De klanten kunnen beeldbellen via een tablet die door de gezinszorgorganisatie werd aangeboden. Het hybride zorgaanbod vanuit gezinszorg werd daardoor ook verrijkt met ...

... aandacht voor digitale inclusie en het dichten van de digitale kloof door het installeren van een gebruiksvriendelijke tablet;

... andere functionaliteiten naast de beeldbellink op de tablet: een agenda, nieuws, een dagelijkse spreuk, spelletjes, quizen, een emotiechecker en de kans om berichten en foto's te delen met het eigen netwerk.

Deze aspecten werden dan ook in het onderzoek mee opgenomen.

1.3. Er zit enige ruis op de bevragingen

In dit proefproject werd de tablet aangeboden aan 80 klanten waarvan de gezinszorgmedewerkers inschatten dat ze daarvoor openstonden.

Er is dus in deze proefperiode niet geopteerd om het aanbod aan alle klanten voor te leggen.

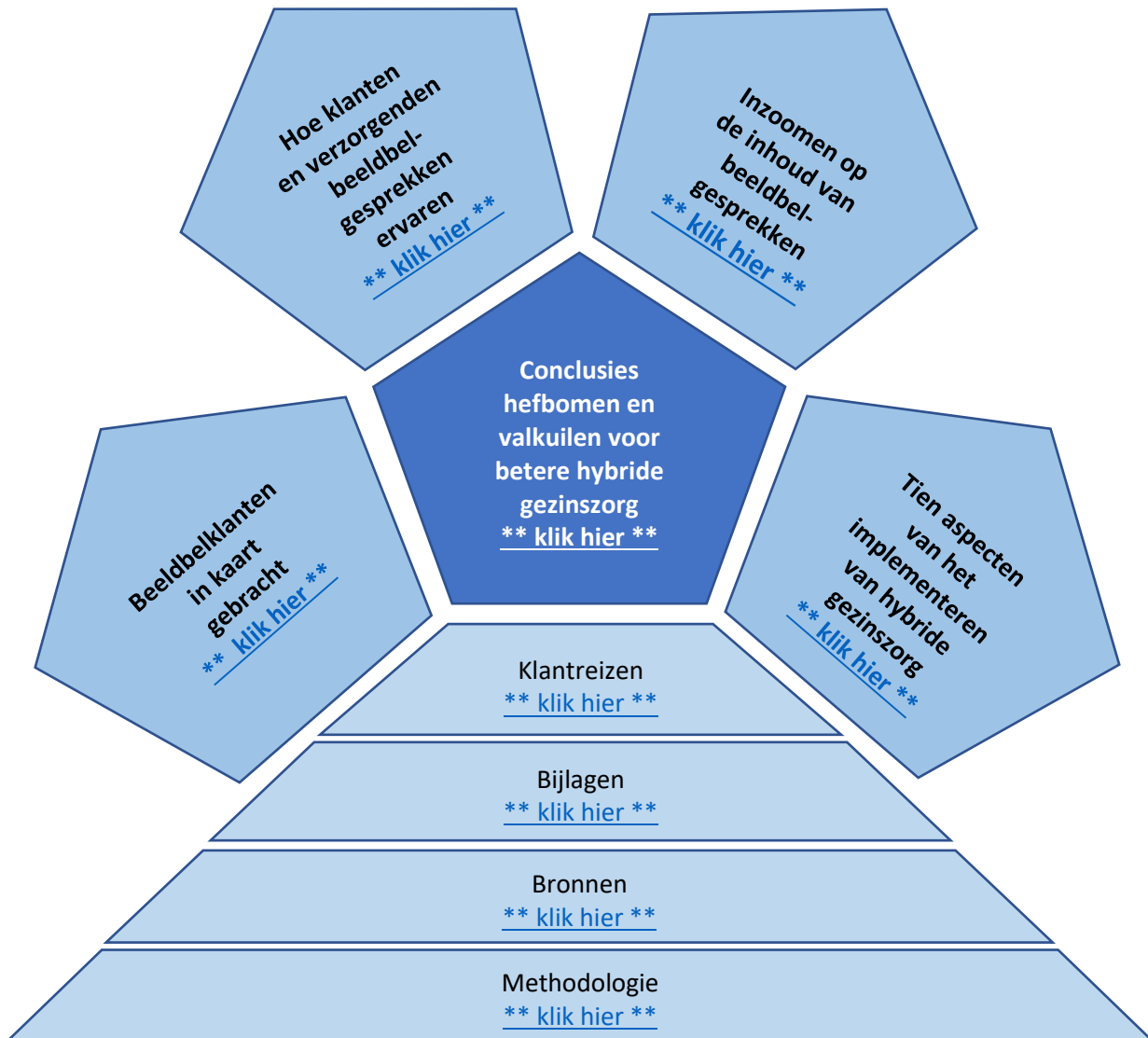
Ook al zijn vele klanten uit dit onderzoek mensen met beperkte (of geen) digitale competenties, toch hadden ze allemaal enige goesting of bereidheid om in dit project mee te stappen.

We hebben gegevens van alle klanten die de tablet gebruikt hebben in dit onderzoek kunnen verwerken. 75 % van hen werd ook uitgebreid geïnterviewd. Dat is dus een stevige basis om relevante onderzoeksresultaten te kunnen presenteren.

De subjectieve selectie van beeldbelklanten door gezinszorgmedewerkers maakt echter een multivariate analyse van de onderzoeksgegevens én de extrapolatie van deze onderzoeksgegevens naar de ruimere thuiszorgpopulatie, laat staan naar de ruimere doelgroep zo goed als onmogelijk.

1.4. Leeswijzer – de opbouw van dit onderzoeksrapport

In één oogopslag ziet het onderzoeksrapport er dus als volgt uit:



Figuur 1: overzicht onderzoek hybride gezinszorg

Je kan als lezer op elk deel van bovenstaande figuur doorklikken naar het betreffende hoofdstuk. Binnen elk hoofdstuk wijzen springlinks je de weg naar diverse onderdelen. Op het einde van elk hoofdstuk kan je teruglinken naar deze overzichtsfiguur.

Je kan het rapport vanzelfsprekend ook chronologisch doornemen:

Het onderzoeksrapport bevat 5 hoofdstukken:

Hoofdstuk 2 beschrijft het profiel van de beeldbelklanten die van het digitale zorgaanbod via tablet en beeldbellen gebruik maakten.

Hoofdstuk 3 brengt in kaart hoe de eindgebruikers – de klanten en de verzorgenden – de beeldbelgesprekken ervaren hebben.

Hoofdstuk 4 zoomt in op de inhoud van de beeldbelgesprekken tussen klant en verzorgende.

Hoofdstuk 5 gaat dieper in op tien implementatie-aspecten van dit digitale aanbod in de gezinszorg.

Op basis van al deze input bundelen we in hoofdstuk 6 de conclusies en aanbevelingen

Als onderbouwende bijdragen beschrijven we daarna ...

- ... de klantreizen die in dit onderzoeksproject werden uitgewerkt;
- ... bijlages met gedetailleerdere info over meerdere deelaspecten;
- ... de bronnen waarop dit onderzoek zich baseerde;
- ... de methodologische aanpak van dit onderzoek.

Afsluiten doen we met een overzicht van tabellen en figuren en met een inhoudstafel.

Refereren naar dit onderzoek doe je als volgt:

Bocklandt, P. & De Zitter, M. (2023) Op weg naar betere hybride gezinszorg – kracht, kwetsbaarheid, valkuilen en hefboomen voor het aanbod van i-mens, Familiehulp en zorgband Leie & Schelde. Gent: Arteveldehogeschool.

Voor vragen en bedenkingen rond dit onderzoek kan je terecht bij:

Philippe Bocklandt – philippe.bocklandt@arteveldehs.be

Martine De Zitter – martine.dezitter@arteveldehs.be

Philippe Bocklandt
Martine De Zitter

17 maart 2023



2. De beeldbelklanten in kaart gebracht

Dit hoofdstuk geeft inzicht in het profiel van de 70 beeldbelklanten die in dit project betrokken werden en de 53 klanten die in het onderzoek geïnterviewd werden.

Er wordt achtereenvolgens ingegaan op:

- [De responsgraad van de beeldbelklanten](#)
- [Persoonsgegevens van de beeldbelklanten](#)
- [Leefsituatie en dagactiviteiten van de beeldbelklanten](#)
- [Zelfredzaamheid van de beeldbelklanten](#)
- [Hulp uit eigen netwerk en professionele hulp](#)
- [Contact met de omgeving](#)
- [Gebruik van de tablet](#)
- [Conclusies wat het profiel van de beeldbelklant betreft](#)

2.1. Over de beeldbelklanten en de respons op de interviews

Tussen mei 2022 en 15 februari 2023 werd door de thuiszorgorganisaties een tablet geïnstalleerd bij 80 klanten.

Uiteindelijk hadden in die periode 70 klanten minstens 1 beeldbelgesprek met een verzorgende. Bij 10 klanten is dit niet gelukt want ...

- vlak na de installatie werd de klant ernstig ziek (en is die intussen overleden),
- lukte het niet om de klant te bereiken voor een eerste zorggesprek waardoor het steeds uitgesteld werd en uiteindelijk nooit heeft plaats gevonden,
- er waren technische problemen en de klant haakte af nog voor het aanbod echt kon starten.

Tussen mei 2022 en 15 februari 2023 werden 53 interviews thuis afgenomen bij 70 beeldbelklanten. Dat is dus een responsgraad van 75 %.

De belangrijkste redenen om niet deel te nemen aan het interview waren:

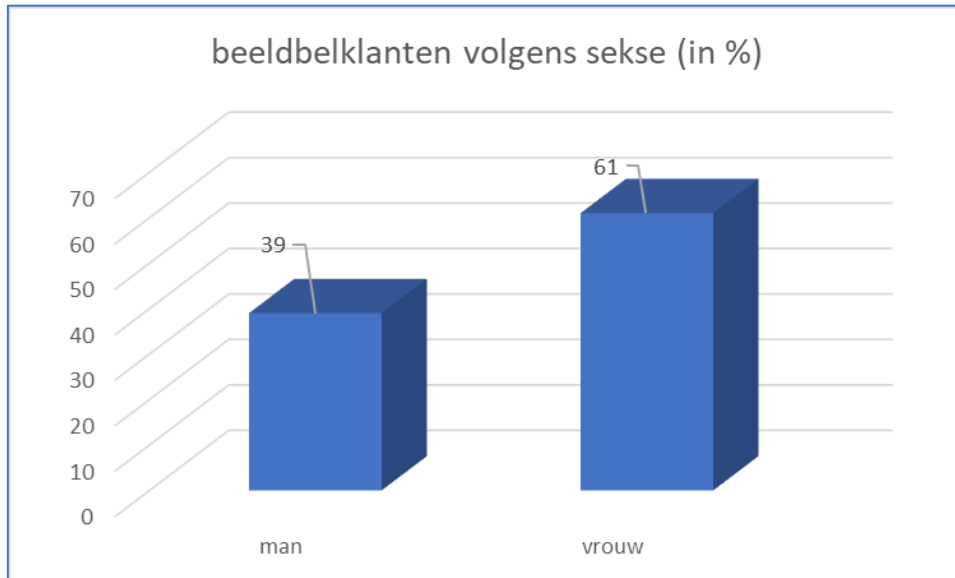
- Gezondheid laat het niet toe / te verward
- Geen zin
- Gestopt of wil net stoppen met beeldbellen (Er werd extra gemotiveerd om nog deel te nemen aan het interview, maar weinig klanten wilden dit nog doen.)

9 klanten die reeds in 2021 startten met beeldbellen werden geïnterviewd. Daarnaast werden nog 44 klanten bevraagd die later startten met beeldbellen. Er is dus een mix van beeldbelklanten van het eerste uur en een groep die later startte.

De gegevens uit die interviews konden worden gekoppeld aan de klantendata uit de 'basiskennis-making met de klant' en de 'verkenning zorgdoelen' die opgemaakt werden per klant door medewerkers van de thuiszorgorganisatie.

2.2. Persoonsgegevens van de beeldbelklanten

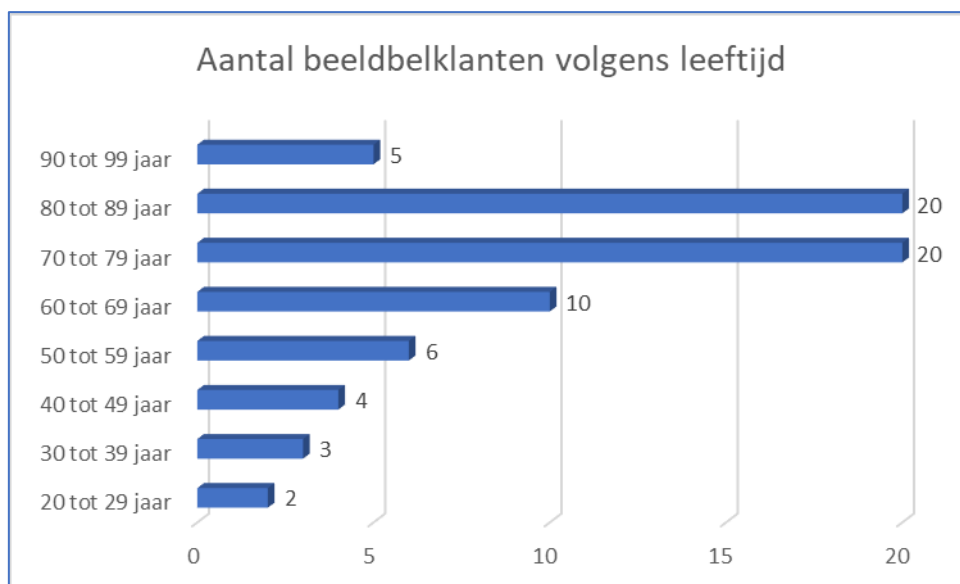
Bij de 70 klanten die minstens 1 beeldbelgesprek met een verzorgende gevoerd hebben waren er 43 vrouwen en 27 mannen.



Figuur 2: beeldbelklanten volgens sekse in %

Bij de klanten die ouder zijn dan 70 jaar zijn 30 vrouwen (67%) en 15 mannen (33%)

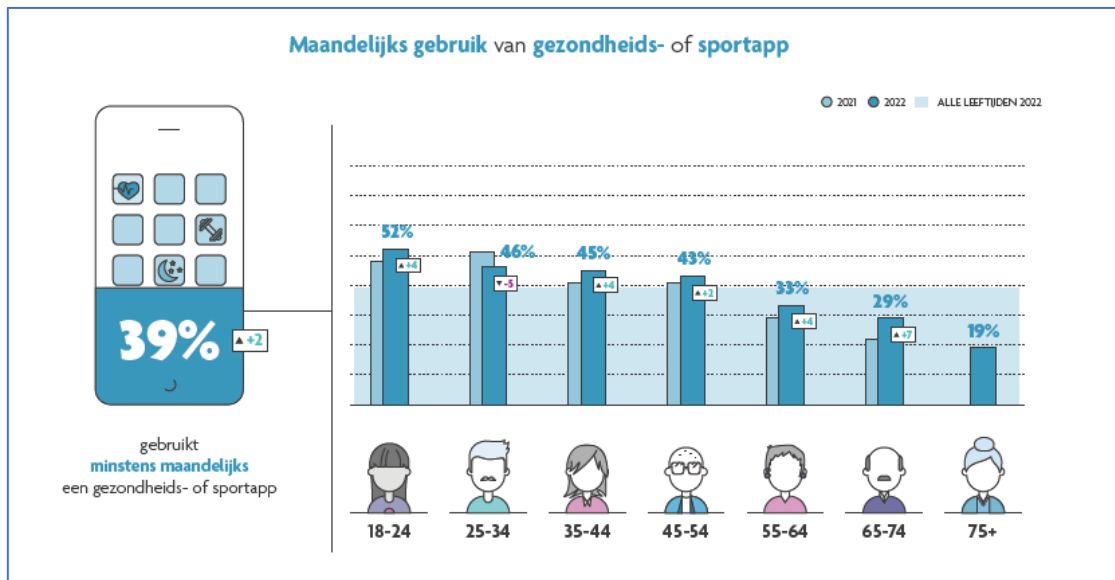
De leeftijdsverdeling van deze beeldbelklanten was als volgt:



Figuur 3: beeldbelklanten volgens leeftijd

Uit bovenstaande tabel blijkt dat 64% van de beeldbelklanten ouder is dan 70 jaar. 13% van de beeldbelklanten is jonger dan 50 jaar.

Extrapoleren naar Vlaanderenbrede cijfers over bereikbaarheid van de diverse doelgroepen is onmogelijk omdat de klanten die aan dit beeldbelproject niet vanuit een brede oproep bij alle thuiszorgklanten gebeurde maar vanuit een subjectieve selectie door verzorgenden aan huis. Toch willen we de leeftijdsgegevens van de klanten in dit beeldbelproject naast een cijfer leggen van het laatste digimetterrapport (De Marez, 2023)

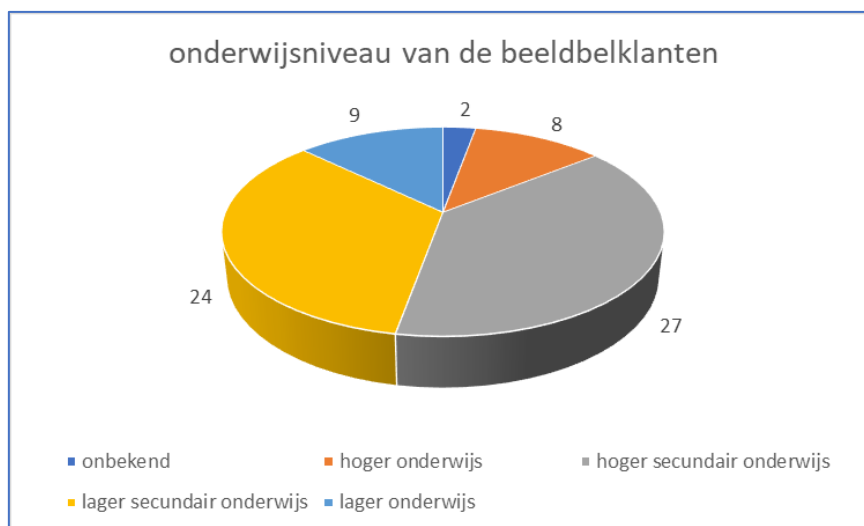


Figuur 4: % maandelijkse gebruikers van gezondheids- of sportapps per leeftijd (digimeter 2022)

19 % van de 75+-ers uit het Digimeter-onderzoek maakt maandelijks gebruik van gezondheids- of sportapps.

47 % van de deelnemers aan het hybride gezinszorgproject is ouder dan 75 jaar.

Het opleidingsniveau van de beeldbelklanten geeft volgend beeld:



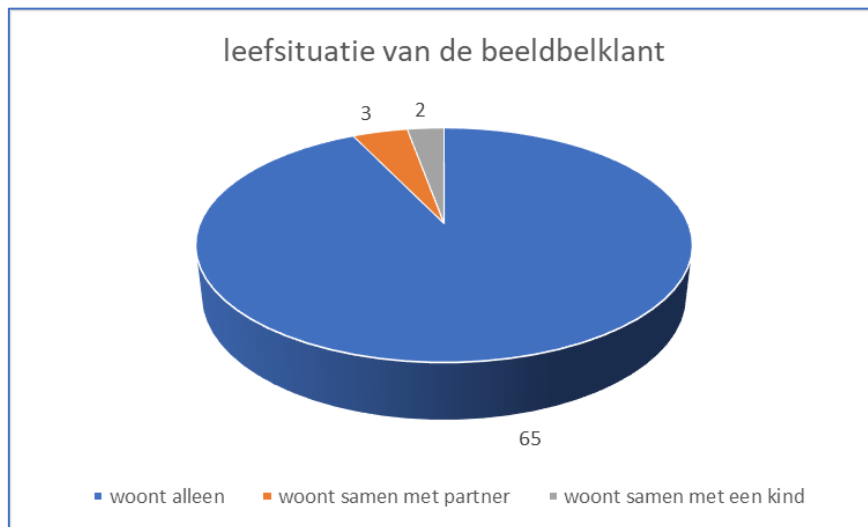
Figuur 5: onderwijsniveau van de beeldbelklanten

86% van de beeldbelklanten volgde ten hoogste secundair onderwijs.

Van 37 % van de beeldbelklanten weten we dat ze beroepsactief zijn of geweest zijn

2.3. Leefsituatie en dagactiviteiten van de beeldbelklanten

Wat de leefsituatie van de beeldbelklanten betreft, weten we dat ze dus 'thuis' wonen. 93% van de beeldbelklanten woont alleen.



Figuur 6: leefsituatie van de beeldbelklant

In de loop van de dag houden de beeldbelklanten zich vooral met volgende activiteiten bezig:

- Individuele vrijetijdsactiviteiten (TV kijken, spelletjes spelen, muziek luisteren en/of lezen) (35)
- Zorgen voor huishoudelijke taken (18)
- Er op uit trekken (wandelen, fietsen, gaan eten, ...) (14)
- Sociaal contact met vrienden of familie, thuis of via sociale media (10)
- Zich buitenshuis engageren (4)

Een gedetailleerder overzicht van deze spontaan genoemde activiteiten vind je in [bijlage 1](#)

In één oogopslag:



Figuur 7: de leefsituatie van de beeldbelklanten in één oogopslag

2.4. Zelfredzaamheid van de beeldbelklanten

N=70	Geen hulp of hulpmiddel	Hulp uit eigen netwerk of hulpmiddel	Professionele hulp	Geen antwoord
Verplaatsing binnenshuis	18	16 (rollator, rolstoel, stok)		36
Verplaatsing buitenshuis	7	15	14	34
Persoonlijke verzorging (wassen, aankleden, kammen)	13		21	36
Eigen huishouden (koken, poetsen, ...)		1	35	34
Administratie en financieel beheer	10	16	10	34
Sociaal gezelschap	14	18	3	35
Boodschappen	4	8	24	34
Klusjes in huis of tuin	8	12	14	36
Oppas - toezicht	25	6	1	38

Tabel 1: zelfredzaamheid van de beeldbelklanten

Van een 30-tal beeldbelklanten beschikken we over gegevens omtrent zelfredzaamheid. Die klanten kunnen zich behelpen om zich binnenshuis te verplaatsten. Professionele hulp wordt vaakst ingeroepen voor huishoudelijke taken en voor boodschappen. Voor oppas-toezicht en sociaal gezelschap wordt het minst beroep gedaan op professionele hulp. Voor klusjes in huis of tuin en voor verplaatsingen buitenshuis zijn er ongeveer evenveel klanten die beroep doen op het eigen netwerk als er zijn die hiervoor gebruik maken van professionele hulp.

2.5. Hulp uit eigen netwerk en professionele hulp

Van 35 beeldbelklanten beschikken we over gegevens over frequentie en soort ondersteuning uit eigen netwerk en professionele hulp. Opvallend is dat 20 % van die respondenten aangeeft dat ze onvoldoende hulp krijgen

Heb je het gevoel dat je voldoende hulp krijgt?	N=70	In %
Ik krijg onvoldoende hulp	7	20 %
Ik krijg voldoende hulp	29	80 %
Geen antwoord	34	

Tabel 2: het gevoel of de beeldbelklant voldoende hulp krijgt

Daarbij verwijzen die klanten onder andere naar een hoge zorgnood of financiële beperking:

Vastere uren, nu te variabel of te kort, het is altijd kiezen wat prioriteit is qua taken omdat er nooit tijd is voor alles waarbij hulp zou moeten voorzien worden die week.

Op financieel vlak, basisbehoeftes, ik heb geen enkel reserve, lijd vaak honger.

Ik heb nauwelijks genoeg energie voor mijn dag door te komen. Ik ben voor alles afhankelijk van professionele hulp, geen eigen netwerk zowel in familie of vrienden.

Hulp binnen eigen netwerk komt van ...

Hulp binnen eigen netwerk komt van ...	Aantal respondenten dat hulp krijgt van ... (N=53)
partner	2
kind	16
kleinkind	6
broer/zus	6
andere familie	7
vriend / kennis	14
buur	6
niemand	5
getuigen Jehova	1
geen antwoord	21

Tabel 3: van wie uit het netwerk krijgt de beeldbelklant hulp

Hulp uit het eigen netwerk komt vooral van de eigen ruime familie en dan voornamelijk van de kinderen. Ook vrienden/kennissen bieden hulp.

62 % van de respondenten krijgt hulp via meer dan 1 kanaal.

22 % van de respondenten krijgt hulp van 1 persoon en

15 % heeft niemand in hun netwerk die hulp biedt.

Professionele hulp komt van ...

Gezinszorgklanten doen vaak beroep op diverse vormen van professionele hulp:

Van welke organisatie komt de professionele hulp?	Aantal respondenten dat hulp krijgt van ... (N = 53)
poetsdienst	30
gezinszorg	31
thuisverpleging	24
kinesist	11
boodschappendienst	7
warme maaltijden	4
vervoer door privé en publieke diensten	3
dienstencentrum	3
ouderenorganisatie	2
dagopvang / kortopvang	2
psychiatrisch mobiel team	1
geen antwoord op deze vraag	18

Tabel 4: overzicht organisaties die hulp aan huis bieden bij beeldbelklanten

Gezinszorg (88%), poetsdiensten (85%) en thuisverpleging (68%) vormen de top 3 van professionele zorg waarop klanten meest beroep doen.

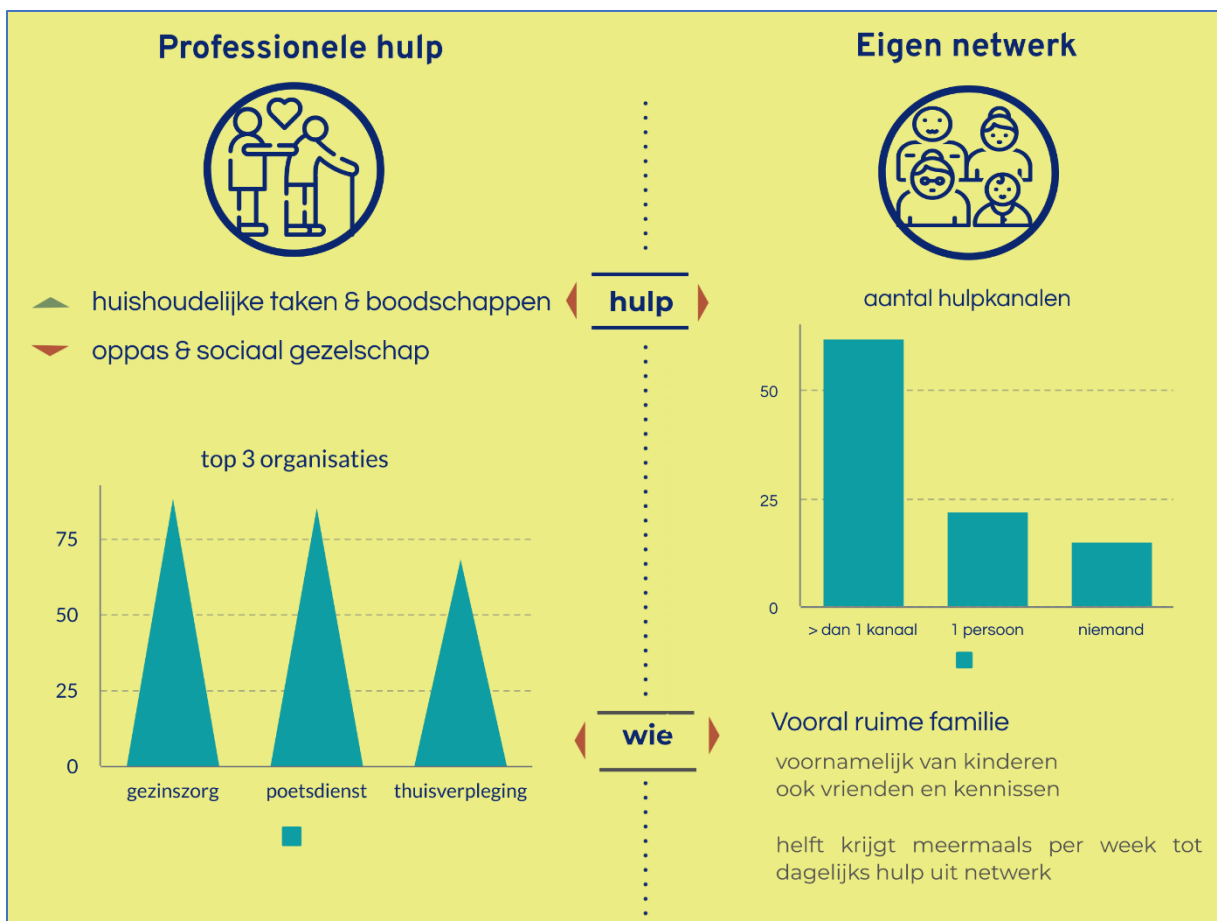
Nog opvallender is dat deze professionele hulp vaak van meer dan één organisatie komt.



figuur 8: aantal organisaties dat professionele hulp biedt bij de beeldbelknt

95% van de respondenten doet beroep op meer dan 1 organisatie voor professionele hulp.
70% krijgt professionele hulp van meer dan 3 organisaties.

In één oogopslag:



Figuur 9: professionele hulp en hulp uit eigen netwerk voor beeldbellers in één oogopslag

2.6. Contact met de omgeving

Met wie heeft de klant contacten? (N=53)

Met wie heeft de klant contact?	dagelijks	Meerdere keren per week	Meerdere keren per maand	1 keer per maand of minder	Heb ik niet of nooit	Geen antwoord
familie		18	3	5	7	20
vrienden		7	15	3	7	21
buren		7	8	7	7	24
verzorgende, verpleegkundige of poetshulp		31	2			20
mantelzorger		22	3		15	23
andere		4	2	2	9	36

Tabel 5: contactfrequentie van de beeldbelkanten

De respondenten hebben (wekelijks) duidelijk meer contact met professionals (94%) dan met mantelzorgers (73%) of familie (55%).

Wat vindt de klant van de hoeveelheid aan contact met zijn/haar omgeving

	Aantal respondenten (N=53)
(Veel) te weinig - eenzaam	8
mag meer/soms meer nood	6
voldoende/goed	11
perfect	1
Geen nood aan/gelaten/ neutraal ...	4
Geen antwoord op deze vraag	23

Tabel 6: contactnood van beeldbelkanten

Bijna de helft van de respondenten (14) die deze vraag beantwoorden hebben nood aan meer contacten. Een beperkt aantal klanten zegt geen behoefte te hebben of er zich bij neer te leggen.

Een aantal respondenten verwoordde het zo:

Jammer dat eigen familie geen contact zoekt, maar ik krijg wel veel steun en energie van de professionele hulp. Ik maak mezelf ook gelukkig door me nuttig te maken door vrijwilligerswerk en zo het nodige sociale contact te onderhouden.

Ik ben heel eenzaam, heb veel te weinig direct contact en niemand bij een acuut probleem.

Ik heb bewust gebroken met al mijn vrienden omwille van hun slechte invloed en budget. Familie bestaat voor mij niet meer. Degene die ik mis zijn er niet meer...

Ik moet steeds zelf contact zoeken, niet altijd in de beste omgeving (uitgangleven). Echte vrienden die iets voor me over hebben, heb ik niet. Wel mensen die van me willen profiteren. Enkel met mijn papa heb ik nog een sterke emotionele band maar zie ik hem weinig

Ik heb geen contact met mijn omgeving. Dit is zo...

Via welke kanalen is er contact?

Deze vraag werd door 31 klanten beantwoord.

	dagelijks	Meerdere keren/ week	wekelijks	maandelijks	< dan 1x/maand	nooit	Geen antwoord
Fysiek/ in persoon	17	10	2	1	1		
Telefonisch	11	11	5	2	1	1	
Tekst Whatsapp, SMS	8	4	5			10	4
Videobellen	2	12	15	2			
Sociale media	4	3		2	1	16	5

Tabel 7: contactkanalen van beeldbelklanten

87 % van de respondenten heeft meerdere keren per week fysiek contact met anderen.

71 % telefoneert meerdere keren per week.

45% beeldbelt meermaals per week.

39 % stuurt meerdere keren per week SMS'en of whatsappberichtjes.

In één oogopslag:



Figuur 10: contacten en hulp voor de beeldbelklanten in één oogopslag

2.7. Gebruik van de tablet

Van 31 beeldbelklanten weten we iets over hun gebruik van digitale tools. Daaruit leren we vooral dat ongeveer de helft van de tabletgebruikers reeds een computer of smartphone gebruikten.

Hoe vlot verloopt het werken met ...	vlot	matig	niet vlot	heb ik niet	Geen antwoord
N=31					
Laptop	11	3	2	12	3
Desktop	5	3	1	18	4
Smartphone	16	3		9	3
Wearables (smartwatch, stappenteller, ...)	3			25	3

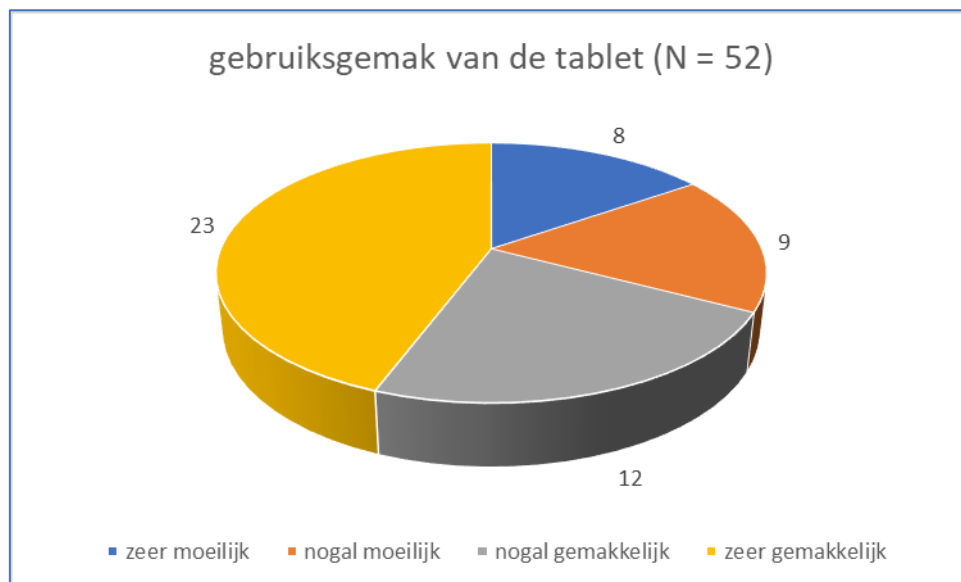
Tabel 8: hardwaregebruik bij de beeldbelklanten

Meer gedetailleerde info over hardware gebruik vind je in [bijlage 2](#)

In wat volgt zoomen we in op het gebruik van de tablet tijdens dit hybride gezinszorgproject. Daarvoor baseren we ons op de gegevens van de 53 beeldbelklanten die geïnterviewd werken. Achtereenvolgens komt aan bod:

- [Het gemak van het gebruik van de tablet](#)
- [Hoe lang de klant de tablet reeds gebruikt voor beeldbellen met de gezinszorg](#)
- [Hoe vaak de klant de tablet gebruikt](#)
- [Wat de meerwaarde is van het tabletgebruik volgens de klant](#)
- [Wat het klantvertrouwen is in het beeldbellen](#)

2.7.1. het gebruiksgemak van de tablet (N=52)



Figuur 11: beeldbelklanten over het gebruiksgemak van de tablet

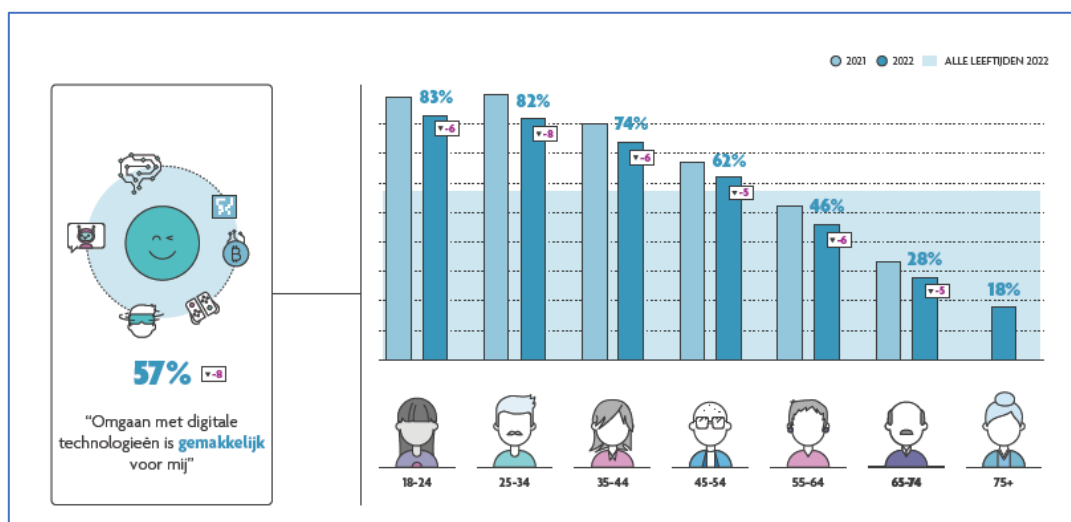
67 % van de beeldbelklanten vindt werken met de tablet nogal gemakkelijk tot zeer gemakkelijk.

Klanten geven volgende argumenten om met digitale technologie om te gaan:

Waarom niets me tegenhoudt om de tablet te gebruiken:	Wat klanten tegenhoudt om méér digitale technologie in te zetten:
<p><i>Ik kan vlot met alles overweg voor wat ik het nodig heb, vooral ontspanning.</i></p> <p><i>Enkel wat ik nodig heb zoals nieuws, bellen, foto's en soms een spelletje.</i></p> <p><i>Gebruik het vooral om contact met iedereen te houden</i></p> <p><i>Ik heb voldoende met mijn tablet, (die is) eenvoudig in gebruik, ik kan er alles mee wat ik fijn vind, (heb) geen interesse in méér digitale technologie.</i></p>	<p><i>Het interesseert me matig, (ik) gebruik het vooral voor praktische zaken en voor contact te houden met mensen.</i></p> <p><i>Bang om verkeerd te doen, gehackt te worden.</i></p> <p><i>Geld tekort!</i></p> <p><i>Schrik omdat ik niet onthoud hoe het werkt.</i></p> <p><i>Mijn fysieke toestand, (ben) vlug vermoeid, (heb) ook nog steeds het liefst persoonlijk contact.</i></p> <p><i>Ik ben uitermate geïnteresseerd in technologie, maar kan zelf enkel digitale toestellen gebruiken wanneer er spraaktechnologie op zit.</i></p> <p><i>Kennis rond het gebruik van het toestel.</i></p> <p><i>Technische woorden.</i></p> <p><i>Moeite om mee te kunnen met alle nieuwigheden in de technologie.</i></p>

Tabel 9: motieven van beeldbelklanten om geen of meer digitale technologie in te zetten

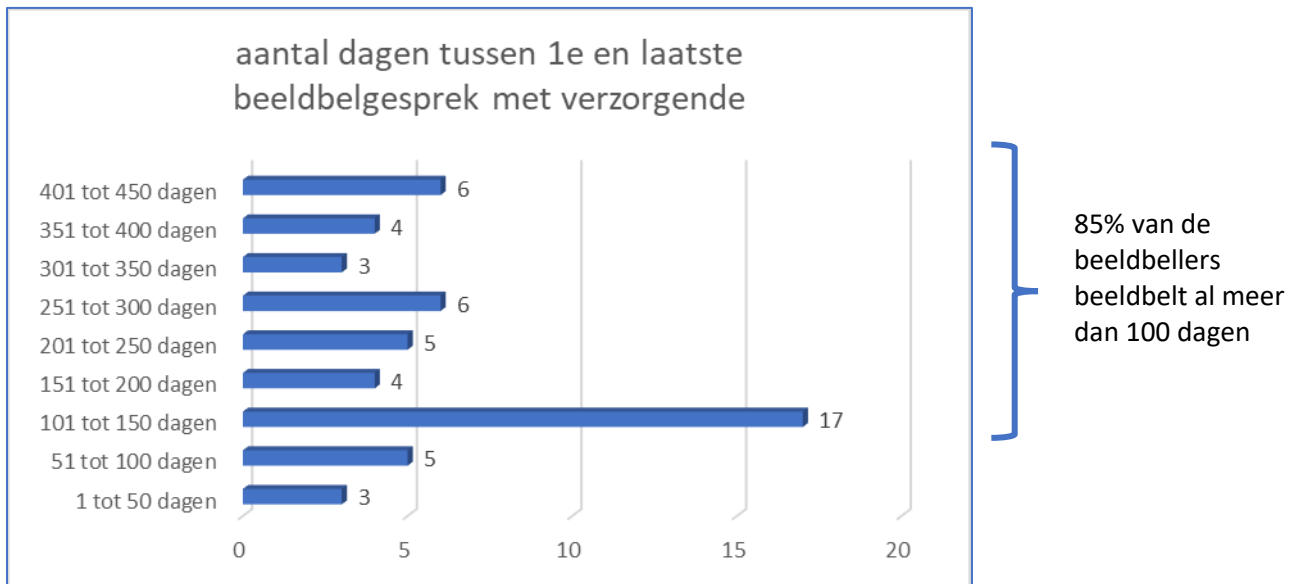
Extrapoleren naar Vlaanderenbrede cijfers over gebruiksgemak van digitale tools is onmogelijk omdat de klanten die aan dit beeldbelproject niet vanuit een brede oproep bij alle thuiszorgklanten gebeurde maar vanuit een subjectieve selectie door verzorgenden aan huis. Toch willen we deze grafiek van het laatste digimetterrapport (De Marez, 2023) naast de gegevens uit het onderzoek rond hybride gezinszorg plaatsen:



Figuur 12: % respondenten dat omgaan met digitale technologie gemakkelijk vindt, per leeftijd (digimeter, 2022)

18% van de 75+-plussers uit het digimetterrapport vinden het omgaan met digitale technologieën gemakkelijk.
 60 % van de 75+-ers uit het project hybride gezinszorg vind het gebruik van de tablet gemakkelijk tot zeer gemakkelijk.

2.7.2. Hoe lang gebruikt de klant reeds de tablet voor beeldbelzorg? (N=53)



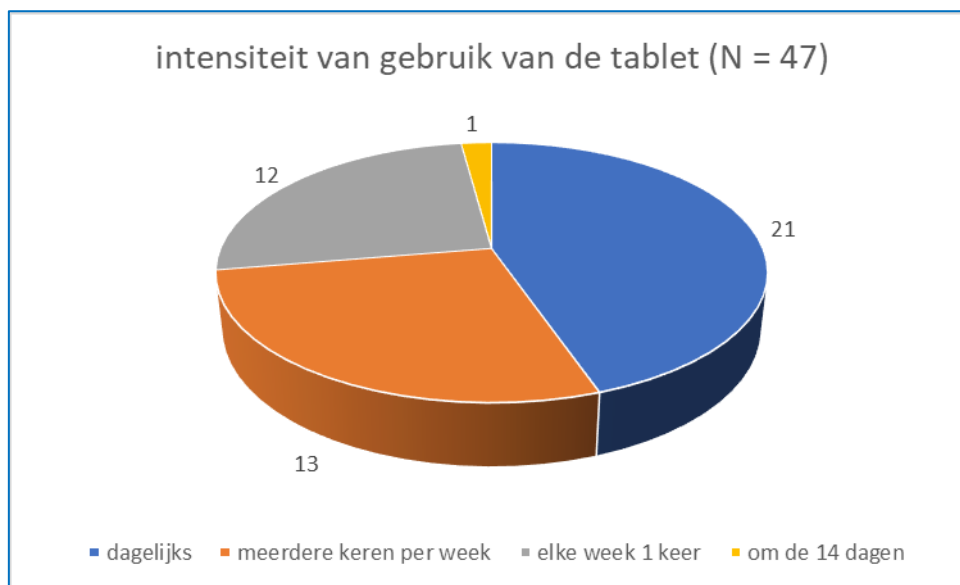
Figuur 13: hoeveel dagen gebruikt de klant de tablet

De beeldbelklanten in de hybride gezinszorg zijn trouwe klanten. 36% voert reeds meer dan een jaar beeldbelgesprekken met een verzorgende. 85% beeldbelt al meer dan 100 dagen.

En dat is des te opvallender omdat de beeldbelklanten met een beperktere beeldbelperiode vooral die klanten zijn die later in het project ingestapt zijn en daardoor dus 'minder dagen' beeldbellen. Bovendien maken 18 klanten (35 %) ook gebruik van de tablet om met familie, vrienden of hun netwerk te beeldbellen.

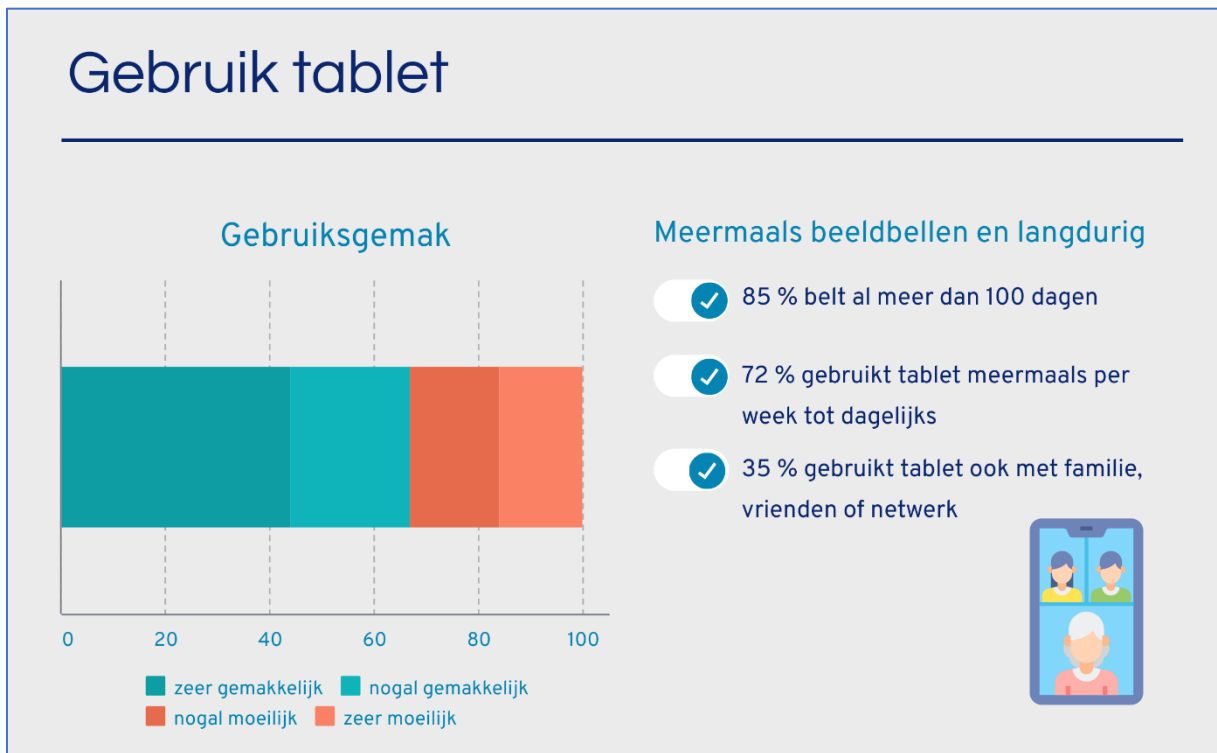
2.7.3. Hoe vaak gebruikt de klant de tablet (N = 47)

72% van de klanten gebruikt de tablet 'dagelijks' (45%) of 'meerdere keren per week' (27%).



Figuur 14: intensiteit van gebruik van de tablet door de klanten

In één oogopslag:



Figuur 15: gebruik van de tablet door beeldbellers in één oogopslag

2.7.4. Wat is de meerwaarde van het tabletgebruik volgens de klant?

We vroegen de klant of die al dan niet akkoord is met volgende uitspraak:

Door de tablet te gebruiken ...	Nee	ja
... heb ik meer contact met mijn familie/vrienden	64%	36%
... voel ik mij meer verbonden met de buitenwereld	43%	57%
... ben ik minder eenzaam	33%	67%
... kan ik dingen opzoeken op internet (nieuws ...)	40%	60%
... kan ik digitale spelletjes spelen	45%	55%
... kan ik meer 'zinnig bezig zijn'	35%	65%
... kan ik tonen (met camera) wat er mis is	52%	48%
... voel ik mij veiliger (7/7 alarmcentrale)	63%	38%

Tabel 1010: meerwaarde van de tablet voor de klanten

Het gebruik van de tablet zorgt bij een meerderheid van de beeldbelklanten voor ...

- ... een minder eenzaam gevoel;
- ... meer interesse om iets online op te zoeken;
- ... meer zinvolle bezigheid.

De tablet zorgt er niet sowieso voor ...

- ... dat beeldbelklanten meer contact hebben met familie of vrienden;
- ... dat beeldbelklanten zich veiliger voelden.

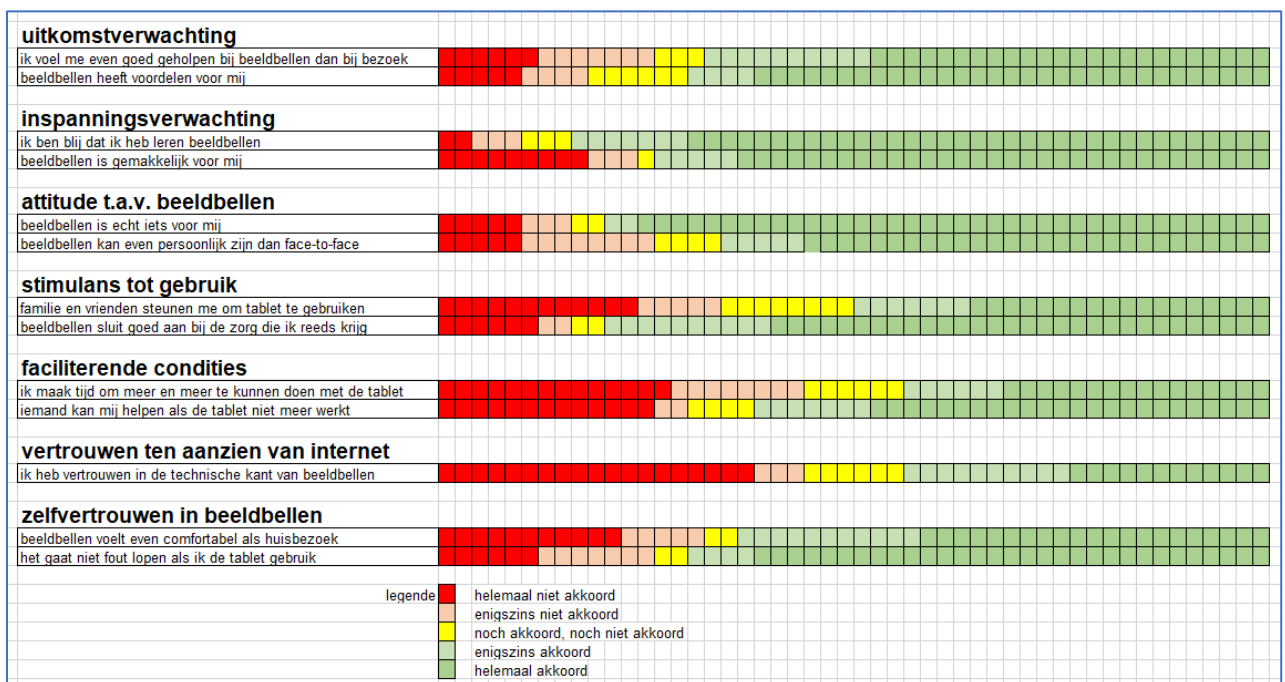
In één oogopslag:



Figuur 16: meerwaarde van de tablet voor de beeldbelklant in één oogopslag

2.7.5. Over klantvertrouwen in het beeldbellen

Geïnspireerd door een gevaloriseerde bevraging rond vertrouwen in het inzetten van digitale tools in welzijn en zorg (Bocklandt P. , medewerkersvertrouwen in onlinehulp, 2020), komen we tot volgende vaststellingen wat het klantvertrouwen in beeldbellen betreft:



Figuur 17: klantvertrouwen in beeldbellen in gezinszorg

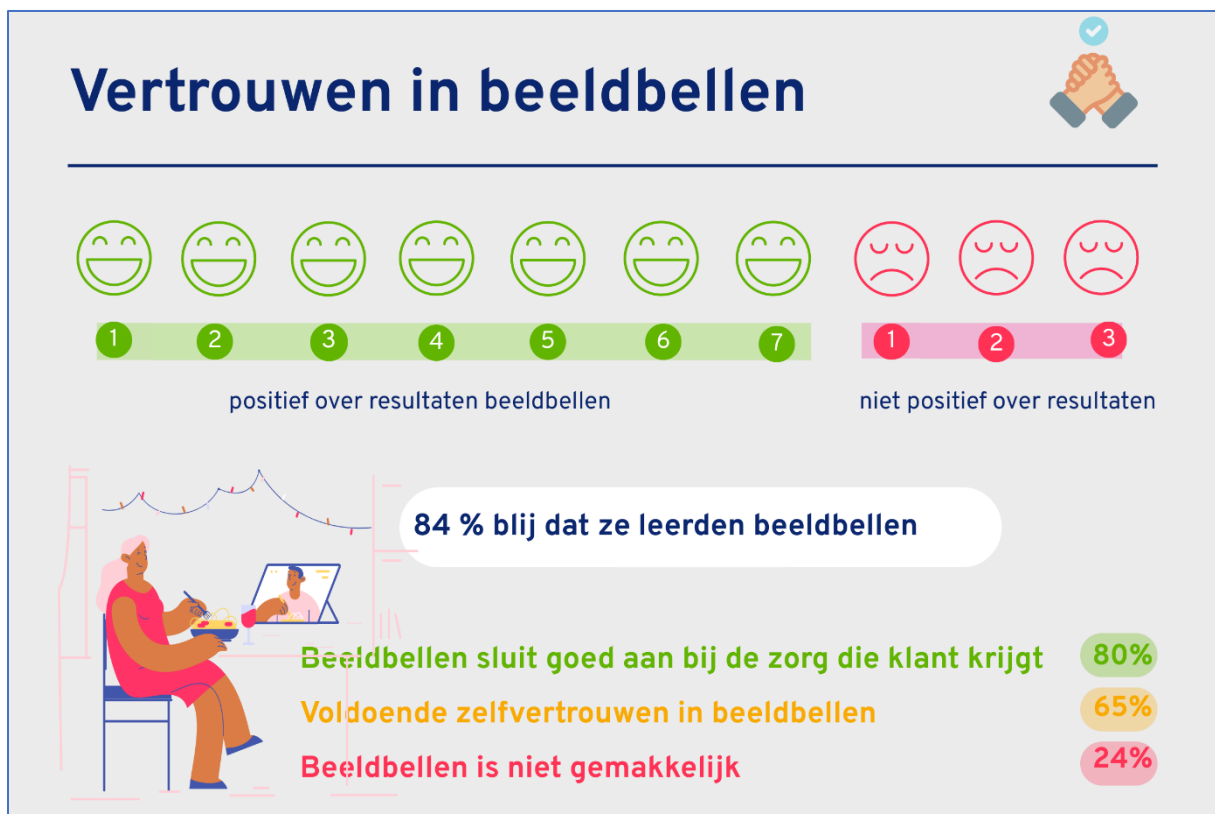
Het zit overwegend goed met het klantvertrouwen in het beeldbellen binnen gezinszorg:

- 70% van de beeldbelklanten kijkt positief naar de resultaten van het beeldbellen (= uitkomstverwachting).
- 84% is blij dat ze leerden beeldbellen (hoewel 24% zegt dat het toch niet gemakkelijk is voor hen).
- Meer dan 66% heeft een positieve grondhouding t.a.v. beeldbellen met verzorgenden.
- 80% vindt dat het beeldbellen goed aansluit bij de zorg die ze reeds krijgen.
- 65% heeft voldoende zelfvertrouwen in het beeldbellen.

Dat klantvertrouwen in beeldbellen zou nog kunnen groeien als sterker kan ingezet worden op:

- Faciliterend ondersteunen om met de tablet nog beter te leren werken (bij 26% van de klanten).
- Het vertrouwen in de technische kant van het internetgebruik kan vergroot worden (bij 38% van de beeldbelklanten). Uit andere aspecten van dit onderzoek weten we dat dit ook en vooral betrekking heeft op een stabiele internetverbinding in meer dan één ruimte in huis.

In één oogopslag:



Figuur 18: vertrouwen in beeldbellen bij klanten in één oogopslag

2.8. Conclusies wat het profiel van de beeldbelklant betreft

Het profiel van de beeldbelklanten die deelnamen aan dit project ziet er als volgt uit:

Enkele gegevens over de klanten en hun leefsituatie

Er waren 62 % vrouwen en 38 % mannen die deelnemen
64 % van hen is ouder dan 70 jaar. 13 % van de beeldbelklanten is jonger dan 50 jaar
93% van de geïnterviewde beeldbellenklanten woont alleen.

In de loop van de dag gaat er veel tijd naar

- TV of film kijken, (digitale) spelletjes spelen, muziek luisteren en/of lezen (35)
- Zorgen voor huishoudelijke taken (18)
- Er op uit trekken (wandelen, fietsen, gaan eten, ...) (14)

Contactfrequentie bij geïnterviewde klanten

De klanten zien wekelijks meer professionele hulpverleners dan mantelzorgers of familie.

De helft van klanten (17 op N=31) heeft dagelijks fysiek contact met iemand en een derde meerdere keren per week. (Dat betekent ook dat de helft niet dagelijks iemand life ziet.)

Bijna de helft heeft meerder keren per week contacten via beeldbellen.

Bijna de helft (14/30) van de respondenten heeft nood aan meer contacten.

Over hulp

Professionele hulp wordt het vaakst ingeroepen voor huishoudelijke taken en om boodschappen te doen. Voor oppas-toezicht en sociaal gezelschap wordt het minst beroep gedaan op professionele hulp. Voor klusjes in huis of tuin en voor verplaatsingen buitenshuis zijn er ongeveer evenveel klanten die beroep doen op het eigen netwerk als er zijn die hiervoor gebruik maken van professionele hulp.

Gezinszorg (88%), poetsdiensten (85%) en thuisverpleging (68%) vormen de top 3 van professionele waarop klanten meest beroep doen.

95% van de klanten doet beroep op meer dan 1 organisatie voor professionele hulp. (70% krijgt professionele hulp van meer dan 3 organisaties).

Hulp uit het eigen netwerk (N=32) komt vooral van de eigen ruime familie en dan voornamelijk van de kinderen. Ook vrienden/kennissen bieden hulp. 62 % (20) krijgt hulp via meer dan 1 kanaal, 15 % (5) heeft niemand in hun netwerk die hulp biedt.

De helft van de klanten (N=31) krijgt meermaals per week tot dagelijks hulp van het eigen netwerk en voor een grote helft geldt dat ook voor hulp uit het professioneel netwerk.

Gebruik tablet door beeldbellende klanten

67 % van de beeldbelklanten vindt het werken met de tablet gemakkelijk tot zeer gemakkelijk.

85 % beeldbelt al meer dan 100 dagen.

72 % van de klanten gebruikt de tablet meerdere keren (27%) per week tot dagelijks (45%).

18 klanten of 35 % gebruikt de tablet ook om met familie, vrienden of netwerk te bellen, 34 klanten (65 %) doet dat niet.

Meerwaarde van de tablet

Twee derde van de klanten vindt dat ze door tablet te gebruiken minder eenzaam zijn (67%) en meer zinvol bezig zijn (65%).

60 % gebruikt de tablet om dingen die hen interesseren op te zoeken op internet..

Meer dan de helft van de klanten voelt zich meer verbonden voelen met de buitenwereld (57%) en speelt spelletjes op de tablet (55%).

Vertrouwen in beeldbellen

Een meerderheid van 70% van de beeldbelklanten heeft positieve ervaringen met beeldbelzorg.

84 % is blij dat ze leerden beeldbellen (hoewel 24 % aangeeft dat het niet gemakkelijk is).

80 % vindt dat beeldbellen goed aansluit bij de zorg die ze reeds krijgen.

65 % heeft reeds voldoende zelfvertrouwen in hert beeldbellen.

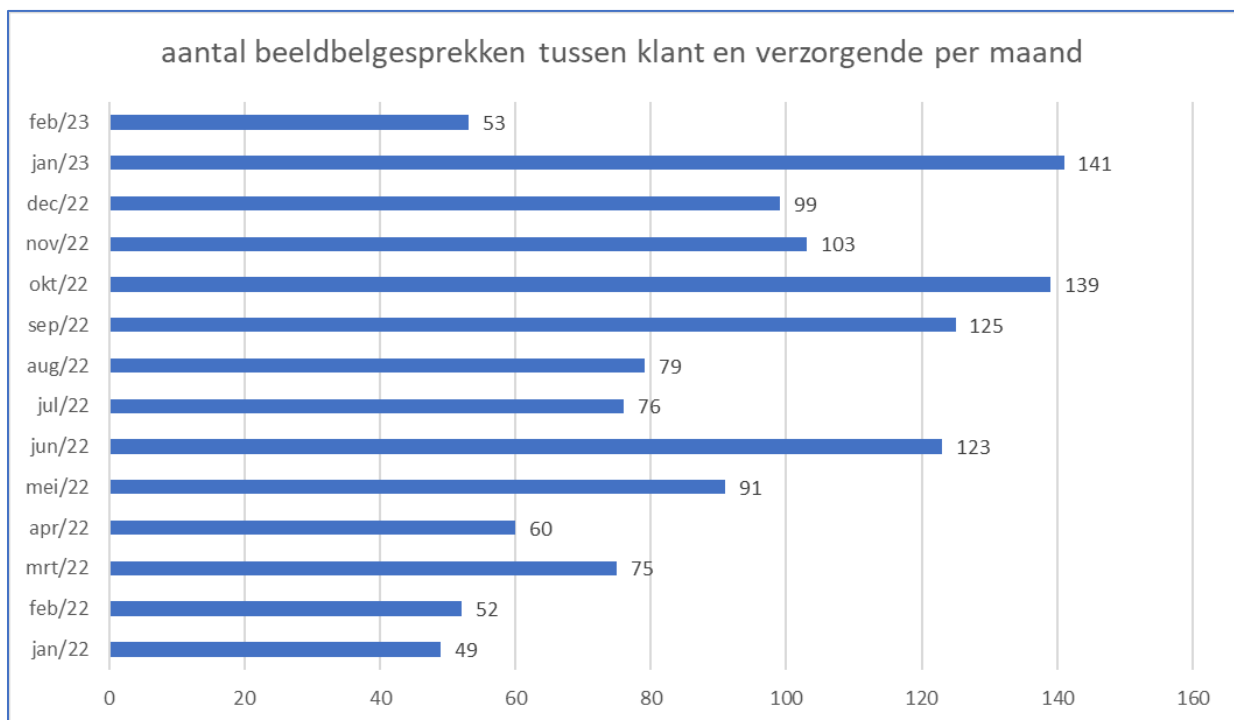
3. Hoe klanten en verzorgenden de beeldbelgesprekken ervaren

Dit hoofdstuk gaat dieper in op hoe klanten en verzorgenden de beeldbelgesprekken ervaren. Er wordt achtereenvolgens ingezoomd op:

- [Enkele algemene gegevens over de beeldbelgesprekken tussen klanten en verzorgenden](#)
- [De algemene beleving van de beeldbelgesprekken met gezinszorg – zowel door de klanten als door de verzorgenden;](#)
- [De algemene tevredenheid over de beeldbelgesprekken – door klanten en door verzorgenden;](#)
- [De kijk van klanten en verzorgenden op de inplanning van de beeldbelgesprekken](#)
- [De klantmotieven om te stoppen met beeldbellen](#)
- [Conclusies omtrent beeldbellen in de gezinszorg algemeen](#)

3.1. Enkele algemene gegevens over beeldbelgesprekken tussen klanten en verzorgenden

Tussen **1 januari 2022 en 17 februari 2023** werden **1.265 beeldbelgesprekken** tussen klanten en een beeldbelverzorgende gevoerd.



Figuur 19: aantal beeldbelgesprekken tussen klanten en beeldbelverzorgenden

Het is zo goed als onmogelijk om over deze spreiding verder zinvolle interpretaties te maken. In dit project zit er immers een grote variatie bij en spreiding van de instroom van nieuwe beeldbelklanten.

Beeldbelgesprekken duren doorgaans tussen 10 minuten en een uur – gemiddeld 33 minuten.

Van de 1.265 beeldbelgesprekken gesprekken:

- duurde 1,7 % van de gesprekken minder dan 10 minuten.
- duurde 1,7 % van de gesprekken langer dan 1 uur.

Het aantal beeldbelgesprekken per week per klant kon variëren van 1 tot 4.

3.2. Algemene beleving van beeldbelgesprekken met gezinszorg

Bij 'algemene beleving' gaat het over de globale indruk van de betrokkenen met betrekking tot het beeldbelaanbod binnen de gezinszorg. Het gaat over het antwoord op de vraag: "Wat vind je van die beeldbelgesprekken in gezinszorg?"

3.2.1. Algemene beleving van beeldbelaanbod door de klanten

De grote meerderheid van klanten is enthousiast over de beeldbelgesprekken. Sommigen spreken in superlatieven of geven aan dat ze er naar uitkijken. Enkele van hun verwoordingen:

Ik vind dit magnifiek! Deze gesprekken en technologie zijn een ware revelatie voor mij!

Goed, sociaal contact, kan hart luchten, heb een betere relatie met de beeldbeller dan met de familie vanwege afstand.

Heel aangenaam. Ik kan niets anders dan dit aanbevelen aan de anderen

De gesprekken zijn leuk, je raakt eraan gewend. Het doorbreekt de eenzaamheid.

Ik kan daar mijn ei kwijt.

Ik kan zo dingen zeggen die ik tegen een ander dikwijls niet zeg.

Heel gezellig.

Ik kijk er naar uit en ik zit op voorhand al te wachten. Het breekt mijn dag en dan kan ik nog eens babbelen.

Voor een beperkt aantal klanten zijn de ervaringen minder positief.

Ik vind de gesprekken vrij onpersoonlijk. Er zijn te veel beeldbellers, daarom weet ik niet met wie ik bel en kan ik geen persoonlijke band opbouwen.

Niet aangenaam, ik wist niet hoe ik de tablet moet gebruiken. Ik ken de persoon niet.

Ik bel voornamelijk met mijn familie. De gesprekken met de beeldbeller zijn al een maand geleden gestopt. Ik voelde me oncomfortabel, ik wist niet wat te zeggen

Het voldoet niet helemaal aan mijn verwachting. Voor mij zou de planning soms beter kunnen. Soms moet ik wachten tot een vorig gesprek gedaan is waardoor ik minder tijd heb of een gesprek dat niet is doorgestaan maar waarbij ze het niet hebben laten weten aan mij. Ik zat toen wel te wachten.

Gesprekken mogen misschien iets meer diepgang hebben.

3.2.2. Algemene beleving van het beeldbelaanbod door de medewerkers

De zes beeldbelmedewerkers ervaren de beeldbelgesprekken als positief en zinvol. De gesprekken zijn verschillend van gesprekken aan huis. Er is **meer ruimte voor persoonlijk contact en diepgang**.

Sommige beeldbelverzorgenden verwoorden het als volgt:

Ik heb nu het gevoel dat je meer kan luisteren, je volledig aandacht kan geven, volledige kan focussen, dieper kan ingaan op gesprekken in beeldbellen.

In het begin was het wat aanpassen als je de mensen nog niet kent. Als je ze regelmatig ziet.. is het ergens een meerwaarde.

Ik heb 1 iemand die ik al jaren ken en ik leer haar op een andere manier kennen. Ik wist niet dat ze zoveel problemen had. Als ik aan huis kom, primeert het praktische. Tijdens het gesprek focus je op andere dingen, ik leer nu bijv. de reden achter haar depressie (kennen). Ze geven zich meer bloot.

Je hebt een ander soort gesprekken dan als je fysiek aanwezig bent.

Sommige gaan dingen zeggen die ze anders misschien fysiek niet durven zeggen.

Heel zinvol. Het is anders dan in face-to-facegesprek bij mensen thuis, want dan ben je ook met andere dingen bezig. Andere dingen krijgen voorrang. De beeldbelgesprekken zijn heel persoonlijk en met diepgang ...

Ook de bevroegde verzorgenden die zelf niet beeldbellen vinden het positief dat thuiszorg naast hun werk ook beeldbelgesprekken met hun klanten aanbiedt. Ze zien het als **een goede aanvulling, vooral voor mensen die weinig contacten hebben of weinig hulp krijgen**. Twee respondenten benoemen de **extra mogelijkheid om contact met de familie te houden**, hen te 'zien' of foto's met ze te delen. Eén respondent benadrukt dat het belangrijk is dat de beeldbellers een goede opleiding krijgen en ook gericht advies kunnen geven.

Ze verwoorden het zo:

Eerlijk, eerst was ik wat sceptisch. Welke meerwaarde gaat dat geven? Wij komen daar al veel, meermaals per dag zelfs. Maar ik merk dat hij er elke week naar uitkijkt. Het maakt voor hem toch wel een verschil.

Ik vind dat heel mooi omdat ze op een zeer gemakkelijke manier met social media kunnen omgaan. Ze kunnen makkelijk met familie en geliefden contact leggen. Hen ook 'zien' en dingen kunnen delen zoals foto's. Van een gewone ipad snappen ze niets, deze mensen kunnen dan toch nog iets doen.

Ik heb mijn cliënt aangeraden om met beeldbellen mee te doen want ze heeft kinderen, maar ze heeft niet zo veel contact met hen.

Vind dat wel goed. Voor veel mensen. Wij kunnen wel gaan, maar kunnen niet iedere dag aanwezig zijn. De sociale contacten zijn voor veel mensen belangrijk. Velen hebben nood aan extra gesprek met iemand die ook in de zorg staat. Soms weten wij hoe bepaalde gezinssituaties zitten ... bij mijn klant is dat belangrijk.

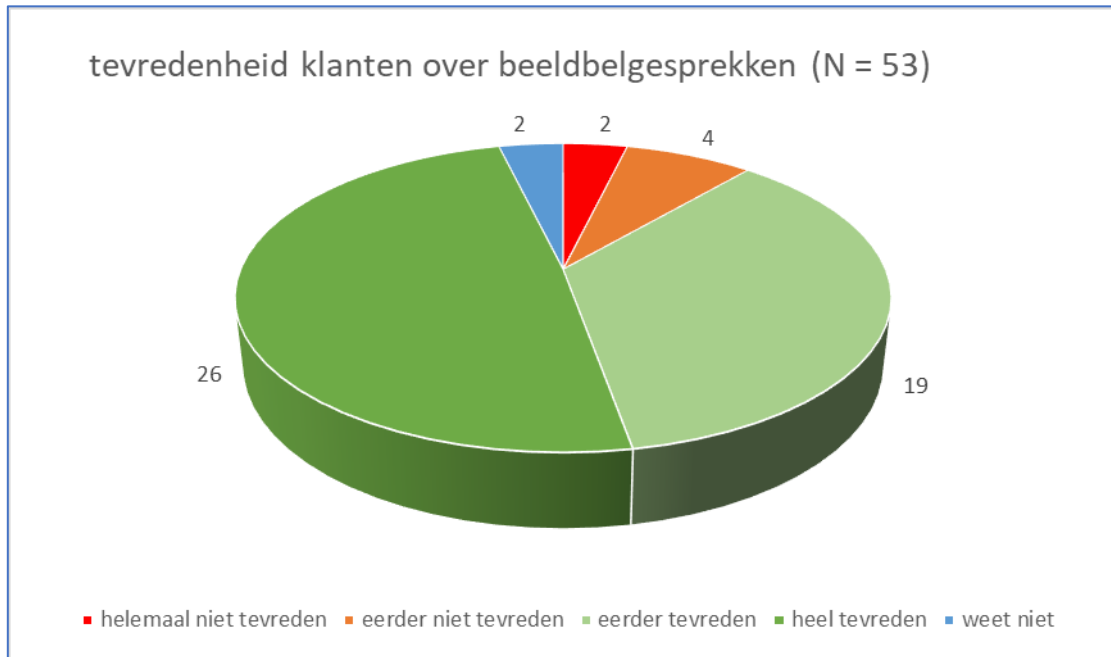
Mijn enige vaste klant die beeldbelt heeft er wel veel aan. Wij babbelen ook, maar ze kijkt er echt naar uit. Is goed om eenzaamheid weg te nemen.

Ik vind dat een goede aanvulling. Vooral voor mensen die zelf niet veel meer buiten komen en waar weinig mensen binnenkomen. Wij zijn vaak enige aanspreekpunt. Hun vriendenkring wordt kleiner.

3.3. Tevredenheid over de beeldbelgesprekken in gezinszorg

De betrokken actoren vinden het positief dat vanuit gezinszorg een beeldbelaanbod wordt georganiseerd. Maar hoe tevreden zijn de klanten en de beeldbelverzorgenden over die beeldbelgesprekken?

3.3.1. Tevredenheid van beeldbelgesprekken door de klanten



Figuur 20: tevredenheid klanten over beeldbelgesprekken

85% de klanten is eerder tot heel tevreden over de beeldbelgesprekken.

Beelbellen is voor mij beter dan verwacht. Er zit meer variatie in de gesprekken dan ik verwachtte. Het zijn geen standaardvraagjes die aanbod komen, er is veel meer vrijheid.

11% van de klanten is 'eerder niet' tot 'helemaal niet tevreden'.

81 % van de bevroagde klanten (43/53) zouden het beeldbelaanbod met een verzorgende aanbevelen aan een kennis of een vriend. Ze geven daarbij onder andere volgende motieven:

Voor de mensen die alleen zijn en niemand hebben, kan dit wel helpen.

Het is een middel om met mensen in contact te komen en iets te vertellen.

*Op deze manier kan je regelmatig **familie zien** die je anders minder vaak zou zien.*

Ik vind het fijn. Ik zit veel thuis maar op deze manier kan ik toch contact hebben.

De belangrijkste redenen om het beeldbelaanbod niet aan te bevelen zijn:

Ze zijn allemaal te oud – (Ik) heb niet zo veel kennissen en vrienden.

Moest ik meer mensen kennen die dat hebben dan zou ik er meer gebruik van maken. Op deze manier kunnen mensen meer met elkaar in contact komen.

Mijn vrienden zijn ook meer van 'de gezellige babbels samen live'.

3.3.2. Tevredenheid van beeldbelgesprekken door de beeldbelmedewerkers

5 beeldbelverzorgenden zijn 'heel tevreden', 1 is 'eerder tevreden' over de beeldbelgesprekken. Alle 6 zouden ze hun collega's aanbevelen om ook beeldbelgesprekken met klanten te voeren.

Belangrijke motieven hiervoor zijn: 'de afwisseling met het fysieke werk', 'van thuis kunnen werken, de mogelijkheid om diepere gesprekken te kunnen voeren, meer mensen kunnen bereiken

... is fijn om dieper op iemand in te gaan. Ook fijn om van thuis te kunnen werken. Soms kan je uit gesprekken dieperliggend horen waar ze nood aan hebben, een vraag over hebben. In beeldbellen komen er dingen naar boven die je ook als zorgdoel kan omschrijven en waar je eventueel later naar toe kan werken.

Op die halve dag kan ik veel meer mensen bereiken. Ik had een mevrouw die niet goed zag, ik adviseerde om een afspraak met oogarts te maken. (Ze) heeft dat gedaan. (Ze) kan nu opnieuw lezen

Op afstand ondersteun je anders, bijv. op het emotionele, bijv. iemand wiens dochter wordt geopereerd. Die dingen zouden anders minder aan bod komen.

Ik wil wel nog altijd op het terrein werken, niet alleen beeldbellen. Ik vind dat je meer voelt als je bij de persoon zelf bent. Bijv. ook echt voelen. Iemand een hand geven of een knuffel geven. Als je mensen ziet wenen in BB kan je troosten met woorden, maar je kan ze niet een knuffel geven.

Omdat het leuke combinatie is in werk. Is goede afwisseling om ook zoiets te doen. Voor mensen die het werk fysiek (moeilijk) aankunnen is het goed om eens een middag niet fysiek te moeten werken.

Ik wist vooraf niet hoe het zou lopen maar is echt fijn. . Het doet deugd dat mensen er naar uit kijken. Ik had niet gedacht dat je op afstand even goed kon helpen.

(Ik) had oorspronkelijke de verwachting dat het kleine korte gesprekken zouden zijn. Het zijn geen praktische telefoontjes maar écht gesprekken.

3.4. Over de inplanning van de beeldbelgesprekken

Zowel klanten als beeldbelverzorgenden hebben een mening over de lengte van de beeldbelgesprekken, over het aantal beeldbelgesprekken en over wie het initiatief daarvoor moet nemen.

Eerst enkele gegevens

75 % van de beeldbelgesprekken worden op hetzelfde moment in de week ingepland.

In 25 % van de beeldbelcontacten tussen klant en verzorgende wordt telkens een volgende afspraak ingepland.

34 % van de klanten belt met meer dan 1 beeldbelverzorgende.

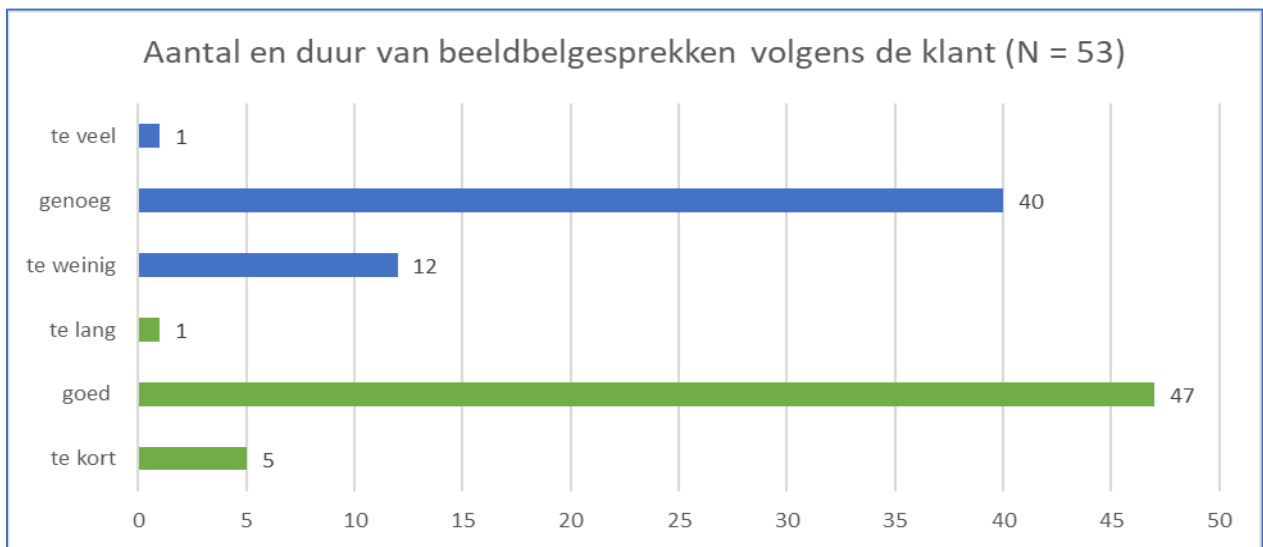
66 % van de klanten belt dus doorgaans steeds met dezelfde beeldbelverzorgende.

Meestal worden de beeldbelafspraken met de beeldbelverzorgende door deze medewerker ingepland.

21 % van de klanten heeft zelf al contact opgenomen met een beeldbelmedewerker van gezinszorg. Het voorbije jaar werd 122 keer via beeldbellen door een klant contact opgenomen voor een inhoudelijk gesprek.

3.4.1. Het inplannen van beeldbelgesprekken vanuit het perspectief van de klant

Wat vindt de klant van de het aantal en de duur van de beeldbelgesprekken?



Figuur 21: aantal en duur van de beeldbelgesprekken volgens de klant

De grote meerderheid van de klanten vindt het aantal en de duur van de beeldbelgesprekken goed.

Enkele reacties:

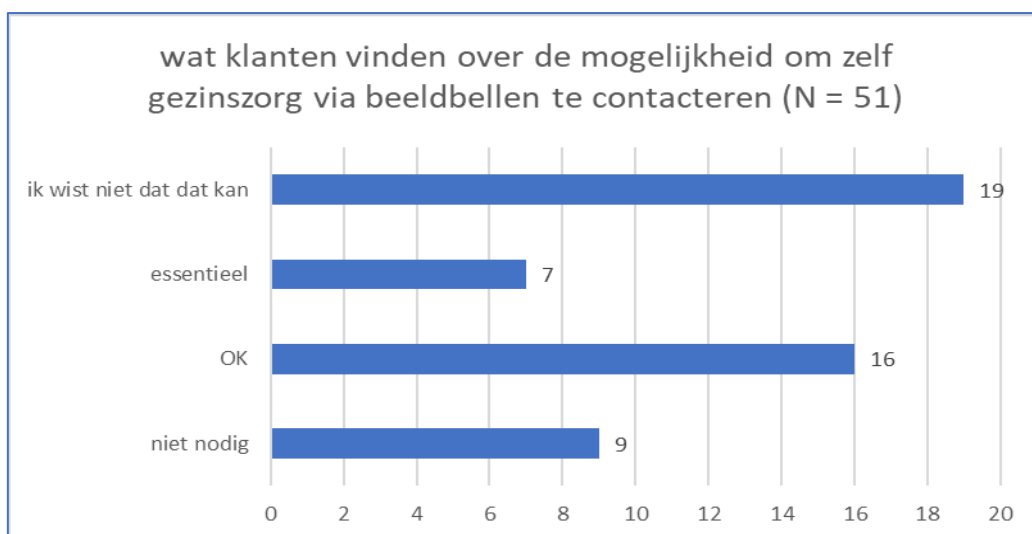
Ik heb moeite om lange gesprekken te voeren, daarom werd het tijdig afgerond. Ik vond het goed dat daar rekening mee werd gehouden.

De gesprekken duurden zeker niet te lang. We maken telkens een afspraak voor de volgende keer

De gesprekken waren voor mij soms te kort. Het beeld viel soms al uit wanneer we nog afscheid moesten nemen. De tijd vliegt voorbij.

De gesprekken mogen langer, maar ik weet dat ik niet alleen ben dus dat het goed genoeg is zo.

Over de mogelijkheid om als klant de thuiszorg via beeldbellen te contacteren zeggen de klanten:



Figuur 22: klantuitspraken over de mogelijkheid om gezinszorg zelf via beeldbellen te contacteren

Zowat 37 % wist niet dat ze ook zelf thuiszorg kunnen contacteren. Voor 13 % is dat essentieel.

3.4.2. Het inplannen van beeldbelgesprekken vanuit het perspectief van de beeldbelverzorgende

De beeldbelverzorgenden vinden de duur van de gesprekken doorgaans goed.

(Het) is te zien. Als iemand niet veel vertelt, is het (te) lang, anders kan het soms 40 min. zijn, (het) is te zien hoe goed je de mensen kent.

De beeldverzorgenden vinden het aantal gesprekken dat klanten voeren genoeg.

We mogen het zelf kiezen, passen het wat aan. Soms kan ik eens iemand extra opbellen. Meestal lopen het aantal en de duur goed.

De meeste beeldbellers maken telkens een volgende afspraak.

(Een) nieuwe afspraak kan ook bij een andere beeldbeller zijn, als tijdstip beter past.

(Ik) heb vaste beeldbelmiddagen, meestal een vast rooster. Ik spreek altijd af voor de volgende week, maar is meestal hetzelfde moment voor de klant.

3.5. Over de motieven om te stoppen met beeldbellen

Bij de redenen waarom klanten stoppen met beeldbellen met een verzorgende, kunnen de motieven als volgt gerubriceerd worden:

- De gezondheid van de klant laat beeldbellen niet meer toe:
 - Klant is onverwacht overleden
 - Klant heeft nood aan zware psychische ondersteuning
 - Beeldbellen is voor klant fysiek te moeilijk
 - Klant is te verward
 - Klant kan zich niet goed uitdrukken
- De klant is gestopt met gezinszorg:
 - Klant is gestopt met gezinszorg (2)
 - Klant is verhuisd
- De klant heeft geen nood meer aan of geen zin meer in beeldbellen met een verzorgende
 - Klant gaat frequent naar dagcentrum en heeft geen nood meer aan beeldbellen
 - Geen interesse om te beeldbellen
 - Beeldbellen is niet leuk
 - Hoofddoel was beeldbellen met de familie, maar omdat die geen contact via beeldbellen willen, is de klant gestopt
- De technische drempels om te beeldbellen blijven te hoog
 - Technologie deed het niet
 - Niet gewend geraken aan tablet
 - Stress van tablet (3)

3.6. Conclusies omtrent beeldbellen met gezinszorg in het algemeen

Tussen 1 januari 2022 en 17 februari 2023 werden 1.265 beeldbelgesprekken tussen klanten en een beeldbelverzorgende gevoerd.

Beeldbelgesprekken duren doorgaans tussen 10 minuten en een uur – gemiddeld 33 minuten.

Zowel de klanten als de medewerkers ervaren de beeldbelgesprekken algemeen als positief en zinvol

- 85 % van de klanten is eerder tot heel tevreden over de beeldbelgesprekken en vier op vijf zouden het beeldbelaanbod met een verzorgende aanbevelen aan een kennis of een vriend. Als motivering wijzen ze meermaals op 'sociaal contact', 'aangename gesprekken', 'meer vrije tijd', 'makkelijke tablet', 'goed als je alleen bent'.
- Medewerkers geven aan dat de gesprekken verschillend zijn van gesprekken aan huis. Er is tijdens beeldbelgesprekken meer ruimte voor persoonlijk contact en diepgang. Verzorgenden zien beeldbellen als een goede aanvulling op hun werk, vooral voor mensen die weinig contacten hebben of weinig hulp krijgen. De tablet biedt ook een extra mogelijkheid om contact met de familie te houden.

Over de planning, frequentie en duur van de beeldbelgesprekken:

- De beeldbelmedewerkers vinden de duur van de gesprekken doorgaans goed. Ook een grote meerderheid van de klanten vindt de duur van de beeldbelgesprekken goed.
- De beeldbelverzorgenden vinden het aantal gesprekken dat klanten voeren genoeg. Driekwart van de bevroegde klanten vindt het aantal beeldbelgesprekken ook genoeg. 22 % verkiest meer gesprekken.
- Zowat 37 % van de klanten wist niet dat ze ook zelf thuiszorg kunnen contacteren. Voor 13 % is dat essentieel.

[Terug naar de leeswijzer](#)

4. Inzoomen op de inhoud van beeldbelgesprekken

Dit hoofdstuk gaat dieper in op de inhoud van de beeldbelgesprekken tussen klanten en beeldbelverzorgenden.

We focussen achtereenvolgens op:

- [Algemene bevindingen over de inhoud van beeldbelgesprekken](#)
- [Over concrete hulp tijdens beeldbelgesprekken](#)
- [Over mogelijke impact en meerwaarde van beeldbelgesprekken](#)
- [Over de aandacht voor zorgdoelen tijdens beeldbelgesprekken](#)
- [Conclusies omtrent de inhoud van beeldbelgesprekken](#)

4.1. Algemene bevindingen over de inhoud van beeldbelgesprekken

Wat hebben de klanten én de beeldbelverzorgenden aan die beeldbelgesprekken?
Deze vraag staat centraal in wat volgt.

4.1.1. Bevindingen over de inhoud van beeldbelgesprekken vanuit de klant

Veel klanten ervaren **positieve gevoelens** bij de gesprekken. Meerdere mensen zeggen dat ze er 'veel aan hebben'. Ze waarderen het 'luisterend oor' en het 'doorbreken van de eenzaamheid'. Presentie blijkt dus een belangrijke waarde van de beeldbelgesprekken te zijn.

Ik krijg steun en begrip. Ik kan mijn hart luchten. (Naam beeldbelverzorgende) ziet de realiteit en de ernst van de situatie in en begrijpt dit.

Ik vond die wel goed, het gaf soms een andere kijk. De beeldbelverzorgende was heel meelevend, ik kon steun en begrip vinden bij haar. Dat vind ik belangrijk. Daarnaast hebben we ook gemeenschappelijke interesses gevonden.

Ik heb hier heel veel aan. We spreken over alles. De politiek, geneeskunde. De gesprekken zijn een echte uitlaatklep.

Ik vind het aangenaam om te kunnen praten over de dingen die in mijn leven gebeuren.

Minder eenzaamheid

*Een **luisterend oor**. Het biedt me troost.*

*Goed, er is iemand die eens luistert en dat heb ik wel nodig. Soms denk ik dat ik tegen de muren praat en dan is het goed dat er iemand is die luistert. Dat zorgt voor **warmte en menselijkheid**.*

Een volledig overzicht van klantenquotes over hoe zij de inhoud van beeldbelgesprekken ervaren vind je in [bijlage 3](#)

Klanten halen spontaan ook **diverse onderwerpen** aan **waarover ze praten**.

Zo bijvoorbeeld:

(Over) huwelijk, kleinkinderen, etc. (familiale zaken). Het zijn hartelijke gesprekken.

Kinderen en kleinkinderen. Wat er gebeurt in de week en in de wereld.

Van alles in mijn leven; soms weleens raad. Ook praten over hun levens.

Weer, bezoek, wat er in de week gebeurde, nieuwtjes van de week ...

Gevoelens, diepgaande gesprekken, familiale zaken.

Regelen van praktische zaken; verder praten over de hulp aan huis.

Sommige klanten hebben neutrale of minder goede ervaringen.
Meestal gaat dat over de oppervlakkigheid van de gesprekken.
Enkele quotes:

De gesprekken zijn zeer kort. Het zijn gewoon alles-goed-vragen.

Ik moet zelf steeds vertellen hoe het met me gaat. Er zijn nooit diepgaande gesprekken. Dit komt omdat ik de verschillende beeldbellers niet ken en niet uit elkaar kan houden. Ook zijn de gesprekken veel te oppervlakkig en eenzijdig. Het is niet mogelijk om nieuwsfeiten te bespreken of een intellectueel gesprek aan te gaan. De beeldbellers vertellen zelf niets.

Cliënt vindt het goed, niet overdreven wow. Wel leuk dat ze aandacht krijgt.

Voor mij blijft dat oppervlakkig. Ik kan niet goed iets toevertrouwen aan iemand die ...

Belangrijke voorwaarde voor kwaliteitsvolle beeldbelgesprekken blijft dus: het inzetten op 'verbinding-ondanks-of-dankzij-de-afstand'.

De meeste klanten brengen zelf graag **uiteenlopende thema's** aan bod: van dagdagelijkse dingen, over wat in hun dichte omgeving gebeurt, maar ook over actualiteit of politiek.

Een overzicht van de thema's die klanten noemen vind je in [bijlage 4](#)

Toch willen vele klanten – naar eigen zeggen - zelf ook **persoonlijke thema's** aan bod brengen:

Het zijn heel persoonlijke gesprekken over de situatie en mentale gezondheid van mijn echtgenoot. En de situatie thuis.

Mijn gevoelens.

Hoe het gaat met mij, interesse tonen in mijn leven.

Familiezaken en advies.

Mijn gevoelens, mijn mentale/ psychische gezondheid.

Het leven, overlevingskansen.

De problemen in mijn leven, over mijn beperking of over wat ik zoal meemaak.

Ik vond het vooral gemakkelijk dat ze telkens wist dat ik het graf van mijn vrouw ging bezoeken. Dan wist ze dat ik me nadien wat slechter voelde dus dan vroeg ze hoe het ging en probeerde ze mijn zinnen te verzetten.

Mijn beslissing over euthanasie.

4.1.2. Bevindingen over de inhoud van beeldbelgesprekken vanuit de medewerkers

De beeldbelverzorgenden beamen dat de inhoud van de gesprekken sterk kan variëren.

Zowel lichte gesprekken of gesprekken over praktische besognes als emotioneel zware gesprekken komen aan bod.

We laten de beeldbelverzorgenden even aan het woord:

Er is veel variatie in de gesprekken. Bij sommigen gaat het weken over hetzelfde. Het gaat vaak ook over nieuws, over de actualiteit. Klanten praten graag over het leven. Je speelt in op de dag en op de klant zelf. Je voelt heel snel waar het gesprek naar toe gaat.

Soms kan het mentaal heel zwaar zijn omdat het over schrijvende situaties of verhalen gaat. Soms heel mooie verhalen.

(Dat) varieert van klant tot klant. Bij een persoon met psychische problemen kan het heel zwaar zijn. Die probeer ik er wat bovenop helpen. Bij iemand anders gaat het vooral over tijdsbesteding want die ziet weinig mensen. Een andere klant stelt veel vragen over hoe ze dingen kan opzoeken.

Dat kan gaan over dat ze het lastig hebben, bijv. rond sterfdatum van familie. Soms over het emotionele, ook over het praktische. Het kan diepgaand gaan over gevoelens, maar ook over het gewone leven, de sociale contacten. Het kan heel verschillende richtingen uitgaan. Actualiteit, de beurs, financiële, energie, de oorlog. Ik leer ook veel bij.

Ik vind geen enkel gesprek saai! Het gaat veel over actualiteit, hobby's ... interesses. Ook heel veel over familie, echtgenoot, kinderen. Ook vaak over wie er niet meer is. Of over hun problematiek. Het is ook fijn als je [op maat] kan inspelen op de klant. Bijv. Klant zegt iets over zijn suiker en je kan ingaan op insuline... of stimuleren om te bewegen/dingen te doen die ze te weinig doen.

De beeldbelverzorgenden stellen zelf geen thema's voorop maar volgen de klant. Ze bieden een luisterend oor, spelen in op vragen van de klant en gaan in op hun zorgen. Emotionele ondersteuning is belangrijk.

Eerst vraag ik 'Hoe is het? Wat heb je gedaan, wat ga je nog doen?' Ik laat het komen uit de cliënt.

Als ik een luisterend oor kan zijn, over welk onderwerp het dan ook gaat... Als ik kan helpen en ondersteunend kan zijn. Leuk als het over koken gaat (dan kan ik zelf ook dingen toevoegen). Een andere klant met dementerende echtgenoot vindt het fijn om te kunnen vertellen over algemene dingen. Is ook ok.

Ik vind het allemaal interessant. Het gaat over de mensen. Ik kom bij die gesprekken meer te weten over de personen dan als ik langs ga. Als je langs gaat, is het luchtiger want je bent de hele tijd bezig. Via beeldbellen vertellen mensen meer over hun problemen en hun zorgen. Je kan ze op een andere manier helpen. Soms is het genoeg dat je kan 'knikken'. Ze laten ventileren.

Het emotionele vind ik belangrijk, omdat je een schouder op afstand kan geven

Wat voor hen belangrijk is. Zij moeten aangeven waarover ze willen praten. Je ziet dat onmiddellijk of ze in goede doen zijn.

Het gaat vaak over de geschiedenis van mensen. Dat is boeiend, ik leer ook veel. Er is bijv. een dame die graag leest (en ik ook), of die een recept wil delen. Of die naar een museum is geweest.

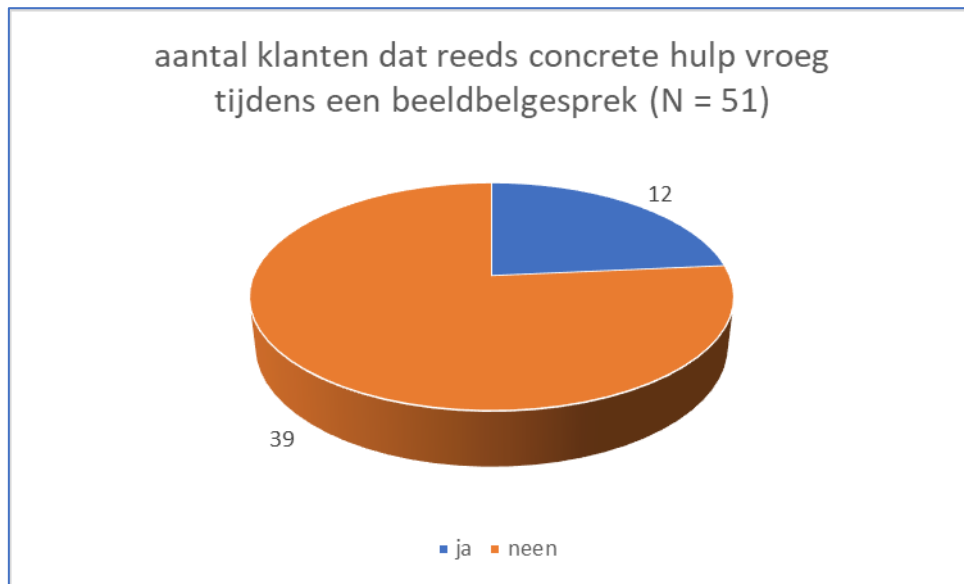
Het gaat ook over hun hobby's, hun werk, dingen die hen bezig houden (hun gevoel, soms ook over koetjes en kalfjes), politiek en nieuws wordt vaak aangehaald. Op het einde van het gesprek wil ik dat ze kunnen zeggen hebben hoe ze zich voelen (je wil afsluiten met 'ze hebben kunnen zeggen wat ze wilden'). Ik wil altijd met een positief gevoel eindigen. Dat ze ook kunnen uitkijken naar het volgende gesprek.

4.2. Over concrete hulp tijdens de beeldbelgesprekken

Uit wat voorafgaat mag duidelijk zijn dat ‘een luisterend oor bieden’ – presentie – aandachtig aanwezig zijn voor wat de klant zelf wil inbrengen een heel belangrijke inhoudelijke meerwaarde is van de beeldbelgesprekken met een verzorgende.

Maar kan en mag het ook méér zijn?

4.2.1. Wat de klanten zeggen over concrete hulp tijdens beeldbelgesprekken



Figuur 23: aantal klanten dat concrete hulp vroeg tijdens een beeldbelgesprek

24 % van de klanten zegt dat ze al eens om hulp vroegen tijdens een beeldbelgesprek.

De hulpvraag varieert. Enkele voorbeelden:

- Thuiszorgaanbod dat onduidelijk is of dat problematisch verloopt
- Angst voor fraude.
- Familiale problemen aanpakken met de psycholoog
- Psychologische zorgen: donkere gedachten, eenzaamheid, zelfzekerheid
- Medische bezorgdheden: knie, afspraak maken met podoloog
- Sociale woning

4.2.2. Wat beeldbelverzorgenden zeggen over hulpvragen van de klant

Bijna alle beeldbellers zeggen dat klanten soms om advies of concrete hulp vragen.

Advies kan gaan over praktische vragen over de tablet, hun kledij, over ‘stoppen met roken’, over familiezaken of over extra zorg. Enkele voorbeelden:

Iemand heeft psychosomatische klachten. Praat veel over het seksuele, heeft het er moeilijk mee. Hij geeft dat aan. Ik geef raad: 'praat je met de huisdokter? Bijv. i.v.m. medicatie?'.

Veel praktische vragen (ook over tablet, is heel nieuw voor sommigen). Bijv. "Ik zou ook met mijn familie of vriendin willen bellen: hoe moet dat?".

We hebben een klant met een spierziekte die op zoek was naar iets praktisch om zijn achterste proper te maken en ... Ik kon die naam opzoeken terwijl we aan het bellen waren en prijzen opzoeken en zo. Ik kon dan zo ook verder helpen.

4.3. Over mogelijk impact en meerwaarde van beeldbellen

We gaan achtereenvolgens in op:

- Enkele stellingen die we klanten en verzorgenden voorlegden omtrent de meerwaarde van beeldbellen
- Wat als beeldbellen zou wegvallen

4.3.1. Hoe klanten en medewerkers kijken naar enkele meerwaardestellingen die we hen voorlegden

Stellingen	Klanten (N=53) In %					BB-verzorgende (N=6) In %					Verzorgende (N=7) In %				
	helemaal niet akkoord	eerder niet akkoord	eerder akkoord	helemaal akkoord	weet niet	helemaal niet akkoord	eerder niet akkoord	eerder akkoord	helemaal akkoord	weet niet	helemaal niet akkoord	eerder niet akkoord	eerder akkoord	helemaal akkoord	weet niet
1. De beeldbelgesprekken zorgen voor structuur in de dag/week van de klant	11	6	34	38	11			33	67			14	43	43	
2. De klant ervaart de beeldbelgesprekken als aangenaam	2	2	22	71	4			17	83				43	57	
3. Door de combinatie thuiszorg – beeldbelzorg wordt betere hulp geboden	4	13	17	52	13			17	83				29	71	
4. Ik vind het NIET goed / niet NODIG dat de verzorgende thuis en beeldbeller op de hoogte zijn van elkaar	42	10	6	20	22	17	33	33	17		14	29	43	14	

Tabel 11: meningen van klanten en verzorgenden over meerwaardestellingen rond beeldbelgesprekken

Beeldbelgesprekken zorgen voor structuur in de dag of week van de klant. Dat vindt een grote meerderheid van de klanten (72%) en de medewerkers. Een grote meerderheid (meer dan 90%) van de klanten en medewerkers vindt dat ‘de beeldbelgesprekken de klant deugd doen omdat er dan iemand is die naar hen wil luisteren’.

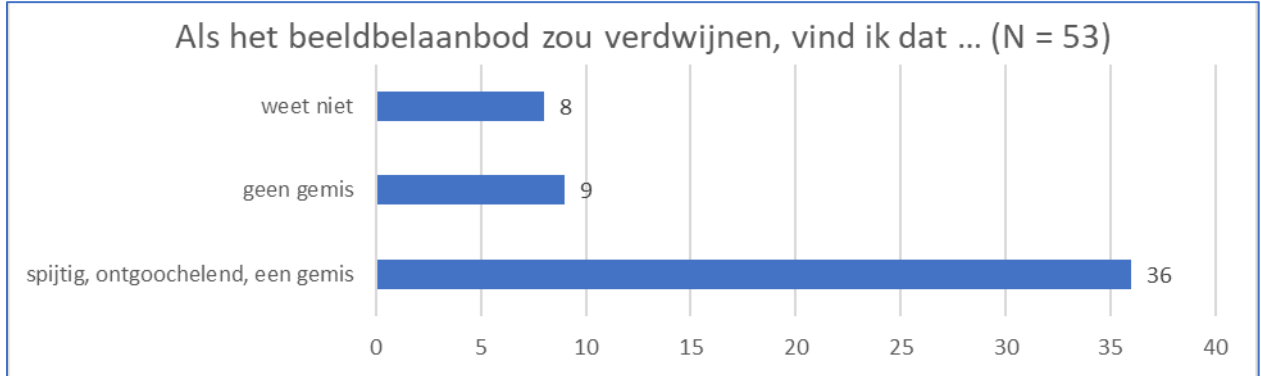
Een meerderheid van alle betrokken actoren vindt dat de combinatie van zorg-aan-huis en beeldbelzorg leidt tot betere zorg.

Voor de klanten zijn vragende partij voor meer communicatie tussen de verzorgenden aan huis en de beeldbelverzorgenden. Voor de medewerkers is dat minder uitgesproken.

4.3.2. Wat als beeldbellen zou wegvallen?

Aan alle betrokkenen werd gevraagd wat ze ervan vinden als het beeldbelaanbod zou verdwijnen.

Wat de klanten ervan vinden als het beeldbelaanbod zou verdwijnen



Figuur 24: mening van klanten als beeldbelaanbod zou verdwijnen

69% van de klanten zou het spijtig vinden, ontgoocheld zijn of echt zouden missen.

Een aantal klanten verduidelijkt dat ze de structuur die de gesprekken bieden, zouden missen, of eenzamer zouden zijn ...

Het is een deel geworden van mijn structuur. Zo kan ik mensen vaker zien.

(Ik zou...) veel sociaal contact missen

(Ik zou het) spijtig vinden. Ik heb dan niemand om mee te babbelen.

(Ik zou het) jammer vinden. Je kan niet meer je hart luchten. De eenzaamheid zal stijgen.

Dan valt een deel van mijn structuur weg. Als de beeldbeller ziek is, hoop ik dat ze gauw terug is.

17 % van de klanten zouden het niet missen of niet erg vinden.

Hoe kijken medewerkers hiernaar?

Alle medewerkers benoemen het 'gemis' dat de klant zal ervaren als het beeldbellen zou wegvallen.

Er zitten er veel klaar op hun stoeleke tegen dat er gebeld wordt. Als ik eens paar minuutjes later ben zeggen ze: "Ik zat al te wachten, je bent over tijd."(beeldbeller)

(Hij zou) toch wel teleurgesteld zijn ... omdat hij er elke week naar uitkijkt. Hij krijgt al vrij veel hulp, maar beeldbellen gebeurt op een moment dat er niemand komt van ons. (verzorgende)

Als de beeldbelgesprekken zouden stoppen, zou de beeldbelverzorgende ook zelf het beeldbellen missen en vooral de band die ze hebben opgebouwd met de klanten.

Ik zou het jammer vinden. Je hebt geen fysiek contact, maar je bouwt toch een band op door het beeldbellen. Je komt in het persoonlijk leven, je weet veel privédingen.

Je leert mensen kennen op verre afstand, ik zou ze missen, ook hun ideeën en nieuwtjes, hoe zij iets ervaren. Je leert meer mensen kennen. Er is veel vreugde, ook veel miserie ...

Is een goeie afwisseling, zou het niet voltijds willen doen, de combinatie is goed.

(Ik zou) een dag minder per week werken (ja ik ga echt niet terug 5/5 kuisen.) Mooie job maar te zwaar, zou het jammer vinden.

4.4. Over de aandacht voor zorgdoelen tijdens beeldbelgesprekken

De aandacht in gezinszorg wordt ook (meer en meer) gericht op het realiseren van zorgdoelen. Daarom zullen we achtereenvolgens ingaan op:

- [Het verkenningsgesprek over de zorgdoelgesprekken](#)
- [De mate waarin zorgdoelen aanbod \(kunnen\) komen in beeldbelgesprekken](#)
- [De aandacht voor zorgdoelen vanuit het organisatieperspectief](#)
-

4.4.1. Over de verkenningsgesprekken over zorgdoelen

1. Lichaam

Item	Voel jij je gezond?	Voel jij je fit?	Heb je pijn?	Slaap je goed?	Eet je gezond?	Ben je vaak ziek?	Kan je goed bewegen?
1	Nee: ☹️, Een beetje: 😐, Ja: 😊	Nee: ☹️, Een beetje: 😐, Ja: 😊	Nee: ☹️, Een beetje: 😐, Ja: 😊	Nee: ☹️, Een beetje: 😐, Ja: 😊	Nee: ☹️, Een beetje: 😐, Ja: 😊	Nee: ☹️, Een beetje: 😐, Ja: 😊	Nee: ☹️, Een beetje: 😐, Ja: 😊
2							
3							
4							
5							
6							
7							

Je hebt nagedacht over je lichaam. Welk cijfer geef je dit?

1 2 3 4 5 6 **7** 8 9 10

Vanuit de thuiszorgorganisatie werden met klanten bij de intake in de thuiszorg zorgdoelgesprekken gevoerd op basis van ‘Mijn positieve gezondheid’ (Mijn-positieve-gezondheid, 2020).

Van de 53 klanten die geïnterviewd werden over hun beeldbelgesprekken konden we 25 klanten koppelen aan het verslag van hun zorgdoelgesprek bij de intake.

In die intakegesprekken over zorgdoelen kan ook aangegeven worden over welke thema’s de klant wil praten.

Hiernaast een voorbeeld van een deel van zo’n verslag over het zorgdoel met betrekking tot ‘lichamelijke gezondheid’. Over het thema ‘slapen’ wil de klant wel in gesprek gaan.

Figuur 25: voorbeeld uit verslag zorgdoelgesprek bij intake

In 11 van die 25 ‘verslagen van zorgdoelgesprekken’ werd geen enkel thema aangekruist waarover de klant wilde praten. Bij 14 ‘verslagen van zorgdoelgesprekken’ werden wel thema’s aangekruist:

thema	items in de zorgdoelen	Aantal respondenten dat hierover wil praten
Lichaam	1. Voel je je gezond?	1
	2. Voel je je fit?	
	3. Heb je pijn?	3
	4. Slaap je goed?	1
	5. Eet je gezond?	
	6. Ben je vaak ziek?	
	7. Kan je goed bewegen?	

thema	items in de zorgdoelen	Aantal respondenten dat hierover wil praten
Gevoelen gedachten	8. Kan je dingen goed onthouden?	
	9. Kan je goed nadenken?	1
	10. Kan je goed zien en horen ?	1
	11. Voel je je vrolijk?	1
	12. Ben je blij met wie je bent?	2
	13. Weet je wat je moet doen als het niet goed gaat?	
	14. Beslis je zelf over belangrijke dingen?	1
Zinvol leven	15. Vind je je leven zinvol?	3
	16. Heb je 's morgens zin om op te staan?	1
	17. Zijn er dingen die je graag wil doen in je leven?	2
	18. Maak je je zorgen over de toekomst?	4
	19. Accepteer je je leven zoals het is?	1
	20. Ben je dankbaar voor je leven?	
	21. Heb je zin om nieuwe dingen te leren?	4
Kwaliteit van leven	22. Geniet je van het leven?	1
	23. Ben je gelukkig?	1
	24. Voel jij je goed?	2
	25. Kan jij je leven aan?	1
	26. Voel jij je veilig?	2
	27. Ben je tevreden over hoe je woont?	
	28. Heb je genoeg geld om je rekeningen te betalen?	
Meedoen	29. Heb je contact met andere mensen?	
	30. Nemen andere mensen je serieus?	1
	31. Heb je vrienden?	1
	32. Heb je mensen die je kunnen helpen?	
	33. Heb je het gevoel dat je erbij hoort	1
	34. Heb je werk of doe je dingen die je belangrijk vindt?	1
	35. Wil je graag weten wat er in je dorp of stad gebeurt?	1
Dagelijks leven	36. Kan je goed voor jezelf zorgen?	
	37. Weet je wat je kan en niet kan?	
	38. Weet je goed hoe je gezond kunt leven?	
	39. Kan jij jouw dag goed indelen?	
	40. Geef je meer geld uit dan je hebt?	
	41. Kan je werken?	
	42. Weet jij hoe je hulp kan vragen?	

Tabel 12: thema's uit de zorgdoelen waarover de klant bereid is om te praten

Enerzijds is het begrijpelijk dat in het verkennend gesprek over de zorgdoelen met de klant weinig aangekruist wordt waarover de klant wil praten omdat er veel elementen bevraagd worden en er prioritair aandacht is voor de 'zorg-aan-huis'.

Als de thuiszorgaanbieders meer willen gaan focussen op zorgdoelen tijdens het beeldbellen, dan is het wél aan te bevelen om explicieter aandacht te besteden aan het aanvinken van thema's waarover de klant wil praten.

4.4.2. Een vergelijking van onderwerpen die kunnen aan bod komen

Tijdens de interviews werd aan de beeldbelklanten gevraagd om mogelijke gesprekstema's van beeldbelgesprekken te ordenen. Ze konden voor elke stelling aangeven of het thema reeds aan bod komt, aan bod zou kunnen komen of nooit aan bod zou kunnen komen in een beeldbelgesprek. Onderstaande tabel ordent de gesprekstema's per zorgdoelcluster.

Zorgdoelcluster	Welk gesprekstema hoort op welke stapel?	Klanten (N=53) in %			BB-verzorgende (N=6) in %			Verzorgende aan huis (N= 7) in %		
		komt aan bod	zou aan bod kunnen komen	zal nooit aan bod komen	komt aan bod	kan aan bod komen	zal nooit aan bod komen	komt aan bod	kan aan bod komen	zal nooit aan bod komen
Meedoen aan wat er in de omgeving gebeurt	1. wat er vandaag in de wereld gebeurt	55	12	33	100	0	0	100	0	
	22. over contact hebben met je familie of vrienden	61	16	22	100	0	0	86	14	
	4. over zelf boodschappen doen	33	8	58	100	0	0	71	14	14
	8. over verplaatsingen die moeten geregeld worden	19	19	63	67	33	0	86	14	
Lichamelijke gezondheid	7. over medicatie-inname	18	16	65	67	33	0	86	14	
	23. over extra zorg die je zou kunnen gebruiken of nodig hebt	28	15	57	80	20	0	57	43	
	19. over aandacht hebben voor je gezondheid	48	19	33	100	0	0	100	0	
	18. over hoe je in beweging kan blijven of blijft	28	32	40	100	0	0	86	14	
Gevoelens en gedachten	13. over wat je bezighoudt	72	15	13	100	0	0	57	43	
	15. over de zorgen die jij je maakt	66	15	19	100	0	0	71	29	
	16. over hoe je je voelt in het algemeen	71	21	8	100	0	0	57	43	
	24. over de verzorgende die aan huis komen	51	9	40	100	0	0	86	14	
Dagelijks functioneren	3. over praktische klusjes in huis of in de tuin	45	14	41	83	17	0	71	29	
	5. over boodschappen regelen	27	17	56	50	50	0	100	0	
	6. over oppas – toezicht	4	4	91	33	67	0	14	71	14
	9. over paperassen en financies	22	6	71	67	33	0	86	14	
Kwaliteit van leven	10. over de structuur die je in je dag steekt	51	20	29	100	0	0	100	0	
	20. over hoelang je nog thuis gaat kunnen blijven wonen	14	19	67	80	20	0	86	14	
	17. over hoe je verzorgd je er uitziet	46	19	35	80	20	0	71	29	
	14. over de pijn waar je mee zit	55	18	27	100	0	0	100	0	
Zingeving	12. over wat jij belangrijk vindt in 't leven	67	16	16	100	0		71	29	
	2. wat je vandaag of gisteren zelf meemaakt hebt	86	8	6	100	0		100	0	
	21. over het einde van het leven	24	6	71	80	20		57	43	
	11. over wat je elke dag graag doet en waar je tegenop ziet	54	24	22	100	0		71	29	

Tabel 13: een vergelijkend overzicht van zorgdoelthema's die aan bod (kunnen) komen tijdens beeldbelgesprekken







Gesprekken gaan over heel veel uiteenlopende onderwerpen. Ook moeilijke thema's (kunnen) aan bod komen volgens beeldbelmedewerkers en verzorgenden (cf. nr. 15, 20, 21)

De beeldbelmedewerkers geven aan dat eigenlijk alle gespreksonderwerpen aan bod kunnen komen. Sommige klanten willen een aantal onderwerpen niet aan bod zien komen, maar die klanten spreken natuurlijk enkel vanuit hun individueel perspectief. Toch geeft 91 % aan dat over 'oppas-toezicht niet kan worden gepraat. En voor 71 % kunnen onderwerpen als 'het einde van het leven' en 'over paperassen en finances' nooit aan bod komen.

4.4.3. Over aandacht voor zorgdoelen vanuit organisatieperspectief

Tijdens het focusgroepsgesprek met middenkader- en directiemedewerkers gaf een derde van de respondenten aan dat een luisterend oor bieden het doel mag zijn vanuit beeldbellen vanuit gezinszorg. Twee derde van de respondenten gaf aan dat beeldbellen vanuit gezinszorg altijd meer moet zijn dan een luisterend oor bieden.

Op de vraag 'op welke zorgdoelclusters beeldbellen vanuit gezinszorg het meest zou moeten focussen' werden door directie en middenkader prioriteiten aangegeven. We plaatsen die hieronder naast wat volgens de klant reeds in beeldbelgesprekken aan bod komt.

zorgdoelcluster		Prioriteit 1 = minst belangrijk 6 = belangrijkste	Wat volgens klanten in beeldbelgesprekken aan bod komt
	Kwaliteit van leven	5,00	41,5 %
	Gevoelens en gedachten	4,88	65 %
	Meedoen aan wat in de omgeving gebeurt	3,50	42 %
	Zingeving	2,75	57,75 %
	Dagelijks functioneren	2,38	24,50 %
	Lichamelijke gezondheid	2,00	30 %

Tabel 14: prioriteiten en realisaties van zorgdoelthema's tijdens beeldbelgesprekken

Het verwachtingsbeeld van beleidsmedewerkers omtrent het ingaan op zorgdoelen stemt niet optimaal overeenstemt met wat klanten en beeldbelmedewerkers zeggen dat er in beeldbelgesprekken aan bod komt.

4.5. Conclusies omtrent de inhoud van de beeldbelgesprekken in de thuiszorg

Over ervaringen met de inhoud van beeldbelgesprekken

Veel klanten ervaren **positieve gevoelens** bij de gesprekken. Meerdere mensen zeggen dat ze er 'veel aan hebben'. Ze waarderen het 'luisterend oor', en het doorbreken van de eenzaamheid. Presentie blijkt dus een belangrijke waarde van de beeldbelgesprekken te zijn.

Sommige klanten hebben neutrale of minder goede ervaringen.

Meestal gaat dat over de oppervlakkigheid van de gesprekken.

En dat hangt dan soms samen met de wisselende beeldbelverzorgenden waarmee gesprekken gevoerd worden.

Over de inhoud van de beeldbelgesprekken

De gespreksonderwerpen zijn divers. Klanten praten graag over uiteenlopende dagdagelijkse dingen, over wat in hun dichte omgeving gebeurt, maar ook over actualiteit of politiek.

Ook persoonlijke zaken komen aan bod.

De beeldbelverzorgende stellen ook dat de inhoud varieert. Ze stellen zelf geen thema's voorop maar volgen de klant. Ze bieden een luisterend oor, spelen in op vragen van de klant en gaan in op hun zorgen. Emotionele ondersteuning is belangrijk.

24% van de klanten geeft aan dat ze al eens om hulp vroegen tijdens het beeldbelgesprek.

Over de impact van beeldbelgesprekken

Een grote meerderheid (meer dan 90%) van de klanten en medewerkers vindt dat 'de beeldbelgesprekken de klant deugd doen omdat er dan iemand is die naar hen wil luisteren'.

Beeldbelgesprekken zorgen voor structuur in de dag/week van de klant. Dat vindt een grote meerderheid van de klanten (72 %) en medewerkers (> 90 %)

Een meerderheid van alle betrokken actoren vindt dat de combinatie van zorg-aan-huis en beeldbelzorg leidt tot betere zorg.

Vooral de klanten zijn vragende partij voor meer communicatie tussen de verzorgenden aan huis en de beeldbelverzorgenden. Voor de medewerkers is dat minder uitgesproken.

69% van de klanten zeggen dat ze het spijtig zouden vinden, ontgoocheld zouden zijn of het echt zouden missen als het beeldbellen zou stoppen.

Ook de beeldbelmedewerkers zouden de gesprekken missen en vooral de band die ze met de klanten hebben opgebouwd. Daarnaast valt dan ook de mogelijkheid weg om hun fysieke werk af te wisselen met het beeldbellen.

Over zorgdoelen tijdens beeldbelgesprekken

Bij het intakegesprek rond zorg-aan-huis wordt tijdens het focussen op zorgdoelen weinig aangekruist 'waarover de klant wil praten' omdat er veel elementen bevraagd worden tijdens dit gesprek en het aspect 'bereidheid tot praten' wellicht geen prioriteit is op dat moment.

Als de thuiszorgaanbieders meer willen gaan focussen op zorgdoelen tijdens het beeldbellen, dan is het aan te bevelen om toch explicieter aandacht te besteden aan het aanvinken van thema's waarover de klant wil praten.

Er is enige discrepantie tussen de zorgdoelclusters die volgens de klant tijdens beeldbelgesprekken aan bod komen én de verwachtingen die de beleidsmedewerkers daarrond formuleren.

5. Tien aspecten van het implementeren van hybride gezinszorg

Dit hoofdstuk inventariseert aandachtspunten rond het implementeren van hybride gezinszorg. We baseren ons daarvoor op een algemeen kader (Bocklandt P. , Professioneel beeldbellen in welzijnswerk, sociaal werk en geestelijke gezondheidszorg, 2021) en op de interviews met klanten en verzorgenden, de cliëntreizen en de focusgroeps gesprekken met het middenkader.

Dit hoofdstuk wordt als volgt opgebouwd:

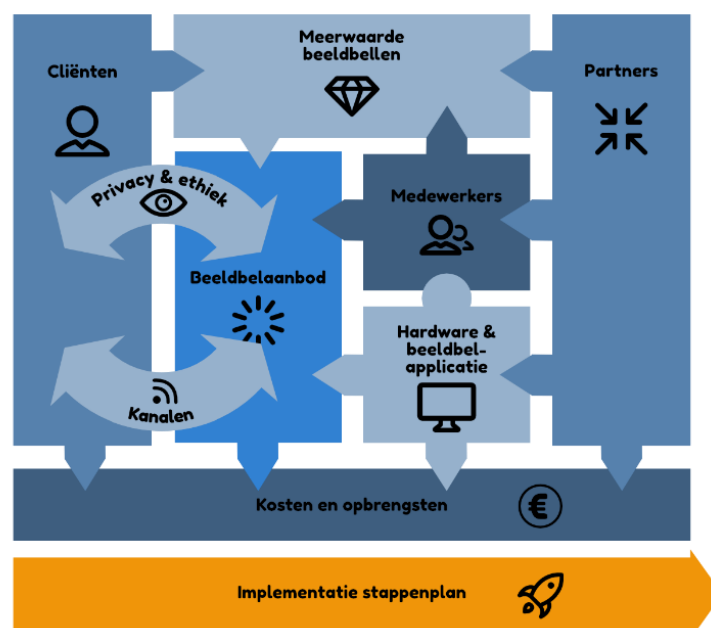
- [Een kader voor het implementeren van hybride gezinszorg;](#)
- [Over de visie op hybride gezinszorg en de positie van het beeldbellen daarin;](#)
- [Over de klanten en hybride gezinszorg;](#)
- [Over de communicatie over het beeldbel- en tabletaanbod;](#)
- [Over deontologische kwesties van hybride gezinszorg;](#)
- [Over het hybride aanbod;](#)
- [Over vertrouwen van medewerkers in het hybride aanbod;](#)
- [Over hard- en software en stabiel internet;](#)
- [Over partners bij het aanbieden van een beeldbel- en tabletaanbod;](#)
- [Over kosten en opbrengsten en de willingness-to-pay;](#)
- [Op weg naar een stappenplan;](#)
- [Conclusies omtrent de implementatie van hybride gezinszorg](#)

5.1. Een kader voor het implementeren van hybride zorg

Het aanbieden van beeldbelzorg vergt veel meer dan een ‘beeldbellink’ en ‘tijd voor medewerkers om de beeldbelgesprekken te voeren’. Het duurzaam invoeren van een digitaal aanbod is complexer. Te veel onlinehulpaanbod sterft een stille dood na het finaliseren van een app of na een ‘proefproject’ omdat te weinig aandacht besteed wordt aan alle implementatie-aspecten (Bocklandt P. , Blended hulp wordt het nieuwe normaal, 2017).

Dit kader brengt de complexiteit van het duurzaam implementeren van beeldbellen in kaart. Niet met de bedoeling om initiatiefnemers af te schrikken. Wel met een constructief dubbel doel:

- Een overzicht brengen van alle aandachtspunten rond beeldbellen in hybride gezinszorg;
- Alert zijn voor alle aspecten bij het duurzaam implementeren van beeldbellen in de gezinszorg.



Figuur 26: Tien implementatie-aspecten van beeldbellen in welzijnswerk

Dit implementatiekader vraagt aandacht voor volgende aspecten:

- **Meerwaarde:** wat is de meerwaarde van beeldbelzorg binnen het huidige aanbod? Kan beeldbellen iets bijdragen om bestaande problemen in de werking te verhelpen (of is er 'sense of urgency')? Kortom wat is de visie op hybride zorg en op de positie van beeldbelzorg in de hele werking?
- **Beeldbelaanbod:** is er duidelijkheid over de manier waarop beeldbelzorg en het tabletaanbod zullen aangeboden worden? Van welke applicaties zal gebruik gemaakt worden? In welke tijdfasering?
- **Medewerkers:** zijn de beeldbelmedewerker gemotiveerd en competent? Welke medewerkers zullen de beeldbelzorg realiseren? Wat is hun functieprofiel? Welke aandacht is er voor training en intervisie rond de beeldbelzorg?
- **Klanten:** aan welke klanten wordt beeldbelzorg aangeboden? Nu en in de toekomst? Aan welke voorwaarden (persoonlijke en technische) moeten ze voldoen? Zijn er specifieke doelgroepen? Worden ze betrokken bij de implementatie?
- **Hardware en internetverbinding:** beschikken alle medewerkers en klanten over up-to-date hardware en een vlotte internetverbinding? Op alle locaties?
- **Privacy en ethiek:** kan de beeldbelzorg op een veilige manier aangeboden worden? Zijn er verschilpunten met face-to-face gesprekken wat betreft ethische gedragsregels?
- **Kanalen:** hoe wordt er over de beeldbelzorg gecommuniceerd met (potentiële) klanten? Wordt er over gecommuniceerd met verwijzers, met alle medewerkers in de organisatie, met de overheid, met het brede publiek?
- **Partners:** hoe kan er (nog beter) samengewerkt worden met partners die een gelijkaardig aanbod doen? Met partners om de doelgroep te ondersteunen (met hard- en software of versterken van mediawijsheid? Met aanbieders van hard- en software?
- **Kosten en opbrengsten:** wat is de willingness-to-pay voor deze beeldbelzorg bij de klanten? Welke opportuniteiten kan de overheid hierbij voorzien?
- **Op weg naar een stappenplan:** wat zijn prioritaire aandachtspunten bij het uitwerken van een meerjarenplan om het aanbieden van beeldbelzorg duurzaam te implementeren?

Op al deze aspecten wordt in de volgende items ingegaan.

5.2. Over de visie op hybride gezinszorg en de positie van het beeldbellen daarin

“Hybrid care is not new: since 2010 multiple academic research papers have been published in the topic. Based on both single studies en review articles, hybrid care has clear impact on:

- The follow-up of chronic patients;
- Mental healthcare
- Quality of life
- Patient security and adherence”
(Staelraeve, 2022)

Hoewel dit citaat over hybride zorg van Sofie Staelraeve vooral gebaseerd is op studies rond geestelijke en medische gezondheidszorg, is het in vele aspecten relevant voor het beeldbelaanbod in de thuiszorg.

Uit de klant- en medewerkers-interviews blijkt de meerwaarde van beeldbellen voor hen.

We focussen hier op:

- [De visienota rond hybride zorg](#)
- [De organisatie- en maatschappelijke meerwaarde](#)
- [De sense-of-urgency om te beeldbellen](#)
- [De positie van beeldbellen in het zorgaanbod](#)
- [De kerntaken omtrent een digitaal aanbod](#)

5.2.1. De meerwaarde van beeldbelzorg in de visienota

Meerdere partners uit de gezinszorg formuleerden in november 2022 een visienota rond ‘hybride gezinszorg’. (i-mens, Familiehulp, Z-plus, Zorgband, Ferm, Familiezorg, Villers, VVSG, Zorggezind, 2022). Daarin wordt aandacht besteed aan de volgende visie- en positie-aspecten:

- De meerwaarde van het zorggesprek via beeldbellen vanuit klant- en medewerkersperspectief. Belangrijk hierbij zijn:
 - werk maken van e-inclusie van de doelgroep dankzij een warme installatie
 - meer eigen regie en zelfredzaamheid van klanten
 - meer connectie met de eigen omgeving
 - meer psychosociale ondersteuning
 - het ontzorgen van mantelzorgers (tijdens beeldbelgesprekken tijd hebben voor zichzelf)
 - grotere nabijheid dankzij de afstand (en daardoor snellere signaaldetectie)
 - taakdiversiteit voor een aantal verzorgenden
- De positie van dat beeldbelaanbod *naast* gezinszorg-aan-huis via geplande zorggesprekken en 24/7 u bereikbaarheid.
- Hybride zorg betekent voor deze aanbieders *“een manier om klanten nog beter te ondersteunen in het behalen van hun levens- en zorgdoelen.”*

In deze visienota komt de meerwaarde van het beeldbelaanbod vanuit het perspectief van de organisatie veel minder aan bod.

Enkel volgende aspecten worden benoemd:

- De organisatie-aandacht voor ‘continuüm aan zorg door vertrouwde personen’
- ‘inzetten op werkbaar werk voor de verzorgenden’
- De organisatie-aandacht voor ‘het toepassen van het principe van de minst ingrijpende zorg’ (Vlaamse regering, 2019)

De maatschappelijke meerwaarde van het beeldbelaanbod komt slechts in heel algemene containertermen aan bod:

De nood aan digitale inclusie van onze cliënten is in de huidige samenlevingscontext een absolute must. Deze deur opent ook tal van andere mogelijkheden naar een betere digitale connectie met de doelgroep. Daarnaast geloven we er sterk in dat een hybride vorm van gezinszorg onderdeel is van toekomstgerichte zorg. Als sociale ondernemers willen we cliënten zoveel mogelijk in alle levensdomeinen zorg en ondersteuning bieden. Daarom is het belangrijk om ook de digitale en innovatieve kaart te trekken als bijkomend aanbod in het zorg- en ondersteuningslandschap in

Vlaanderen en Brussel.” (i-mens, Familiehulp, Z-plus, Zorgband, Ferm, Familiezorg, Villers, VVSG, Zorggezind, 2022)

Deze formuleringen kunnen ons inziens veel sterker geconcretiseerd worden in de visienota. En dat is ook van belang omdat beleids- en investeringskeuzes voor de toekomst best niet gemaakt worden op basis van wollig t concrete meerwaarde-argumenten en niet op basis van weinigzeggende containerbegrippen.

5.2.2. De organisatie- en maatschappelijke meerwaarde van beeldbellen geconcretiseerd

Een aanzet voor concretisering van de organisatie- én maatschappelijke meerwaarde van beeldbellen werd tijdens een focusgroeps gesprek met vertegenwoordigers van directie- en middenkader van i-mens, Familiehulp en Zorgband Leie en Schelde in kaart gebracht. En dit op twee manieren:

- We brainstormden over [een baseline voor ‘hybride gezinszorg’](#)
- We inventariseerden [meerwaarde-elementen vanuit organisatieperspectief](#).

Schrijf een baseline voor ‘hybride gezinszorg’

De formulering van een baseline focust op een essentieel argument dat top-of-mind aanwezig is bij de organisatieverantwoordelijken. In de baselines waren soms gemeenschappelijke elementen te zien.

Een aantal baselines focusten op **‘verbinding’ en ‘nabijheid’**:

- Zodat we er kunnen zijn zonder er te zijn
- Samen met de klant en dicht bij de klant aan zorgdoelen kunnen werken
- Hybride gezinszorg is een aanvullende dienstverlening: nabije en kwalitatieve zorg
- Verbinding, verdiepende zorg voor zorgvrager
- Hybride gezinszorg is een aanvullende dienstverlening: nabije en kwalitatieve zorg

Een aantal baselines legden nadruk op het **‘aanvullende’**:

- Een mooie noodzakelijke aanvulling van zorg voor zowel klanten als medewerkers
- Hybride gezinszorg is een aanvullende dienstverlening: nabije en kwalitatieve zorg

Een aantal baselines vermelden **‘doelgerichte zorg op maat’**

- Samen met de klant en dicht bij de klant aan zorgdoelen kunnen werken
- Juiste zorg op het juiste moment, niet meer of minder dan nodig is
- Hybride gezinszorg om op een kwaliteitsvolle manier in te kunnen spelen op de behoeften en noden van onze (potentiële) klanten
- Op ieder moment een luisterend oor kunnen aanbieden zodat we de zorg kunnen bieden die nodig is

Twee baselines vermeldden expliciet **‘kwalitatieve zorg’**

- Hybride gezinszorg om op een kwaliteitsvolle manier in te kunnen spelen op de behoeften en noden van onze (potentiële) klanten
- Hybride gezinszorg is een aanvullende dienstverlening: nabije en kwalitatieve zorg

Eén baseline benadrukte het **‘digitale’**

- Treed binnen in de digitale wereld en kom in contact met de wereld rondom jou.

Eén baseline had oog voor de **‘medewerkers’**

- Een mooie noodzakelijke aanvulling van zorg voor zowel klanten als medewerkers

Wat is volgens jullie de meerwaarde van beeldbellen vanuit organisatieperspectief?

Volgende dimensies kwamen aan bod:

- Omtrent de klantenrelatie:
 - Zorgen voor betere klantenservice en -klantenbinding
 - Meer maatwerk kunnen realiseren
- Omtrent personeelsbeleid:
 - Zorgen voor fysiek aangepast werk
 - Zorgen voor diversiteit in de opdracht
 - Ziekteverzuim tegengaan
 - Werkbaar werk concreet maken
 - Thuiswerk is aantrekkelijk
- Omtrent samenwerking in de sector:
 - Werk maken van ontschotting
- Omtrent duurzaamheid van het zorgaanbod
 - Zorgen voor efficiëntie
 - Net als andere sectoren ook inzetten op digitale dienstverlening
 - Doelgerichter zorg bieden
 - Meer contact – meer nabijheid
- Omtrent preventie
 - Tijdig signalen kunnen opvangen.

Deze brainstorm biedt een aanzet om een aantal meerwaarde-argumenten van beeldbellen in de thuiszorg nog verder te gaan concretiseren.

Toch blijft er ons inziens een ‘blinde vlek’ op deze focusgroep onbesproken.

Een belangrijke maatschappelijke functie van thuiszorgorganisaties is immers dat een thuiszorgorganisatie per definitie aan huis komt bij een kwetsbare doelgroep.

Juist dit is een ‘unique selling point’ van de thuiszorg. Andere welzijnsorganisaties (zoals bijv. thuisverpleging) hebben een beperktere ‘medische’ focus. De aandacht voor het realiseren van zorgdoelen op diverse levensdomeinen aan huis is uniek.

Alle digitale inclusie-initiatieven ten spijt ... lokale besturen, digipunten, doelgroepverenigingen, ... bereiken déze doelgroep van de thuiszorg amper.

Juist daarom is het een uitgelezen maatschappelijke kans voor thuiszorgorganisaties om in te zetten op digitale inclusie.

5.2.3. De sense of urgency om te beeldbellen

Het inventariseren van ‘meerwaarde-argumenten’ voor een hybride of online hulp- en zorgaanbod is reeds meer dan een decennium aan de gang (Bocklandt & Adriaensens, Bouwstenen voor een Vlaams Actieplan Onlinehulp, 2014). En toch heeft de lockdown in 2020 pas voor een ‘sense-of-urgency’ gezorgd om onlinehulp – en vooral dan beeldbellen – in de welzijns- en zorgsector te (beginnen) implementeren (Bocklandt & Custers, Online veerkracht van welzijns- en geestelijke gezondheidszorgorganisaties in de lockdownperiode., 2020).

Tijdens de focusgroep met middenkader- en directiemedewerkers van thuiszorgorganisaties vroegen we welke ‘sense-of-urgency’ zij zagen.

De vraag werd concreet als volgt gesteld: Welke ‘noodzaak’ of ‘pijnpunten’ in de gezinszorg zien jullie om beeldbellen nu aan te bieden?

De antwoorden op deze vraag kwamen in essentie neer op volgende urgenties:

- Tekort aan medewerkers:
- Een aantrekkelijke taakprofiel creëren
- Huishoudelijke taken tijdens zorg-aan-huis zorgen voor minder tijd om te focussen op het gesprek met de klant.
- Een inhoudelijk kwaliteitsvoller aanbod kunnen realiseren:
- Een flexibeler aanbod kunnen realiseren:
- Kostenbesparing:

Opvallend, maar niet uitzonderlijk (want we herkennen dit ook vanuit andere sectoren) is het ruime gamma aan pijnpunten.

Een verdere concretisering van deze sense-of-urgency vind je in [bijlage 5](#)

5.2.4. De positie van beeldbellen in het zorgaanbod

Naast een visie op hybride gezinszorg is het positioneren van de beeldbelzorggesprekken in het globale zorgaanbod een bijkomende uitdaging. Middenkader- en directiemedewerkers formuleerden het als volgt:

Elementen van positionering van beeldbelzorg	Keuzes van gezinszorgorganisaties
Voor wie wil je beeldbellen inzetten?	Voor iedereen die reeds contact had met een eerstelijnsactor of met fysieke gezinszorg (grensgebied: mensen met grote psychische kwetsbaarheid)
Rond welke thema's wil je beeldbelzorg inzetten?	Alle zorgdoelen Op maat van de klant
Hoe verhoudt beeldbelzorg zich tot fysieke zorg-aan-huis?	Aanvullend Afgestemd op de behoeften van de klant
In welke fase zet je beeldbelzorg in?	In alle fases van begeleiding mogelijk (maar niet als het stress geeft bij de klant of exclusief om medische opvolging gaat)
Behoort beeldbellen in gezinszorg tot een evidentie binnen pakweg 5 jaar?	Ja, op voorwaarde dat er voldoende energie gestoken wordt in digitale inclusie van de klant ... in overheidserkenning ... in haalbare financiering

Tabel 15: keuzes van gezinszorgorganisaties bij de positionering van beeldbelzorg

5.2.5. Over kerntaken van digitaal aanbod in gezinszorg

In de nota van de gezinszorgorganisaties rond 'hybride gezinszorg' benadrukken de aanbieders dat ze dankzij dit beeldbelproject *"inzetten op het mee uitrollen van een lokaal e-inclusiebeleid door ... betaalbaar internet aan te bieden aan hun klanten in samenwerking met Telenet en Proximus ... het aanbieden van het beeldbelaanbod ... hard- en software toegankelijker te maken via bulkonderhandelingen, een warme installatie en een helpdesk."*

Daarmee geven de aanbieders er blijk van dat er niet alleen aandacht moet besteed worden aan kwaliteitsvolle zorggesprekken via beeldbellen, maar ook aan het versterken van de digitale inclusie van hun klanten.

En dat op de drie aspecten van digitale inclusie die in onderzoek (Mariën, 2020) aan bod komen:

- Het beschikbaar stellen van gebruiksvriendelijke hard- en software en stabiel internet;
- Het versterken van de digitale vaardigheden van de klanten;
- Het gebruik van essentiële diensten.

In de focusgroepen met beleidsmedewerkers in het kader van dit onderzoek wordt deze visie op kerntaken echter niet volledig doorgetrokken.

Op de vraag “In welke mate zijn onderstaande taken kerntaken van thuiszorg?” kwam volgend antwoord (N=6):



Figuur 27: kerntaken voor thuiszorg - volgens belang (0 = onbelangrijk - 5 = heel belangrijk)

Er is eensgezindheid bij de leden van de focusgroep dat volgende kerntaken heel belangrijk zijn:

- Luisterend oor bieden aan klanten (via beeldbelgesprekken);
- Zorgdoelen (tijdens beeldbelgesprekken) expliciet bespreekbaar maken bij klanten.

Gemiddeld vinden de focusgroepsleden volgende kerntaken ook nog belangrijk (hoewel hierover minder eensgezindheid is):

- Digitale inclusie van klanten vergroten
- Noodhulp via beeldbellen aanbieden
- Beeldbellen op afspraak met een verzorgende
- Mogelijkheden voor digitale netwerking met de omgeving aanbieden
- Digitale dagbesteding aanbieden (quiz, nieuws, spelletjes, bewegingsoefeningen)

Er is weinig draagvlak om volgende taak als een kerntaak op te nemen:

- Toegankelijke digitale hardware aanbieden aan klanten

Directie- en middenkadermedewerkers verwoordden deze keuzes als volgt:

Thuiszorg biedt beeldbelzorg maar biedt geen tablets.

We zijn geen retailers. Dat staat ook niet in onze kerntaken.

We zullen er wel alles aan doen om beeldbelzorg toegankelijk te maken. We zijn facilitator naar tabletaanbod maar zullen de verdeling en onderhoudsservice niet opnemen

Toch zien we bij de verspreiding van digitaal hulp- en zorgaanbod vanuit de welzijnssector ook andere keuzes. Twee voorbeelden:

- Fara wil haar digitale ‘[keuzehulp bij ongeplande zwangerschap](#)’ verspreiden via zwangerschapstesten bij de apotheker
- Peopl stimuleert om hun QR-code met oefeningen rond geestelijke gezondheid te kleven op huidverzorgingsproducten. (Bloovi, 2021)

5.2.6. Conclusie i.v.m. visie en positie van beeldbelzorg

Er is vanuit meerdere organisaties een gemeenschappelijke visienota over hybride gezinszorg. Zo'n gemeenschappelijke visienota is niet in alle welzijns- en zorgsectoren beschikbaar!

In deze nota zou de organisatie- en maatschappelijke meerwaarde van beeldbellen nog sterker kunnen uitgewerkt worden. Daarvoor zijn vanuit dit onderzoek meerdere aanzetten aanwezig.

Nog meer focussen op de sense-of-urgency-argumenten om beeldbellen in de gezinszorg te implementeren kan het draagvlak vergroten.

Ook de positie van de beeldbelzorg in het bredere thuiszorgaanbod kan verder verfijnd worden in de visienota.

Het gesprek over 'kerntaken in de gezinszorg' zou de aandacht voor digitale inclusie (en vooral dan voor het ter beschikking stellen van gebruiksvriendelijke hardware) kunnen hypothekeren. Als deze basisvoorwaarde niet vervuld is, wordt het vanzelfsprekend moeilijk om hybride gezinszorg te realiseren.

5.3. Over de klanten en hybride gezinszorg

In het eerste hoofdstuk brachten we reeds het profiel van de beeldbelklanten in kaart.

Bij het implementeren van hybride gezinszorg willen we op volgende klantaspecten focussen:

- [Welke klantkeuze maak je voor de toekomstige ontwikkelingen van hybride gezinszorg?](#)
- [De kracht van klantgetuigenissen](#)
- [Demo's door lotgenoten](#)

5.3.1. Beeldbelzorg voor welke klanten ... een visiekeuze

Als basiskeuze willen de gezinszorgorganisaties hybride zorg aanbieden “voor iedereen die reeds contact had met een eerstelijnsactor of met fysieke gezinszorg”.

Maar hoe wordt dit verder geconcretiseerd?

Uit volgende opties zal een gemotiveerde (combinatie-)keuze moeten gemaakt worden:

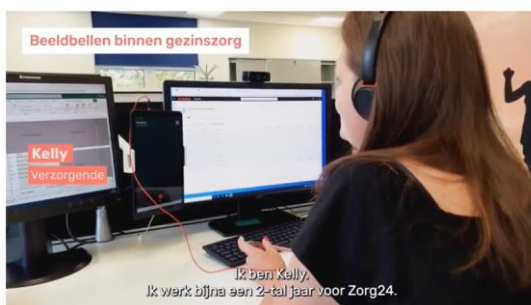
- We bieden beeldbellen aan aan zoveel mogelijk klanten die daarvoor over de nodige competenties beschikken;
- We bieden beeldbellen aan aan zoveel mogelijk klanten en zullen extra investeren in de digitale competenties van de klanten die daarrond nu drempels ervaren;
- Het beeldbelaanbod maakt inherent deel uit van het basisaanbod dat we vanuit gezinszorg realiseren
- Het beeldbelaanbod is een facultatief aanbod voor die klanten die er extra voor willen betalen.

5.3.2. De kracht van klantgetuigenissen

Via de interviews en de focusgroepen met klanten bleek dat vele beeldbelklanten ware ambassadeurs zijn van het beeldbelaanbod dat de gezinszorgorganisaties aanbieden.

Zoals uit een implementatieproject van digitaal aanbod in welzijn en gezondheid blijkt (Verplancke, 2022), zijn de peer-to-peergetuigenissen van wezenlijk belang om de doelgroep te overtuigen om deel te nemen aan dit aanbod.

Omdat het niet evident is voor de doelgroep om THUIS-zorg te combineren met een beeldbelaanbod, is inzetten op deze klantgetuigenissen méér dan wenselijk. Via quotes in publicaties of korte filmpjes wordt direct duidelijk wat zo'n beeldbelaanbod voor de klant kan betekenen.



<https://youtu.be/6KnI27ikpk4>

5.3.3. Demo's door lotgenoten

Tijdens de focusgroeps gesprekken waarbij klantreizen werden uitgewerkt was het bovendien een verrijkende ervaring om te merken hoe de ene klant spontaan functionaliteiten op de tablet demonstreerde die de andere klant nog niet kende of onder de knie had.

Ook deze optie zou versterkt kunnen worden door gericht in te zetten op demofilmpjes over het gebruik van de tablet door en voor klanten.

5.4. Over de communicatie over het beeldbel- of tabletaanbod

Meteen is al een serieuze brug gelegd naar het belang van communicatie over het beeldbel- en tabletaanbod. Uit de bevragingen en focusgroepen bleek dat hier nog heel wat werk aan de winkel is. We zoomen achtereenvolgens in op:

- [Hoe komen klanten te weten dat er een tablet- of beeldbelaanbod is?](#)
- [Het belang van een klantgerichte installatie](#)
- [Een degelijke klantgerichte handleiding](#)

5.4.1. Hoe komen klanten te weten dat er een tablet- of beeldbelaanbod is?

Tijdens de projectperiode werden beeldbelklanten gezocht via een flyer of informatieve brief die door verzorgenden-aan-huis gegeven werd aan klanten die zij potentieel in aanmerking zagen komen voor dit beeldbelaanbod.

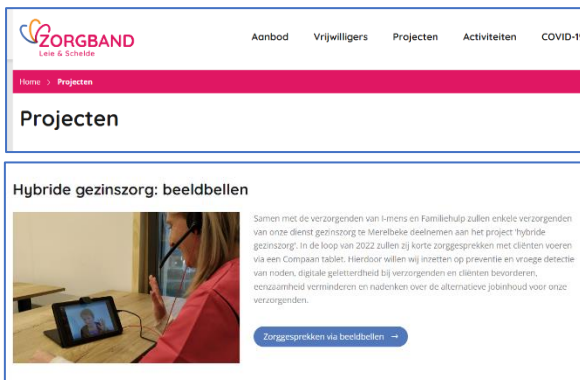
Daarnaast werd op elke website van de betrokken zorgaanbieders info geplaatst over dit beeldbelproject:



<https://www.familiehulp.be/ons-aanbod/ik-wil-zorg-voor-mijzelf-een-ander/thuiszorg/gezinszorg>



<https://www.i-mens.be/blog/zorggesprekken-via-beeldbellen>



<https://zorgband.be/projecten>

Het is een sterke keuze om als organisatie ook vernieuwende projecten in het verder evoluerende thuiszorgaanbod op de website te verduidelijken.

Uitdaging wordt om te bekijken hoe dit beeldbelaanbod en/of de bredere hybride zorg niet als project maar wel als een geïntegreerd deel van het zorgaanbod op de websites van de thuiszorgorganisaties zal geïntegreerd worden.

5.4.2. Het belang van klantgerichte installatie

De klanten hechtten heel veel belang aan een uitgebreide, rustige uitleg en demo tijdens het installatiegesprek – zo bleek uit de klantreizen.

Vooraf wanneer deze installatie te snel en te overrompend gebeurde, gaf dit stress. Het bezorgde de klanten bovendien een extra drempel voor een eerste beeldbelgesprek met een verzorgende.

Bovendien vonden de klanten het een meerwaarde als bij dit installatiegesprek ook een mantelzorger aanwezig was want:

Met twee hoor je meer dan alleen

Gelukkig dat mijn kleinzoon dat allemaal kon onthouden en het mij achteraf nog eens kon uitleggen.

De aanbieders deden voor deze installatiegesprekken een beroep op eigen medewerkers of op de diensten van [Zorg&Meer](#).

Tijdens de klantreisgesprekken werd zelfs voorgesteld om na verloop van tijd een tweede ‘installatiegesprek’ te voeren.

Dan zou kunnen ingegaan worden op haperende functionaliteiten (bijv. meldingen die ongewenst blijven hangen, meldingenoproepen om emotiemeter in te vullen die te laat op de avond verschijnen) of om (nog) niet gebruikte faciliteiten op de tablet te verkennen (zelf agenda kunnen aanpassen).

5.4.3. Een degelijke klantgerichte handleiding

Klanten deden de suggestie om werk te maken van een uitgebreidere, praktische, helder en overzichtelijke handleiding. Deze is nu veel te beperkt.

Hierin zou bijvoorbeeld ook aandacht besteed kunnen worden aan tal van praktische wat-als-vragen:

- “Wat als de tablet niet opstart?”
- “Wat als ik meldingen krijg op uren dat ik het niet wil?”
- “Wat als ik de beeldbelverzorgende niet kan bereiken?”

Of aan hoe-werkt-dit-vragen, zoals:

- “Hoe kan ik zelf kennissen toevoegen om te beeldbellen?”
- “Hoe moet ik reageren als het beeldbelgesprek plots wegvalt?”

Bovendien is een overzichtelijke uitleg – zelfs van heel voor de hand liggende iconen en picto’s voor vele klanten wenselijk. Het is een meerwaarde in het aanpakken van de digitale kloof.

Deze handleiding zou bedoeld moeten zijn voor:

- de klant om de meest evidente functionaliteiten te kunnen uitvoeren;
- voor familie, mantelzorgers of netwerk van de klant die zo overzicht krijgen van wat zij zelf aan instellingen op de tablet kunnen aanpassen indien de klant dit zelf niet kan of indien ze niet op de demo-afspraak aanwezig konden zijn.

5.5. Over deontologische kwesties van hybride gezinszorg

Dit beeldbelaanbod en bij uitbreiding het tabletaanbod kan tot vele mogelijke deontologische kwesties met de nodige juridische en ethische aspecten leiden.

We beperken ons hier tot dié aspecten die tijdens de focusgroepgesprekken aan bod kwamen:

- [Welke info over privacy – GDPR is beschikbaar?](#)
- [Over het mandaat van de beeldbelverzorgenden.](#)

5.5.1. Over privacy – GDPR en informed consent

Er worden bij het gebruiken van de tablet persoonsgegevens van de klant gecapteerd, bewaard en mogelijk verwerkt. Redenen genoeg om hierover transparant te communiceren met de klant.

Er is voor dit beeldbelproject een ‘geïnformeerde toestemming’ opgemaakt die beantwoordt aan de nodige GDPR-vereisten en betrekking heeft op het gebruik van de tablet en het beeldbelaanbod met gezinszorgmedewerkers. Deze informed consent werd door de klanten ingevuld en ondertekend. In deze overeenkomst is ook aandacht voor het gebruiken van deze gegevens in het kader van dit onderzoek tijdens het pilootproject.

Prima dat deze regeling dus reeds geïmplementeerd is.

Vraag is of deze info helder en duidelijk is voor de klanten. Dit zou nog verder moeten onderzocht worden.

Een sjabloon en concrete voorbeelden van zo’n gebruiksvriendelijke “geïnformeerde toestemming voor beeldbellen” in welzijnswerk en gezondheidszorg is beschikbaar. ((Bocklandt P. , Informed consent voor beeldbellen in welzijnswerk, sociaal werk en geestelijke gezondheidszorg, 2020).

Via de tablet worden – naast de beeldbelgegevens – ook nog andere persoonsgevoelige gegevens van de klant verzameld. Denk maar aan het invullen van de emotiechecker, het gebruik van de agenda, het doorsturen van berichten en foto’s.

Een duidelijk overzicht ...

- van het verzamelen, bijhouden en verwerken van deze gegevens;
 - wie toegang heeft tot deze gegevens en waarvoor die gebruikt worden;
 - of en hoe de klant kan vragen om deze gegevens in te zien en/of te verwijderen
- ... is op dit moment nog niet voor handen.

5.5.2. Over het mandaat van verzorgenden aan huis en beeldbelverzorgenden

Tijdens het opmaken van een klantreis gaf een beeldbelverzorgende het volgende aan:

Ik heb niet het mandaat om het lokale zorgnetwerk te informeren over wat in het beeldbelgesprek aan bod kwam.

Een mantelzorger van een beeldbelklant reageerde daarop met de bedenking:

ik verwacht dat dit wel gebeurt, want het gaat volgens ons om één gezinszorgaanbod.

Dit roept minstens volgende uitdagingen op:

- Welke visie hebben de gezinszorgpartners op de communicatie tussen verzorgenden aan huis en beeldbelverzorgenden vanuit het perspectief van hybride gezinszorg?
- Zijn klanten voldoende geïnformeerd over wat in het collegiale overleg tussen verzorgenden wel en niet kan/zal doorgegeven worden?

5.6. Over het hybride aanbod

Voorgaand item roept alvast op om een stap verder te zetten in het optimaliseren van 'hybride zorg'. 'Zorg-aan-huis' en 'beeldbelzorg' zijn – zeker vanuit het klantperspectief - geen zorgvormen die *naast elkaar* bestaan. Dat blijkt ook uit volgende aspecten:

- [Over de relatie 'zorg-aan-huis' en 'beeldbelzorg'](#)
- [Over de beeldbelzorggesprekken](#)
- [Over het gebruik van de tablet in het algemeen – vanuit klantperspectief](#)

5.6.1. Over de relatie 'zorg een huis' en 'beeldbelzorg'

Hybride zorg is in de klantbeleving alvast sterk met elkaar verbonden.

Als het in de 'zorg-aan-huis' fout loopt, straalt dit af op de beeldbelzorg en het gebruik van de tablet. Tijdens een cliëntreis kwam de gebrekkige communicatie over de planning van de zorg-aan-huis ter sprake. De klant verwacht dat in de agenda op de tablet een accurate planning van de zorg-aan-huis up-to-date bijgehouden wordt en dat er duidelijk over wijzigingen in deze zorg-aan-huis wordt gecommuniceerd.

5.6.2. Over de beeldbelzorggesprekken

Vanuit directie en middenkader wordt over de relatie zorg-aan-huis een beeldbelzorg het volgende aangegeven:

Het moet een gouden combo zijn tussen 'zorg op maat' (de klant bepaalt de thema's van het beeldbelgesprek) en 'focussen op zorgdoelen' (aanklampende zorg).

De klant mag gerust de inhoud van beeldbelgesprekken bepalen maar het is aan de beeldbelverzorgende om die gesprekken te verbreden, verruimen en verdiepen met aandacht voor concrete zorgdoelen.

Daarom dat de gesprekken ook door professionele zorgkundigen gevoerd worden.

Dit veronderstelt dus de voortdurende deskundigheidsbevordering bij beeldbelmedewerkers omtrent het capteren van zorgsignalen, het beantwoorden van zorgvragen en het doorverwijzen omtrent zorgnoden op alle levensdomeinen.

Tijdens de cliëntreizen gaven klanten aan dat het eerste beeldbelzorggesprek van cruciaal belang is. Om de nervositeit en de vraag 'zal het klikken met die ongekende verzorgende?' bij de klant te beantwoorden, zijn volgende aanbevelingen zinvol:

- Inzetten op 'verbinding' is de belangrijkste functie van dit eerste gesprek.
- Niet te snel praten als verzorgende want je weet niet wie je voor je hebt
- Aangeven dat je als verzorgende zo'n eerste gesprek met een nieuwe klant ook 'spannend' vindt

Klanten waarderen dat beeldbelverzorgenden luisteren, maar ze verwachten ook wel concrete tips en actieve doorverwijzing, zo bleek tijdens de cliëntreizen. Beeldbelmedewerkers aarzelen hier of het hun mandaat is want *"we kunnen ons niet mengen in de werking rond de cliënt."*

De verwachting – zowel bij directie als bij beeldbelverzorgenden en klanten - dat beeldbelgesprekken de potentie hebben om intensere zorgdoelgesprekken met klanten in de thuiszorg te voeren is terecht:

- De voorwaarden worden gerealiseerd om rustig tijd te maken voor een grondig gesprek met professionelen die vertrouwensfiguren (kunnen) worden;

- Beeldbellen creëert nabijheid dankzij de afstand waardoor sneller vertrouwelijke info wordt gedeeld door de klant met een verzorgende waarvan hij niet voor andere zorgtaken afhankelijk is.

Diezelfde meerwaarde blijkt ook uit jarenlange studies met chathulpgesprekken; o.a. (Vanhove, 2011)

5.6.3. Over het gebruik van de tablet in het algemeen – vanuit klantperspectief

Andere tools op de tablet bieden ook kansen tot ‘meer hybride’ zorg. Het gaat hierbij zowel om inhoudelijk aanbod als om technische modaliteiten :

In verband met de (dagelijkse) **emotiechecker** verwachtten meerdere klanten dat er contact zou opgenomen worden als de klant meermaals ‘rood’ aankruiste. Dat is niet het geval. Dit zorgt minstens voor onduidelijke verwachtingen én voor de vraag wat er met die emotie-checker dan wél gebeurt. Klanten roepen op om bij meerdere ‘rode’ meldingen wél contact op te nemen.

Klanten zijn doorgaans tevreden dat er **nieuws op de tablet** beschikbaar is. Vele klanten lezen dit ook vaak. Ze suggereren daarbij dat er gerust meer lokaal nieuws beschikbaar mag zijn.

Klanten en hun netwerk vinden de mogelijkheid om **via e-mail in contact te blijven en vooral foto’s te kunnen delen** een belangrijk middel om met elkaar in verbinding te blijven. De gebruiksvriendelijke berichtentool op de tablet is hierbij belangrijk.

Voor sommige klanten is de **agenda als planningstool voor àl hun contacten** (zowel met gezinszorg als met hun eigen netwerk) belangrijk. Voor één van de cliëntreisdeelnemers is deze functie zelfs belangrijker dan de beeldbelgesprekken.

Klanten vinden het belangrijk om vlot **zelf de meldingen van nieuwe berichten te kunnen aanpassen**. Dit betekent concreet:

- meldingen kunnen uitschakelen voor of na een bepaald uur;
- meldingen kunnen verwijderen; bijv. ‘een niet beantwoorde mededeling dat een klant een beeldbelverzoek verstuurd naar een familielid’.

5.7. Over vertrouwen van medewerkers in het hybride aanbod

In de eerste hoofdstukken werd al duidelijk:

- De klanten zijn grotendeels tevreden over de beeldbelgesprekken met verzorgenden;
- De beeldbelverzorgenden zijn tevreden over de beeldbelzorg die ze kunnen bieden.

Maar zijn beeldbelverzorgenden klaar om intensere beeldbelzorggesprekken te voeren?

We gaan achtereenvolgens in op:

- [Het functieprofiel van de beeldbelverzorgende](#)
- [De verwachtingen van verzorgenden rond doorontwikkeling beeldbelaanbod](#)
- [De verwachtingen van de directie en middenkader rond verdere professionalisering van beeldbelverzorgende.](#)

5.7.1. Over het functieprofiel van de beeldbelverzorgende

Functieprofielen van onlinehulpmedewerkers beginnen steevast met de mededeling dat een goede **digitale hulpverlener eerst en vooral een goede hulpverlener** is (Schalken, 2013).

Uit het functie- en competentieprofiel van de verzorgende / zorgkundige thuiszorg (zie [bijlage 6](#)) halen we volgende elementen die ook van belang zijn voor een beeldbelzorgkundige:

Resultaatgebieden

- Instaan voor het verstrekken van professionele hulp in het kader van het bevorderen en het ondersteunen van de zelfredzaamheid van de cliënt
- Sociale en emotionele ondersteuning:
- Instaan voor een optimale informatiedoorstroming met het oog op een optimale interne samenwerking:
- Verzorgen van contacten met derden in het kader van de zorg- en hulpverlening aan de cliënt:
- Naleven van voorschriften en afspraken van de dienst

Competenties

- Samenwerking
- Klantgerichtheid
- Loyaliteit
- Resultaatgerichtheid
- Zichzelf ontwikkelen

Functiespecifieke competenties

Competenties die in de uitoefening van deze specifieke functie belangrijk zijn.

- Inlevingsvermogen
- flexibel
- Mondelinge communicatie
- Zelfstandig werken

Een competente beeldbelverzorgde is dus in de eerste plaats ook een competente verzorgende.

Daar bovenop zijn een aantal **extra competenties relevant voor een beeldbelverzorgende** in functie van het voeren van professionele beeldbelgesprekken. We baseren ons hierover op een overzicht van competenties voor digitaal ondersteunen als sociale professional. (Bocklandt P. e., 2023)

- Aandacht hebben voor de digitale inclusie van de klant
 - De klant kunnen ondersteunen /doorverwijzen in het verkrijgen van betere hard- en software en stabiel internet;
 - De klant kunnen ondersteunen in het beter werken met de tablet;
 - De klant kunnen op weg zetten naar veelgebruikte relevante digitale toepassingen in de zorg.
- Zelf mediawijs zijn
 - Oa. de werking van de tablet die klanten gebruiken grondig kennen;
 - Beeldbelmogelijkheden (bijv. om documenten te delen) kunnen gebruiken.
- Professionele beeldbelgesprekken kunnen voeren
 - Een positieve grondhouding hebben t.a.v. beeldbellen;
 - Het beeldbelbeleid van de thuiszorgorganisatie kennen;
 - De beeldbelmethodiek grondig kennen (want beeldbellen is immers meer dan in elkaars gezicht kijken en praten);
 - Een verdiepend gesprek kunnen voeren rond alle zorgdoelclusters.
- Digitale cliëntgegevens na een beeldbelgesprek goed kunnen beheren
 - De rapportage van de zorggesprekken degelijk en accuraat opvolgen;
 - De need to know's na een zorggesprek kunnen doorgeven aan andere relevante zorgactoren.

5.7.2. De verwachtingen van verzorgenden i.v.m. doorontwikkeling beeldbelaanbod

Zorgkundigen geven zelf aan dat beeldbelzorg niet voor iedereen is weggelegd:

Beeldbellen kan een meerwaarde zijn voor je werk maar is niet voor iedereen geschikt. Je moet met veel gevoel en geduld naar mensen kunnen luisteren. Sommige collega's zijn eerder werkbij.

(Voor) sommige collega's die niet vlot Nederlands spreken is beeldbellen niet zo evident.

Wat verwachten de beeldbelmedewerkers nog meer van beeldbellen?

Het loopt goed en ik hoop dat het zo kan blijven. Ik zou het ook heel leuk vinden als niet enkel de verzorgenden, maar ook de verpleegkundige die nu eventueel langs komt, de info kan zien. Bijv. "Ze ziet er niet goed uit of ze is gevallen." (Wij vullen formulier in na het BB-gesprek). Die info zou best ook naar verpleegkundige gaan.

Dat we nog meer de zorgdoelen kunnen opnemen. Dat we nog meer gericht kunnen werken. Dat je iets meer bent dan luisterend oor, ook voor praktische zaken, opzoekwerk.

Dat je mensen op afstand kunt motiveren, dat ze zich eens kunnen luchten. Ik heb dat gevoel nu wel al en hoop dat het kan blijven duren.

Nog meer cliënten die van alles vertellen. Dat er meer klanten bijkomen die beeldbelzorg krijgen. Ik zou ook graag bijv. bij iemand die moet bepaalde pilletjes nemen, checken, 'heb je ze al genomen?'. Nog meer de mensen helpen met dingen die ze nodig hebben.

Beeldbelverzorgenden wensen dus meer te kunnen doen dan 'luisterend oor' zijn.

5.7.3. Vormingsverwachtingen rond beeldbellen door beleidsmedewerkers

Middenkader- en directiemedewerkers vinden het belangrijk om in te zetten op meer zorgdoelgesprekken tijdens het beeldbellen. Ze concretiseerden deze ambitie in volgend overzicht van vormingsverwachtingen voor beeldbelverzorgenden

(de cijfers geven telkens aan hoeveel middenkader- of directiemedewerkers een verwachting beaamden):

	Hier wil ik op inzetten (in 2023)	Nice maar geen noodzaak	
6	Een positieve grondhouding t.a.v. beeldbellen	Bereid zijn om 'eenmalig' fysiek contact te leggen met de klant	6
6	Snel kunnen reflecteren vanuit zorgdoelkader	Thuis de nodige ruimte hebben om je op het beeldbellen te focussen	5
5	Goed actief kunnen luisteren	Ervaring hebben met zorg-aan-huis	5
5	Betrokken zijn	Lange tijd kunnen blijven neerzitten	5
4	Nederlands taalvaardig zijn	Vertrouwen om te beginnen beeldbellen	4
4	Opgewekt zijn	Onderscheiden need en nice to tell	4
3	Kennis sociale kaart > doorverwijzing	Kennis sociale kaart > doorverwijzing	3
3	Goed advies kunnen geven	De werking van de tablet kennen	3
3	Meer kennis opbouwen	Goed advies kunnen geven	3
2	Vertrouwen om te beginnen beeldbellen	Meer kennis opbouwen	3
2	De werking van de tablet kennen:	Nederlands taalvaardig zijn	2
2	Onderscheiden need en nice to tell	Opgewekt zijn	2
1	Lange tijd kunnen blijven neerzitten	Goed actief kunnen luisteren	1
1	Thuis de nodige ruimte hebben om je op het beeldbellen te focussen	Betrokken zijn	1
1	Ervaring hebben met zorg-aan-huis		

Tabel 16: vormingsverwachtingen i.v.m. beeldbellen door directie en middenkader

Als noodzakelijke competenties van beeldbelmedewerkers verwachten directie- en middenkadermedewerkers dus:

- Een positieve grondhouding t.a.v. beeldbellen
- Snel kunnen reflecteren vanuit het zorgdoelkader
- Goed actief kunnen luisteren
- Betrokken zijn
- Nederlands taalvaardig zijn en opgewekt zijn

5.8. Over hard- en software en stabiel internet

Een goed beeldbelzorgaanbod staat of valt met het inzetten van degelijke hard- en software en een stabiele internetverbinding. Dit zijn geen 'randvoorwaarden' maar 'basisvoorwaarden'.

We gaan daarom dan ook dieper in op:

- [De sterkte van het Compaanaanbod](#)
- [De zorg voor een stabiele internetverbinding](#)

5.8.1. Over de sterkte van het Compaanaanbod

Opvallend: in zowat alle procesbegeleidingen en onderzoeken rond het implementeren van een onlinehulpaanbod in zorg en welzijn vormt 'degelijke hard- en software' een probleem.

In dit onderzoek – zowel in de interviews met klanten en verzorgenden als in de focusgroepgesprekken – is de Compaantablet geen drempel. Integendeel.

Tijdens de cliëntreizen bijvoorbeeld werd:

- ten eerste nooit een bedenking gemaakt over de technische moeilijkheid of beperkte gebruiksvriendelijkheid van de tablet;
- ten tweede aangegeven dat er snel voor een oplossing gezorgd wordt als een tablet dan toch eens uitvalt of niet opgestart geraakt;
- ten derde benadrukt dat de demo van de Compaantablet zorgde voor veel geruststelling bij de klantvraag: "Ga ik dat wel kunnen?".



<https://uwcompaan.be/>

De gebruiksvriendelijke tablet van Compaan zorgde ervoor dat meerdere klanten én durfden beeldbellen en nieuwe digitale functionaliteiten leerden gebruiken.

Ik vind dienen tablet gemakkelijker dan den i-pad. Die heb ik ook, maar die gebruik ik niet. Dat is te ingewikkeld. De tablet is eenvoudiger.

5.8.2. De zorg voor een stabiele internetverbinding

Een meermaals gehoorde bedenking tijdens de cliëntreizen was het beperkte bereik van het internet. Bij meerdere klanten was de tablet maar in één leefruimte vlot te gebruiken.

Klanten formuleerden hierbij volgende suggestie:

Eigenlijk zou het internetbereik best tijdens de verkenning of er interesse is voor het beeldbellen al concreet gecheckt moeten worden.

5.9. Over partners bij het aanbieden van een beeldbel- of tabletaanbod

De visienota van de gezinszorgpartners (i-mens, Familiehulp, Z-plus, Zorgband, Ferm, Familiezorg, Villers, VVSG, Zorggezind, 2022) stelt het volgende:

De huidige samenwerking over organisatie- en regiogrenzen heen verloopt vlot en we willen deze ook zo verderzetten wanneer deze hybride vorm van gezinszorg in onze dienstverlening wordt opgenomen.

In vergelijking met gelijkaardige initiatieven in andere welzijnssectoren, is dit ons inziens een sterke optie. Denk maar aan het chathulpaanbod vanuit de vijf Tele-Onthaaldiensten, de CAW's en JAC's, CLB-online ...

Onlinehulp is nu eenmaal plaatsonafhankelijk.

Door de samenwerking wordt er bovendien een grotere diversiteit van knowhow en praktijkervaringen samengebracht, kan er vlotter worden doorontwikkeld, hoeft niet elke partner het warm water uit te vinden en wordt het samenwerkingsverband een aantrekkelijker partner voor de hard- en softwareleveranciers.

Tegelijk wordt in de nota terecht aandacht gevraagd voor 'een vlotte gegevensdeling over de organisaties heen'.

Naast het samen aanbieden van de beeldbelzorg zelf wordt het een uitdaging om stabiele partners te zoeken waarmee verder ingezet wordt op digitale inclusie van de klanten.

Er zijn daarin reeds belangrijke stappen gezet. De samenwerking met Zorg&Meer is daarvan een goed voorbeeld.

In de visienota formuleren de thuiszorgpartners hierrond ook voorzichtige verwachtingen:

Toegankelijkheid en betaalbaarheid is belangrijk. Niet elke cliënt kan de kost voor de hardware zelf dragen. Initiatieven vanuit digibank en andere inclusie-initiatieven kunnen hier eventueel (deels) een antwoord op bieden.

5.10. Over kosten en opbrengsten en de willingness-to-pay

In de visienota van gezinszorgpartners (i-mens, Familiehulp, Z-plus, Zorgband, Ferm, Familiezorg, Villers, VVSG, Zorggezind, 2022) wordt **over de kostprijs** het volgende gezegd:

Net als in de reguliere hulp aan huis kan de cliënt een deel van de prestatiekost gaan dragen.

Naast de kostprijs van uren gezinszorg zijn er ook kosten verbonden aan de uitrusting die hybride gezinszorg mogelijk maakt. Denk hierbij aan een toestel, internet, warme installatie en blijvende ondersteuning via een helpdesk. ...

Binnen het bestaande urencontingent is er ruimte om zorg op afstand aan te bieden. Indien we dit urencontingent hiervoor gedeeltelijk kunnen aanwenden, lijkt het ons mogelijk om de dienstverlening aan te bieden.

Voor het verwezenlijken van hybride gezinszorg zien de aanbieders nog bijkomende uitgaven:

- *Installatie en helpdesk*
- *Extra effort bovenop reguliere zorg (vbv. Planningstool, facturatie, etc.)*
- *Extra hardware voor personeel (vb. laptop en hoofdtelefoon)*
- *Werkplek voor de beeldbelverzorgende of thuiswerkvergoeding*

- *Projectmanagement oor kwalitatieve implementatie*
- *Optioneel 24/7 bereikbaarheid*

Uit de focusgroepen waarbij we klantreizen maakten komt het volgende:

Er is **bij een aantal klanten een bereidheid om te betalen** voor:

- De overzichtelijke tablet met gebruiksvriendelijke functionaliteiten;
- De noodbeeldbelknop;
- Een gebruiksvriendelijke berichtenfunctie (vooral om foto's te delen);
- (Meer) gepersonaliseerd en (meer) geactualiseerd aanbod op de tablet;
 - Regionaal nieuws
 - Regelmatig nieuwe spelletjes
 - Nieuwe quizen

Hoewel de groep deelnemers aan de klantreizen niet representatief is voor de klantengroep mag toch opgemerkt worden dat de willingness-to-pay groter is bij de oudere klanten die de overzichtelijke tabletfunctionaliteiten een belangrijke meerwaarde vinden.

Jongere klanten zouden eerder overschakelen naar eigen hard- en software en zijn dus minder bereid om voor het beeldbelaanbod te betalen.

Er is dus een zekere bereidheid om een bijdrage te betalen voor de beeldbelzorg. Maar hierbij zijn volgende bedenkingen te maken:

- Deelnemers aan deze focusgroepen waren én thuiszorg- én beeldbelminded. Ze leverden zelfs de inspanning om zich te verplaatsen naar deze focusgroepbijeenkomsten rond beeldbellen in de thuiszorg.
- Deelnemers hadden reeds ervaring met het tablet- en beeldbelaanbod (sommigen zelfs al meer dan een jaar). Ze hadden de (meer-)waarde van de tablet en het beeldbellen dus reeds ervaren.

Deze 'bereidheid om voor beeldbelzorg te betalen' moet ook in een ruimere context bekeken worden. En die is niet zo rooskleurig. In januari 2023 schreef Nils De Neubourg: (De Neubourg, 2023)

Familiehulp ziet het aantal verzoeken voor thuiszorg met negen procent stijgen. Maar wie hulp vraagt doet op steeds minder uren thuiszorg beroep. ... Terwijl we vaker nood hebben aan een professionele helpende hand thuis, besparen gebruikers wel op de hoeveelheid hulp die ze aanvragen. In tegenstelling tot de aanvragen, daalt het aantal uren gezinszorg per klant met ruim zeven procent

Daarom zal om de bereidheid om te betalen voor het beeldbelzorgaanbod dus de nodige aandacht moeten besteed worden aan:

- Het duidelijk in kaart krijgen van de behoeftes en verwachtingen omtrent het tablet- en beeldgebruik bij de potentiële klant;
- Het zo sterk mogelijk personaliseren van het tablet- en beeldbelaanbod op maat van de klant;
- Het verkennen van mogelijkheden om een testperiode voor het tablet- en beeldbelaanbod. Als het mogelijk is om (gratis) proefabonnementen te nemen op kranten, streamingdiensten, ... waarom zou dit dan niet kunnen voor beeldbelzorg?

5.11. Op weg naar een stappenplan

Op de vraag 'hoe belangrijk vind je het om van volgende uitdagingen werk te maken?' antwoordden 7 middenkader- en directiemedewerkers:



Figuur 28: prioriteiten van implementatie-aspecten (0 = onbelangrijk - 5 is heel belangrijk)

De belangrijkste prioriteiten om werk van te maken zijn volgens de respondenten:

- Beeldbelmedewerkers verder professionaliseren;
- Nog scherper krijgen van meerwaarde en sense-of-urgency van beeldbellen.

Vervolgens moet er volgens hen ingezet worden op:

- Klantgericht communiceren over het tablet- en beeldbelaanbod;
- Tablet en internettoegang optimaliseren bij klanten;
- Tabletaanbod verder optimaliseren (meerdere respondenten vinden dit écht belangrijk);
- Klanten digitaal vaardig maken om te beeldbellen;
- Partners zoeken voor verdere uitbouw.

Er is geen eensgezind draagvlak om prioriteit te geven aan:

- Duidelijkheid scheppen rond GDPR over privacy-info die verzameld wordt.

5.12. Conclusies omtrent het implementeren van hybride gezinszorg

Het duurzaam implementeren van hybride gezinszorg vergt veel meer dan een tablet en een beeldbellink aanbieden.

Daarvan zijn de gezinszorgaanbieders zich bewust en rond verschillende implementatie-aspecten zijn dan ook reeds de nodige stappen gezet.

Er is vanuit meerdere organisaties **een gemeenschappelijke** visienota over hybride gezinszorg.

Zo'n gemeenschappelijke visienota is niet in alle welzijns- en zorgsectoren beschikbaar!

In deze nota zou de organisatie- en maatschappelijke meerwaarde van beeldbellen nog sterker kunnen uitgewerkt worden. Daarvoor zijn vanuit dit onderzoek meerdere aanzetten aanwezig. Nog meer focussen op de sense-of-urgency-argumenten om beeldbellen in de gezinszorg te implementeren kan het draagvlak vergroten.

Ook de positie van de beeldbelzorg in het bredere thuiszorgaanbod kan verder verfijnd worden in de visienota.

Het gesprek over 'kerntaken in de gezinszorg' zou de aandacht voor digitale inclusie (en vooral dan voor het ter beschikking stellen van gebruiksvriendelijke hardware) kunnen hypothekeren. Als deze basisvoorwaarde niet vervuld is, wordt het vanzelfsprekend moeilijk om hybride gezinszorg te realiseren.

De gezinszorgaanbieders zullen **toekomstgericht een dubbele keuze moeten maken**:

- Bieden we beeldbelzorg aan voor klanten die daarvoor over de nodige competenties beschikken of voor zoveel mogelijk klanten (waarbij een extra investering in digitale inclusie noodzakelijk is)?
- Bieden we beeldbelzorg aan als inherent deel van het basisaanbod in de gezinszorg of als facultatief aanbod voor de klanten die er extra voor willen betalen?

Communicatie over het beeldbel- en tabletaanbod vanuit de gezinszorg **vergt nog veel inspanningen**.

Er zijn nochtans heel wat opportuniteiten beschikbaar: er is een potentieel aan klanten die als ambassadeurs willen getuigen over het beeldbelzorgaanbod en die als lotgenoten demo's kunnen geven om drempels om te beeldbellen bij nieuwe klanten kunnen helpen verlagen.

Er is nood aan een sterker communicatiebeleid om het tablet- en beeldbelaanbod bekend te maken bij de bredere gezinszorgdoelgroep.

De zorg voor klantgerichte installatiegesprekken van de tablet en het beeldbelaanbod blijkt cruciaal voor de slaagkans van het beeldbellen.

Er is nood aan een uitgebreidere degelijke klantgerichte handleiding omtrent het werken met de tablet – zowel voor de klanten als voor hun omgeving.

Deontologisch kwaliteitsvol werken met het beeldbelaanbod vraagt vooral aandacht voor de 'informed consent rond het gebruik van de tablet' en transparantie rond het mandaat van de beeldbelverzorgende in het hybride zorgaanbod.

Tot nog toe wordt hybride zorg vooral ingevuld als 'beeldbelzorg' is complementair *naast* 'zorg-aan-huis'. De klant ziet dit evenwel als een geïntegreerd gezinszorgaanbod. Dit schept **verwachtingen naar** de gezinszorgaanbieders om sterker in te zetten op **échte hybride gezinszorg met meer verwevenheid** van 'zorg-aan-huis' en 'tabletaanbod'.

Door het functieprofiel van de verzorgende te verrijken **met extra competenties voor beeldbelverzorgenden**, kan explicieter ingezet worden op hun deskundigheidsbevordering.

Dit is wenselijk als de gezinszorgorganisaties sterker willen inzetten op beeldbelzorggesprekken die méér zijn dan een luisterend oor bieden.

Een grote **sterkte** van het hybride gezinszorgaanbod schuilt in de gebruiksvriendelijkheid en **degelijkheid van de hard- en software** die gebruikt wordt. Een stabiele internetaansluiting bij de klanten vergt wel nog extra aandacht.

Een andere sterkte is de **samenwerking tussen drie gezinszorgaanbieders** bij het uitwerken van deze hybride gezinszorg. Vanuit dit samenwerkingsverband zou verder kunnen verkend worden welke sterke partners kunnen betrokken worden rond het versterken van digitale inclusie van de klanten.

Er is zicht op de **mogelijke kosten** van het duurzaam implementeren van hybride gezinszorg. Bovendien is er enige indicatie van **een willingness-to-pay voor beeldbelzorg bij een deel van de klanten**. Maar daaraan zijn voorwaarden en bedenkingen verbonden.

De betrokken gezinszorgorganisaties **hebben duidelijke prioriteiten omtrent het verder duurzaam implementeren van hybride gezinszorg**. Dit kan de basis zijn voor het uitwerken van een degelijk stappenplan hierrond.

[Terug naar de leeswijzer](#)

6. Kracht, kwetsbaarheid, valkuilen en hefboomen voor betere hybride gezinszorg

In dit zesde hoofdstuk wordt de balans opgemaakt van alle elementen die in dit onderzoek naar hybride gezinszorg aan bod kwamen.

Nog even verduidelijken dat de betrokken gezinszorgorganisaties 'hybride gezinszorg' op dit moment vooral definiëren als de combinatie tussen reguliere zorg-aan-huis en beeldbelzorggesprekken met verzorgenden via een tablet.

In functie van werkbare conclusies voor de verdere ontwikkeling van de hybride gezinszorg werken we deze conclusies en aanbevelingen als volgt uit:

- [De kracht van hybride gezinszorg;](#)
- [De kwetsbaarheid van hybride gezinszorg;](#)
- [Valkuilen voor een betere hybride gezinszorg;](#)
- [Hefboomen voor een betere hybride gezinszorg.](#)

6.1. Kracht van de hybride gezinszorg

In dit luik focussen we op 13 sterktes van hybride gezinszorg die reeds in dit project gerealiseerd zijn. Het wordt de uitdaging om deze sterktes te consolideren als hybride gezinszorg ook verder duurzaam geïmplementeerd zal worden in het aanbod van de gezinszorgpartners.

6.1.1. Sterktes in verband met zicht op de meerwaarde van hybride gezinszorg

De gemeenschappelijke visie op hybride gezinszorg vanuit het samenwerkingsverband met meerdere gezinszorgpartners is een opvallende kracht.

In deze visie is aandacht voor:

- De aandacht voor digitale inclusie bij de klanten;
- De meerwaarde van beeldbellen voor klant en medewerker;
- De positie van beeldbellen als aanvullend en complementair op de reguliere zorg-aan-huis;
- De aandacht voor medewerkers;
- De financiering van dit hybride aanbod.

Het inzicht dat beeldbellen op meerdere manieren bijdraagt aan de zorg van de klanten is belangrijk.

De meerwaarde-aspecten die geformuleerd worden, situeren zich op diverse domeinen:

- Beeldbellen betekent presentie, een luisterend oor voor klanten – zeker voor wie eenzaam is;
- Leren beeldbellen vergroot de digitale inclusie van de klanten;
- Beeldbellen sluit aan bij de zorg die de klant al krijgt;
- Beeldbellen zorgt voor structuur in de dag/week van de klant.

Het is een sterkte dat deze inzichten gedeeld worden door de klanten, de medewerkers en de beleidsvoerders van de gezinszorgorganisaties.

Bovendien ervaren de klanten buiten beeldbellen ook nog **andere meerwaardes van het tabletgebruik**. Via het aanbod op de tablet kunnen ze meer zinvol bezig zijn en voelen ze zich minder eenzaam.

6.1.2. Sterktes bij de klanten

Met het beeldbelaanbod bereiken de gezinszorgorganisaties **een grote diversiteit aan klanten**. Er worden klanten van 20 tot 99 jaar bereikt met een grote vertegenwoordiging van de leeftijdsgroep die in de samenleving minder digitaal actief zijn (**62%** van de beeldbelklanten is immers **ouder dan 70 jaar**). Op zich reeds een opvallende prestatie.

Bovendien gaat het om een **groot bereik van personen die alleen wonen** (90% van de beeldbelklanten). Dat vereenzaming thuis een maatschappelijke problematiek is waaraan lokale besturen aandacht besteden, hoeft geen betoog. Het is een sterkte dat dit hybride zorgaanbod daarop inspeelt.

Een derde opvallende sterkte is de **beeldbeltrouw van de klanten**. 85% van de beeldbelklanten maakt reeds meer dan 100 dagen gebruik van het beeldbelaanbod. Dit op zich is al een bewijs van het feit dat deze klanten het aanbod de moeite waard vinden.

6.1.3. Sterktes van beeldbelverzorgenden

De 6 **beeldbelverzorgenden** die actief zijn in het project zijn **enthousiast en ‘heel tevreden’ tot ‘tevrede’** over deze (deeltijdse) functie-invulling.

Ze vinden dit beeldbellen met klanten zowel inhoudelijk (meer ruimte voor contact en diepgang) als wat arbeidsomstandigheden (meer jobafwisseling) betreft een meerwaarde.

Beide aspecten zijn belangrijke sterktes die de nodige aandacht verdienen bij de duurzame doorontwikkeling van hybride zorg.

6.1.4. Sterktes omtrent het digitale aanbod

Het **vertrouwen in het tabletgebruik** bij de deelnemers aan dit beeldbelproject is **groot**. 67% van de beeldbelklanten vindt het gebruik van de tablet ‘nogal tot zeer gemakkelijk’.

Bovendien is **85% van de klanten ‘eerder wel’ tot ‘heel tevreden’ over de beeldbelgesprekken** met de verzorgenden.

Klanten zijn ook **tevreden over het geïntegreerde aanbod op de tablet**. Er wordt dankbaar gebruik gemaakt van de mogelijkheid om naast vlot beeldbellen ook berichten of foto's met het eigen netwerk te kunnen uitwisselen. Het dienstverleningsaanbod van een dagelijkse spreuk, nieuws, een agenda, kwissen en spelletjes betekent voor hen een belangrijke aanvullende vorm van daginvulling en inspiratie.

Bewijs daarvan is dat de **tablet door 72% van de klanten ‘meerdere keren week’ tot ‘dagelijks’ gebruikt** wordt.

6.1.5. Sterktes rond beschikbare hard- en software

In tegenstelling tot vele andere onderzoeks- en implementatieprojecten rond onlinehulp in welzijnswerk en geestelijke gezondheidszorg is er in dit project geen enkele klacht over het tabletaanbod. Zowel in de interviews met klanten en medewerkers als in de focusgroeps gesprekken wordt **positief gesproken over het vlotte functioneren en de gebruiksvriendelijkheid van deze opmaat-van-senioren-afgestemde-tablet**.

Als de tablet soms al eens niet functioneert, dan volgt er positieve feedback over het functioneren van de helpdesk (of ligt het niet functioneren aan een ontoereikende internetverbinding).

6.1.6. Sterktes in verband met de partnersamenwerking

Een belangrijke sterkte is dat i-mens, Familiehulp en Zorgband Leie & Schelde samen dit beeldbelaanbod hebben ontwikkeld.

Meerdere andere sectoren in welzijnswerk hebben zo'n samenwerking niet en staan voor een individuele zoektocht waarin vele aspecten door elke organisatie apart moeten uitgezocht worden.

Daar waar die samenwerking wél gerealiseerd wordt – zoals binnen het OnlineHulpUitwisselingsPlatform (OHUP, 2016) rond chathulpverlening, CLB-online, de CAW's, ... - bleek reeds de meerwaarde van samenwerking op vlak van ...

... beperktere tijdsinvestering om ieder voor zich een onlinehulpaanbod te ontwikkelen;

... gemeenschappelijke visie-ontwikkeling en positionering van het digitale aanbod;

... knowhow kunnen bundelen omtrent de verwachtingen voor de hard- en software;

... interessantere voorwaarden bij ICT-aanbieders omwille van de schaalgrootte;

... snellere deskundigheidsbevordering en kwaliteitsverbetering op basis van intervisies en ervaringsuitwisselingen;

... interessantere gesprekspartner voor overheden en middenveldactoren.

Deze sterkte is ook in deze samenwerking rond hybride gezinszorg herkenbaar.

6.2. Kwetsbaarheid van de hybride gezinszorg

Uit de onderzoeksresultaten blijken ook 5 zwaktes in het hybride gezinszorgaanbod.

Daaraan remediëren kan het duurzaam aanbieden van hybride zorg zeker ten goede komen en zelfs snelle quick-wins opleveren.

6.2.1. Minimale invulling van 'hybride zorg'

De gezinszorgpartners kiezen nu voor een minimale invulling van hybride zorg:

- 'Zorg-aan-huis' staat *naast* het 'beeldbelaanbod';
- Een beeldbelverzorgende heeft niet het mandaat om het lokale zorgnetwerk te informeren over relevante inhoud uit beeldbelgesprekken die betrekking hebben op de reguliere zorg;
- Bij slechts 1/4 van de klanten is info beschikbaar over 'zorgdoelen waarover de klant wil praten';
- Als het fout loop in de reguliere zorg-aan-huis straalt dit af op de beeldbelzorg.

Zowel organisatorische als inhoudelijke afstemming van het fysieke en digitale aanbod tot één geïntegreerde hulp- en dienstverlening kan dus nog verbeteren.

Dàt is overigens wat de klant wil en hoe de klant naar het dienstverleningsaanbod van de gezinszorg kijkt. In hoofde van de klant en de mantelzorgers gaat het om een aanbod vanuit 'dezelfde organisatie'.

6.2.2. Meer uitgaan van de unieke plaats in het zorg- en dienstverleningslandschap

In de visie op hybride zorg gaan de gezinszorgpartners nog te weinig uit van hun unieke plaats in het zorg- en dienstverleningslandschap.

Andere welzijns- en zorgactoren die ook aan huis komen, hebben een veel engere en specifieke opdracht – denk maar aan huisartsen, thuisverpleging of maaltijdvoorzieningen.

Welzijns- en zorgactoren die een bredere opdracht hebben, komen dan weer niet aan huis – denk bijvoorbeeld aan de digipunten of andere organisaties die inzetten op digitale inclusie.

In het uittekenen van haar visie op hybride gezinszorg en de positionering van een digitaal aanbod daarbinnen mogen de gezinszorgpartners veel sterker inzetten op wat hún 'unique selling point' is zowel op het vlak van bereik van kwetsbare doelgroepen als op het feit dat ze (meer dan) 'een voet in huis hebben'.

6.2.3. Sterker inzetten op sense-of-urgency van hybride zorg

In de gemeenschappelijke nota over hybride gezinszorg en het spreken over hybride zorg tijdens interviews en focusgroeps gesprekken wordt door alle betrokken actoren gepraat over de 'meerwaarde' van hybride zorg of van beeldbellen voor de klant en voor de medewerkers.

De maatschappelijke meerwaarde van hybride gezinszorg wordt echter te weinig geconcretiseerd. En ook de noodzaak, de sense-of-urgency, om hybride gezinszorg aan te bieden kan nog veel concreter worden uitgewerkt. Een antwoord op de vraag "voor welke pijnpunten in het huidige gezinszorgaanbod kan een digitaal aanbod een deel van de oplossing zijn" kan een uitgangspunt zijn om die noodzaak te concretiseren.

6.2.4. Meer inzetten op zorgdoelen tijdens beeldbelgesprekken

Dat beeldbelgesprekken zorgen voor een luisterend oor en presentie werd terecht als een belangrijke sterkte geformuleerd.

Maar zowel beleidsmedewerkers als klanten en beeldbelverzorgenden geven aan dat het méér mag zijn.

Sterker inzetten op zorgdoelen wordt dus een uitdaging.

Zwaktes waaraan in dat verband mag verholpen worden, zijn onder andere:

- Het alert zijn van beeldbelverzorgenden voor zorgdoelsignalen;
- Het opvolgen van zelf-geformuleerde-beloftes door beeldbelverzorgenden: klanten geven aan dat er geen vervolg komt op het engagement van de verzorgende die "tegen volgend gesprek iets zal uitzoeken".

6.2.5. Meer inzetten op communicatie over het tabletaanbod

Communicatie over het hybride zorgaanbod is het 'zwakke broertje' van dit project.

En dat op verschillende terreinen:

- Het sensibiliseren van klanten om te beeldbellen gebeurde tot nog toe enkel door verzorgenden die daar alert voor wilden zijn;
- Een gebruiksvriendelijke hands-on-handleiding rond het gebruik van de tablet (zowel voor klanten als voor hun netwerk) ontbreekt;
- Het installatiegesprek van de tablet is cruciaal om de klant vertrouwen te geven in deze hybride zorg – en soms gebeurt dit gesprek te oppervlakkig en te snel;
- De klant heeft andere 'verwachtingen' omtrent het tabletaanbod dan de aanbieder – bijvoorbeeld bij de emotiechecker verwacht de klant dat die zal gecontacteerd worden als hij/zij meermaals 'ik voel me niet goed' aankruist.
- Klanten kennen niet alle functionaliteiten van de tablet – bijvoorbeeld rond het 24u/7d beeldbelaanbod.

6.3. Valkuilen voor betere hybride gezinszorg

Met ‘valkuilen’ focussen we op aspecten die niet aan de gezinszorgaanbieders zelf liggen, maar die wel cruciaal zijn voor de verdere doorontwikkeling van een hybride aanbod. Vanuit dit onderzoek onderkennen we drie valkuilen.

6.3.1. Kerntakenstrijd legt een hypotheek op optimale integratie digitaal aanbod

Het kerntakendebat in de welzijns- en zorgsector brengt vele opportuniteiten met zich mee. Maar de kans is groot dat geen enkele welzijns- of zorgactor de aandacht voor digitale inclusie van kwetsbare burgers die moeilijk het huis uit kunnen als hun kerntaak zien.

En àls digitale inclusie al tot hun kerntaak kan behoren, dan blijft zeker het voorzien van kwaliteitsvolle gebruiksvriendelijke hard- en software én stabiel internet een heikel punt.

Als aan deze basisvoorwaarde niet voldaan kan worden, dan kan er echter nooit sprake zijn van een hybride gezinszorgaanbod voor iedereen.

6.3.2. Levensduurte heeft effect op ‘inkopen thuiszorg’

Zoals Familiehulp reeds aankaartte: er is meer nood aan gezinszorg, maar de klant bespaart op de uren gezinszorg die ‘ingekocht’ worden. (De Neubourg, 2023)

Als dit al geldt voor de zorg-aan-huis, dan is het nog maar de vraag of de klant gebruik wil maken van het vaak nog ongekende digitale gezinszorgaanbod.

6.3.3. Weinig willingness-to-pay bij doelgroep met sterke digitale vaardigheden

Uit de indicatieve bevraging rond bereidheid om te betalen voor een digitaal gezinszorgaanbod bleek dat klanten die zelf over sterke digitale competenties beschikken zo goed als niet geneigd zijn om voor het tabletaanbod vanuit gezinszorg te betalen.

Ze zullen daarrond zelf hun eigen (gratis) alternatieven via het internetaanbod bij elkaar puzzelen.

Een specifieke uitspraak of zij zelf willen betalen voor beeldbelgesprekken met verzorgenden, hebben we niet kunnen onderzoeken.

6.4. Hefbomen voor betere hybride gezinszorg

In dit onderzoeksproject verzamelden we 12 hefbomen voor een betere en duurzame hybride gezinszorg.

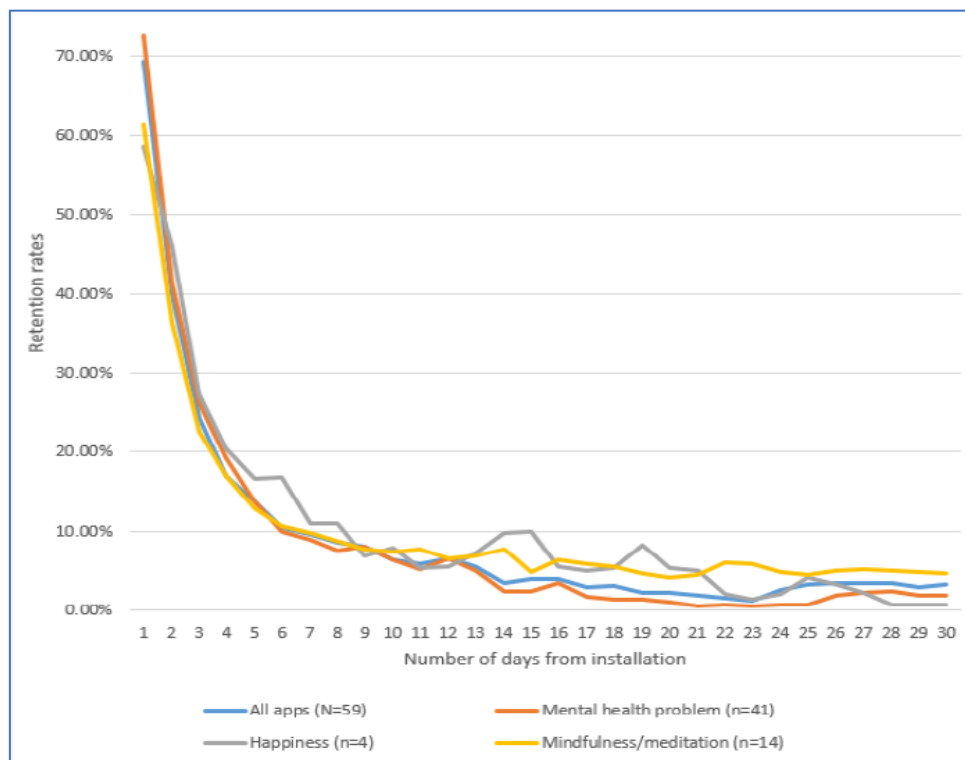
6.4.1. Concretiseer de visie op beeldbelzorggesprekken

De visie op het **doel van beeldbelgesprekken** in het gezinszorgaanbod kan **verder geconcretiseerd** worden.

Uitgangspunt daarvoor is de **'gouden combo'** in beeldbelgesprekken tussen enerzijds **'zorg op maat'** waarbij de klant de thema's bepaalt en anderzijds **'focus op zorgdoelen'** als méér aanklappende zorg. Van daaruit kan een **sterkere methodische aanpak** van zorgdoelgesprekken via beeldbellen ontwikkeld worden.

6.4.2. Gebruik de klantentrouw van beeldbellers als hefboom

Bij het inzetten van digitale tools in welzijnswerk en gezondheidszorg is de beperkte 'klanttrouw' vaak een probleem.



Figuur 29: overzicht gebruik apps rond mentale gezondheid na X dagen installatie

Uit onderzoek naar bijvoorbeeld "therapietrouw" bij het gebruik van apps in geestelijke gezondheidszorg blijkt dat binnen de week na installatie het gebruik van de app daalt van 60 à 70 % naar 10 %. (Baumel, 2019).

Belangrijke toevoeging hierbij is dat het gaat om het gebruik van zelfhulp-apps zonder koppeling aan andere fysieke of digitale contactmomenten.

Het gegeven dat **85% van de beeldbellers al meer dan 100 dagen** gebruik maakt van het **tabletaanbod** is daarom een belangrijke hefboom om te verkennen welk ander digitaal welzijns- of **zorgaanbod** aan deze tablet kunnen **gekoppeld** worden. De vaststelling dat 72 % van de klanten de tablet 'meerdere dagen per week' of 'dagelijks' gebruikt is hierbij een belangrijke opportuniteit.

6.4.3. Maak werk van quick wins voor betere hybride zorg

Volgende drie quick wins vergen een beperkte investering om snel werk te kunnen maken van een beter geïntegreerd hybride zorgaanbod:

- In de verkennende zorgdoelgesprekken met klanten waarbij gebruik gemaakt wordt van de test **'Mijn positieve gezondheid'** (Mijn-positieve-gezondheid, 2020) kan **expliciet aandacht besteed worden aan het aankruisen van thema's waarover de klant wil praten**. In functie van de beeldbelgesprekken is dit een zinvolle hefboom.
- Op de tablet zou de **agendafunctie optimaler** kunnen gebruikt worden bij **het actualiseren van het zorg-aan-huis-aanbod**. Als daar last-minute aanpassingen aan gebeuren zou dit via een agendamelding op de tablet vlot aan de klant kunnen meegedeeld worden.
- Het **mandaat van de beeldbelverzorgende met betrekking tot een betere zorg-aan-huis** zou kunnen **geoptimaliseerd** worden. Vanuit een visie op geïntegreerde hybride zorg en vanuit de verwachting van de klant is het wenselijk om mogelijkheden te voorzien dat de beeldbelverzorgende toch vlot aandachtspunten voor de zorg-aan-huis kan briefen of hierrond kan overleggen.

6.4.4. Personaliseer en actualiseer het beeldbel- en tabletaanbod

Belangrijkste voorstel in het versterken van hybride beeldbelzorg blijft het inzetten op 'verbinding' tussen de klant en de beeldbelverzorgende. Hoe meer daarbij kan ingezet worden op het versterken van de vertrouwensband tussen beiden, hoe optimaler de condities om écht op zorgdoelen te kunnen inspelen. Nog meer to-the-point betekent dit: hoe meer in de geplande beeldbelgesprekken kan ingezet worden op een **vaste vertrouwensrelatie tussen een klant en één beeldbelverzorgende**, hoe beter.

Hoe sterker het **volledige tabletaanbod kan gepersonaliseerd en geactualiseerd** kan worden, hoe interessanter dit aanbod voor de klant wordt (waardoor de willingness-to-pay ook zal stijgen).

Er kan daarbij onder andere werk gemaakt worden van:

- Meer lokaal nieuws;
- Ook eigen contacten en afspraken vlot in de agenda kunnen steken;
- De klant zelf de instellingen van meldingen van nieuwe berichten kunnen laten aanpassen;
- Het quizaanbod actualiseren;
- Meer spelletjes voorzien.

Het belang van de fun-factor in het tabletaanbod kan niet onderschat worden.

6.4.5. Zet in op klantgerichte communicatie over het tabletaanbod

Hefbomen voor een sterkere klantgerichte communicatie over het tabletaanbod zijn:

- Meer gebruik maken van het groot potentieel aan **getuigenissen van enthousiaste beeldbelklanten**;
- **Peer-to-peer demofilmjes** over het gebruik van tabletfunctionaliteiten;
- Werk maken van een **degelijke klantgerichte hands-on-handleiding** over het gebruik van de tablet;
- **Een tweede 'installatiegesprek'** bij de klant thuis waarbij de focus ligt op:
 - Wat nog niet optimaal werkt;
 - Uitbreiding van het gebruik van de tablet.

6.4.6. Verrijk de digitale competenties van de zorgkundigen

Op vijf aspecten kan via basisvorming en intervisie ingezet worden op het **versterken van de digitale competenties van de beeldbelverzorgenden:**

- Het versterken van de eigen mediawijsheid van de zorgkundigen;
- Het vergroten van de competenties om aspecten van digitale kloof bij de klant vlot te kunnen detecteren en een aanbod daarrond te formuleren;
- Nog betere professionele beeldbelgesprekken kunnen voeren met aandacht voor:
 - Het kritisch onderschrijven van het beeldbelbeleid van de gezinszorgaanbieders;
 - Het verdiepen van de beeldbelmethodiek (hoe maak je er meer van dan in elkaars gezicht kijken en praten);
 - Een verdiepend gesprek omtrent alle zorgdoelen kunnen voeren;
- Zelfzorg voor de beeldbelverzorgenden: hoe hou ik het mentaal vol als er veel intense beeldbelzorggesprekken met klanten worden gevoerd;
- Digitale rapportage na een beeldbelgesprek vlot kunnen beheren.

Ook bij de verzorgenden-aan-huis kunnen competenties versterkt worden om ...

... zelf het tabletaanbod vanuit gezinszorg te kennen;

... nog beter ambassadeur te worden van het tabletaanbod vanuit gezinszorg;

... digitale inclusie-issues bij klanten te detecteren en te melden;

... de klant (terug) op weg te helpen om met de tablet aan de slag te gaan;

... de klant te stimuleren om met de beeldbelverzorgende in gesprek te gaan over specifieke zorgdoelen.

6.4.7. Besteed meer aandacht aan stabiel internet en degelijke hardware

Voor de klant vormt het ter beschikking hebben van **een stabiele internetverbinding** in meer dan 1 ruimte vaak een probleem. Het is een aanbeveling om reeds bij het eerste introgesprek over het aanbieden van beeldbelzorg te checken of en waar stabiel internet bij de klant voorzien is.

Bij uitbreiding van de beeldbelzorg kan ook nagedacht worden over de mogelijkheid om de **klant te laten beeldbellen met de verzorgenden-aan-huis**. Zij beschikken vaak reeds over een smartphone om hun werkplanning te kunnen opvolgen. Beeldbellen is voor velen onder hen echter nog geen evidentie. Het experiment in de gezinszorg in Schilde kan hierbij als inspirerend voorbeeld dienen.

6.4.8. Versterk de samenwerking tussen de gezinszorgpartners rond duurzaam digitaal thuiszorgaanbod

Er zijn drie hoofdredenen om de samenwerking tussen de gezinszorgpartners rond een duurzaam digitaal thuiszorgaanbod te versterken:

- Digitale gezinszorg is **plaats- en vaak tijdsafhankelijk** ... met meerdere partners kan je een ruimer bereik – ook voor synchrone contacten (chatten, beeldbellen ...) met verzorgenden realiseren;
- Vanuit het samenwerkingsverband zit **win-win in ervaringsuitwisseling, in knowhow bundelen en in schaalgrootte**;
- Het samenwerkingsverband is **een relevantere gesprekspartner** voor ICT-aanbieders, middenveldactoren en voor de overheid

6.4.9. Gebruik het grote potentieel van samenwerking met andere zorgpartners

Bij 70 % van de beeldbelklanten komen **meer dan 3 professionele zorgactoren over de vloer**. De huisarts is hierbij zelfs nog niet meegerekend.

Dit is een belangrijke hefboom om te bekijken hoe het **tabletaanbod vanuit gezinszorg met aanbod van die andere zorgactoren zou kunnen versterkt worden**. Het feit dat de tablet zo intens gebruikt wordt door de beeldbelklanten is hierbij een belangrijke meerwaarde.

Onder andere in functie van de betaalbaarheid van het digitale aanbod zitten hierin wellicht perspectieven.

6.4.10. Zoek structurele partners om werk te maken van digitale inclusie

Hoe sterk de gezinszorgorganisaties ook willen inzetten op het versterken van digitale inclusie, het loont de moeite om vanuit het samenwerkingsverband van gezinszorgorganisaties te **zoeken naar structurele samenwerking met organisaties die het dichten van de digitale kloof als hoofdfunctie hebben**.

De digibanken zijn daarbij een mogelijkheid. Maar ook doelgroeporganisaties als SeniorenNet, Okra, Samana, maar ook Licht en Liefde kunnen hierbij een belangrijke rol spelen.

6.4.11. Zet in op de willingness-to-pay die er is

Uit de indicatieve bevraging **blijkt dat er enige willingness-to-pays is voor ...**

... een gebruiksvriendelijke (senioren-)tablet met een gepersonaliseerd aanbod;

... voor de 'beeldbelnoodknop';

... vooral bij de doelgroep die moeite heeft met de overload aan open internetaanbod op tablets waar je veel zelf moet configureren.

Ook in deze aanbeveling blijven we herhalen dat dit bevestigd is bij een doelgroep die de meerwaarde van de tablet reeds ervaren heeft.

Investeren in een **proefperiode waarbij de klant het tabletaanbod gratis kan uitproberen**, lijkt ons een zinvolle optie om verder te verkennen.

6.4.12. Maak werk van een duurzaam implementatieplan voor hybride gezinszorg

De beleidsmedewerkers gaven reeds een belangrijke aanzet voor het **uitwerken van een verder implementatieplan**.

Volgende gemeenschappelijke prioriteiten van hen zijn daarbij zeker waardevol:

... nog scherper krijgen van de meerwaarde en sense-of-urgency van beeldbellen;

... beeldbelmedewerkers verder professionaliseren;

... klantgericht communiceren omtrent beeldbel- en tabletaanbod.

Het kan de aanzet zijn voor het verder concretiseren van een duurzaam implementatieplan.

[Terug naar de leeswijzer](#)

6.5. Klantreizen rond het gebruik van de tablet in de gezinszorg

Naast de interviews met klanten en beeldbelverzorgenden en de focusgroeps gesprekken met middenkader- en directiemedewerkers, werden in dit project ook 4 klantreizen uitgewerkt.

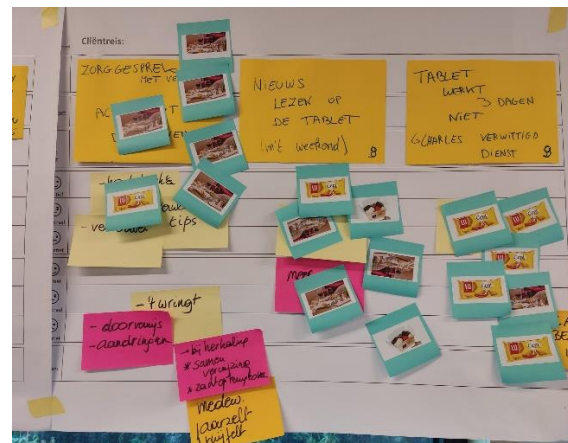
Tijdens 4 bijeenkomsten werden met klanten – ondersteund door professionals – vanuit klantperspectief vier ‘verhalen’ uitgewerkt waarin de beleving van het werken met de tablet en de beeldbelgesprekken met de beeldbelverzorgenden zorgvuldig in kaart werden gebracht.

Deze verhalen werden opgebouwd rond 4 fictieve klanten. Voor de beschrijving van deze ‘persona’ werd geput uit de levenservaringen van de beeldbelklanten.

In wat volgt vind je de omschrijving van deze ‘persona’ die ook elke een naam en een gezicht kregen: Charles, Gusta, Rita en Sam.

Rond elk van die persona werd stapsgewijs een verhaal uitgewerkt van hun belevingen met het tablet- en beeldbelaanbod vanuit gezinszorg, gebaseerd op de ervaringen van de beeldbelklanten. Bij elke stap (in de kolommen) werd aangegeven wat er gebeurde, via welk communicatiekanaal en wat de inhoud van die stap inhield.

Na de beschrijving van zo’n traject stonden we in de focusgroepen stil bij de beleving van de klant die telkens via gele pos-its geconcretiseerd werden.



De oranje of fuchsia post-its waren suggesties van de klanten om deze stappen in de toekomst te optimaliseren.

Ten slotte werd bij elke belevingsstap door de klanten aangegeven hoe belangrijk ze dit vonden. Dit gebeurde op een ‘speelse manier’ door hen te vragen of ze dit voor hen de waarde had van een



cent-wafeltjes



een doosje pralines



een etentje.

Via blauwe post-its werd dit op de klantreisoverzichten bijgekleefd.




















Deze klantreizen vind je op de volgende bladzijden uitgetekend.



















6.5.1. de klantreis van CHARLES





















Naam van de persoon:	CHARLES
-----------------------------	----------------

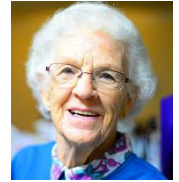
profiel en situatie	Wat is het geslacht van die persoon?	Man
	Wat is zijn/haar leeftijd?	70 jaar
	Wat is zijn/haar hoogste diploma?	Technisch deeltijds onderwijs - hout en bouw
	Wat is zijn/haar gezinssituatie?	Weduwnaar - geen kinderen
	Wat is zijn/haar/hun woon- of verblijfssituatie?	Randgemeente grote stad
	Wat doet hij/zij zoal op een dag?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Krant lezen ▪ In de tuin werken
	Wat is zijn/haar favoriete tijdsbesteding?	Op restaurant gaan eten
	Waar vertoeft hij/zij vaak?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Thuis ▪ Op restaurant
interactie	Is hij/zij eerder introvert of extravert?	Extravert
	Is hij/zij eerder luisteraar, spreker of schrijver?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Babbelaar ▪ Kan ook goed luisteren
	Wie ziet hij/zij regelmatig (= minstens 1 keer om de 14 dagen)?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Goede vrienden ▪ Buur ▪ Personeel restaurant ▪ Vaste klant bij bank
	Met wie heeft hij/zij regelmatig online contact?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Goede vrienden via beeldbellen
kenmerk, interesses	Wat typeert hem/haar?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gezond verstand ▪ Plantrekker ▪ Kan tegen kritiek
	Wat vindt hij/zij belangrijk?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bijleren ▪ Diepgaande gesprekken
	Door wie laat hij/zij zich beïnvloeden?	Goede vrienden
	Met wie/wat voelt hij/zij zich verbonden?	Goede vrienden ... meestal telefonisch
	Waar wordt hij/zij warm van?	Vakantie in Frankrijk
	Waar droomt hij/zij van?	Gezond blijven
	Wat kan hij/zij goed?	Wegenkaart lezen
	Welke problemen heeft hij/zij?	Eenzaamheid
	Waar loopt hij/zij tegenaan?	Afhankelijkheid van techniek, bijvoorbeeld elektriciteit
	Waar heeft hij/zij een hekel aan?	Te weinig rekening houden met ouderen
	Waar knapt hij/zij op af?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Oppervlakkigheid ▪ Onrechtvaardigheid
	Wat is een grote behoefte van hem/haar?	Sociaal contact
	Wat vindt hij/zij belangrijk bij de hulp die hij/zij krijgt?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Snel hulp kunnen inroepen ▪ Hulp bij huishouden ▪ Boodschappen doen
	(Wanneer) heeft hij/zij (meest)nood aan hulp?	In de donkere winterdagen
	Zal hij/zij initiatief nemen voor online contact?	Neen, hij heeft een duwtje nodig

 stap	An van gezinszorg stelt tablet voor aan Charles	Twee maanden wachten	Installatie tablet	Eerste zorggesprek met Louise	Batterij tablet plat Charles beseft het niet
 soort contact	huisbezoek		huisbezoek	beeldbellen	
 inhoud contact	<ul style="list-style-type: none"> Voorstel beeldbellen Charles zegt meteen ja 		<ul style="list-style-type: none"> Uitleg te kort uitleg onvolledig 	<ul style="list-style-type: none"> 30 minuten kennismaking 	
emotie cliënt	 positief <ul style="list-style-type: none"> Tablet=geruststellend! 6 x  			<ul style="list-style-type: none"> als verzorgende zegde dat dit ook wat raar voor haar was 	
	 neutraal <ul style="list-style-type: none"> Wat kost dit? Hoe werkt dit? Ga ik dat kunnen? 	<ul style="list-style-type: none"> Ze beloven veel Niet veel goesting meer 	<ul style="list-style-type: none"> Te snel 1 oor in ander uit 	<ul style="list-style-type: none"> Nerveus Gaat het klikken? Raar - ik ben wat doof 	<ul style="list-style-type: none"> Werkt op de zenuwen
	 negatief <ul style="list-style-type: none"> 		<ul style="list-style-type: none"> Te beperkt internet 6 x  		<ul style="list-style-type: none"> Tablet wegsteken 6 x 
emotie hulpverlener	 positief <ul style="list-style-type: none"> Kunnen geruststellen 				
	 neutraal <ul style="list-style-type: none"> Ik weet zelf nog te weinig Uitleg geven 				
	 negatief <ul style="list-style-type: none"> 			4 x 	2 x 
 Opmerking	5 x 	5 x 	<ul style="list-style-type: none"> Nood aan degelijke praktische stap-voor-stap-handleiding 	1 x 	5 x  <ul style="list-style-type: none"> In handleiding duidelijke rubriek zetten: wat als tablet niet opstart















 stap	Charles drukt bij emotiemeter een paar keer op rood	Zorggesprek met Louise	Nieuws lezen op de tablet	Tablet werkt 3 dagen niet Charles verwittigt dienst	Zorggesprek met Louise				
 soort contact	thuis	beeldbellen	online	telefoon	beeldbellen				
 inhoud contact		<ul style="list-style-type: none"> actualiteit duurte van het leven 	<ul style="list-style-type: none"> veel internationaal weinig regionaal 		<ul style="list-style-type: none"> onduidelijke planning zorg-aan-huis 				
emotie cliënt	 positief		<ul style="list-style-type: none"> prima om mijn hart eens te luchten 	prima dat dat er is					
	 neutraal	<ul style="list-style-type: none"> Charles verwacht dat er contact opgenomen wordt 	<ul style="list-style-type: none"> ik verwacht concrete tips 	mag gerust meer lokaal nieuws zijn	zorg voor accurate planning van zorg-aan-huis in agenda				
	 negatief		<ul style="list-style-type: none"> klant verwacht dat verzorgende meer raad geeft, meer concreet doorverwijst 			planning zorg-aan-huis is momenteel een ramp			
emotie hulpverlener	 positief								
	 neutraal		<ul style="list-style-type: none"> aarzelt om raad te geven en door te verwijzen 						
	 negatief		<ul style="list-style-type: none"> heeft niet mandaat om me te mengen in de werking rond de klant 						
 opmerkingen	Voor klant onduidelijk dat er niet gereageerd wordt 'emotiemeter' rood kleurt	1 x 	5 x 	3 x 	1 x 	2 x 	5 x 	1 x 	3 x 
















 stap		Planning op de tablet		Zorggesprek met Andrea		Verbinding valt weg tijdens zorggesprek		Spreuk op tablet		Louise niet bereikbaar bij gepland beeldbelgesprek		Charles beeldbelt met goede vriend	
 soort contact		online		beeldbellen				online					
 inhoud contact		<ul style="list-style-type: none"> planning is duidelijk melding bij veranderingen 		<ul style="list-style-type: none"> koffieklets 		geen idee Waarom		doet Charles nadenken					
emotie cliënt	 positief			belangrijk en deugddoend dat er over koetjes en kalfjes kan gesproken worden				biedt gespreksstof met familie en beeldbelverzorgende				meerwaarde dat ik hem kan zien	
	 neutraal									durft niet weggaan		zinnig om zelf contacten toe te voegen	
	 negatief									telefoon van een 'vreemd nummer' neem ik niet op			
emotie hulpverlener	 positief												
	 neutraal												
	 negatief												
 opmerkingen	1 x 	4 x 			1 x 	4 x 			1 x 	6 x 	2 x 	4 x 	

6.5.2. de klantreis van GUSTA



Naam van de persoon:		GUSTA
profiel en situatie	Wat is het geslacht van die persoon?	vrouw
	Wat is zijn/haar leeftijd?	82 jaar
	Wat is zijn/haar hoogste diploma?	kinderverzorging
	Wat is zijn/haar gezinssituatie?	Alleen – huisdier: vogeltjes
	Wat is zijn/haar/hun woon- of verblijfssituatie?	eten huis
	Wat doet hij/zij zoal op een dag?	spelletjes op tablet
	Wat is zijn/haar favoriete tijdsbesteding?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Breien ▪ kruiswoordraadsels
	Waar vertoeft hij/zij vaak?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ rustig in haar zetel ▪ aan het raam
interactie	Is hij/zij eerder introvert of extravert?	extravert
	Is hij/zij eerder luisteraar, spreker of schrijver?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Spreker ▪ maar kan ook goed luisteren
	Wie ziet hij/zij regelmatig (= minstens 1 keer om de 14 dagen)?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ twee kinderen ▪ 3 kleinkinderen ▪ 1 achterkleinkind ... bij bijzondere gelegenheden
	Met wie heeft hij/zij regelmatig online contact?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Verpleegkundige ▪ poetshulp ▪ verzorgende
kenmerk, interesses	Wat typeert hem/haar?	
	Door wie laat hij/zij zich beïnvloeden?	huisarts
	Met wie/wat voelt hij/zij zich verbonden?	Marcel = vriend aan huis
	Waar wordt hij/zij warm van?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ koffie met cognac of jenever 😊 ▪ bezoek kleinkinderen
	Waar droomt hij/zij van?	vliegtuigreis
	Wat kan hij/zij goed?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zingen ▪ pannenkoeken bakken
	Welke problemen heeft hij/zij?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mobiliteit ▪ begeleiding nodig om het huis uit te komen
	Waar loopt hij/zij tegenaan?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Relativeren ▪ begrip opbrengen ▪ empathie
	Waar heeft hij/zij een hekel aan?	niet nakomen afspraken
	Wat is een grote behoefte van hem/haar?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ babbelen over actualiteit (nieuws uit de wereld) ▪ herinneringen van vroeger
	Wat vindt hij/zij belangrijk bij de hulp die hij/zij krijgt?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Baden – douchen ▪ haartooi
	(Wanneer) heeft hij/zij (meest) nood aan hulp?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 's morgens en 's avonds kleden ▪ mobiliteit
	Zal hij/zij initiatief nemen voor online contact?	eerder afwachtend

 stap		e-mailen foto's opladen en delen	...	Zelf de agenda aanvullen lukt moeilijk	...	Er komt geen reactie op meerdere meldingen (rood) dat 't niet goed gaat
 soort contact		Online op tablet		Online op de tablet		Online op tablet
 inhoud contact		<ul style="list-style-type: none"> foto's opladen en delen door de kinderen en kleinkinderen zelf ook foto's opladen 		<ul style="list-style-type: none"> eigen afspraken kunnen bijhouden mantelzorger kan ook in agenda schrijven 		<ul style="list-style-type: none"> dagelijks wordt gevraagd om via emoticon te laten weten hoe het met de klant gaat
emotie cliënt	 positief	<ul style="list-style-type: none"> contact op de hoogte blijven gespreksstof ! 				
	 neutraal			<ul style="list-style-type: none"> zou zinvol kunnen zijn 		<ul style="list-style-type: none"> verbaasd dat er geen contact opgenomen wordt of gevraagd wordt wat er scheelt
	 negatief			<ul style="list-style-type: none"> op een tweede 'installatiegesprek' zou het zinvol zijn hierop in te gaan 		<ul style="list-style-type: none"> "ge moet hier iets mee doen"
emotie hulpverlener	 positief	<ul style="list-style-type: none"> dochter vindt het heel belangrijk 				
	 neutraal					
	 negatief					
 opmerkingen	1 x 	4 x 	1 x 	1 x 		

















 stap	Gusta nodigt netwerk uit om te beeldbellen	...	Meldingstootje van nieuwe berichten na 20 uur	...	Gusta wil 'meer' aanbod op de tablet
 soort contact	tablet		Op tablet		Op de tablet
 inhoud contact	<ul style="list-style-type: none"> Gusta roept anderen op Er komt geen reactie 				<ul style="list-style-type: none"> spelletjes kwissen nieuws
emotie cliënt	 positief				<ul style="list-style-type: none"> doe ik elke dag altijd benieuwd naar wat de nieuwe spreuk zal zijn
	 neutraal	<ul style="list-style-type: none"> spijtig dat er geen reactie komt 			<ul style="list-style-type: none"> mag meer zijn: <ul style="list-style-type: none"> af en toe een nieuw spelletje nieuwe kwissen – “de kwisvragen nu ken ik al van buiten” lokaler nieuws
	 negatief		<ul style="list-style-type: none"> Dat ik dat zelf niet kan uitschakelen “Dan moeten ze me met rust laten” 		
emotie hulpverlener	 positief				
	 neutraal				
	 negatief				
 opmerkingen	1 x 	1 x 	2 x 	1 x 	5 x 







6.5.3. de klantreis van RITA

















Naam van de persoon:	RITA
-----------------------------	-------------

profiel en situatie	Wat is het geslacht van die persoon?	Vrouw
	Wat is zijn/haar leeftijd?	78 jaar
	Wat is zijn/haar hoogste diploma?	A1 - verpleegkunde
	Wat is zijn/haar gezinsituatie?	Alleenstaande weduwe
	Wat is zijn/haar/hun woon- of verblijfssituatie?	Serviceflat
	Wat doet hij/zij zoal op een dag?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Huishoudelijke taken ▪ Koken ▪ OKRA
	Wat is zijn/haar favoriete tijdsbesteding?	TV kijken
	Waar vertoeft hij/zij vaak?	Cafeteria
interactie	Is hij/zij eerder introvert of extravert?	Extravert - babbelaar
	Is hij/zij eerder luisteraar, spreker of schrijver?	Luisteraar
	Wie ziet hij/zij regelmatig (= minstens 1 keer om de 14 dagen)?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kinderen en kleinkinderen ▪ Buren
	Met wie heeft hij/zij regelmatig online contact?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kleinkinderen ▪ Vriendin
kenmerk, interesses	Wat typeert hem/haar?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zorgzaam ▪ Actief ▪ Verzorgd
	Wat vindt hij/zij belangrijk?	Sociaal contact met mensen
	Door wie laat hij/zij zich beïnvloeden?	Vrienden en kinderen
	Met wie/wat voelt hij/zij zich verbonden?	Familie
	Waar wordt hij/zij warm van?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Activiteiten van okra ▪ Muziek ▪ TV-programma: Thuis
	Waar droomt hij/zij van?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Reis maken ▪ Kleinkinderen zien opgroeien
	Wat kan hij/zij goed?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contact leggen en luisteren ▪ Stappen ▪ Koken
	Welke problemen heeft hij/zij?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Eenzaamheid ▪ Verlies partner ▪ Donkere dagen
	Waar loopt hij/zij tegenaan?	Roddelen
	Waar heeft hij/zij een hekel aan?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Als er iets scheelt met de kleinkinderen ▪ Lange lege dagen
	Waar knapt hij/zij op af?	Mensen die zich moeien
	Wat is een grote behoefte van hem/haar?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sociaal contact ▪ Mensen rondom haar
	Wat vindt hij/zij belangrijk bij de hulp die hij/zij krijgt?	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Babbel kunnen doen ▪ Potje koffie drinken
	(Wanneer) heeft hij/zij (meest) nood aan hulp?	Voormiddag
	Zal hij/zij initiatief nemen voor online contact?	Ja

 stap	Rita hoort dat beeldbellen met gezinszorg bestaat	Rita vraagt aan dochter info over beeldbellen	medewerker gezinszorg informeert over beeldbellen	4 weken wachten	installatie tablet			
 soort contact	gesprek met buurvrouw	gesprek met dochter	huisbezoek		installateur Familiehulp komt langs			
 inhoud contact	buurvrouw vertelt enthousiast		<ul style="list-style-type: none"> ▪ begrijpbare info ▪ Rita beslist mee te doen 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ installatie loopt vlot ▪ dochter is er bij 			
emotie cliënt	 positief	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nieuwsgierig 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ beslist zelf om mee in het project te stappen 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ vanuit vertrouwen info opnemen 				
	 neutraal	<ul style="list-style-type: none"> ▪ afwachtend ▪ weer iemand nieuw 			<ul style="list-style-type: none"> ▪ da's lang 			
	 negatief					<ul style="list-style-type: none"> ▪ vertrouwen dat haar dochter alles goed begrepen heeft 		
emotie hulpverlener	 positief							
	 neutraal							
	 negatief							
 opmerkingen			1 x 	3 x 	2 x 	2 x 	3 x 	1 x 

 stap	verzorgende maakt afspraak om te beeldbellen	een dikke week wachten	eerste beeldbel gesprek met Evelyn	elke week beeldbellen met dochter	beter met tablet leren werken	tablet valt uit tijdens beeldbelgesprek met dochter			
 soort contact	telefoon		beeldbelgesprek	beeldbelgesprek	thuis	geen meer			
 inhoud contact	afspraak vastgelegd		<ul style="list-style-type: none"> kennismaking een kwartier 	<ul style="list-style-type: none"> soms een uur soms een kwartier 	kleinkind leert Rita beter werken met tablet	oplader gebruiken helpt niet			
emotie cliënt	 positief		<ul style="list-style-type: none"> 't klikte 	<ul style="list-style-type: none"> OK 	<ul style="list-style-type: none"> De agenda is voor mij nog belangrijker dan het beeldbellen 				
	 neutraal		<ul style="list-style-type: none"> Was wat onwennig 			<ul style="list-style-type: none"> Niet panikeren Opnieuw beginnen 			
	 negatief			<ul style="list-style-type: none"> Veel liever beeldbellen met 1 verzorgende 		<ul style="list-style-type: none"> Betere praktische handleiding of uitleg is wenselijk 			
emotie hulpverlener	 positief								
	 neutraal								
	 negatief								
 opmerkingen			1 x 	3 x 	1 x 	3 x 	1 x 	3 x 	



 stap	...	gepland beeldbelgesprek met Evelyn	intussen veel tablet gebruiken		
 soort contact		geen contact	op tablet		
 inhoud contact		Evelyn belt niet	<ul style="list-style-type: none"> spreuken volgen nieuws lezen spelletjes spelen foto's maken/opslaan recepten zoeken 		
emotie cliënt	 positief		<ul style="list-style-type: none"> hoe meer, hoe liever 		
	 neutraal	<ul style="list-style-type: none"> frustrerend 	<ul style="list-style-type: none"> graag beeld bij nieuws afwisseling in de kwissen afwisseling in de spelletjes afwisseling in antwoorden op de emotiecheck 		
	 negatief	<ul style="list-style-type: none"> kwaad 			
emotie hulpverlener	 positief				
	 neutraal				
	 negatief				
 opmerkingen		1 x 	3 x 	1 x 	3 x 












6.5.4. de klantreis van SAM



Naam van de persoon:	SAM
-----------------------------	------------

profiel en situatie	Wat is het geslacht van die persoon?	vrouw
	Wat is zijn/haar leeftijd?	30 jaar
	Wat is zijn/haar hoogste diploma?	Master biochemie
	Wat is zijn/haar gezinssituatie? Wat is zijn/haar/hun woon- of verblijfssituatie?	Co-housing met 4: <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ouder koppel (op pensioen) ▪ Alleenstaande man (extraverte dertiger) ▪ 56-jarige workaholic (nooit thuis)
	Wat doet hij/zij zoal op een dag?	Deeltijds werken (haalbaarheid, draagkracht) laborant bij ILVO
	Wat is zijn/haar favoriete tijdsbesteding?	Vrijwilligerswerk in de tuin
	Waar vertoeft hij/zij vaak?	Buiten: bos, park
	interactie	Is hij/zij eerder introvert of extravert?
Is hij/zij eerder luisteraar, spreker of schrijver?		Schrijver
Wie ziet hij/zij regelmatig (= minstens 1 keer om de 14 dagen)?		Co-housers, vrijwilligers, hulpverleners (CAW), hond
Met wie heeft hij/zij regelmatig online contact?		Moeder
kenmerk, interesses	Wat typeert hem/haar?	Voeling met natuur, Denkt na over wereldproblemen
	Wat vindt hij/zij belangrijk?	Sociaal contact
	Door wie laat hij/zij zich beïnvloeden?	Moeder
	Met wie/wat voelt hij/zij zich verbonden?	Natuur Co-housers
	Waar wordt hij/zij warm van?	Goed gesprek
	Waar droomt hij/zij van?	Grotere tuin – zitmaaier Wereldreis met de fiets
	Wat kan hij/zij goed?	Creatief Zorgdragen
	Welke problemen heeft hij/zij?	Te weinig contacten
	Waar loopt hij/zij tegenaan?	Moeilijk contacten leggen
	Waar heeft hij/zij een hekel aan?	Praten in grote groepen
	Waar knapt hij/zij op af?	Drukke (bijvoorbeeld op openbaar vervoer)
	Wat is een grote behoefte van hem/haar?	Gezelligheid
	Wat vindt hij/zij belangrijk bij de hulp die hij/zij krijgt?	Organisatorisch Administratief
	(Wanneer) heeft hij/zij (meest) nood aan hulp?	Nieuwe dingen Drempels overwinnen
	Zal hij/zij initiatief nemen voor online contact?	Ja, na subtiele doorverwijzing

 stap		...	Zorg&Meer (Bo) installeert tablet	...	vierde beeldbelafsprak	...	vijfde beeldbelgesprek	
 soort contact			bij SAM thuis		beeldbellen met Veerle		beeldbellen met Veerle	
 inhoud contact			<ul style="list-style-type: none"> ▪ technisch lukt alles ▪ verzorgende Tom is er ook 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ nood aan meer sociaal contact 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sam uit irritatie over té aanwezige mama ▪ gesprek loopt uit 	
emotie cliënt	 positief						<ul style="list-style-type: none"> ▪ goed dat de ruimte er is dat een gesprek eens even kan uitlopen 	
	 neutraal		<ul style="list-style-type: none"> ▪ OK ▪ Dat zorg een huis en beeldbelzorg 'naast' elkaar werken is OK 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zou zinvol zijn om de beeldbelverzorgende eens in levende lijve te kunnen zien 		<ul style="list-style-type: none"> ▪ Goed dat Veerle durft doorvragen 	
	 negatief							
emotie hulpverlener	 positief							
	 neutraal							
	 negatief							
 opmerkingen			4 x 		1 x 	3 x 	3 x 	1 x 

 stap	tablet werkt niet meer	3 dagen wachten	Zorg&Meer (Bo) komt langs	...	Veerle is twee weken afwezig	
 soort contact	Sam vertelt dit aan Tom		thuis bij Sam			
 inhoud contact			werking tablet hersteld			
emotie cliënt	 positief					
	 neutraal				<ul style="list-style-type: none"> ▪ Wachten ▪ Liever wachten op Veerle dan tussendoor gesprekken met iemand anders 	
	 negatief		<ul style="list-style-type: none"> ▪ vervelend 			
emotie hulpverlener	 positief					
	 neutraal					
	 negatief					
 opmerkingen		3 x 	1 x 		1 x 	3 x 

Terug naar de leeswijzer

Bijlagen

Bijlage 1: Spontaan genoemde dagbestedingsactiviteiten van de beeldbelklanten

Spontaan genoemde activiteiten	aantal respondenten (N=35)
tv-kijken/films kijken	18
naar buiten gaan wandelen of fietsen	9
bezoek en sociaal contact met vrienden of familie	7
spelletjes – puzzelen - kleuren	7
poetsen/huishouden	4
gsm/playstation / tablet of computerspelletjes	4
koken	3
in tuin werken	3
zorgen voor huisdier	3
met anderen/vrienden spelen of op stap	3
koffie gaan drinken/ uit eten	3
slapen	3
winkelen	3
muziek luisteren/radio	3
zorgen voor (partner – kleinkind)	2
deelnemen aan vereniging – hobbyclub -	2
handwerk	2
vrijwilligerswerk of engagement	2
concertjes en culturele uitstappen	2
lezen	1
dagcentrum	1
social media	1
beeldbellen	1
knutselen met kleinkinderen	1

Terug naar
de leefsituatie van de
beeldbelklant

Bijlage 2: Hoe vlot loopt het werken met digitale toestellen

Hoe vlot verloopt het werken met ...	vlot	matig	niet vlot	heb ik niet	Geen antwoord
N=31					
Laptop	11	3	2	12	3
Desktop	5	3	1	18	4
Klassiek TV-toestel met beeldbuis	4	1		22	4
Flatscreen TV	19	3		6	3
Smart TV (met internet)	5	1	1	19	5
Digitale TV (digirecorder, ...)	25	3	1		2
Vaste telefoon	26			3	2
GSM (zonder internet)	8	5		14	4
Smartphone	16	3		9	3
Tablet	22	6		2	1
Wearables (smartwatch, stappenteller, ...)	3			25	3

Terug naar
het gebruik van de tablet

Bijlage 3: Quotes van klanten over de inhoudelijke waarde van de beeldbelgesprekken

Ik krijg steun en begrip. Ik kan mijn hart luchten. X ziet de realiteit en de ernst van de situatie in en begrijpt dit.

Ik vond die wel goed, het gaf soms een andere kijk op uw verhaal. De beeldbeller was heel meelevend, ik kon steun en begrip vinden bij haar. Dat vind ik belangrijk. Daarnaast hebben we ook gemeenschappelijke interesses gevonden.

Ik heb hier heel veel aan. We spreken over alles. De politiek, geneeskunde. De gesprekken zijn een echte uitlaatklep.

Ik vind het aangenaam om te kunnen praten over de dingen die in mijn leven gebeuren.

Tijdverdrijf. Het brak de dag.

Algemene en diepgaande gesprekken

Veel betekenis, kalmerend

Super gesprekken maar soms moeilijk

Een heel aangenaam en onderhoudend gevoel

Minder eenzaamheid

- *Het doet me plezier om met iemand over het nieuws te praten*
- *Veel waarde.*
- *Veel aan, je zegt wat je wil.*
- *Heel veel.*
- *Veel, breekt de eenzaamheid.*
- *Veel, praten over verleden*
- *Het feit dat je kon communiceren met iemand, ik kon zeggen wat ik had meegemaakt. **Het aanwezig zijn van een luisterend oor.***
- *Ik vond het aangenaam. Zo hoor je al eens iets anders want ik zit elke dag alleen.*
- *Dat is altijd wel **plezant**. Het gaat altijd over van alles. Na een tijd begon de beeldbelmedewerker mij beter te kennen en ze vraagt ook telkens naar de gebeurtenissen in mijn week.*
- *Een **luisterend oor**. Het biedt me troost.*
- *Het is altijd leuk om eens te praten met mensen*
- *Ze heeft er veel aangehad, ze kan haar hart luchten. Ze verstaan elkaar*
- *Het is leuk, je ziet eens een ander gezicht. Je scheidt ook een band met iemand en dat is wat je nodig hebt.*
- *Ik heb hier heel veel aan - de beeldbeller luistert goed en **vult goed aan***
- *Goed, er is iemand die eens luistert en dat heb ik wel nodig. Soms denk ik dat ik tegen de muren praat en dan is het goed dat er iemand is die luistert. Dat zorgt voor **warmte en menselijkheid**.*

Terug naar de bevindingen over de inhoud van beeldbelgesprekken

Bijlage 4: thema's die klanten zelf aan bod brengen in beeldbelgesprekken

- *Alles, het is een gesproken dagblad.*
- *Kinderen*
- *Gebeurtenissen in de week.*
- *Gewoon, nieuwtjes van de week*
- *Het leven, gezondheid, de kindjes, politiek, karakter, ...*
- *Ik vertel graag dat ik naar de hobbyclub ben geweest en wat ik daar heb gemaakt.*
- *Praten over kinderen en kleinkinderen*
- *Beetje van alles, over hoe het gaat.*
- *Werk, leven, gezondheid, nieuws, wereld rondom mij.*
- *Dagdagelijkse onderwerpen, gemoedstoestand, actualiteiten, ...*
- *Het verleden, de dagen, het nieuws, ...*
- *Hoe mijn week is geweest, gebeurtenissen in mijn leven.*
- *Wat er in de buurt gebeurd is, het nieuws.*
- *Handwerk en mijn honden*
- *Van alles, in functie met wat er gebeurt in de wereld.*
- *Onze levens, het verleden, familie, de streek, koningin Elisabeth, honden, ...*
- *Het weer, wonen, het leven, het nieuws, familie, ...*
- *Hobby en verenigingsleven in Molenbeek, het nieuws,*
- *Mijn ziekte, het dagelijkse leven, de actualiteiten, ...*
- *Dagdagelijkse leven*
- *Kinderen, kleinkinderen, ...*
- *Hobby's*
- *Muziek*
- *Niets bijzonder, het gaat over gewone zaken.*
- *Ik heb gesproken over thuis, over mijn ervaringen, over mijn dieren, over de gezondheid...*
- *van alles: nieuwe stoel, tv dingen, zijn probleem met de knie...*
- *Meestal over de situatie waarin ik verkeer. Ik laat dan ook mijn vrouw eens zien.*
- *ik vind het moeilijk om diepgaande gesprekken aan te gaan - het blijft meestal bij koetjes en kalfjes - dat ligt niet aan de beeldbeller, maar wel aan mijzelf*

Terug naar onderwerpen die aan bod kunnen komen tijdens beeldbellen

Bijlage 5: sense-of-urgency voor beeldbellen vanuit organisatieperspectief

- Tekort aan medewerkers:
gebrek aan verzorgenden

- Een aantrekkelijke taakprofiel creëren
hoog aantal parttime medewerkers meer kunnen inzetten
uitstroom in de zorg kunnen tegengaan
zorg aantrekkelijker maken

- Praktisch werk in zorg-aan-huis zorgt voor contactbeperkingen.
hoge werkdruk om bij zorg-aan-huis alles rond te krijgen
Via beeldbellen is er
meer tijd om een babbeltje te doen
meer tijd om zorgdoelen te bespreken

- Een inhoudelijk kwaliteitsvoller aanbod kunnen realiseren:
Klant helpen om ook voor andere zaken digitaal bereikbaarder te zijn
Informeel zorg terug beter kunnen valideren
Meer ogen in de huiskamer – ook op momenten dat er niemand anders is
Bij Multi morbiditeit meer ‘checks’ per week kunnen realiseren
Eenzaamheid – isolement van de klant sneller doorbreken
Zowel door beeldbelverzorgenden
Als door beeldbellen met netwerk
Mantelzorgers ontlasten

- Een flexibeler aanbod kunnen realiseren:
Contactmogelijkheid buiten de kantooruren
Frequente vanuit contacten vanuit thuishulp beter of behoefte kunnen afstemmen
Flexibeler sneller visueel contact kunnen opnemen
Bij ontslag na ziekenhuisopname moet er snel kunnen overlegd en afgestemd worden

- Kostenbesparing:
dure verplaatsingskosten vermijden
Meer klanten op een kortere periode bereiken

Terug naar sense-of-urgency
van beeldbellen

Bijlage 6: functie- en competentieprofiel van een verzorgende

Dit functieprofiel van een verzorgende werd via Familiehulp aangeleverd (Lievegem, 2022)

Resultaatgebieden

Deze lijst is indicatief.

- Instaan voor het verstrekken van professionele hulp in het kader van het bevorderen en het ondersteunen van de zelfredzaamheid van de cliënt
- Sociale en emotionele ondersteuning:
 - Aanbieden van een luisterend oor aan de cliënt en mantelzorgers.
 - Helpen bij administratie.
 - Stimuleren van de zelfzorg bij de cliënt.
- Instaan voor een optimale informatiedoorstroming met het oog op een optimale interne samenwerking:
 - Constructief en actief deelnemen aan werkvergaderingen.
 - Deelnemen aan permanente vorming van de dienst.
 - Rapporteren aan de leidinggevende in verband met taakuitvoering, de stand van zaken inzake uitvoering van het dossier.
 - Signaleren van specifieke vragen en problemen bij cliënten.
 - Formuleren en signaleren van suggesties en verbetervoorstellen die kunnen bijdragen tot een betere klantgerichte dienstverlening.
- Verzorgen van contacten met derden in het kader van de zorg- en hulpverlening aan de cliënt:
 - Contacten met verpleging, dokter, ziekenhuis,...
 - Nodige informatie opvragen bij diverse instanties zoals mutualiteit, gemeente,...
 - Deelnemen aan zorgoverleg of ander multidisciplinair overleg
 - Contacten met mantelzorg en familie
 - Gericht doorverwijzen van de cliënt indien nodig.
- Naleven van voorschriften en afspraken van de dienst
 - Afspraken nakomen met betrekking tot het werkrooster, vakantie-regeling, verlofaanvragen, onkostenvergoedingen,...
 - Rekening houden met de adviezen van de maatschappelijk werker / teamleider.
 - Aandacht hebben voor de eigen veiligheid, de veiligheid van de cliënt, tijdens het uitvoeren van de taken.
 - Signaleren van onveilige situaties.

Competenties

- Samenwerking
 - Vlot kunnen samenwerken in een team zowel intern als extern.
 - Bijdragen tot een constructieve werksfeer.
 - Respectvol omgaan met anderen, waardering tonen voor ieders eigenheid.
 - Indien nodig inspringen en taken van collega's overnemen zodat de continuïteit van de zorg gewaarborgd blijft.
 - Overleggen en afspraken maken om tot een gezamenlijk resultaat te komen.
- Klantgerichtheid
 - De dienstverlening aanpassen aan de individuele noden van de cliënt.
 - Zich kunnen uitdrukken op een voor de cliënten verstaanbare en begrijpelijke manier.
 - De cliënten positief benaderen.
 - Zich verantwoordelijk voelen voor de kwaliteit van de uitgevoerde taken.

- Loyauteit
 - Zich betrokken voelen bij de opdracht van het team welzijn en de eigen taak hierin.
 - Het team welzijn op een passende wijze vertegenwoordigen bij anderen en externe contacten.
 - Tactvol en discreet optreden, met respect voor privacy en het beroepsgeheim.
- Resultaatgerichtheid
 - Controleren van het eigen werk en bijsturen waar nodig.
 - Systemen gebruiken die het eigen werk vlotter maken.
- Zichzelf ontwikkelen
 - Verwerft nieuwe inzichten, vaardigheden en kennis voor het eigen functioneren.
 - Staat open voor en past zich flexibel aan aan veranderingen van de functie of de organisatie.

Funcitiespecifieke competenties

Competenties die in de uitoefening van deze specifieke functie belangrijk zijn.

- Inlevingsvermogen
 Het zich in de plaats kunnen stellen van anderen en daarbij informatie oppikken en er adequaat op reageren, dit zowel ten aanzien van cliënten, collega's, leidinggevende,..
 Deze competentie komt tot uiting via onder meer volgende acties:
 - Aandacht tonen en interesse tonen voor gevoelens en behoeften van anderen
 - Anderen ruimte geven om een mening naar voor te brengen
 - Waar nodig het eigen gedrag aanpassen
 - Begrip tonen voor andere meningen en omgangsvormen
 - Erkenning en respect tonen voor de waardigheid van de cliënten
- flexibel
 Zich gemakkelijk kunnen aanpassen aan een veranderende omgeving, aan andere werktijden, werkwijzen, verantwoordelijkheden en gedragingen van anderen.
 Deze competentie komt tot uiting via onder meer volgende acties:
 - Verandert de wijze van werken om het beoogde resultaat efficiënter te bereiken
 - Overweg kunnen met diverse opdrachten, wisselende prioriteiten en veranderingen
 - Weerstand erkennen en op een gepaste manier mee omgaan
 - Bereidheid tonen om te leren en mee te groeien met veranderingen
 - De werktijd aanpassen aan de noodzaak van de organisatie en de vraag van cliënten
- Mondelinge communicatie
 Ideeën, meningen, standpunten en besluiten in begrijpelijke taal aan anderen duidelijk kunnen maken, afgestemd op de toehoorder.
 Volgende acties kunnen de aanwezigheid van deze competentie aantonen:
 - Een idee helder en duidelijk kunnen formuleren
 - Samenhangend praten
 - Doorvragen op de gekregen informatie
 - Structuur brengen en houvast geven
 - Beknopt kunnen rapporteren, helder en duidelijk dit ten aanzien van cliënten, collega's, leidinggevende en externe hulpverleners in het kader van de multidisciplinaire werking
- Zelfstandig werken
 - Met de beschikbare middelen zelfstandig en correct de taken kunnen uitvoeren
 - Met de nodige instructies aan de slag kunnen
 - Kunnen werken zonder externe controle
 - De afgesproken taken zelfstandig kunnen plannen, organiseren en uitvoeren
 - Verantwoordelijkheid nemen en bijsturen waar nodig

6.6. Bronnen

- Baumel, A. e. (2019). Objective user engagement with mental health apps: systematic search and panel-based usage analysis. *Journal of medical internet research*.
- Bloovi. (2021, december 22). *Start-up wil volgend jaar 11 miljoen minuten mentale weerbaarheid 'leveren'*. Opgehaald van <https://www.bloovi.be/artikels/ondernemersnieuws/2021/start-up-wil-volgend-jaar-11-miljoen-minuten-mentale-weerbaarheid-leveren>
- Bocklandt, P. (2017, maart 27). *Blended hulp wordt het nieuwe normaal*. Opgehaald van Sociaal.net: <https://sociaal.net/achtergrond/blended-hulp-wordt-het-nieuwe-normaal/>
- Bocklandt, P. (2020). *Informed consent voor beeldbellen in welzijnswerk, sociaal werk en geestelijke gezondheidszorg*. Gent: Arteveldehogeschool. Opgehaald van <https://onlinehulp-vlaanderen.be/mediatheek>
- Bocklandt, P. (2020). *medewerkersvertrouwen in onlinehulp*. Gent: Arteveldehogeschool.
- Bocklandt, P. (2021). *Professioneel beeldbellen in welzijnswerk, sociaal werk en geestelijke gezondheidszorg*. Gent: Arteveldehogeschool.
- Bocklandt, P. e. (2023, februari 16). Een kader voor competenties van sociale professionals in het digitaal ondersteunen. België: Arteveldehogeschool.
- Bocklandt, P., & Adriaensens, E. D. (2014). *Bouwstenen voor een Vlaams Actieplan Onlinehulp*. Leuven: Steunpunt Welzijn, Volksgezondheid en Gezin.
- Bocklandt, P., & Custers, S. (. (2020). *Online veerkracht van welzijns- en geestelijke gezondheidszorgorganisaties in de lockdownperiode*. S.L.: Netwerp Onlinehulp Vlaanderen. Opgehaald van <https://www.onlinehulp-vlaanderen.be/wp-content/uploads/2020/10/Rapport-online-veerkracht-in-welzijnswerk-en-geestelijke-gezondheidszorg-in-lockdown-oktober-2020.pdf>
- De Marez, L. &. (2023). *imec.digimater 2022 - digitale trends in Vlaanderen*. Leuven: imec. Opgehaald van https://www.imec.be/sites/default/files/2023-03/imec_digimeter_2022.pdf
- De Neubourg, N. (2023, januari 17). *Nood aan thuiszorg piekt, en toch besparen we erop*. Opgehaald van visie.net: <https://visie.net/artikel/nood-aan-thuiszorg-piekt-en-toch-besparen-we-erop>
- De Nijs, C. &. (2023, januari 14). Crisis doet veel mensen besparen op broodnodige thuiszorg. Opgehaald van <https://www.vrt.be/vrtnws/nl/2023/01/12/thuiszorg-de-markt/>
- Fauré, L., & Mariën, I. e. (2022). *Digitale inclusie - barometer digitale inclusie 2022*. Louvain-la-neuve, Brussel: UC Louvain - VUB.
- i-mens, Familiehulp, Z-plus, Zorgband, Ferm, Familiezorg, Villers, VVSG, Zorggezind. (2022, november 18). Hybride Gezinszorg.
- Lievegem. (2022). Functie- en competentieprofiel verzorgende. Lievegem. Opgehaald van https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&ved=2ahUKEwjMkYWfjpr9AhXI_aQKHetiAK8QFnoECA0QAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.werkenindegezondheidszorg.be%2F_images_upload%2F2020_Functie-%2520en%2520competentieprofiel%2520verzorgende.docx&usg=AOvVa
- Mariën, I. &. (2020). *Digitale inclusie - barometer digitale inclusie*. Brussel: Koning boudewijstichting. Opgehaald van <https://media.kbs-frb.be/nl/media/8996/Barometer%20Digitale%20Inclusie%202020>
- Mijn-positieve-gezondheid. (2020). *Test mijn positieve gezondheid*. Opgehaald van <https://www.mijnpositievegezondheid.be/>: <https://mijnpositievegezondheid.nl/wp-content/uploads/2021/01/iph-eenvoudige-tool-mpg.pdf>
- OHUP. (2016). OnlineHulpUitwisselingsPlatform. Opgehaald van <https://onlinehulp-vlaanderen.be/startwijzer/ohup>
- Schalken, F. e. (2013). *Handboek online hulpverlening - met internet zorg en welzijn verbeteren*. Houten: Bohn Stafleu Van Loghum.

- Staelraeve, S. (2022). *Hybrid Care - from buzzword to integrated practice*. Dashplus.
- Vanhove, T. &. (2011). *Ervaren baat in éénmalige chathulp*. Gent: Arteveldehogeschool. Opgehaald van <https://b9e8513d6a.clvaw-cdnwnd.com/22701d8eac43dd786f280edfdcf61659/200000113-9a7849b70d/Ervaren%20baat%20in%20%C3%A9%C3%A9nmalige%20chathulp%20-%20onderzoeksrapport.pdf>
- Verplancke, J. &. (2022). *38 inspirerende digitale praktijken voor sociaal werk*. Opgehaald van <https://www.onlinehulp-arteveldehogeschool.be/inspiratie/>
- Vlaamse regering. (2019, juni 28). Besluit van de Vlaamse regering betreffende de programmatie, de erkenningsvoorwaarden en de subsidieregeling voor woonzorgvoorzieningen en verznigingen voor mantelzorgers en gebruikers. Brussel. Opgehaald van <https://codex.vlaanderen.be/Zoeken/Document.aspx?DID=1032439¶m=inhoud&AID=1274874>

Terug naar de leeswijzer

6.7. Methodologie

In dit onderzoek combineerden we dus meerdere onderzoeksactiviteiten.
We lichten hier de essentie toe:

6.7.1. Interview klanten

Alle beeldbelklanten die minstens één beeldbelgesprek met een verzorgende gevoerd hebben, werden uitgenodigd om een gesprek te hebben met een interviewer bij hen thuis.
Van de 70 beeldbelklanten gingen 53 klanten op deze vraag in.

De interviews gebeurden door 6 medewerkers van de gezinszorgorganisaties. Zij hadden zelf geen contacten met de klant als verzorgende-aan-huis of als beeldbelverzorgende.

Deze 6 medewerkers werkten met een interviewleidraad die door de onderzoekers van de Arteveldehogeschool werd uitgewerkt. In een testinterview werd het werken met de interviewleidraad ook uitgeprobeerd en bijgestuurd.

Open en gesloten vragen werden afgewisseld met scoringskaarten en sorteerschema's om de mening van de klant te inventariseren.



We maakten gebruik van een infographic zodat de klant een duidelijk overzicht had van het interviewverloop.

Hierbij wordt ook duidelijk dat we tijdens het interview focusten op:

- Persoonsgegevens van de beeldbelklant;
- De mening van de klant over de beeldbelgesprekken met de verzorgenden;
- De mening van de klant over de inhoud van de beeldbelgesprekken;
- De waardering van de klant over de betrokken actoren bij dit beeldbelaanbod;
- De mening van de klant over het Tabletaanbod;
- Het beeldbelvertrouwen van de klant.

Al de interviewgegevens werden door de interviewer na het gesprek geanonimiseerd ingegeven via een digitaal formulier.

Aan elk interview werd een klantcode gekoppeld.

Figuur 30: infographic interviewverloop met beeldbelklanten

Door de gezinszorgorganisaties werden van de klanten die geïnterviewd werden ook geanonimiseerde algemene klantgegevens (persoonsgegevens, zorgdoelen, ...) bezorgd en gekoppeld aan de juiste klantcodes. Ook de globale rapportagegegevens van de beeldbelgesprekken door de beeldbelverzorgende werden geanonimiseerd beschikbaar gesteld en gekoppeld aan dezelfde klantcodes.

6.7.2. Interviews met (beeldbel)verzorgenden

Door een onderzoeksmedewerker van de Arteveldehogeschool werden via beeldbellen 6 interviews afgenomen bij de beeldbelverzorgenden en 7 interviews met verzorgenden-aan-huis die klanten hebben die beeldbellen.

Deze interviews focusten onder andere op:

- Wat spreekt medewerkers aan in thuiszorg?
- Wat spreekt medewerkers aan in beeldbelgesprekken in thuiszorg?
- Hoe tevreden zijn medewerkers over hun (beeldbel-)gesprekken met de klant?
- Wat vinden zij van de duur en het aantal beeldbelgesprekken met de klant?
- Hoe kijken zij naar de inhoud van hun (beeldbel-)gesprekken met de klant?
- Welke meerwaarde zien zij in beeldbelgesprekken?
- Welke verwachtingen hebben zij in verband met het beeldbelaanbod?
- Wat is hun vertrouwen in beeldbelzorg?

Meerdere van deze thema's werden op analoge wijze bevroegd zoals bij de klanten zodat vergelijking mogelijk werd.

De resultaten van deze interviews werden ook via een digitaal formulier verzameld.

De resultaten van deze interviews werden ook in een apart deelrapport uitgeschreven dat ter beschikking is voor de gezinszorgorganisaties.

6.7.3. Focusgroepsgesprekken met middenkader en directie

Tijdens twee focusgroepsgesprekken met vertegenwoordigers van directie en beleidsmedewerkers van de drie betrokken gezinszorgorganisaties werd ingezoomd op het hybride zorgaanbod.

Aan het eerste gesprek namen 9 directie- of beleidsmedewerkers deel.

Er werden door de onderzoekers stellingen voorgelegd en open vragen gesteld met nadruk op de visie op hybride gezinszorg en de positie van een beeldbelaanbod daarbinnen.

Deelitems die aan bod kwamen waren:

- De top-of-mind-argumenten rond het belang van hybride gezinszorg;
- Meerwaarde van beeldbellen vanuit organisatieperspectief;
- De sense-of-urgency rond beeldbellen;
- De positie van het beeldbelaanbod binnen het totale zorgaanbod van de organisatie;
- De gewenste inhoud van de beeldbelgesprekken;
- De mogelijke impact of effectiviteit van het beeldbelaanbod.

De inhoud van dit focusgroepsgesprek werd in een uitgebreid verslag ook aan de deelnemers ter feedback bezorgd.

Aan het tweede focusgroepsgesprek namen 7 directie- of beleidsmedewerkers deel.

Tijdens dit gesprek kwamen volgende thema's aan bod:

- De kerntaken van een digitaal aanbod in de thuiszorg;
- De focus op zorgdoelclusters tijdens de beeldbelgesprekken;
- De aandacht voor diverse implementatie-aspecten van een beeldbelaanbod;
- Hoe profiel van de beeldbelverzorgenden en de bijkomende vormingsnood;
- Enkele schijnbare tegenstellingen omtrent visie, aanbod en realisatie van digitale zorg.

Ook dit verslag werd uitgeschreven en ter feedback aan de deelnemers bezorgd.

6.7.4. klantreizen

Tijdens twee bijeenkomsten met dezelfde groep klanten en gezinszorgmedewerkers werden persona en klantreizen uitgewerkt.

Bedoeling was om stapsgewijs de beleving van de klant rond het digitale aanbod vanuit gezinszorg in kaart te brengen en daarover dan verder in gesprek te gaan.

Zo werden ook voorstellen ter verbetering en een indicatie van de willingness-to-pay geïnventariseerd. Er werden in elke groep 2 klantreizen uitgewerkt.

Er gingen twee groepen met klantreizen aan de slag.

Een groep in Kortrijk en een groep in Merelbeke.

Elke bijeenkomst waren er uit 8 tot 10 deelnemers waaronder minstens 4 tot 6 klanten.

De resultaten van deze klantreizen vind je [hier](#).

[Terug naar de leeswijzer](#)

Overzicht van figuren en tabellen

Figuur 1: overzicht onderzoek hybride gezinszorg.....	3
Figuur 2: beeldbelklanten volgens sekse in %.....	6
Figuur 3: beeldbelklanten volgens leeftijd	6
Figuur 4: % maandelijkse gebruikers van gezondheids- of sportapps per leeftijd (digimeter 2022).....	7
Figuur 5: onderwijsniveau van de beeldbelklanten	7
Figuur 6: leefsituatie van de beeldbelklant	8
Figuur 7: de leefsituatie van de beeldbelklanten in één oogopslag.....	8
Figuur 8: aantal organisaties dat professionele hulp biedt bij de beeldbelklant.....	11
Figuur 9: professionele hulp en hulp uit eigen netwerk voor beeldbellers in één oogopslag.....	11
Figuur 10: contacten en help voor de beeldbelklanten in één oogopslag.....	13
Figuur 11: beeldbelklanten over het gebruiksgemak van de tablet	14
Figuur 12: % respondenten dat omgaan met digitale technologie gemakkelijk vindt, per leeftijd.....	15
Figuur 13: hoeveel dagen gebruikt de klant de tablet	16
Figuur 14: intensiteit van gebruik van de tablet door de klanten.....	16
Figuur 15: gebruik van de tablet door beeldbellers in één oogopslag.....	17
Figuur 16: meerwaarde van de tablet voor de beeldbelklant in één oogopslag	18
Figuur 17: klantvertrouwen in beeldbellen in gezinszorg	18
Figuur 18: vertrouwen in beeldbellen bij klanten in één oogopslag.....	19
Figuur 19: aantal beeldbelgesprekken tussen klanten en beeldbelverzorgenden	21
Figuur 20: tevredenheid klanten over beeldbelgesprekken	24
Figuur 21: aantal en duur van de beeldbelgesprekken volgens de klant.....	26
Figuur 22: klantuitspraken over de mogelijkheid om gezinszorg zelf via beeldbellen te contacteren .	26
Figuur 23: aantal klanten dat concrete hulp vroeg tijdens een beeldbelgesprek.....	32
Figuur 24: mening van klanten als beeldbelaanbod zou verdwijnen.....	34
Figuur 25: voorbeeld uit verslag zorgdoelgesprek bij intake	35
Figuur 26: Tien implementatie-aspecten van beeldbellen in welzijnswerk.....	40
Figuur 27: kerntaken voor thuiszorg - volgens belang (0 = onbelangrijk - 5 = heel belangrijk)	46
Figuur 28: prioriteiten van implementatie-aspecten (0 = onbelangrijk - 5 is heel belangrijk).....	60
Figuur 29: overzicht gebruik apps rond mentale gezondheid na X dagen installatie	68
Figuur 30: infographic interviewverloop met beeldbelklanten	96
Tabel 1: zelfredzaamheid van de beeldbelklanten.....	9
Tabel 2: het gevoel of de beeldbelklant voldoende hulp krijgt.....	9
Tabel 3: van wie uit het netwerk krijgt de beeldbelklant hulp.....	10
Tabel 4: overzicht organisaties die hulp aan huis bieden bij beeldbelklanten	10
Tabel 5: contactfrequentie van de beeldbelklanten	12
Tabel 6: contactnood van beeldbelklanten.....	12
Tabel 7: contactkanalen van beeldbelklanten	13
Tabel 8: hardwaregebruik bij de beeldbelklanten	14
Tabel 9: motieven van beeldbelklanten om geen of meer digitale technologie in te zetten	15
Tabel 10: meerwaarde van de tablet voor de klanten	17
Tabel 11: meningen van klanten en verzorgenden over meerwaardestellingen rond beeldbellen	33
Tabel 12: thema's uit de zorgdoelen waarover de klant bereid is om te praten	36
Tabel 13: een vergelijkend overzicht van zorgdoelthema's tijdens beeldbelgesprekken.....	37
Tabel 14: prioriteiten en realisaties van zorgdoelthema's tijdens beeldbelgesprekken.....	38
Tabel 15: keuzes van gezinszorgorganisaties bij de positionering van beeldbelzorg	45
Tabel 16: vormingsverwachtingen i.v.m. beeldbellen door directie en middenkader	56

Inhoudstafel

1.	Situering van deze onderzoeksopdracht.....	2
1.1.	Hybride gezinszorg: beeldbellen combineren met zorg-aan-huis.....	2
1.2.	Veel meer dan ‘beeldbellen’ alleen.....	2
1.3.	Er zit enige ruis op de bevestigingen	2
1.4.	Leeswijzer – de opbouw van dit onderzoeksrapport	3
2.	De beeldbelklanten in kaart gebracht.....	5
2.1.	Over de beeldbelklanten en de respons op de interviews.....	5
2.2.	Persoonsgegevens van de beeldbelklanten	6
2.3.	Leefsituatie en dagactiviteiten van de beeldbelklanten	8
2.4.	Zelfredzaamheid van de beeldbelklanten	9
2.5.	Hulp uit eigen netwerk en professionele hulp	9
2.6.	Contact met de omgeving	12
2.7.	Gebruik van de tablet.....	14
2.8.	Conclusies wat het profiel van de beeldbelklant betreft	19
3.	Hoe klanten en verzorgenden de beeldbelgesprekken ervaren	21
3.1.	Enkele algemene gegevens over beeldbelgesprekken tussen klanten en verzorgenden.....	21
3.2.	Algemene beleving van beeldbelgesprekken met gezinszorg.....	22
3.3.	Tevredenheid over de beeldbelgesprekken in gezinszorg	24
3.4.	Over de inplanning van de beeldbelgesprekken	25
	Eerst enkele gegevens	25
3.5.	Over de motieven om te stoppen met beeldbellen.....	27
3.6.	Conclusies omtrent beeldbellen met gezinszorg in het algemeen	28
4.	Inzoomen op de inhoud van beeldbelgesprekken	29
4.1.	Algemene bevindingen over de inhoud van beeldbelgesprekken	29
4.2.	Over concrete hulp tijdens de beeldbelgesprekken	32
4.3.	Over mogelijk impact en meerwaarde van beeldbellen	33
	Wat de klanten ervan vinden als het beeldbelaanbod zou verdwijnen.....	34
	Hoe kijken medewerkers hiernaar?	34
4.4.	Over de aandacht voor zorgdoelen tijdens beeldbelgesprekken	35
4.5.	Conclusies omtrent de inhoud van de beeldbelgesprekken in de thuiszorg	39
	Over ervaringen met de inhoud van beeldbelgesprekken.....	39
	Over de impact van beeldbelgesprekken.....	39
	Over zorgdoelen tijdens beeldbelgesprekken.....	39
5.	Tien aspecten van het implementeren van hybride gezinszorg.....	40

5.1.	Een kader voor het implementeren van hybride zorg	40
5.2.	Over de visie op hybride gezinszorg en de positie van het beeldbellen daarin	42
5.3.	Over de klanten en hybride gezinszorg	48
5.4.	Over de communicatie over het beeldbel- of tabletaanbod.....	49
5.5.	Over deontologische kwesties van hybride gezinszorg.....	51
5.6.	Over het hybride aanbod	52
5.7.	Over vertrouwen van medewerkers in het hybride aanbod.....	54
5.8.	Over hard- en software en stabiel internet.....	57
5.9.	Over partners bij het aanbieden van een beeldbel- of tabletaanbod.....	58
5.10.	Over kosten en opbrengsten en de willingness-to-pay.....	58
5.11.	Op weg naar een stappenplan	60
5.12.	Conclusies omtrent het implementeren van hybride gezinszorg	61
6.	Kracht, kwetsbaarheid, valkuilen en hefboomen voor betere hybride gezinszorg.....	63
6.1.	Kracht van de hybride gezinszorg.....	63
6.2.	Kwetsbaarheid van de hybride gezinszorg	65
6.3.	Valkuilen voor betere hybride gezinszorg	67
6.4.	Hefboomen voor betere hybride gezinszorg.....	68
6.5.	Klantreizen rond het gebruik van de tablet in de gezinszorg	72
	Bijlagen	87
	Bijlage 1: Spontaan genoemde dagbestedingsactiviteiten van de beeldbelklanten	87
	Bijlage 2: Hoe vlot loopt het werken met digitale toestellen.....	88
	Bijlage 3: Quotes van klanten over de inhoudelijke waarde van de beeldbelgesprekken.....	89
	Bijlage 4: thema's die klanten zelf aan bod brengen in beeldbelgesprekken	90
	Bijlage 5: sense-of-urgency voor beeldbellen vanuit organisatieperspectief	91
	Bijlage 6: functie- en competentieprofiel van een verzorgende.....	92
6.6.	Bronnen	94
6.7.	Methodologie	96
	Overzicht van figuren en tabellen	99
	Inhoudstafel	100

[Terug naar de leeswijzer](#)