

Online veerkracht van welzijns- en geestelijke gezondheidszorgorganisaties in de lockdownperiode



Philippe Bocklandt – Arteveldehogeschool
Stijn Custers, Nathalie Drooghmans, Katrien Hermans en Davy Nijs – UC Leuven-Limburg
Tom Van Daele – Thomas More hogeschool
Elia Wyverkens – Howest

oktober 2020

De voorhoede wijst de weg

Kort na de lockdownperiode van de Covid-19-crisis – juni 2020 – kregen organisaties uit welzijn en geestelijke gezondheidszorg een bevraging rond het inzetten van onlinetools in hun mailbox.

En het was niet de enige poll.

Medewerkers die snakten naar ‘normalisatie’ en ‘vakantie’ werden uitgedaagd om terug te blikken.

Om te beschrijven en te evalueren of en hoe onlinetools werden ingezet in een periode waarbij (onverwacht) fysiek contact met cliënten in veel gevallen onmogelijk was.

270 respondenten vonden de energie om dit te doen.

Dit rapport is geen representatief beeld van hoe online communicatie rond welzijn en geestelijke gezondheid tussen half maart en half juni 2020 werd ingezet.

Het meet wel de polsslag binnen dié organisaties die de kans namen om te getuigen over het inzetten van digitale communicatie in hulpverlening en zorg in een lastige periode.

Deze ‘voorhoede’ geeft ook de hefboomen en uitdagingen op dat vlak aan.

Daarom is hun antwoord inspirerend voor de ganse sector.

Het getuigt van het aanwezige draagvlak voor onlinehulp en van toekomstige opportuniteiten.

Tevens wijst het aan waar bottlenecks zitten en op welke implementatie-aspecten nog volop moet ingezet worden.

Dit rapport beschrijft ...

... de aanpak van de bevraging (p. 4 - 6);

... de globale resultaten (p. 7 – 12).

We leggen de focus op organisaties uit ...

... ‘algemeen welzijnswerk en samenlevingsopbouw’ (p. 13 – 24);

..., ‘geestelijke gezondheidszorg’ (p. 25 – 26);

... de voorzieningen binnen het domein ‘Opgroeien’ (p. 27 – 35)

... en de ‘ondersteuning van personen met een beperking’ (p. 36 – 43).

Het rapport eindigt met conclusies en aanbevelingen (p. 44 - 46)

Voor wie slechts beperkt tijd heeft om dit rapport door te nemen, staat dààr de essentie.

Vanuit Netwerk Onlinehulp Vlaanderen, SAM – steunpunt Mens en Samenleving en Steunpunt Geestelijke Gezondheid hopen we dat dit rapport bijdraagt om verdere ondersteuning van het implementeren van blended hulp rond welzijn en geestelijke gezondheid mee vorm te geven. Aanknopingspunten genoeg. De voorhoede wijst de weg.

Philippe Bocklandt – Arteveldehogeschool

Stijn Custers, Nathalie Drooghmans, Katrien Hermans en Davy Nijs – UC Leuven-Limburg

Tom Van Daele – Thomas More hogeschool

Elia Wyverkens – Howest

oktober 2020

Onze uitdrukkelijke waardering voor de 270 respondenten die aan het einde van de lockdownperiode nog de energie vonden om deze bevraging in te vullen.

Voor wie slechts beperkt tijd heeft om dit rapport door te nemen:

De essentie met conclusies en aanbevelingen

rond het verder implementeren van online- en blended hulp in zorg en welzijn

lees je vanaf p. 44

Inhoud

1.	Situering.....	4
2.	Opzet en respons van de bevraging.....	4
3.	Globale online veerkracht in welzijnswerk en geestelijke gezondheidszorg	7
3.1.	Waarvoor onlinetools inzetten tijdens de lockdownperiode.....	7
3.2.	Méér onlinetools inzetten tijdens de lockdownperiode	7
3.3.	Motieven om geen of minder onlinetools in te zetten tijdens de lockdown	12
4.	Focus op online veerkracht in ‘domein algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’	13
4.1.	De respons op de bevraging in ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’	13
4.2.	Waarvoor onlinetools inzetten tijdens de lockdown in ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’	14
4.3.	Méér onlinetools inzetten tijdens de lockdown in ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’	15
4.4.	Motieven om geen of minder onlinetools in te zetten ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’	21
4.5.	Noden en oplossingen bij het inzetten van onlinetools ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’	22
4.6.	Het inzetten van onlinetools na de lockdown in het domein ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’	24
5.	Focus op online veerkracht in ‘geestelijke gezondheidszorg’	25
5.1.	Geen detailanalyse mogelijk	25
5.2.	Beeldbellen als ‘nieuwe ontdekking’	25
5.3.	Prioriteiten voor verder implementering van onlinehulp in de sector geestelijke gezondheidszorg	26
5.4.	Het inzetten van onlinetools na de lockdownperiode in de sector geestelijke gezondheidszorg.....	26
6.	Focus op online veerkracht in ‘Opgroeien’	27
6.1.	De respons op de bevraging ‘online veerkracht’ in ‘Opgroeien’	27
6.2.	Waarvoor onlinetools inzetten tijdens de lockdownperiode in ‘Opgroeien’	28
6.3.	Méér onlinetools inzetten tijdens de lockdownperiode in ‘Opgroeien’	28
6.4.	Motieven om geen of minder onlinetools in te zetten tijdens de lockdownperiode in ‘Opgroeien’	32
6.5.	Noden en oplossingen bij het inzetten van onlinetools in Opgroeien	33
6.6.	Het inzetten van onlinetools na de lockdownperiode in ‘Opgroeien’	35
7.	Focus op online veerkracht in de ‘ondersteuning van personen met een beperking’	36
7.1.	De respons op de bevraging ‘online veerkracht’ in ‘ondersteuning van personen met een beperking’	36
7.2.	Waarvoor onlinetools inzetten tijdens de lockdown in ‘ondersteuning van personen met een beperking’	36
7.3.	Méér onlinetools inzetten tijdens de lockdownperiode in ‘ondersteuning van personen met een beperking’ ...	37
7.4.	Motieven om geen of minder onlinetools in te zetten in ‘ondersteuning van personen met een beperking’	41
7.5.	Noden en oplossingen bij het inzetten van onlinetools in ‘ondersteuning van personen met een beperking’	41
7.6.	Het inzetten van onlinetools na de lockdown in ‘ondersteuning van personen met een beperking’	43
8.	Conclusies en aanbevelingen	44
8.1.	Conclusies uit deze bevraging	44
8.2.	Aanbevelingen naar de overheid	45
8.3.	Aanbevelingen naar steunpunten en hoger onderwijs	45
8.4.	Aanbevelingen naar organisaties	46
	Besluit.....	46
	Bijlage 1: overzicht figuren en tabellen	47
	Bijlage 2: vragenlijst ‘online veerkracht van welzijns- en zorgorganisaties in coronacrisis	49

1. Situering

Philippe Bocklandt

Het was en is een uitzonderlijke situatie. De coronacrisis zorgde en zorgt voor een disruptie in de wijze waarop we nog met elkaar in contact mochten komen. Ook in welzijnswerk en geestelijke gezondheidszorg werden online contacten meer regel dan uitzondering.

1.1. Rare tijden ... een lockdown in welzijnswerk en geestelijke gezondheidszorg

Covid-19 zorgde vanaf 13 maart 2020 tot eind mei 2020 voor een lockdown. ‘Blijf in uw kot’ was het motto. Fysieke face-to-facecontacten werden in welzijnswerk en geestelijke gezondheidszorg (GGZ) zo goed als verboden – of hoe dan ook beperkt tot noodzakelijke contacten waarbij dan nog eens extra aandacht ging naar afstands- en hygiënemaatregelen.

1.2. Veerkracht in welzijnswerk en geestelijke gezondheidszorg

De eerste turbulentie van deze maatregelen zorgde in vele welzijns- en GGZ-organisaties voor het annuleren van zeer vele fysieke afspraken. Vrij snel zochten en vonden heel wat organisaties mogelijkheden om de contacten met hun cliënten toch te onderhouden. Daarover vind je een [overzicht met meer dan 75 voorbeelden](#) van online veerkracht van welzijns- en zorgorganisaties. Een opiniestuk op Sociaal.net daarrond kreeg de titel: [‘Geluk bij een ongeluk: onlinehulp zorgde voor extra veerkracht’](#).

Online contacten via e-mail, chat, beeldbellen en/of sociale media waren plots geen ‘extra aanvullende mogelijkheid’ maar werden essentiële communicatiemiddelen. Er diende niet meer gezocht te worden naar de sense-of-urgency van onlinehulp.

Deze situatie was dan ook een uitgelezen kans om welzijns- en zorgorganisaties te bevragen rond het inzetten van onlinetools om hulp en zorg te blijven continueren.

2. Opzet en respons van de bevraging

Vanuit het samenwerkingsverband van SAM – steunpunt Mens en Samenleving, Steunpunt Geestelijke Gezondheid en Netwerk Onlinehulp Vlaanderen was deze situatie een opportuniteit om de online veerkracht van organisaties uit het welzijnswerk en de geestelijke gezondheidszorg in kaart te brengen. Eerst en vooral om de eigen opdrachten rond de ondersteuning van onlinehulp en blended hulp in deze sectoren te kunnen finetunen.

Maar ook om aan de sectoren zelf en aan de Vlaamse Overheid terug te koppelen wat de onlinehulpontwikkelingen in de lockdownperiode juist inhielden.

2.1. Onderwerp en doel van deze bevraging

In de lockdownperiode hebben welzijns- en zorgorganisaties hun hulp- en dienstverlening aangepast. Onder andere onlinemogelijkheden werden uitgebreid of opgestart. De bevraging heeft als doel om in kaart te brengen ...

... welke onlinetools werden ingezet,

... voor welke doelgroepen,

... welke welzijns- en zorgnoden online (niet) bereikt werden;

... welke criteria bij het inzetten van (meer) onlinetools van belang waren;

... en welke drempels er waren waardoor onlinetools toch minder/niet ingezet werden.

Het doel is om op basis van deze bevraging, gericht op het organisatieniveau van welzijns- en zorgactoren, het ondersteuningsaanbod rond onlinehulp aan te passen en beleidssignalen door te geven aan overheid en de betrokken organisaties.

Voor deze bevraging werd de goedkeuring verkregen van de Taskforce Zorg in het kader van de coronabestrijding van de Vlaamse Overheid.

Er werd voor deze bevraging ook een goedkeuring gevraagd en gekregen via de Sociaal-Maatschappelijke Ethische Commissie in KU Leuven (dossier G-2020-1970).

2.2. Doelgroep van de bevraging

Deze bevraging focust op deelwerkingen van organisaties uit welzijnswerk en geestelijke gezondheidszorg. De bevraging wordt op dit niveau gericht omdat binnen een organisatie er een groot verschil kan zijn in contactmogelijkheden en bereik tussen diverse deelwerkingen en doelgroepen binnen eenzelfde organisatie.

Alle domeinen waarop het departement Welzijn, Volksgezondheid en Gezin (WVG) van de Vlaamse gemeenschap focust, behoorden tot de doelgroep. Een uitbreiding naar de OCMW's (in het kader van geïntegreerd breed onthaal) en onderwijs (CLB's, Awel, ...) werd mee opgenomen.

2.3. De responsperiode

De verspreiding van de bevraging werd ondersteund door Flanders'Care en diverse agentschappen van het departement WVG.

Op hun vraag werd de bevraging gelanceerd op 10 juni 2020.

De oproep om deze bevraging in te vullen gebeurde via ...

... diverse agentschappen van WVG van de Vlaamse overheid,

... SAM – steunpunt Mens en Samenleving

... Steunpunt Geestelijke Gezondheid

... VVSG – Vlaamse Vereniging van Steden en Gemeenten

... elektronische nieuwsbrieven en sociale mediaberichten vanuit de Arteveldehogeschool, Thomas Morehogeschool en UC Leuven-Limburg.

De voorziene looptijd van de responsperiode werd eerst ingesteld op 3 juli 2020 en nadien verlengd tot 10 juli 2020.

Omdat er na 10 juli nog antwoorden binnenkwamen en vanuit het werkveld ook vragen gesteld werden om de responstijd te verlengen werd de respons die tot 10 augustus 2020 nog werd ingediend, mee opgenomen in de verwerking.

2.4. De respons

2.4.1. 'Zuivere' respons vanuit 270 deelwerkingen van organisaties.

De verwerking van deze bevraging wordt op 270 respondenten gebaseerd.

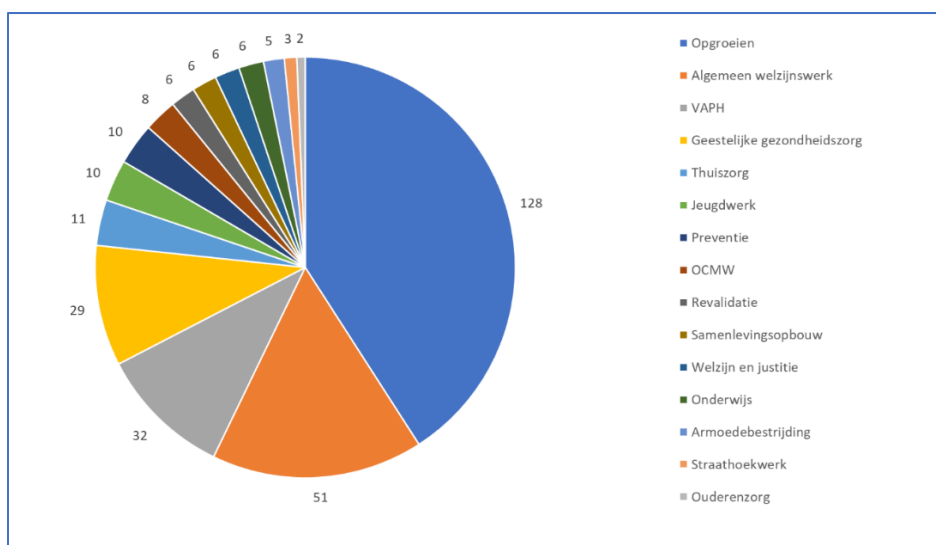
Deze respondenten kwamen uit 191 organisaties.

De bevraging focuste zich immers niet op 'organisatieniveau' maar op het niveau van de 'deelwerkingen van organisaties'.

2.4.2. Sectoren en regio's

Aan de respondenten werd gevraagd aan te kruisen tot welke sector of sectoren van het welzijnswerk of de geestelijke gezondheidszorg hun werking behoorde:

Figuur 1: overzicht aantal respondenten per welzijns- of GGZ-sector



Hieruit blijkt een sterkere (over-)vertegenwoordiging van organisaties uit de sectoren ‘opgroeien’, ‘algemeen welzijnswerk’ en ‘VAPH’. ‘OCMW’s’ en ‘ouderenzorg’ zijn sterk ondervertegenwoordigd. Vermits sommige respondenten meerdere sectoren aankruisten is dit totaal dus meer dan het aantal respondenten.

De respondenten kwamen uit heel Vlaanderen.

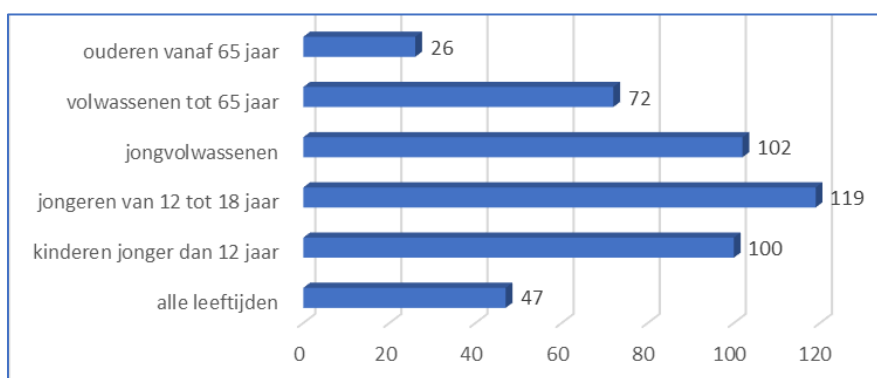
Tabel 1: regionale spreiding van de respondenten

Regio / provincie	respondenten
Antwerpen	86
Brabant en Brussel	46
Limburg	41
Oost-Vlaanderen	52
West-Vlaanderen	45
totaal	270

2.4.3. Leeftijd van de beoogde cliënten van de respondenten

De spreiding van de leeftijd van de doelgroepen waarnaar de respondenten zich richtten, is als volgt:

Figuur 2: leeftijd doelgroep per respondent



3. Globale online veerkracht in welzijnswerk en geestelijke gezondheidszorg

Philippe Bocklandt

Er wordt achtereenvolgens ingegaan op ...

... de opdrachten waarvoor onlinetools werden ingezet;

... de motieven waarom méér onlinetools werden ingezet;

... welke onlinetools tijdens de lockdownperiode werden ingezet voor welke opdrachten;

... de motieven die speelden bij het kiezen van 'nieuwe onlinetools'

... motieven om geen of minder onlinetools in te zetten tijdens de lockdownperiode.

3.1. Waarvoor onlinetools inzetten tijdens de lockdownperiode

Tabel 2: waarvoor onlinetools werden ingezet

	minder als voor corona	evenveel als voor corona	sterker als voor corona	1e keer tijdens corona	niet ingezet	totaal
om te informeren	4	54	178	17	17	270
om te communiceren met individuen	1	13	205	51	0	270
om te communiceren met groepen en gemeenschappen	5	20	123	89	33	270
om te begeleiding via ondersteunende tools	4	63	82	44	77	270
om gemeenschappen of buurten te mobiliseren	5	43	25	25	172	270

Alle respondenten hebben in hun deelwerking onlinetools ingezet 'om te communiceren met individuen' (via bijvoorbeeld chat, e-mail, beeldbellen).

94% informeerden ook hun doelpubliek online (bijv. over corona of over wijzigingen in de werking)

88% 'communiceerde online met groepen of gemeenschappen' (via forum, groeps-chat, webinars).

Vooraf op 'online communiceren met cliënten', op 'online communiceren met groepen of gemeenschappen' en op 'online informeren' werd sterker ingezet dan voor de lockdownperiode.

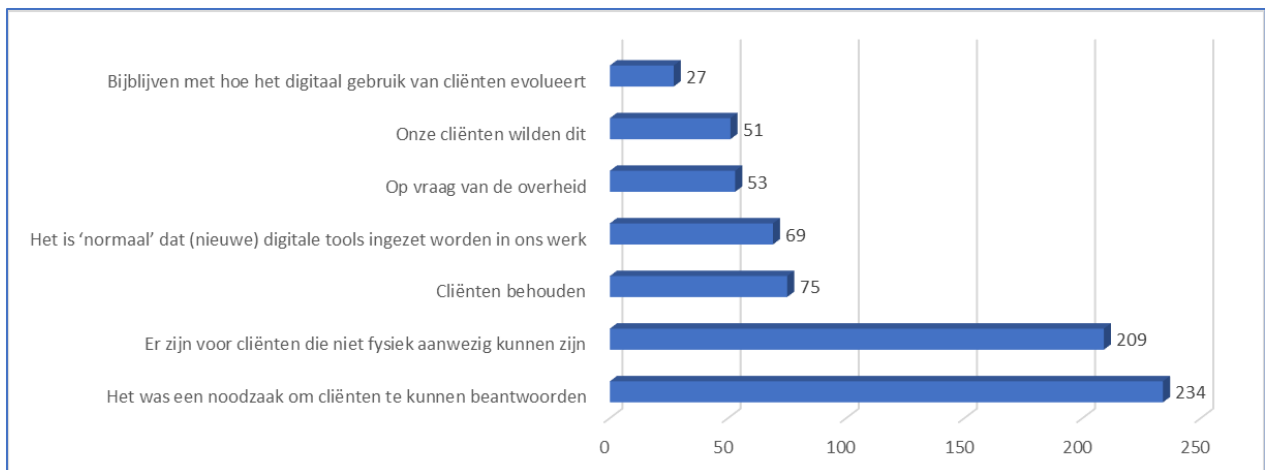
3.2. Méér onlinetools inzetten tijdens de lockdownperiode

3.2.1. Motieven om méér onlinetools in te zetten in de lockdownperiode

Uit volgende figuur blijkt dat cliëntbetrokkenheid tot de belangrijkste motieven leidde om meer onlinetools in te zetten tijdens de lockdownperiode?

We legden de respondenten enkele motieven voor waarbij ze konden aangeven of deze motieven ook in hun organisatie speelden of niet.

Figuur 3: motieven om meer onlinetools in te zetten tijdens de lockdownperiode



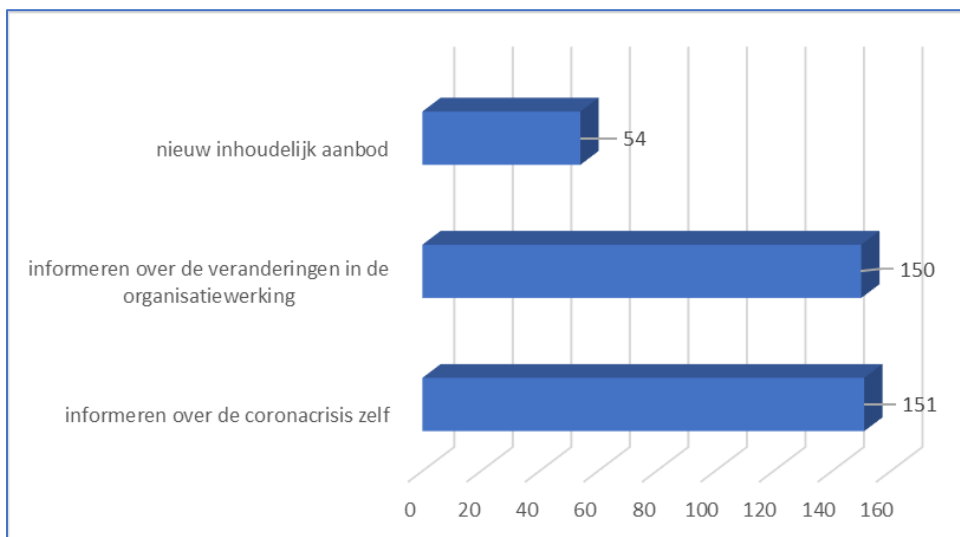
Bijkomende motieven die respondenten aanbrachten voor het méér inzetten van onlinetools waren:
... het realiseren van zorg- en hulpcontinuïteit waar fysiek contact onmogelijk werd gemaakt;
... de mogelijkheid om overleg met collega's en andere hulpverleners te kunnen (blijven) realiseren;
... de zorg voor de eigen gezondheid als medewerker.

3.2.2. Welke tools worden meer ingezet in de lockdownperiode?

Onlinetools inzetten om méér te informeren

Van de 195 respondenten die tools ingezet hebben om voor de eerste keer of méér online te informeren dan buiten de lockdownperiode, gebeurde dit overwegend om te informeren over de coronacrisis (en de bijhorende maatregelen) en/of over de veranderingen in de organisatiewerking:

Figuur 4: inhoud van extra online informatie aanbod in de lockdownperiode



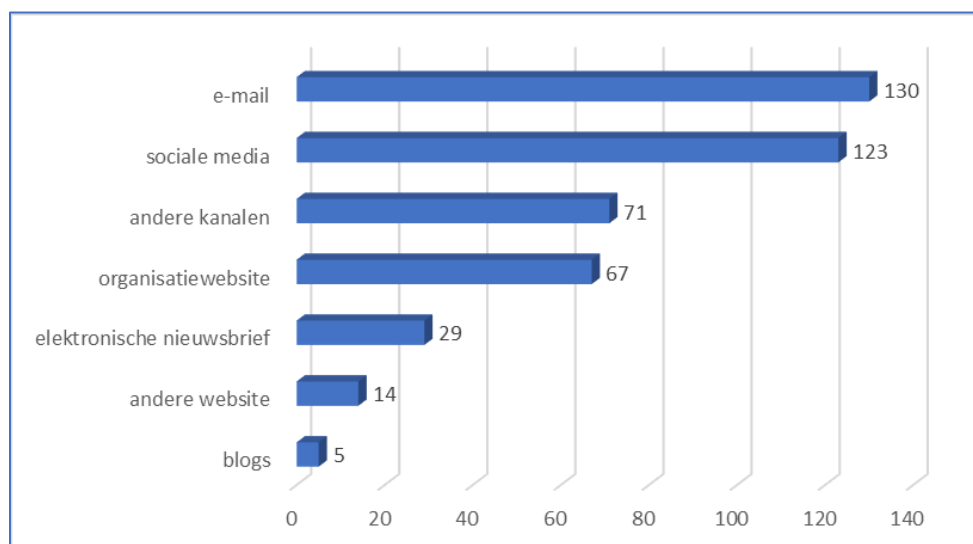
54 respondenten beoogden via 'méér online informeren' ook het landeren van nieuw aanbod:

Tabel 3: voorbeelden van nieuw online inhoudelijk aanbod in de lockdownperiode

wat	waar
▪ Online lespakketten	CAW
▪ Uitgebreide chaturen	CAW
▪ Tips voor jongeren via sociale media	CAW
▪ Chat via Facebook	CAW
▪ Communicatie tussen ouders en kinderen faciliteren	Jeugdhulp
▪ Coronacafé	Jeugdhulp
▪ Netwerkoverleg in ondersteuning van gezinnen	Jeugdhulp
▪ Groepswerking met eenzame jongeren	Jeugdhulp
▪ Nieuw opvanginitiatief voor zieke kinderen of kinderen van zieke ouders	Jeugdhulp
▪ Kennismakingsbezoek via go pro filmpje	Jeugdhulp - VAPH
▪ Groepsaanbod via digitale weg	Jeugdhulp
▪ Leefgroepchallenges – gezinsopdrachten	Jeugdhulp
▪ Online weerbaarheidstraining	Jeugdwerk
▪ Allerhande workshops	VAPH
▪ Drempelbezoeken	CAW
▪ Nieuwe weeschema's en activiteiten	Jeugdhulp - VAPH
▪ Kortdurende online pedagogische begeleiding	Jeugdhulp

De meeste deelwerkingen van organisaties gebruikten een combinatie van kanalen om hun doelgroep te informeren:

Figuur 5: communicatiekanalen voor extra online inhoudelijk aanbod in de lockdownperiode



Bij 'andere websites' gaat het vooral om links naar websites die informeren over het coronavirus en de maatregelen, bijv. vrt.nu, de overheidswebsite over Covid-19 of watwat.be. Met andere kanalen bedoelen de respondenten vooral individuele communicatietools zoals telefoon, whatsapp en beeldbeltools.

Onlinetools om te communiceren met individuen

95% van de respondenten gaf aan dat hun deelwerking meer online communiceerde met cliënten.

Tabel 4: ingezette onlinetools om te communiceren met individuen

	minder als voor corona	evenveel als voor corona	sterker als voor corona	voor de 1e keer tijdens corona	niet ingezet
e-mail	4	118	131	2	6
chat	0	35	129	29	55
beeldbellen	0	2	122	129	11
sociale media	1	53	123	15	59

Opvallendste vaststelling is dat 95% van de respondenten beeldbellen sterker heeft ingezet dan voor de lockdownperiode. Voor 49% van de respondenten gebeurde dat zelfs voor de eerste keer.

Beeldbellen was een tot vóór de crisis slechts sporadisch ingezette tool.

Tijdens de lockdown werd het één van de belangrijkste online communicatietools (naast e-mailen).

Bijna alle organisaties hebben de onlinetools die ze reeds voor de lockdownperiode gebruikten tijdens de lockdownperiode evenveel of meer ingezet.

Als organisaties onlinetools voor de eerste keer hebben ingezet om te communiceren met individuen dan ging het daarbij vooral om volgende tools (in alfabetische volgorde – cijfer tussen haakjes zijn het aantal respondenten die deze tool noemden):

- Facebook Messenger (17)
- Google (meet of hangout) (12)
- Jitsi (28)
- Microsoft Teams (115)
- Praatbox (14)
- Skype (42)
- Whatsapp (44)
- Whereby (46)
- Zoom (12)

Sporadisch werden ook volgende tools gebruikt:

- Clearvox (1)
- Datingapps: Grindr, Scruff, Planetromeo (1)
- Facetime (2)
- Gogomeeting (1)
- Instagram (3)
- 3CX (1)
- SIT (2)
- Smartschool (3)
- Starleaf (4)
- Webex (3)

Er werden dus minstens 18 verschillende beeldbeltools door welzijns- en zorgdeelwerkingen voor de eerste keer ingezet voor communicatie met hun cliënten.

Zoom, Microsoft Teams en in tweede orde Whereby, whatsapp en Skype waren de populairste tools.

Opvallend: 118 respondenten gaven aan minstens 2 (tot 6) verschillende beeldbeltools te gebruiken.

51 respondenten rapporteerden dat ze 1 beeldbeltool ingezet hebben.

Onlinetools om te communiceren met groepen en gemeenschappen

78 % van de respondenten gaf aan dat hun deelwerking tijdens de lockdown meer online communiceerde met groepen en gemeenschappen.

Tabel 5: ingezette onlinetools om te communiceren met groepen en gemeenschappen

	minder als voor corona	evenveel als voor corona	sterker als voor corona	voor de 1e keer tijdens corona	niet ingezet
e-mail	6	80	88	2	23
groeps-chat	1	20	67	29	76
forum	2	23	15	9	126
beeldbellen	1	2	99	93	24
webinar	2	12	56	46	81
sociale media	2	45	98	8	53

Ook voor het communiceren met groepen en gemeenschappen worden beeldbellen en webinars opvallend meer en vaak voor het eerst ingezet. E-mailen was en blijft een belangrijke tool.

Vele tools werden minstens evenveel maar vaak meer werden ingezet. Onlinehulp was ook hier een vorm van veerkracht om te kunnen blijven communiceren met groepen of gemeenschappen. Daarbij werden doorgaans dezelfde tools ingezet die ook voor individuele communicatie werden ingezet.

Online inhoudelijk ondersteunende tools of programma's

De meeste energie van welzijns- en zorgorganisaties ging tijdens de lockdownperiode naar de online communicatie met individuen, groepen en gemeenschappen en naar online informeren.

Er was minder sterke aandacht voor het inzetten van ondersteunende onlinetools in begeleidingen. 47% van de respondenten gaf aan één of meer online inhoudelijk ondersteunende tools of programma's in te zetten in begeleidingen.

Tabel 6: online inhoudelijk ondersteunende tools

	minder als voor corona	evenveel als voor corona	sterker als voor corona	voor de 1e keer tijdens corona	niet ingezet
online diagnosetools	1	15	8	1	140
online dagboeken	0	40	20	7	106
online educatietools	0	15	33	10	112
online oefeningen	0	16	47	18	92
online planners	3	29	23	6	107
online serious games	0	9	3	1	151
online zelftests	1	22	16	3	127

Toch valt ook hier op te merken dat als deze ondersteunende onlinetools reeds ingezet werden voor de lockdown, ze tijdens deze crisis evenveel of vaak zelfs sterker werden ingezet.

Onlinetools om buurten en gemeenschappen te mobiliseren

19% van de respondenten antwoordde dat ze tijdens de lockdownperiode ook meer tools ingezet hebben om buurten en gemeenschappen te mobiliseren.

Tabel 7: onlinetools om buurten of gemeenschappen te mobiliseren

	minder als voor corona	evenveel als voor corona	sterker als voor corona	voor de 1e keer tijdens corona	niet ingezet
campagne voor actie	2	15	5	2	48
matchen vraag & -aanbod	0	19	7	5	43
online bevraging	0	15	9	3	44
crowdfunding	2	11	4	1	73
wervingstool	3	16	3	3	45

Als er al 'nieuwe tools' voor werden gebruikt, dan waren dat www.giveaday.be, www.impactdays.be en het platform Antwerpenhelpt. www.growfunding.be was de populairste crowdfundingtool.

3.2.3. Motieven bij het kiezen van 'nieuwe onlinetools'

Aan de respondenten werd ook gevraagd welke motieven er speelden bij het selecteren van 'nieuwe onlinetools' die tijdens de lockdownperiode werden ingezet.

Tabel 8: mogelijke motieven bij de selectie van nieuw ingezette onlinetools

Mogelijke motieven	heel onbelangrijk	onbelangrijk	noch onbelangrijk noch belangrijk	belangrijk	heel belangrijk	weet niet of blanco
kostprijs van de tool	27	23	49	43	51	77
tool die de doelgroep reeds gebruikt	13	19	37	73	89	39
tool die de privacy waarborgt	6	7	25	64	144	24
gebruiksvriendelijkheid van de tool	7	5	15	78	145	20
andere organisaties gebruiken de tool	21	41	56	68	25	59
evident effect van deze tool	12	11	47	68	60	72

‘Gebruiksvriendelijkheid’ en ‘privacy die de tool waarborgt’ waren de belangrijkste argumenten.

Sommige respondenten gaven ook nog ‘andere motieven’ of nuanceringen bij de motieven aan:

- De tool wordt door een sectorbeslissing gedragen;
- Toegankelijkheid van de tool voor de doelgroep;
- Beroepsgeheim van de medewerker;
- De tool werd goedgekeurd door de werkgever;
- De tool is al beschikbaar (in het office-pakket);
- De tool is toegankelijk voor doven (bijvoorbeeld: ondertiteling);
- De tool is snel implementeerbaar (in lockdownperiode);
- De beeldbeltool biedt de kans om andere visuele tools tijdens beeldbellen te gebruiken.

3.3. Motieven om geen of minder onlinetools in te zetten tijdens de lockdown

170 van de 270 respondenten (63%) antwoordt dat er ook motieven waren om geen of minder onlinetools in te zetten tijdens de lockdownperiode.

De meest opgegeven motieven waren ‘werken met onlinetools lijkt niet zo effectief als face-to-face’ (38%) en ‘de doelgroep kan niet online’ (37%).

Figuur 6: motieven waarom minder of geen onlinetools werden ingezet in de lockdownperiode



Sommige respondenten vermeldden ook nog andere motieven:

- Er zijn te weinig middelen om tools aan te schaffen;
- Voor individuele cliëntcontacten volstond e-mail en telefoon;
- Taalbarrière bij de cliënten;
- Onze ICT-dienst werd overspoeld met vragen;
- Praktische ondersteuningstaken moeten bij de cliënten thuis gebeuren en kunnen niet online;
- Delicate gesprekken tussen bijvoorbeeld daders en slachtoffers zijn online moeilijk te begeleiden.

4. Focus op online veerkracht in 'domein algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'

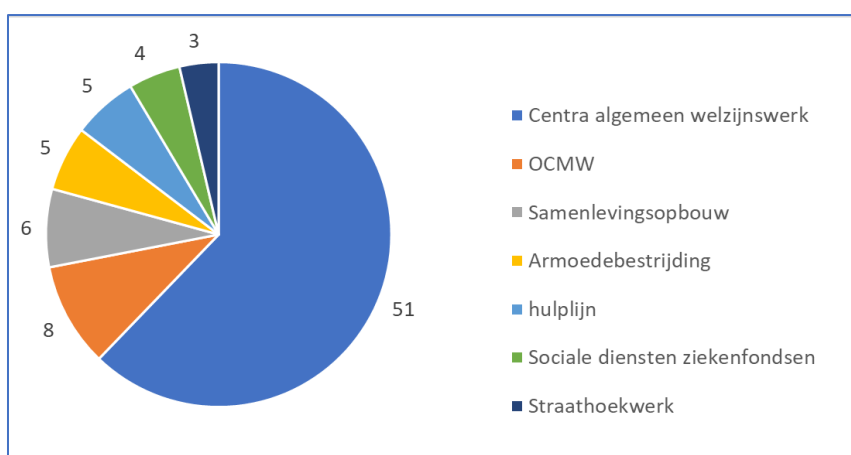
Philippe Bocklandt

In dit deel focussen we op volgende organisaties uit het domein 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw': centra algemeen welzijnswerk, armoedebestrijding, hulplijnen, OCMW, samenlevingsopbouw, sociale diensten van ziekenfondsen en straathoekwerk. Hoewel ze elk hun eigen werkwijze, opdracht, sector en/of finaliteit beogen, hebben ze gemeen dat ze zich op een heel brede doelgroep en op een diversiteit aan problematieken richten in het eerstelijns welzijnswerk.

4.1. De respons op de bevraging in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'

Uit het 'domein algemeen welzijn en samenlevingsopbouw' namen 69 deelwerkingen van organisaties deel aan de bevraging. Deze respondenten zijn actief in volgende sectoren:

Figuur 7: respondenten uit domein 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'



In deze groep respondenten zijn deelwerkingen van CAW's oververtegenwoordigd. Het gaat hierbij wel om een verscheidenheid van CAW-deelwerkingen. Er waren immers respondenten die antwoorden namens het provinciale of lokale CAW (20), JAC, de bezoekersruimte, een wijkteam, budgetinzicht, gezinsondersteuning en een inloopteam. Omdat de respondenten meerdere antwoorden konden aankruisen ligt dit totaal hoger.

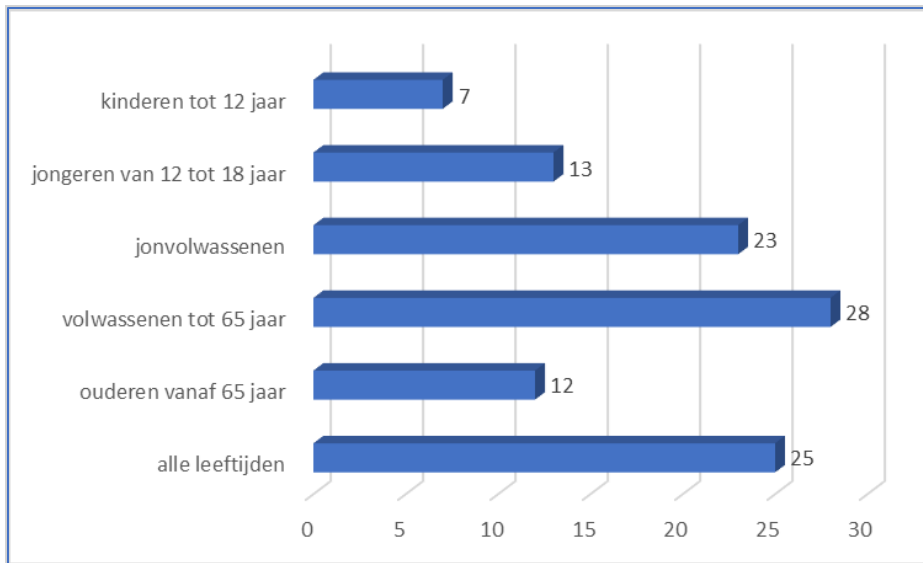
Deze respondenten waren als volgt gespreid over de provincies:

Tabel 9: regionale spreiding van de respondenten uit het domein 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'

Regio / provincie	respondenten
Antwerpen	20
Brabant en Brussel	14
Limburg	15
Oost-Vlaanderen	9
West-Vlaanderen	11
totaal	69

De doelgroepen waarnaar de respondenten zich richten waren als volgt gespreid:

Figuur 8: leeftijd van de doelgroepen van respondenten uit 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'



4.2. Waarvoor onlinetools inzetten tijdens de lockdown in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'

Tabel 10: waarvoor onlinetools werden ingezet in het domein 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'

	minder als voor corona	evenveel als voor corona	sterker als voor corona	1e keer tijdens corona	niet ingezet	totaal
om te informeren	1	20	39	5	4	69
om te communiceren met individuen	0	6	57	6	0	69
om te communiceren met groepen en gemeenschappen	3	5	36	11	14	69
om te begeleiden via ondersteunende tools	0	16	22	6	25	69
om gemeenschappen of buurten te mobiliseren	1	9	11	4	44	69

In het domein algemeen welzijn en samenlevingsopbouw ...

- ... communiceerde 80% van de respondenten met groepen en gemeenschappen;
- ... zette 64% van de respondenten ondersteunende onlinetools worden in in begeleidingen;
- ... even sterk wordt ingezet op 'online informeren', 'online communiceren met individuen' en 'mobiliseren van buurten en gemeenschappen' dan in andere sectoren.

Dat laatste mag mogelijk wat verwondering wekken omdat mobiliseren van buurten en gemeenschappen toch bij vele van deze organisaties een uitdrukkelijke opdracht is.

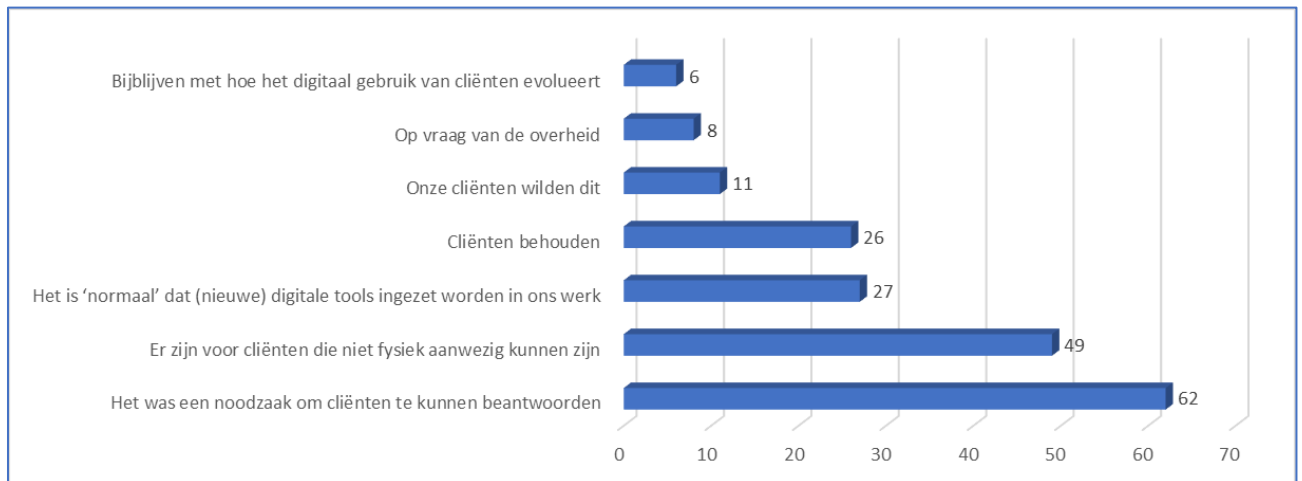
Opvallend is dat in een domein waarin reeds heel wat aandacht voor onlinehulp was vóór de lockdownperiode (zeker in de CAW's en de hulplijnen) er toch nóg sterker ingezet is op het gebruik van onlinetools tijdens de lockdownperiode.

4.3. Méér onlinetools inzetten tijdens de lockdown in ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’

4.3.1. Motieven om méér onlinetools in te zetten in de lockdownperiode in het domein ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’

6 van de 69 respondenten uit dit domein hebben niet méér onlinetools ingezet tijdens de lockdown. Voor de respondenten die wél meer onlinetools ingezet hebben, was cliëntbetrokkenheid – net als in het globale bevragingsresultaat - het belangrijkste motief:

Figuur 9: motieven om meer onlinetools in te zetten tijdens de lockdown in ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’



Uit de vergelijking met de globale resultaten blijkt ook dat ‘onlinetools inzetten’ in dit domein reeds meer is ingeburgerd bij CAW’s en hulplijnen. ‘Onlinetools inzetten normaal vinden’ scoort hier dan ook hoger en de ‘stimulans van de overheid’ is kleiner (want daaraan is men reeds langer gewend).

Bijkomende motieven die respondenten aanbrachten, hadden vooral betrekking op ...
... het realiseren van zorg- en hulpcontinuïteit in een context waar fysiek contact onmogelijk was;
... de mogelijkheid om overleg met collega’s en andere hulpverleners te kunnen (blijven) realiseren;
... de zorg voor de eigen gezondheid als medewerker.

“Het was voor zowel medewerker als cliënt vaak een drempel om online in gesprek te gaan, vaak minder diepgaand en meer aan de oppervlakte, maar er was tenminste een manier om te laten weten dat we er nog waren. De gezinnen die ik begeleid daar gebeurde alles online of via telefoon/SMS, met de thuislozen (vanuit ons opvangcentrum) bleef ik face to face contact houden, met de nodige voorzorgsmaatregelen in combinatie met bijna dagelijks telefonisch contact.”

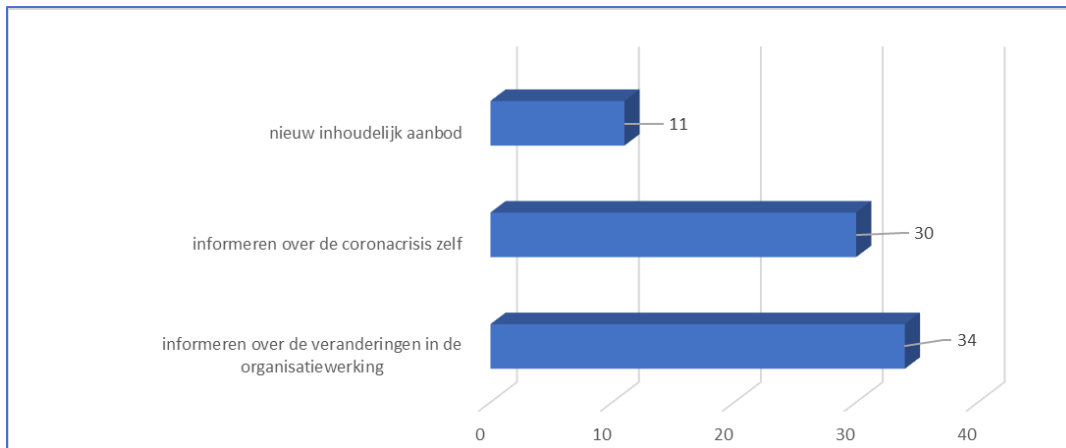
Een CAW-medewerker

4.3.2. Welke tools werden meer ingezet in de lockdownperiode in het domein ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’?

Onlinetools inzetten om méér te informeren in het domein ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’

Van de 44 respondenten uit het domein ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’ die tools ingezet hebben om voor de eerste keer of méér online te informeren dan buiten de lockdownperiode, gebeurde dit overwegend om te informeren over de coronacrisis (en de bijhorende maatregelen) en/of over de veranderingen in de organisatiewerking:

Figuur 10: inhoud van extra online informatief aanbod in de lockdown in ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’



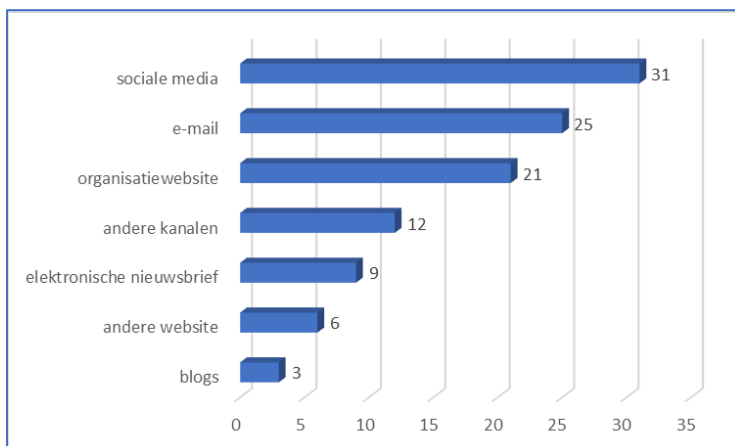
11 respondenten beoogden via ‘méér online informeren’ ook het aankondigen van nieuw inhoudelijk aanbod vanuit hun deelwerking, onder andere:

Tabel 11: voorbeelden van nieuw online inhoudelijk aanbod in de lockdown in ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’

wat	waar
▪ Online lespakketten	CAW
▪ Uitgebreide chaturen	CAW
▪ Tips voor jongeren via sociale media	CAW
▪ Chat via Facebook	CAW
▪ Drempelbezoeken	CAW

De meeste deelwerkingen van organisaties uit het domein ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’ gebruiken een combinatie van kanalen om hun doelgroep te informeren:

Figuur 11: communicatiekanalen voor extra online informeren in lockdown in ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’



Onlinetools om meer te communiceren met individuen in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'

91% van de respondenten gaf aan dat hun deelwerking meer online communiceerde met cliënten. Zij deden dit met volgende tools:

Tabel 12: ingezette onlinetools om meer te communiceren met individuen in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'

	minder als voor corona	evenveel als voor corona	sterker als voor corona	voor de 1e keer tijdens corona	niet ingezet
e-mail	2	24	31	0	6
chat	0	4	30	6	23
beeldbellen	0	1	28	26	8
sociale media	0	7	30	4	22

Ook in dit domein is het opvallend dat 85% van de respondenten beeldbellen sterker heeft ingezet dan voor de lockdown. Voor 41% van de respondenten gebeurde dat zelfs voor de eerste keer. Beeldbellen was een tot vóór de crisis slechts sporadisch ingezette tool.

Tijdens de lockdown werd het één van de belangrijkste online communicatietools (naast e-mailen). De organisaties die voor de eerste keer chat hebben ingezet waren 3 deelwerkingen van CAW's, 2 OCMW's en een CGG dat ook inzet op kansarmoedebestrijding.

Sociale media werden door 4 CAW-deelwerkingen voor de eerste keer ingezet.

Bijna alle organisaties hebben de onlinetools die ze reeds voor de crisis gebruikten tijdens de lockdownperiode evenveel of meer ingezet.

Als organisaties onlinetools voor de eerste keer hebben ingezet om te communiceren met individuen dan ging het daarbij in dit domein 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw' om volgende tools (in alfabetische volgorde – cijfer tussen haakjes zijn het aantal respondenten die deze tool noemden):

- Microsoft Teams (2)
- Praatbox (1)
- Skype (1)
- Whatsapp (2)
- Zoom (3)

Er werden dus 5 verschillende beeldbeltools door welzijns- en zorgdeelwerkingen voor de eerste keer ingezet voor communicatie met hun cliënten.

Alle respondenten gaven aan minstens twee verschillende beeldbeltools te hebben ingezet.

Onlinetools om te communiceren met groepen en gemeenschappen in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'

68 % van de respondenten uit 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw' gaf aan dat hun deelwerking tijdens de lockdown meer online communiceerde met groepen en gemeenschappen.

Tabel 13: onlinetools om meer te communiceren met groepen en gemeenschappen in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'

	minder als voor corona	evenveel als voor corona	sterker als voor corona	voor de 1e keer tijdens corona	niet ingezet
e-mail	0	16	16	0	15
groeps-chat	0	4	14	3	26
forum	0	4	3	1	39
beeldbellen	0	2	17	15	13
webinar	0	2	8	10	27
sociale media	0	8	20	1	18

Vele tools werden ook hier minstens evenveel maar vaak meer ingezet. Onlinehulp was ook hier een vorm van veerkracht om te kunnen blijven communiceren met groepen of gemeenschappen. Daarbij werden doorgaans dezelfde tools ingezet die ook voor individuele communicatie werden ingezet.

Online inhoudelijk ondersteunende tools in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'

De meeste energie van respondenten in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw' ging tijdens de lockdown naar online communicatie met individuen en groepen en naar online informeren. Er was minder sterke aandacht voor het inzetten van ondersteunende onlinetools in begeleidingen. 40% van de respondenten gaf aan één of meer online inhoudelijk ondersteunende tools of programma's evenveel of sterker in te zetten in begeleidingen in de lockdownperiode.

Tabel 14: meer online inhoudelijk ondersteunende tools in domein 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'

	minder als voor corona	evenveel als voor corona	sterker als voor corona	voor de 1e keer tijdens corona	niet ingezet
online diagnosetools	0	0	0	0	28
online dagboeken	0	2	2	1	23
online educatietools	0	1	3	2	22
online oefeningen	0	1	3	3	21
online planners	0	2	2	1	23
online serious games	0	0	0	0	28
online zelftests	0	1	2	0	25

Slechts sporadisch werden in deze sector meer ondersteunende onlinetools ingezet in begeleidingstrajecten tijdens de lockdownperiode. Vanzelfsprekend ... want in dit domein gaat het sowieso al meer om eenmalige of kortdurende – soms zelf anonieme – cliëntcontacten.

Toch geeft een organisatie uit de samenlevingsopbouw aan dat tijdens de lockdownperiode ook nog een andere ondersteunende tool werd ingezet: met cliënten online verhalen schrijven via e-mail.

Onlinetools om buurten en gemeenschappen te mobiliseren in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'

22% van de respondenten uit 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw' antwoordde dat ze tijdens de lockdown ook meer tools ingezet hebben om buurten en gemeenschappen te mobiliseren.

Tabel 15: onlinetools om buurten en gemeenschappen te mobiliseren in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'

	minder als voor corona	evenveel als voor corona	sterker als voor corona	voor de 1e keer tijdens corona	niet ingezet
campagne voor actie	0	2	4	0	9
matchen vraag & -aanbod	0	1	2	3	9
online bevraging	0	1	1	0	13
crowdfunding	0	1	3	0	11
wervingstool	0	1	1	1	12

4.3.3. Motieven bij het kiezen van 'nieuwe onlinetools' in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'

Aan de 69 respondenten uit het domein 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw' werd ook gevraagd welke motieven er speelden bij het selecteren van 'nieuwe onlinetools' die tijdens de lockdownperiode werden ingezet. 'Gebruiksvriendelijkheid' en 'privacy die de tool waarborgt' werden als belangrijkste motieven aangegeven.

Tabel 16: mogelijke motieven bij de selectie van nieuw ingezette onlinetools in het domein 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'

Mogelijke motieven	heel onbelangrijk	onbelangrijk	noch onbelangrijk noch belangrijk	belangrijk	heel belangrijk	weet niet of blanco
kostprijs van de tool	6	4	8	13	11	27
tool die de doelgroep reeds gebruikt	3	3	8	23	21	12
tool die de privacy waarborgt	1	2	8	11	40	7
gebruiksvriendelijkheid van de tool	3	0	3	21	36	6
andere organisaties gebruiken de tool	8	4	21	11	8	17
evident effect van deze tool	4	2	10	16	15	22

“Tools die goed beveiligd zijn gebruiken we graag, maar zijn te moeilijk voor cliënten om te gebruiken. Bijv. een app installeren is voor sommigen te moeilijk, waardoor je niet online kan werken (via videobellen).”

Een CAW-medewerker

Opvallend is toch ook dat voor een aantal criteria een opvallend aantal respondenten de score ‘weet niet’ of ‘geen score’ invulden.

Sommige respondenten gaven ook nog ‘andere motieven’ of nuanceringen bij de motieven aan:

- De tool wordt door een sectorbeslissing gedragen;
- Beroepsgeheim van de medewerker

4.3.4. Doelgroepen en thema’s om onlinetools vooral in te zetten in het domein ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’

Hieronder volgt een overzicht van de antwoorden op de vragen ‘voor welke doelgroepen en rond welke concrete thema’s heb je vooral ingezet tijdens de lockdownperiode?’.

Deze respons werd niet verder ‘samengevat’ om de rijke verscheidenheid van invalshoeken te kunnen illustreren.

Tabel 17: thema's per doelgroep waarrond in 'algemeen welzijnswerk en samenlevingsopbouw' onlinetools werden ingezet

Doelgroep	Thema's
volwassenen	
ons hele doelpubliek (ouderen, zieken, zorgbehoevenden, mensen met beperking, mantelzorgers)	Informatie en advies, sociale voordelen, financiële tegemoetkomingen, opvolging contacten, ...
individuele cliënten, koppels	psychosociale hulpverlening, overleg met derden en instanties, cliëntoverleg
Alleenstaande 80+ en alleenstaanden met kinderen tot 14jaar en kids en jongeren	bereiken van kwetsbare groepen
volwassenen	cliënten met een vraag naar woonadvies, eerste aanvragen IND ZZZ in pallatieve situaties, herziening IND ZZZ (werd tijdelijk toegestaan door de overheid), aanvragen multidisciplinair traject

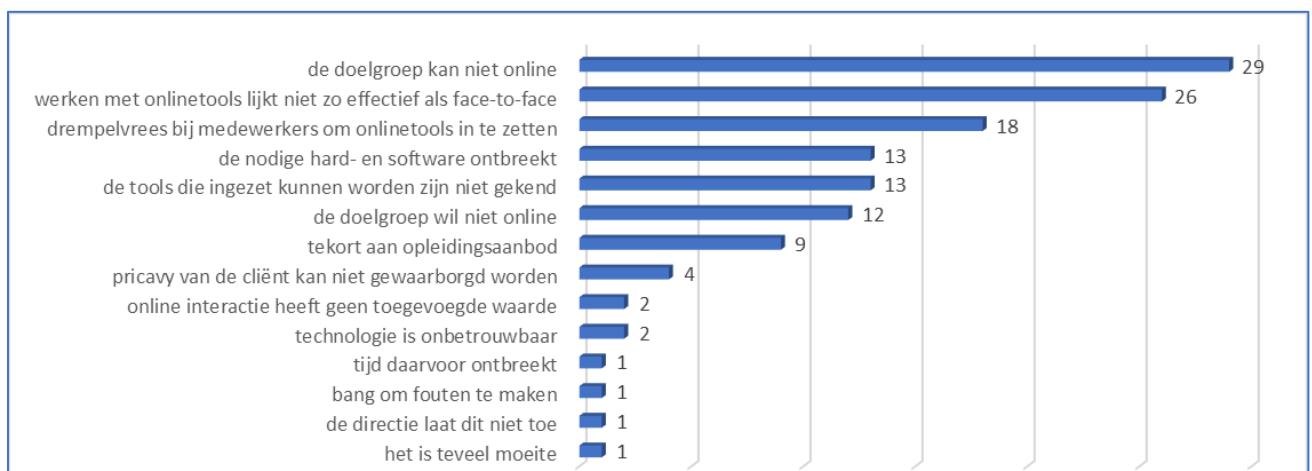
Doelgroep	Thema's
Kinderen en jongeren	
kinderen en jongeren.	Relatie tot ouders en broers/zussen (ruzie thuis, intrafamiliaal geweld...) Actualiteit en verveling - Mentaal welzijn
jongeren tussen 12 en 25 jaar	psychisch welbevinden
Jongeren tussen 12 en 25 jaar	Alle mogelijke welzijnsvragen: ruzies thuis, problemen op school, niet goed in je vel zitten, ...
12 -25 jarigen	vragen over corona, moeilijke thuissituatie, vechtscheiding,, niet goed in je vel voelen
In het begin van de crisis voor quasi alle jongeren. Nu degene die er voor kiezen alle jongeren	Individuele thema's: alles. De filmpjes die we aan het uitwerken zijn gaan vooral over assertiviteit, ontspannen en talenten.
jongvolwassenen	alleen wonen/sofasurfen/thuisloosheid psychisch welzijn - thuisproblemen/intrafamiliaal geweld
alle jongeren	opvolging onderhoud van huisvesting, cliëntoverleg, inkomen (nodige documenten via mail bekomen)
Jongeren tussen 12 jaar en 25 jaar	geen concreet thema, alle thema's
jongeren van het middelbaar	alle welzijnsthema's/vragen die jongeren hebben.
	preteaching, werken aan individuele doelen van de jongeren, vorming geven en individuele begeleiding
Iedereen	
voor iedere inwoner	steunaanvraag, ondersteuning, begeleiding
volwassenen	multiprobleem
Voor alle cliënten	Het verder zetten van de behandeling.
Alle cliënten	onthaal, begeleiding van intrafamiliaal geweld.
Alle cliënten	Extra aandacht voor meest kwetsbaren (cln zonder netwerk)
gekende cliënten sociale dienst OCMW	maatschappelijke dienstverlening en maatschappelijke integratie
iedereen	psychisch welbevinden
Alle cliënten	begeleiding van reeds bestaande hulpverleningstrajecten
gezinnen	
kinderen en ouders	tegen verveling en voor het bieden van structuur
ouders en kinderen	hoog conflictueuze scheiding
gezinnen met kinderen, alleenstaanden kinderen / ouders	ondersteuning van pre-teaching, eenzaamheid en verveling
Bij contact met gezinnen en jongeren/ Vrijwilligers/ gezinscoaches/vrijwilligerscoaches	Spelletjes spelen met kind en huiswerkbegeleiding bij schoolgaande kinderen / ouders voor algemene ondersteuning
ouders	huiswerkbegeleiding - Nederlandse bijlessen - sport- overlegmomenten met gezinnen/jongeren. Matchingsgesprekken met gezinnen/Jongeren/Vrijwilligers.
Anderstalige ouders	informatie rond corona/ opvoedingsondersteuning / bereikbaarheid medewerkers
de meest kwetsbare gezinnen	Informeren rond Covid-19, informeren rond activiteiten, communicatie met doelgroep
	administratie, ifg, opvoedingsondersteuning
Beroepskrachten en vrijwilligers	
praktijkwerkers	opleidingsaanbod, lezingen
zowel voor hulpvragers als professionals	begeleiding van beslissings- en verwerkingsprocessen, lotgenotencontact en vorming
De vrijwilliger die niet meer op locatie zijn/haar tel/chatbeurt kon uitvoeren.	Corona. Meer oproepen op telefoon en chat!
vrijwilligers	eenzaamheid
voornamelijk overleg met professionelen.	Videochat met onze zwangerschapsconsulente, digitaal zorgoverleg met verschillende zorgpartners, ...
organisaties die ondersteuning willen in bereiken of werken met doelgroep	beleid - stakeholders - inbreng perspectief armoede

Doelgroep	Thema's
Specifieke doelgroepen	
slachtoffers van seksueel geweld	onlinehulp in het algemeen en psycho-educatie rond post traumatische stress e.d.
voor alle cliënten & koppels, individuele cliënten, deelnemers groepswerking	rond alle thema's en problematieken (in mijn geval voornamelijk rond (partner)geweld)
slachtofferhulp	slachtofferhulp
dak- en thuislozen en gezinnen	psycho-sociaal welbevinden , de-escalerend werken, preventie
thuislozen in opvangcentra	integrale begeleiding
dak- en thuislozen, personen met nood aan o.a. ambulante woonbegeleiding	psycho-sociaal, dagbesteding, administratie
Dak- en thuislozen met toegang tot digitale communicatiemiddelen	Individuele begeleiding bij dak- en thuisloosheid, sociale administratie, communicatie met andere essentiële diensten
de meest kwetsbaren in de wijk.	Financiën en administratie
Burgers uit de wijk	woonstproblemen, IFG, relatieproblemen, juridische problemen, financiële problemen
Hoofdzakelijk met mensen met energievragen	Mensen met energievragen, individuele vragen
vaste bezoekers en vrijwilligers van buurtprojecten	meertalige info ivm coronamaatregelen (bijv. gesproken whatsapp berichten), matchen via platform Antwerpen helpt, videobellen
bewoners van de wijk	vraag naar welzijn van de personen
Cliënten alternatieve gerechtelijke maatregelen	assertiviteit, agressie, geestelijk welzijn
mantelzorgers, personen met een handicap, chronisch zieken	begeleiding, administratie en psychosociale ondersteuning, indicatiestelling, overlegcoördinatie
Mensen met een verslaving	Psychisch welbevinden

4.4. Motieven om geen of minder onlinetools in te zetten tijdens de lockdownperiode in het domein 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'

24 van de 69 respondenten uit het domein 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw' meldden geen motieven waarom geen/minder onlinetools werden ingezet in de lockdownperiode. Dat is 35%. 65% gaf één of meer motieven op waarom er geen of minder onlinetools werden ingezet:

Figuur 12: motieven waarom minder of geen onlinetools werden ingezet in de lockdown in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'



Eén respondent gaf als bijkomend argument dat er te weinig middelen zijn om tools aan te schaffen.

4.5. Noden en oplossingen bij het inzetten van onlinetools in het domein ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’

In de bevraging werd ook gepeild naar de noden en oplossingen bij het implementeren van onlinetools in dit domein.

“Onlinehulpverlening veronderstelt dat cliënten de middelen (pc, internetverbinding, eigen ruimte, rust in huis, privacy, edm) en de kennis hebben. dat is zeker niet voor alle cliënten zo. deze cliënten mogen noch tijdens, noch na de coronacrisis uit het oog verloren worden.”

Een medewerker uit een CAW-bezoekruimte

4.5.1. Noden bij het implementeren van onlinetools in de lockdownperiode in het domein ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’

Aan de respondenten uit het domein ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’ werd gevraagd om uit een opgegeven lijst (maximaal) drie prioritaire noden bij het implementeren van onlinehulp in de eigen werking op te geven.

De andere respondenten formuleren als voornaamste noden omtrent het implementeren van onlinehulp in de werking aspecten rond het versterken van de knowhow van medewerkers:

Figuur 13: prioritaire noden omtrent het implementeren van onlinehulp in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'



Pas in tweede instantie zijn er andere verwachtingen naar de organisatie.

“Mensen krijgen niet altijd het mandaat en bijv. bij samenwerkingen tussen organisaties (bijv. OCMW’s – CAW’s) zit elk IT-groepje op een eigen eiland waardoor werknemers zeer beperkt worden in mogelijkheden.”

Een CAW-medewerker

Verwachtingen naar onlinetools komen minder frequent aan bod.
Cliëntverwachtingen komen niet frequent aan bod.

4.5.2. Oplossingen bij het implementeren van onlinetools in de lockdownperiode in het domein ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’

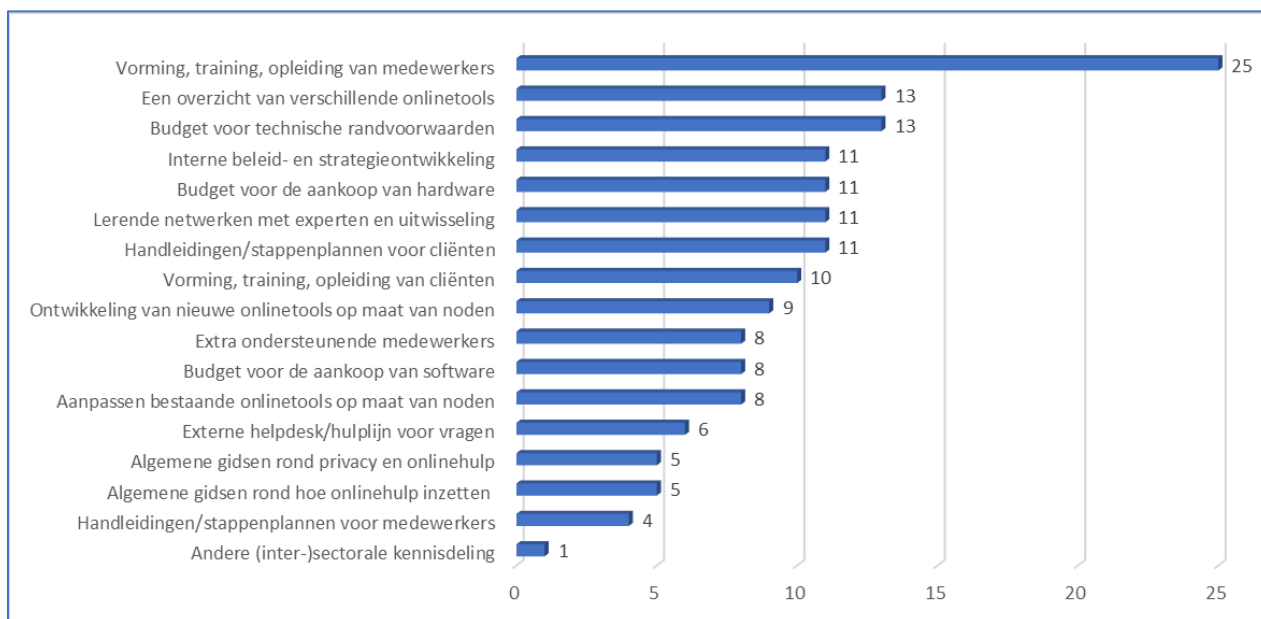
Aan de respondenten uit het domein ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’ werd gevraagd om uit een opgegeven lijst (maximaal) drie prioritairere oplossingen voor deze noden rond het implementeren van onlinehulp in de eigen werking op te geven.

Elf respondenten van de 69 gaven hierop geen antwoord.

Twee respondenten antwoordden dat ze in de eigen organisatie voldoende zelf oplossingen kunnen vinden voor de noden omtrent het implementeren van onlinehulp.

De andere organisaties formuleerden volgende prioriteiten:

Figuur 14: overzicht van oplossingen voor het implementeren van onlinehulp in het domein 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'



‘Vorming, training, opleiding van medewerkers’ is bij uitstek de sterkst gedeelde verwachting.

4.6. Het inzetten van onlinetools na de lockdownperiode in het domein ‘algemeen welzijn en samenlevingsopbouw’

De respondenten kregen ook de volgende vraag voorgeschiedeld “Hoe zal het gebruik van onlinetools in je deelwerking evolueren na de lockdownperiode? - (Kruis uit een keuzelijst aan wat best past)”.

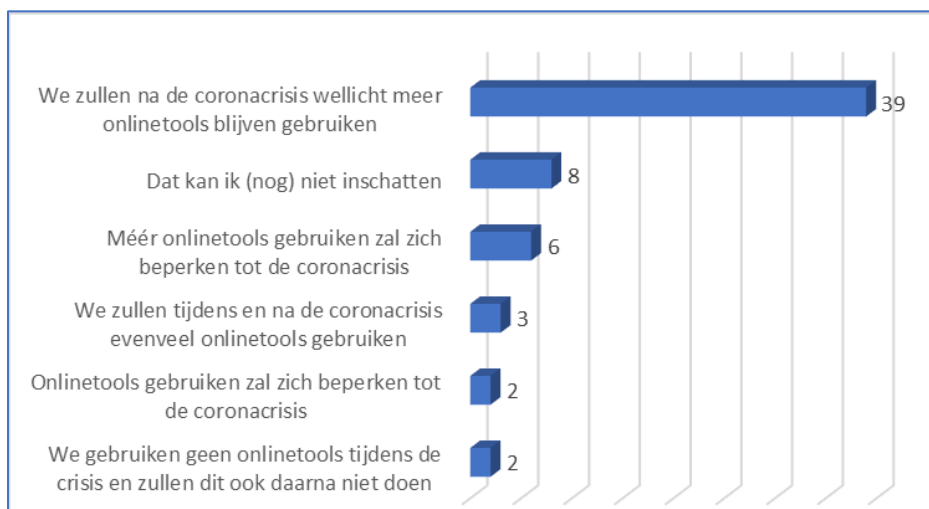
“De coronacrisis is een momentum geweest dat het gebruik en de implementatie van de beschikbare onlinetools op de voorgrond heeft gebracht; waar voordien weinig animo was en altijd te weinig tijd om het te implementeren, was er nu een veel grotere sense of urgency en bleken veel meer collega's warm te lopen voor het gebruik en het nut van de onlinetools. We proberen dit zeker ook na de crisis warm te houden.”

Een ziekenfondsmedewerker

9 respondenten hebben deze vraag niet beantwoord.

De antwoorden van de 60 respondenten zijn als volgt gespreid:

Figuur 15: intentie over het inzetten van onlinetools na de lockdown in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'



Twee CAW-deelwerkingen die zich richten op daklozen en armoedebestrijding geven aan dat ze “geen onlinetools gebruiken voor deze doelgroepen en dat ook na de crisis niet zullen doen”. Een CAW-wijkteam en een CAW-bezoekersruimte geven aan dat “onlinetools inzetten zich zal beperken tot de lockdownperiode”.

“Veel organisaties zijn omwille van de corona-crisis in sneltempo aan de slag gegaan, met wisselend succes. Dat brengt bijkomende problemen en frustraties met zich mee, wanneer je niet de nodige tijd en energie kon steken in een degelijke voorbereiding en omkadering. Na de corona-crisis zullen die organisaties hun online werking willen evalueren en eventueel bestendigen in hun vaste werking. Hoe pakt men dat best aan? Hoe zullen directies reageren op eerder negatieve evaluaties?”

Een ziekenfondsmedewerker

5. Focus op online veerkracht in ‘geestelijke gezondheidszorg’

Elia Wyverkens & Tom Van Daele

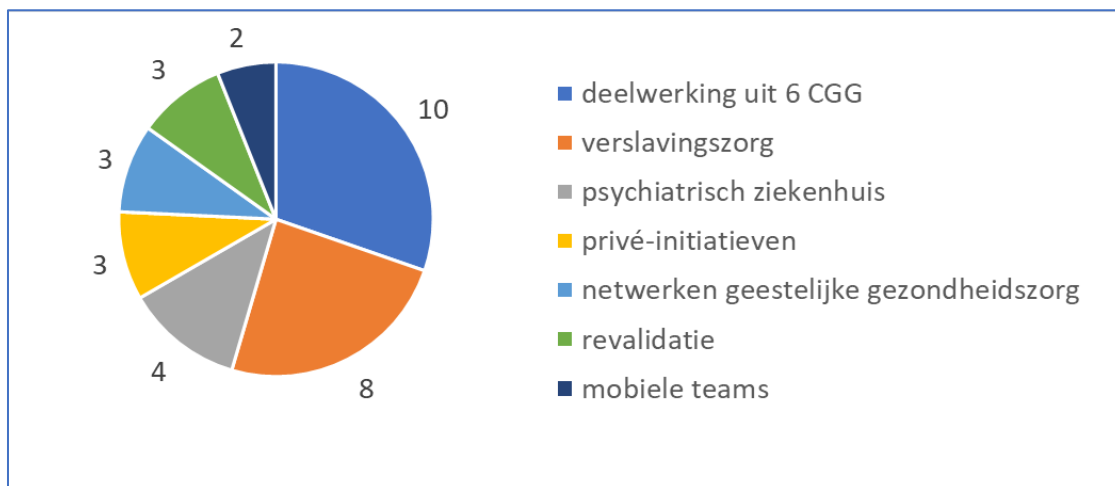
De respons op deze bevraging uit de sector geestelijke gezondheidszorg was eerder beperkt. Daarom beperken we ons in dit rapport tot ...

- ... de motivering waarom geen detailanalyse mogelijk is;
- ... ‘beeldbellen’ als nieuw ontdekking in deze sector;
- ... prioriteiten voor verdere implementering van onlinehulp in geestelijke gezondheidszorg;
- ... het inzetten van onlinetools in geestelijke gezondheidszorg na de lockdownperiode.

5.1. Geen detailanalyse mogelijk

Voor de sector van de geestelijke gezondheidszorg werd er gekozen om geen gedetailleerde analyse van de bekomen antwoorden te rapporteren, maar om enkel een aantal algemene bedenkingen te delen. De bekomen steekproef was namelijk niet alleen beperkt in omvang (N=29), maar ook divers in samenstelling.

Figuur 16: diversiteit respondenten uit geestelijke gezondheidszorg



Omdat sommige respondenten meerdere ‘deelsectoren’ aanvinkten is dit spreidingsaantal (N= 33) groter dan het aantal (N-29) respondenten.

Deze aantallen zijn onvoldoende representatief om descriptieve analyses te presenteren van de gehele sector (of over specifieke deelsectoren).

5.2. Beeldbellen als ‘nieuwe ontdekking’

Wat opvalt uit de respons van de deelnemende organisaties is een bevestiging uit eerder (internationaal) onderzoek dat vooral beeldbellen op korte termijn meer werd ingezet of voor het

“De ervaring met beeldbellen leerde dat dit bij sommige jongeren en/of ouders effectief is. Een deel van onze doelgroep kunnen we zo echter niet bereiken of het beeldbellen ‘werkt’ niet voor hen. In onze normale contacten gaan we zeer laagdrempelig te werk. De focus ligt vaker op samen iets doen dan op praten. Bij beeldbellen ligt de nadruk automatisch op het praten”

eerst een ingang vond binnen een aanzienlijk deel van de sector. Andere online tools werden soms ook ingezet, maar in mindere mate, of eerder als continuering van het bestaande hulpverleningsaanbod. Daarnaast valt ook op dat organisaties verspreid over de verschillende deelsectoren bewust ervoor kozen om geen online tools in te zetten.

Dit citaat illustreert meteen dat er in de sector geestelijke gezondheidszorg nog heel wat mogelijkheden te verkennen zijn omtrent het inzetten van ondersteunende tools en interactiemogelijkheden tijdens beeldbellen naast het 1-op-1-gesprek.

5.3. Prioriteiten voor verder implementering van onlinehulp in de sector geestelijke gezondheidszorg

De vier voornaamste aandachtspunten die worden aangehaald voor een succesvolle implementatie van online tools op lange termijn zijn ...

- (1) interne beleidsontwikkeling,
- (2) technische ondersteuning,
- (3) competentie-ontwikkeling van hulpverleners en
- (4) ontwikkeling van toepassingen die voldoende zijn afgestemd op de doelgroepen waarop de organisaties zich richten.

*“Het is een zoeken geweest voor de organisatie.
Hulp online kwam traag op gang, verliep niet vlot,
mogelijk door angst bij directie.”*

Daarbij wordt benadrukt dat al deze aandachtspunten

- ... de nodige (tijds)investeringen
- ... en dus budget vereisen.

5.4. Het inzetten van onlinetools na de lockdownperiode in de sector geestelijke gezondheidszorg

Over de impact op het gebruik van online tools na de lockdownperiode lijkt er echter momenteel nog geen consensus. Hoewel verschillende organisaties vermoeden dat er meer op onlinetools zal worden ingezet in de toekomst, gaven veel organisaties aan op het moment van de bevraging nog onvoldoende zicht te hebben op de plannen of impact op lange termijn.

6. Focus op online veerkracht in 'Opgroeien'

Stijn Custers & Davy Nijs

De meeste respondenten uit deze bevraging kwamen uit de sector 'Opgroeien'

Daarom kunnen we gedetailleerder ingaan op ...

... de respons op deze bevraging in 'Opgroeien';

... waarvoor onlinetools werden ingezet in 'Opgroeien';

... waarom, waar en welke onlinetools werden méér ingezet in 'Opgroeien';

... wat waren motieven om minder of geen onlinetools in te zetten in 'Opgroeien';

... wat waren noden en oplossingen bij het implementeren van onlinetools in 'Opgroeien';

... hoe kijken medewerkers in 'Opgroeien' naar het inzetten van onlinetools na de lockdownperiode.

6.1. De respons op de bevraging 'online veerkracht' in 'Opgroeien'

In totaal vulden 128 (deel)werkingen werkzaam met kinderen, jongeren en hun context (ouders, familie, netwerk, ...) de vragenlijst in vanuit organisaties ondersteund door het Vlaams Agentschap 'Opgroeien'.

Figuur 17: respons sector 'Opgroeien'

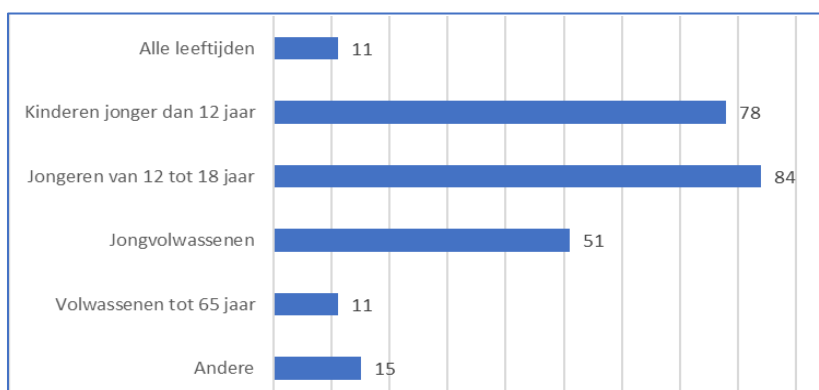


Van deze 128 respondenten vanuit 'Opgroeien', waren de meerderheid van de organisaties werkzaam in de Jeugdhulp (98 respondenten), in een Multifunctioneel Centrum (MFC, 17 respondenten) en bij organisaties behorende tot de deelsector Kind en Gezin (zoals een CKG, Huis van het Kind, opvoedingswinkel of kinderopvang, 10 respondenten).

De leeftijd van de doelgroep

Deze 128 respondenten geven aan te werken met volgende leeftijdsgroepen:

Figuur 18: doelgroep respondenten uit sector 'Opgroeien'



Daarbij waren het voornamelijk respondenten die zorgen voor: contextbegeleiding, (semi) residentiële en ambulante jeugdhulp, pleegzorg, begeleid zelfstandig wonen, hulp bij een verontrustende opvoedingssituatie of een als misdaad omschreven feit, begeleiding van jongeren met een ontwikkelingsstoornis, maar ook op vlak van opvoedings- en gezinsondersteuning.

6.2. Waarvoor onlinetools inzetten tijdens de lockdownperiode in 'Opgroeien'

Tabel 18: waarvoor onlinetools werden ingezet in de sector 'Opgroeien'

	minder als voor corona	evenveel als voor corona	sterker als voor corona	1e keer tijdens corona	niet ingezet	totaal
om te informeren	2	20	88	11	7	128
om te communiceren met individuen	1	2	96	29	0	128
om te communiceren met groepen en gemeenschappen	1	8	54	54	11	128
om te begeleiden via online ondersteunende tools	1	31	39	28	29	128
om gemeenschappen of buurten te mobiliseren	1	26	10	4	87	128

Alle respondenten vanuit 'Opgroeien' hebben in hun deelwerking onlinetools ingezet 'om te communiceren met individuen' (via bijvoorbeeld chat, e-mail, beeldbellen). Meer dan $\frac{3}{4}$ van de organisaties zette online ook in 'om hun doelpubliek of cliënten te informeren' (bijvoorbeeld over corona, over wijzigingen in de werking, over nieuw aanbod), om online te 'communiceren met groepen of gemeenschappen' (via forum, groeps-chat, webinars) of om 'via ondersteunende onlinetools begeleidingsdoelen te bereiken' (bijvoorbeeld diagnostool, onlinedagboek, planner, zelfhulp).

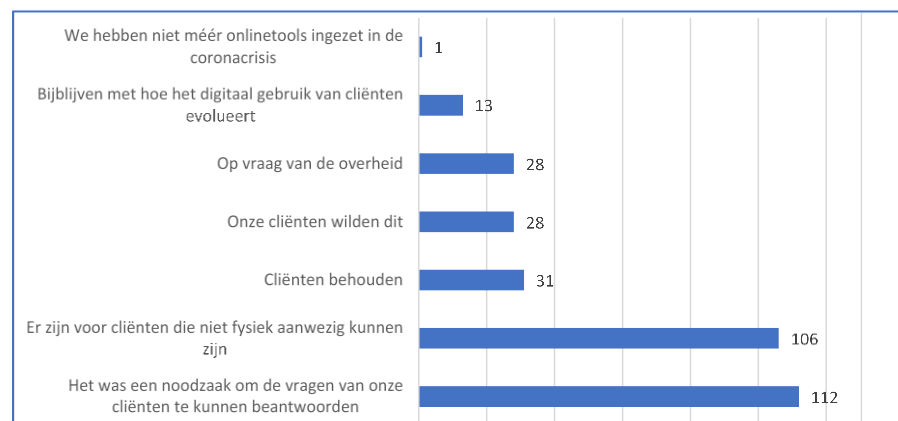
Vanuit 'Opgroeien' werd vooral sterker of voor de eerste keer online gecommuniceerd met individuele cliënten en met groepen of gemeenschappen of om online te informeren

6.3. Méér onlinetools inzetten tijdens de lockdownperiode in 'Opgroeien'

6.3.1. Motieven om méér onlinetools in te zetten in de lockdown in 'Opgroeien'

Cliënten bereiken in de lockdown was ook in 'Opgroeien' het hoofdmotief

Figuur 19: motieven om meer onlinetools in te zetten tijdens de lockdownperiode in 'Opgroeien'



Bijkomende motieven die respondenten aanbrachten voor het méér inzetten van onlinetools waren:

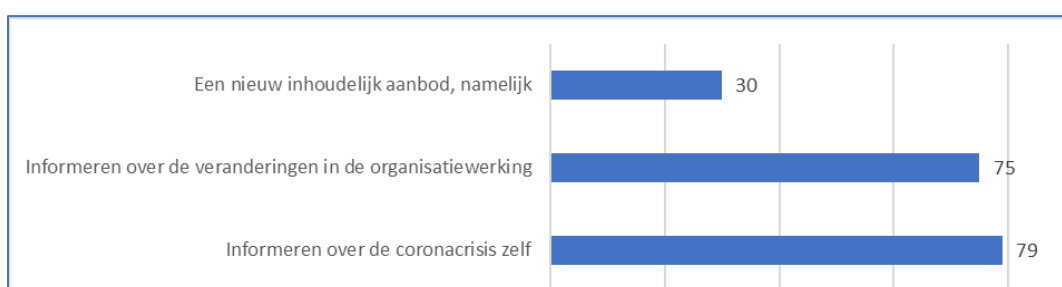
- het realiseren van zorg- en hulpcontinuïteit in een context waar fysiek contact onmogelijk werd gemaakt zoals bv. huisbezoeken aangezien personeelsleden niet buiten de voorziening mochten,
- de mogelijkheid om overleg met collega's en andere hulpverleners te kunnen (blijven) realiseren;
- om 'op maat van cliënten' te kunnen blijven werken.

6.3.2. Welke tools worden meer ingezet in de lockdownperiode in 'Opgroeien'

Onlinetools inzetten om méér te informeren

98 respondenten vanuit 'Opgroeien' gaven toelichting waarover ze extra hebben geïnformeerd via onlinetools. Dit gebeurde overwegend om te informeren over de coronacrisis (en de bijhorende maatregelen) en/of over de veranderingen in de organisatiewerking:

Figuur 20: inhoud van extra online informatief aanbod in de lockdownperiode in 'Opgroeien'

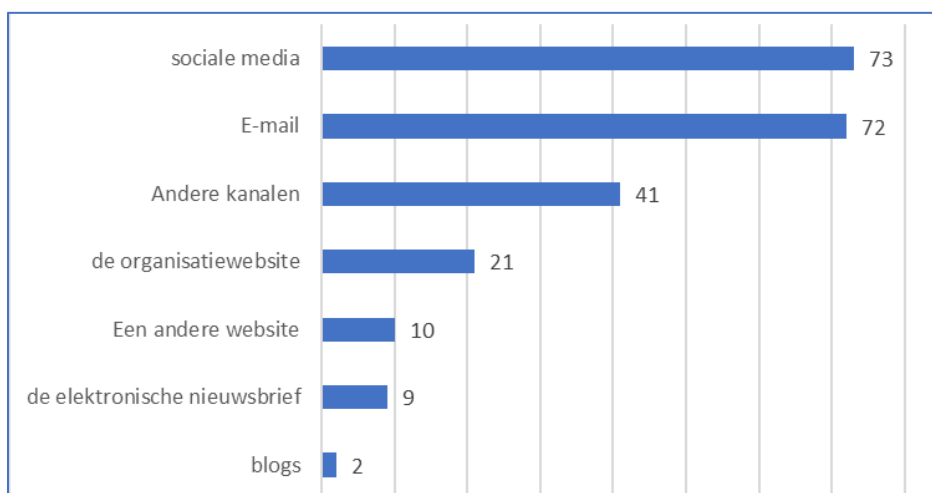


30 respondenten beoogden via 'méér online informeren' ook het aankondigen van nieuw inhoudelijk aanbod vanuit hun deelwerking, onder andere over:

- Online communicatie tussen ouders en kinderen;
- Samenwerking met het (cliënt)netwerk;
- Aangepaste opvoedingsadviezen;
- (Crisis)opvang voor zieke kinderen en begeleiding van hun ouders;
- Een aantal corona-gerelateerde thema's zoals eenzaamheid bij jongeren, vrijetijdsbesteding in tijden van corona (via bv. bepaalde challenges, groepschats, ...).

De meeste organisaties vanuit 'Opgroeien' combineerden kanalen om hun doelgroep te informeren:

Figuur 21: communicatiekanalen voor extra online inhoudelijk aanbod in lockdownperiode in 'Opgroeien'



Onlinetools om te communiceren met individuen

98% van de respondenten vanuit 'Opgroeien' heeft sterker of voor de eerste keer online gecommuniceerd met individuele cliënten dan voor de lockdown. Ze deden dit met volgende tools:

Tabel 19: ingezette onlinetools om te communiceren met individuen in 'Opgroeien'

	minder als voor corona	evenveel als voor corona	sterker als voor corona	voor de 1e keer tijdens corona	niet ingezet
e-mail	1	59	63	1	1
chat	0	17	75	13	13
beeldbellen	0	0	59	66	2
sociale media	0	31	67	7	17

Opvallend is dat vooral beeldbellen bij 52% van de respondenten vaak voor de 1^e keer werd ingezet tijdens de lockdown of dat er bijna overal een sterke toename was van het gebruik.

Als organisaties onlinetools voor de eerste keer hebben ingezet om te communiceren met individuen dan ging het daarbij vooral om volgende tools: MS Teams, WhatsApp, Facebook (Messenger), Zoom, Skype, Jitsi Meet, Whereby, Facetime, Google Hangouts en Praatbox.

Onlinetools om te communiceren met groepen en gemeenschappen in 'Opgroeien'

84% van de respondenten uit 'Opgroeien' heeft sterker of voor de eerste keer online gecommuniceerd met groepen en gemeenschappen tijdens de lockdownperiode.

Tabel 20: ingezette onlinetools om te communiceren met groepen en gemeenschappen in 'Opgroeien'

	minder als voor corona	evenveel als voor corona	sterker als voor corona	voor de 1e keer tijdens corona	niet ingezet
e-mail	2	34	52	1	11
groeps-chat	0	9	40	17	31
forum	1	11	8	5	57
beeldbellen	0	0	50	52	10
webinar	0	6	26	24	40
sociale media	0	21	57	3	24

Ook hier valt het sterk groeiende gebruik van 'beeldbellen' en 'webinars' op. Maar ook e-mail, sociale media en groeps-chat werden sterker ingezet dan voor de lockdown.

Online inhoudelijke ondersteunende tools of programma's

52% van de respondenten uit 'Opgroeien' geeft aan dat ze sterker of voor de 1^e keer een ondersteunende tool hebben ingezet in begeleidingen tijdens de lockdown. Daarbij gaat het over:

Tabel 21: online inhoudelijk ondersteunende tools in 'Opgroeien'

	minder als voor corona	evenveel als voor corona	sterker als voor corona	voor de 1e keer tijdens corona	niet ingezet
online diagnosetools	1	10	3	1	69
online dagboeken	0	26	14	2	50
online educatietools	0	8	20	7	54
online oefeningen	0	5	34	8	45
online planners	2	17	14	3	53
online serious games	0	6	1	1	78
online zelftests	1	11	6	2	68

Als er nieuwe ondersteunende tools werden ingezet gebeurde dit via beeldbelapplicaties, Smartschool, Zorg Online Dagboek, Heyday, Watikwil.be of via de site van de Gezinsbond (bv. rond samen spelen).

Onlinetools om buurten en gemeenschappen te mobiliseren in 'Opgroeien'

32% van de respondenten uit 'Opgroeien' geeft aan dat ze tijdens de lockdownperiode een tool ingezet hebben om buurten en gemeenschappen te mobiliseren.

Tabel 22: onlinetools om buurten en gemeenschappen te mobiliseren in 'Opgroeien'

	minder als voor corona	evenveel als voor corona	sterker als voor corona	voor de 1e keer tijdens corona	niet ingezet
campagne voor actie	0	6	2	1	25
matchen vraag & -aanbod	0	11	4	0	21
online bevraging	0	8	4	1	21
crowdfunding	1	6	1	0	26
wervingstool	2	9	1	1	24

6.3.3. Motieven bij het kiezen van 'nieuwe onlinetools' in 'Opgroeien'

Er werd de respondenten gevraagd welke motieven er speelden bij het inzetten van nieuwe onlinetools tijdens de lockdownperiode. 'Gebruiksvriendelijkheid' van de tool en 'de privacy die de tool waarborgt' waren de belangrijkste:

Tabel 23: mogelijke motieven bij de selectie van nieuw ingezette onlinetools in 'Opgroeien'

Mogelijke motieven	heel onbelangrijk	onbelangrijk	noch onbelangrijk noch belangrijk	belangrijk	heel belangrijk	weet niet of blanco
kostprijs van de tool	14	12	27	18	24	31
tool die de doelgroep reeds gebruikt	6	10	20	34	48	10
tool die de privacy waarborgt	3	0	12	36	67	10
gebruiksvriendelijkheid van de tool	1	3	7	39	71	7
andere organisaties gebruiken de tool	6	21	34	40	10	17
evident effect van deze tool	5	4	27	32	31	29

6.3.4. Doelgroepen en thema's om onlinetools vooral in te zetten in 'Opgroeien'

Respondenten geven aan dat ze deze tools voor een groot deel voor alle cliënten inzetten. Diegenen die specifieke doelgroepen aanhalen hebben het expliciet over kinderen, jongeren, jongvolwassenen, en hun context en ouders. Verder werden andere professionals of collega's ook vermeld. Sommige respondenten haalden ook aan dat deze tools nodig waren om in lockdown hun geïsoleerde cliënten te kunnen bereiken.

Wat thema's betreft waarvoor deze online tools werden ingezet gaat het voor een groot deel van de respondenten om alle thema's die in een (deel)werking aan bod komen. Voor een groot aantal respondenten werden deze online tools in het verlengde daarvan vooral ingezet voor begeleidingsgesprekken en om simpelweg het contact te kunnen behouden en hulp- of dienstverlening te kunnen verderzetten. Veel respondenten haalden ook aan dat de online communicatie- en informatietools nodig waren om informatie te verstrekken over corona en (de wijzigingen) in hun eigen begeleidingsaanbod in tijden van lockdown.

6.4. Motieven om geen of minder onlinetools in te zetten tijdens de lockdownperiode in 'Opgroeien'

50% van de respondenten uit 'Opgroeien' zegt geen of minder onlinetools ingezet te hebben.

Figuur 22: motieven om geen of minder onlinetools in te zetten tijdens de lockdownperiode in 'Opgroeien'



De twee meest gebruikte motieven om geen of minder onlinetools in te zetten zijn:

- Werken met onlinetools lijkt niet zo effectief als face-to-face (40%);
- De doelgroep kan niet online (36%).

“ Sommige cliënten waren meer bereikbaar via Messenger of WhatsApp, dan face-to-face voor de coronacrisis. Voor bepaalde cliënten bleef het een barrière en stond de begeleiding op een laag pitje. Voor andere kinderen/jongeren communiceerde het gemakkelijker en was het videobellen of chatten juist een hulp.”

Medewerker uit 'Opgroeien'

Respondenten vulden ook nog 'andere' motieven aan om geen/minder onlinetools in te zetten:

- Een crisissituatie waarvan de ernst om een huisbezoek vroeg;
- Er was te weinig up-to-date hardware beschikbaar;
- Sommige jongeren konden niet meer bereikt worden (ook niet online);
- De aard van delicate thema's (bv. tussen slachtoffers en daders) maken het moeilijk om dit online te bespreken.

Twee andere respondenten geven een gelijkaardig signaal aan en haalden meteen ook enkele ervaren gebreken aan van beeldbeltools:

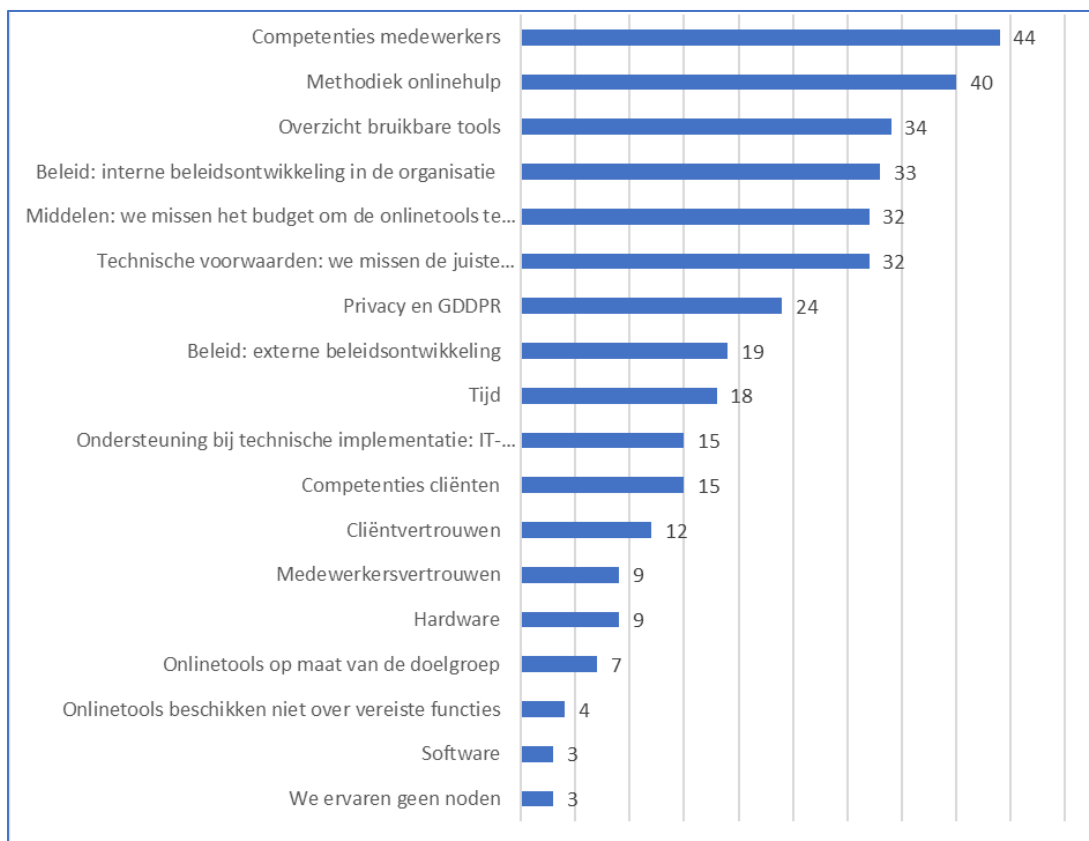
“Een huisbezoek bij een onthaalouder vervangen door een videochat is niet zo evident. De onthaalouder moet teveel met haar toestel bezig zijn en kan minder overzicht houden op de kinderen. Ook als begeleider heb je minder overzicht op de sfeer dan tijdens een live huisbezoek.”

“De invloed van een online gesprek op de kwaliteit van een begeleiding blijft een vraagteken. Uitsluitend online begeleiding zal minder kwalitatief zijn, er is minimaal één face to face contact nodig om een goede relatie te kunnen opbouwen. Online is ook een pak vermoeiender en vergt veel giswerk omdat je heel wat signalen mist van de jongeren... Het put ook sneller uit.”

6.5. Noden en oplossingen bij het inzetten van onlinetools in Opgroeien

6.5.1. Noden bij het implementeren van onlinetools in de lockdown in ‘Opgroeien’

Figuur 23: noden bij het implementeren van onlinetools in de lockdownperiode in ‘Opgroeien’



Ook in ‘Opgroeien’ scoren de noden omtrent het versterken van medewerkersknowhow het hoogst. Daarnaast wezen verschillende respondenten erop dat er zich een digitale kloof aftekent:

“De meest kwetsbare ouders kunnen we niet bereiken met online tools: taalbarrière, kennis en internet ontbreken.”

In deze coronacrisis werd de schrijnende digitale kloof in kansarme gezinnen heel duidelijk. Van de beloofde technische middelen is er weinig in huis gekomen.”

Nog enkele andere bedenkingen hebben te maken met een overaanbod aan onlinehulptools of een overaanbod aan regels die van hogerhand werden opgelegd zonder de nodige assistentie:

Het arsenaal onlinetools werd uitgebreid. De verwachtingen dat onlinehulp alle heil biedt groeit. Onlinehulp kan als aanvulling maar niet al vervanging en al helemaal niet als besparing.

De waarde van onlinehulp wordt zichtbaar door tools in te zetten. Strikte regels van hogerhand over opstart en GDPR, zonder assistentie, waren niet behulpzaam om medewerkers over de streep te krijgen.

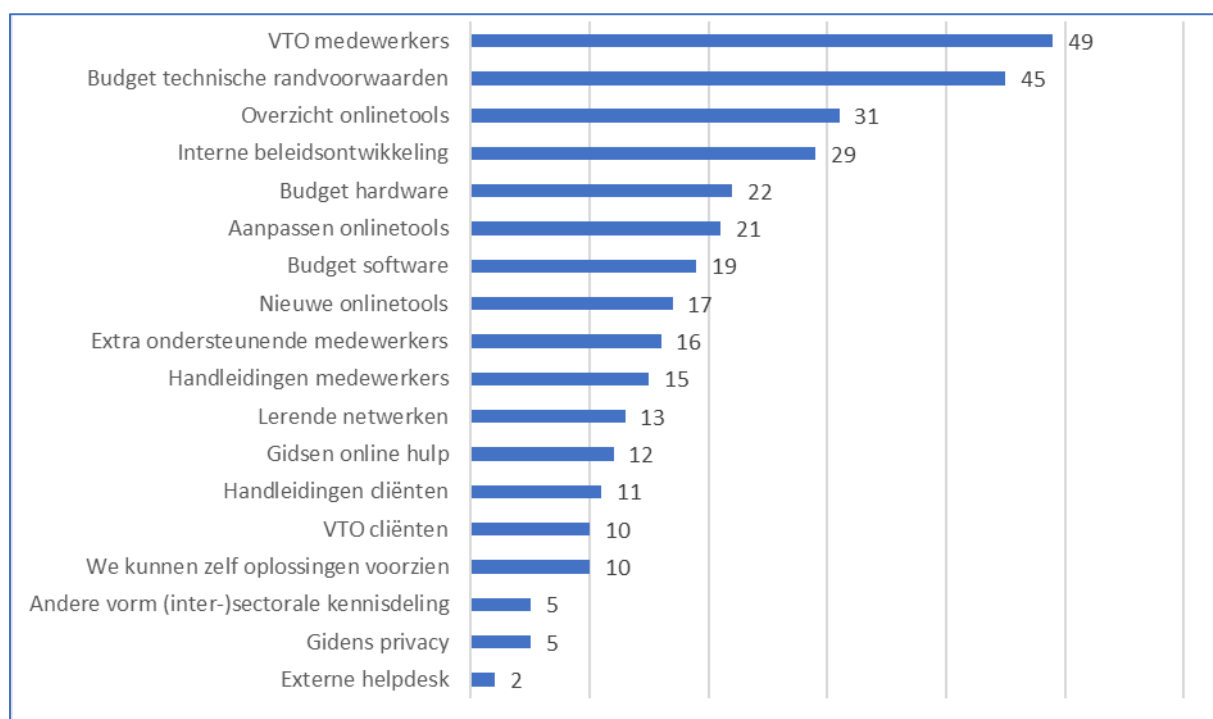
Iemand anders haalt aan dat de eigen thuisomgeving ook voldoende voorzien moet zijn om van thuis uit aan via onlinehulp tools te kunnen ondersteunen.

“Na een periode merkten we dat videobellen, hoewel het lukte, zijn grens bereikt. Toen we bij de versoepelingen opnieuw aan huis konden bij onze gezinnen, merkten we dat dit toch een verademing is voor zowel medewerker als cliënt en dat dit meer effectief is.”

Medewerker ‘Opgroeien’

6.5.2. Oplossingen bij implementatie van onlinetools in de lockdown in ‘Opgroeien’

Figuur 24: Oplossingen bij het implementeren van onlinetools in de lockdownperiode in ‘Opgroeien’

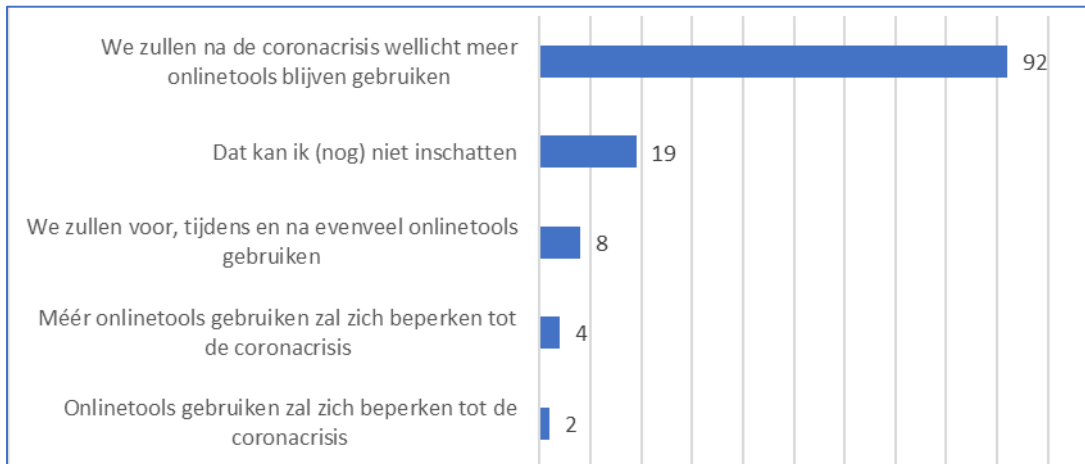


De oplossingen die het meest aangehaald werden door respondenten uit ‘Opgroeien’ zijn vooral:

- Vorming, training, opleiding van medewerkers (38%)
- Budget voor optimalisatie van technische randvoorwaarden (bv. aanpassen, installeren, op maat gebruiksvriendelijk maken van bv. soft- en hardware, betere Wifi, internet, servers, ...) (35%)
- Een overzicht van verschillende (veilige en bruikbare) onlinetools (24%)
- Interne beleid- en strategieontwikkeling (23%)

6.6. Het inzetten van onlinetools na de lockdownperiode in 'Opgroeien'

Figuur 25: meningen over het inzetten van onlinetools na de lockdownperiode in 'Opgroeien'



Uit bovenstaande grafiek kunnen we afleiden dat de meerderheid van de respondenten uit 'Opgroeien' (72%) wellicht meer onlinetools zal blijven gebruiken na de lockdown.

Eén respondent vult ook nog aan dat sommige fysieke huisbezoeken eenvoudigweg niet te vervangen zijn door online contacten.

Andere respondenten drukt dan weer de hoop uit om in de toekomst een deel van de face-to-face contacten blijvend te kunnen vervangen door beeldbel-contacten omwille van tijdsbesparing.

Iemand geeft ook aan dat meer thuiswerk met onlinetools een meerwaarde biedt in hun organisatie en men hoopt dit in de toekomst ook meer te kunnen behouden.

Terwijl een andere respondent zegt dat men in de toekomst hopelijk beter voorbereid is om bij een volgende lockdown cliënten online te woord te staan.

*Het moest nu te snel gaan om alles tijdig operationeel te krijgen,
met de juiste info.*

Dat we er zeer veel uit geleerd hebben.

Dat we waarschijnlijk wel een aantal dingen zullen behouden.

*Dat we hopelijk, bij een volgende lock down sneller zullen kunnen reageren
om online onze cliënten te woord te staan.”*

7. Focus op online veerkracht in de ‘ondersteuning van personen met een beperking’

Nathalie Drooghmans & Katrien Hermans

Hoewel de respons op deze bevraging in de sector ‘ondersteuning van personen met een beperking’ relatief beperkt was, is het toch relevant om detailanalyses in kaart te brengen.

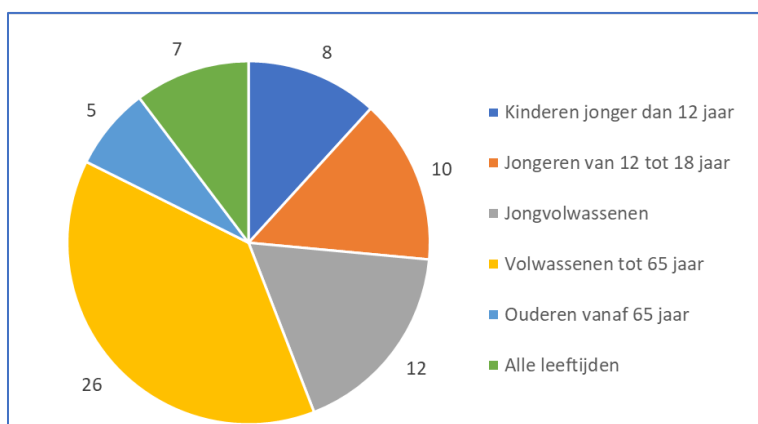
Daarom gaan we gedetailleerder in op ...

- ... de respons op deze bevraging in ‘ondersteuning van personen met een beperking’;
- ... waarvoor onlinetools werden ingezet in ‘ondersteuning van personen met een beperking’;
- ... waar onlinetools méér ingezet werden in ‘ondersteuning van personen met een beperking’;
- ... motieven om minder of geen onlinetools in te zetten voor deze doelgroep;
- ... wat noden en oplossingen waren bij het implementeren van onlinetools in deze sector;
- ... hoe medewerkers in deze sector kijken naar het inzetten van onlinetools na de lockdown.

7.1. De respons op de bevraging ‘online veerkracht’ in ‘ondersteuning van personen met een beperking’

In totaal vulden 36 respondenten vanuit een deelwerking van Vergunde Zorgaanbieders de vragenlijst in.

Figuur 26: doelgroepen waarnaar de respondenten uit de sector ondersteuning van personen met een beperking zich richten



Vermits meerdere deelwerkingen zich op een combinatie van meerdere leeftijdsgroepen richten, is het aantal in deze figuur (N= 68) hoger dan het aantal respondenten (N = 36)

De respondenten verzorgen dagbesteding, residentiële opvang, mobiele begeleiding of begeleid werk voornamelijk voor personen met een verstandelijke beperking, maar ook voor personen met communicatiestoornissen (doof, slechthorend, spraak-taalstoornis, autisme), voor personen met een ernstig meervoudige beperking (bv. cognitief en motorisch), voor personen met een NAH en voor personen met een auditieve beperking.

7.2. Waarvoor onlinetools inzetten tijdens de lockdownperiode in ‘ondersteuning van personen met een beperking’

Alle respondenten hebben in hun deelwerking onlinetools ingezet ‘om te communiceren met individuen’ (via bijvoorbeeld chat, e-mail en/of beeldbellen). Vele respondenten zetten onlinetools in ‘om hun doelpubliek of cliënten te informeren’ (bijvoorbeeld over corona, over wijzigingen in de werking) en om te ‘communiceren met groepen of gemeenschappen’ (via forum, groeps-chat, webinars).

Tabel 24: waarvoor onlinetools werden ingezet in de ondersteuning van personen met een beperking

	Minder als voor corona	Evenveel als voor corona	Sterker als voor corona	1e keer tijdens corona	Niet ingezet	totaal
om te informeren	0	4	31	0	1	36
om te communiceren met individuen	0	3	27	6	0	36
om te communiceren met groepen en gemeenschappen	0	5	18	10	3	36
om begeleiding online te ondersteunen	0	9	10	6	11	36
om buurten of gemeenschappen te mobiliseren	0	9	2	0	25	36

92% van de respondenten heeft sterker of voor de eerste keer online gecommuniceerd met individuen dan voor de crisis. 86% van de respondenten heeft hun doelgroep sterker of voor het eerst online geïnformeerd tijdens deze crisis dan voordien.

7.3. Méér onlinetools inzetten tijdens de lockdownperiode in ‘ondersteuning van personen met een beperking’

7.3.1. Motieven om méér onlinetools in te zetten in de lockdownperiode in ‘ondersteuning van personen met een beperking’

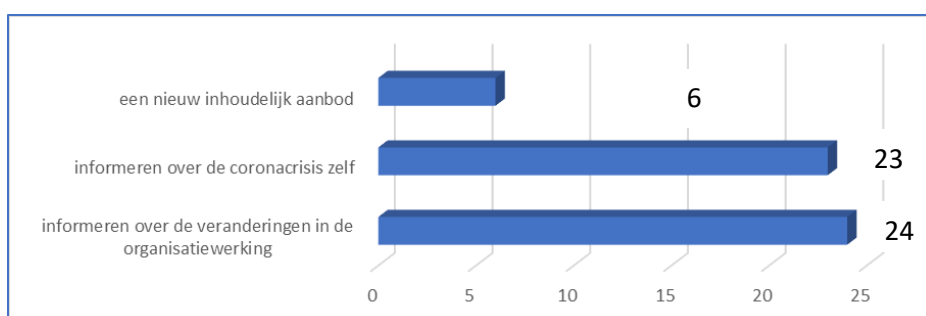
Figuur 27: motieven om meer onlinetools in te zetten tijdens de lockdown in ondersteuning van personen met een beperking



Respondenten die aangaven sterker op onlinetools in te zetten, deden dit in eerste instantie vanuit een directe clientbetrokkenheid.

Bijkomende motieven die respondenten extra aanbrachten voor het méér inzetten van onlinetools hadden vooral betrekking op het behouden van contact tussen hulpverleners, cliënten en netwerken.

Figuur 28: inhoud van extra online informatie aanbod in de lockdown bij de ondersteuning van personen met een beperking



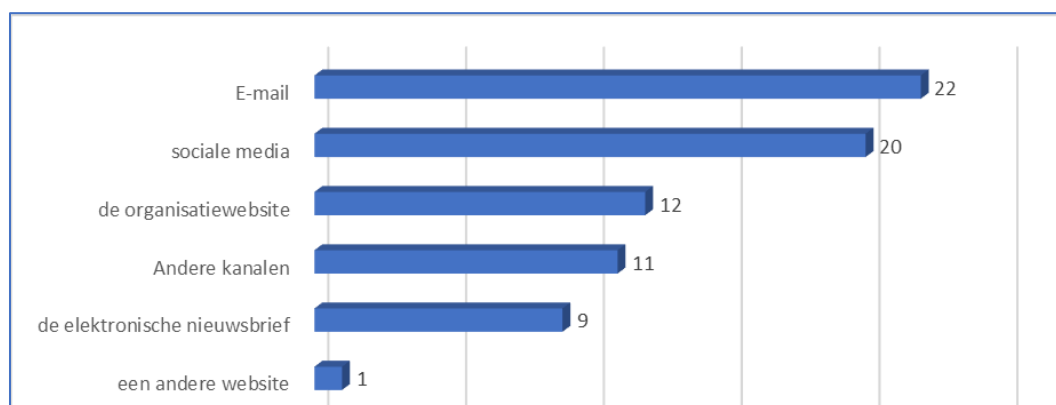
Bij de 31 respondenten die tools ingezet hebben om voor de eerste keer of méér online te informeren dan buiten de lockdown, gebeurde dit overwegend om te informeren over de veranderingen in de organisatiewerking en/of over de coronacrisis (en de bijhorende maatregelen). 6 respondenten beoogden ook het aankondigen van nieuw inhoudelijk aanbod, onder andere:

Wat
Kennismakingsbezoek via go pro filmpje
Breed aanbod van allerhande workshops
Ondersteuning & begeleiding coronaproof
Communicatie met de ouders die thuis hun kind opvingen vroeg extra aandacht
Inzet op zorgcontinuïteit via afstandsbegeleiding om zo onze activiteit te continueren
Nieuwe wekschema's en activiteiten, informatie over hoe de opvang van cliënt thuis kan verlopen

7.3.2. Welke tools worden meer ingezet in de lockdown in 'ondersteuning van personen met een beperking'

Onlinetools inzetten om méér te informeren

Figuur 29: online communicatiekanalen bij de ondersteuning van personen met een beperking voor extra online inhoudelijk aanbod in de lockdownperiode



E-mail en sociale media waren de voornaamste onlinetools. Met andere kanalen bedoelen de respondenten vooral telefoon, whatsapp, Skype, Whereby en beeldbeltools.

Onlinetools om te communiceren met individuen

92% van de respondenten gaf aan dat zij meer online communiceerden met cliënten. Ze deden dit vooral met 'e-mail' en met het sterk groeiende 'beeldbellen'

Tabel 25: ingezette onlinetools om te communiceren met individuele personen met een beperking tijdens de lockdownperiode

	minder als voor corona	evenveel als voor corona	sterker als voor corona	voor de 1e keer tijdens corona	niet ingezet
e-mail	1	16	19	0	0
chat	0	8	12	5	8
beeldbellen	0	1	20	15	0
sociale media	1	11	15	3	4

Op de vraag of er nog andere onlinetools werden ingezet om te communiceren met individuen verwezen respondenten naar het gebruik van de telefoon, hetgeen geen online tool is of verwezen zij naar het gebruik van MS Teams en Skype, welke concrete tools voor beeldbellen zijn.

Als organisaties onlinetools voor de eerste keer hebben ingezet om te communiceren met individuen dan ging het daarbij vooral om volgende tools (in numerieke volgorde – cijfer tussen haakjes zijn het aantal respondenten die deze tool noemden):

- Microsoft Teams (16)
 - Zoom (11)
 - Whereby (5)
 - Skype (12)
 - Whatsapp (6)
 - Facebook Messenger(4)
- Sporadisch werden ook volgende tools gebruikt:
- Google meet (3)
 - Webex (2)
 - Smartschool (1)
 - Jitsi (3)
 - Praatbox (1)
 - Videovergadering (1)
 - Starleaf (3)
 - SIT-tool (1)
 - Hangout (1)

Onlinetools om te communiceren met groepen en gemeenschappen

78% van de respondenten gaf aan dat zij tijdens de lockdown meer communiceerden met groepen en gemeenschappen – vooral met ‘e-mailen’, ‘beelbellen’ en ‘sociale media’

Tabel 26: ingezette onlinetools om tijdens de lockdownperiode te communiceren met groepen en gemeenschappen in de sector ondersteuning van personen met een beperking

	minder als voor corona	evenveel als voor corona	sterker als voor corona	voor de 1e keer tijdens corona	niet ingezet
e-mail	2	12	11	0	2
groeps-chat	0	5	6	5	11
forum	0	5	2	2	16
beelbellen	0	0	20	7	2
webinar	1	1	14	4	7
sociale media	1	10	12	1	3

Online inhoudelijke ondersteunende tools of programma's

44% van de respondenten geeft aan dat zij één of meer online inhoudelijk ondersteunende tools of programma's hebben ingezet in begeleidingen.

Tabel 27: online inhoudelijk ondersteunende tools voor personen met een beperking

	minder als voor corona	evenveel als voor corona	sterker als voor corona	voor de 1e keer tijdens corona	niet ingezet
online diagnosetools	0	2	3	0	16
online dagboeken	0	8	2	0	11
online educatietools	0	0	7	0	13
online oefeningen	0	0	5	0	15
online planners	0	4	4	0	13
online serious games	0	1	0	0	19
online zelftests	0	0	2	1	17

Onlinetools om buurten en gemeenschappen te mobiliseren

5% van de respondenten geeft aan dat ze tijdens de lockdownperiode ook meer tools ingezet hebben om buurten en gemeenschappen te mobiliseren.

Tabel 28: onlinetools om buurten of gemeenschappen tijdens de lockdownperiode te mobiliseren voor ondersteuning van personen met een beperking

	minder als voor corona	evenveel als voor corona	sterker als voor corona	voor de 1e keer tijdens corona	niet ingezet
campagne voor actie	1	2	0	0	6
matchen vraag & -aanbod	0	5	1	1	2
online bevraging	0	3	1	0	5
crowdfunding	1	3	0	1	4
wervingstool	1	2	0	0	6

7.3.3. Motieven bij het kiezen van ‘nieuwe onlinetools’ in ‘ondersteuning van personen met een beperking’

Er werd de respondenten gevraagd welke motieven er speelden bij het inzetten van nieuwe onlinetools tijdens de lockdown. ‘Gebruikersvriendelijkheid’ en ‘privacy’ waren ook bij deze respondenten de belangrijkste motieven.

Tabel 29: mogelijke motieven bij de selectie van nieuwe ingezette onlinetools ter ondersteuning van personen met een beperking tijdens de lockdownperiode

Mogelijke motieven	heel onbelangrijk	onbelangrijk	noch onbelangrijk noch belangrijk	belangrijk	heel belangrijk	weet niet of blanco
kostprijs van de tool	0	6	9	8	7	4
tool die de doelgroep reeds gebruikt	1	4	8	8	8	7
tool die de privacy waarborgt	2	1	3	9	15	6
gebruikersvriendelijkheid van de tool	2	0	2	11	17	4
andere organisaties gebruiken de tool	3	12	6	6	1	8
evident effect van deze tool	2	4	5	9	7	9

Sommige respondenten geven ook nog ‘andere motieven’ of nuanceringen aan:

- Het gebruiksgemak voor de client
- Mogelijkheid om tegelijkertijd meerdere visuele tools te presenteren
- Het moet mogelijk zijn om snel aan de slag te kunnen gaan, in afwezigheid van huisbezoeken
- Webinars moeten ook toegankelijk zijn voor doven, vb. door middel van ondertiteling

7.3.4. Doelgroepen en thema’s om onlinetools vooral in te zetten in ‘ondersteuning van personen met een beperking’

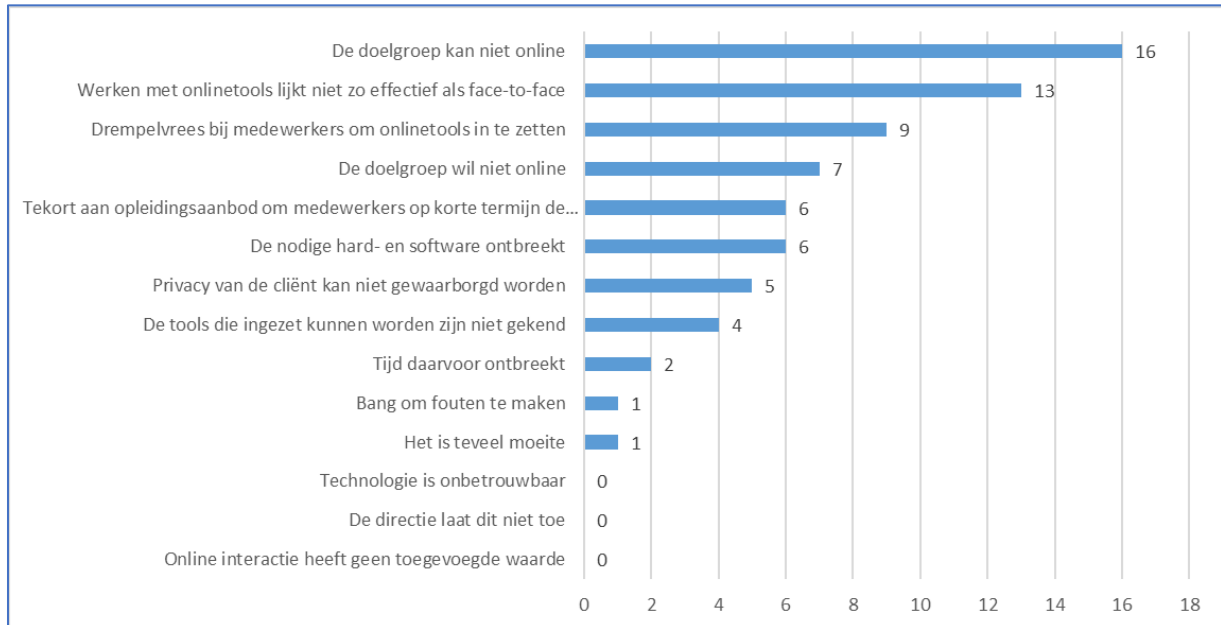
Respondenten geven veelal aan dat ze voor alle cliënten deze onlinetools inzetten. Indien dit niet mogelijk bleek, werd vooral gefocust op cliënten die ambulante of mobiel begeleid werden of die zelfstandig woonden. Verder richtte men zich ook veelal op ouders of het netwerk van cliënten.

Het online aanbod werd tijdens de lockdown vooral ingezet rondom de bestaande begeleidingsthema’s, maar ook om te informeren rondom de coronacrisis en -richtlijnen. De overgrote meerderheid van de respondenten geeft aan dat deze tools werden ingezet om contact te maken en te behouden tussen cliënten, begeleiders, familie, netwerk en andere belanghebbenden.

7.4. Motieven om geen of minder onlinetools in te zetten tijdens de lockdownperiode in ‘ondersteuning van personen met een beperking’

53% van de respondenten zegt evenveel of meer onlinetools ingezet te hebben. De ‘doelgroep die niet online kan’ en ‘de twijfel rond effectiviteit van onlinehulp’ waren hun belangrijkste motieven.

Figuur 30: motieven om tijdens de lockdownperiode geen of minder onlinetools in te zetten ter ondersteuning van personen met een beperking



Sommige respondenten haalden ook andere motieven aan:

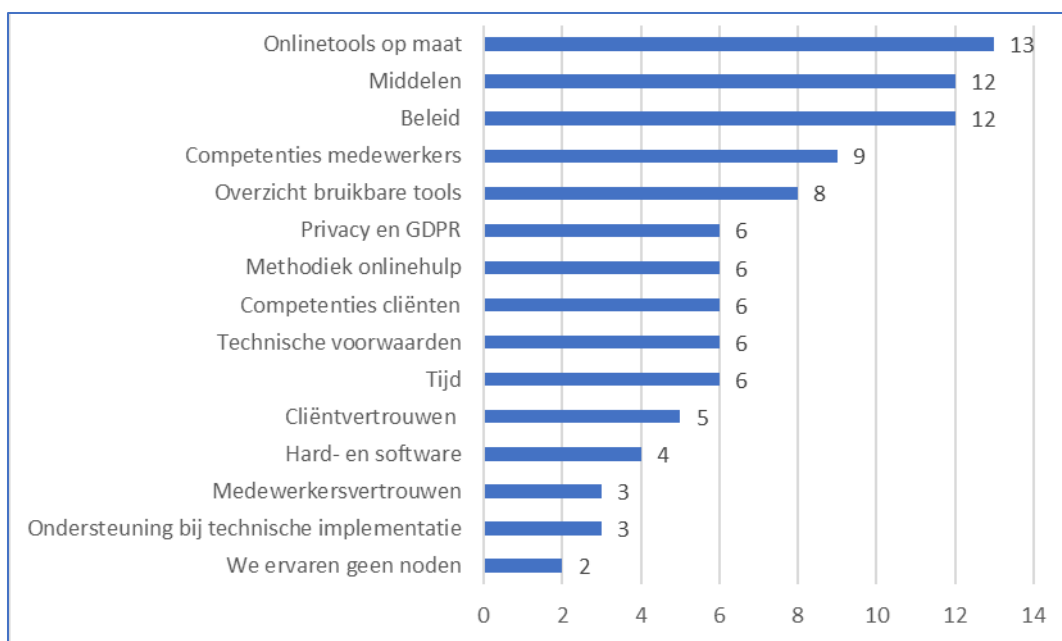
- ICT-dienst werd overspoeld door vragen.
- Doelgroep niet bereikbaar online.
- Praktische zaken kunnen niet online.

7.5. Noden en oplossingen bij het inzetten van onlinetools in ‘ondersteuning van personen met een beperking’

7.5.1. Noden bij het implementeren van onlinetools in de lockdownperiode in ‘ondersteuning van personen met een beperking’

Ander dan in andere sectoren werden het ‘gebrek aan onlinetools op maat van de doelgroep’ en het ‘gebrek aan middelen’ hier als belangrijkste noden geformuleerd.

Figuur 31: noden bij het implementeren van onlinetools in de lockdown ter ondersteuning van personen met een beperking



Daarnaast werden nog enkele specifieke noden door de respondenten geformuleerd:

- Een deel van de doelgroep woont zelfstandig, met een laag inkomen en heeft geen geld voor een stabiele internetverbinding;
- Beeldbellen is voor deze doelgroep niet evident omdat de vaardigheden om al beeldbellen ondersteunende tools te gebruiken niet evident is.

“Voor vele cliënten is het onmogelijk om te beeldbellen. De meest kwetsbare cliënten hebben niet de nodige infrastructuur en niet de nodige vaardigheden.

Anderzijds is een gesprek via beeldbellen niet evident als je ook visueel ondersteunend materiaal gebruikt. Je deelt het scherm, maar verliest dan het beeld van de cliënt. De gesprekspartners worden dan heel klein geprojecteerd, waardoor je geen non-verbale informatie meer ontvangt. Je krijgt ook geen informatie over de context en leefomgeving van de cliënt. Tegelijk kunnen er bij de gesprekspartners zaken gebeuren die je niet ziet, maar waardoor het onmogelijk wordt om hun aandacht vast te houden. Zelf kan je niet ingaan op die 'onzichtbare' factoren, terwijl dit in het proces met de cliënt wel vaak een meerwaarde is. Bijkomend is dit intens onlinegebeuren erg belastend voor de eigen medewerkers. Ze moeten zich niet enkel focussen op de inhoud van het gesprek en de communicatie-elementen. Ze moeten tegelijk ook in staat zijn technische problemen snel op te lossen opdat het gesprek vlot kan lopen.

De voorbereidingen zijn erg intens, waardoor de 'tijdswinst' van de afwezigheid van verplaatsingen geneutraliseerd wordt. Voortdurend achter een scherm zitten voor gesprekken, kan ook een trigger zijn voor medische problemen, zoals migraine, sterke toename van nek-, schouder- en rugproblemen,...

Om die redenen zijn we zo snel als toegestaan ook weer overgestapt naar fysieke gesprekken. Beeldbellen zal na de Corona-periode een aanvulling zijn op de fysieke gesprekken. Beeldbellen zal echter nooit het 'nieuwe normaal' worden, maar wel 'een onderdeel van het nieuwe normaal'.”

7.5.2. Oplossingen bij het implementeren van onlinetools in de lockdownperiode in ‘ondersteuning van personen met een beperking’

In deze sector verwacht men veel heil van ‘tools op maat’ en ‘vorming, training en opleiding’

Figuur 32 :oplossingen bij implementatie van onlinetools in de lockdown ter ondersteuning van personen met een beperking



7.6. Het inzetten van onlinetools na de lockdown in ‘ondersteuning van personen met een beperking’

Figuur 33: intentie over het inzetten van onlinetools na de lockdown ter ondersteuning van personen met een beperking



Het merendeel van de respondenten zal na de crisis wellicht meer onlinetools blijven gebruiken.

8. Conclusies en aanbevelingen

Om kort en bondig te zijn, worden de conclusies en aanbevelingen bulletpoints-gewijs geformuleerd.

De conclusies in dit rapport volgen uiteraard uit de analyse van de bevraging.

De aanbevelingen bouwen daarop verder.

Vele aanbevelingen worden reeds door (sommige) organisaties, koepels, federaties, steunpunten, hoger onderwijsinstellingen of overheidsinstanties ter harte genomen.

Ze gelden dus als stimulans voor wie al in die richting aan de slag is of als wake-upcall voor wie het implementeren van blended hulp nog niet in het vizier heeft.

Dit rapport geeft stem aan 'de brede voorhoede'

- Tussen begin juni en begin augustus 2020 vulden 270 respondenten uit deelwerkingen van organisaties in de sector Welzijn, Volksgezondheid en Gezin (WVG) de onlinebevraging rond 'online veerkracht in welzijns- en zorgorganisaties in de lockdownperiode' in.
- Het werd geen representatieve respons voor de hele sector.
- De ervaringen, verwachtingen en aanbevelingen van de respondenten die de energie vonden om deze bevraging in te vullen kunnen wel een motor en richtingwijzer zijn voor de ondersteuning van het implementeren van onlinehulp in de volledige WVG-sector.

8.1. Conclusies uit deze bevraging

- Deze respons getuigt van een breed draagvlak voor onlinehulp en voor de wil om verder blended hulp rond welzijn en geestelijke gezondheid te implementeren. We zien dit duidelijk in organisaties uit het 'algemeen welzijnswerk' en de 'jeugdhulp'. Ook in 'geestelijke gezondheidszorg' en in voorzieningen voor 'ondersteuning van personen met een beperking' zijn er inspirerende praktijken voor handen die de sector op sleeptouw kunnen nemen.
- De gebrekkige respons vanuit de OCMW's en de thuis- en ouderenzorg is een signaal dat dààr nog meer moet ingezet worden om inspirerende praktijken zichtbaar te krijgen.
- Organisaties die reeds een online aanbod realiseerden vóór de crisis vonden daarin tijdens de lockdown een houvast om hun contact met de doelgroep te behouden en te versterken.
- Het zoeken naar 'sense of urgency voor onlinehulp' was tijdens de lockdown geen issue meer ... de 'sense of urgency' was er. En in vele situaties was onlinehulp een noodzaak.
- Onlinetools werden in de lockdownperiode in de eerste plaats ingezet om te communiceren met individuen. Maar niet alleen dààrvoor. Er werd ook extra ingezet op 'online informeren' (96%), op 'online communiceren met groepen en gemeenschappen' (88%). In mindere mate ook om 'te ondersteunen' (71%) in begeleidingen en om 'buurten en gemeenschappen' te mobiliseren (36%)
- De belangrijkste motieven om méér onlinetools in te zetten tijdens de lockdown waren ...
 - ... de noodzaak om cliënten te kunnen antwoorden;
 - ... er te zijn voor cliënten.
- 'Online informeren' had vooral betrekking op ...
 - ... informeren over de coronamaatregelen op maat van de doelgroep;
 - ... informeren over de veranderingen in de organisatiewerking.Vooraf e-mail, sociale media en de organisatiewebsite werden daarvoor ingezet.
- Om te 'communiceren met individuen' werden e-mail, chat en sociale media opvallend sterker (en soms voor het eerst) ingezet.
- Maar vooral het massaal inzetten van beeldbellen (door 95%) valt op. 50% deed dit zelfs voor het eerst. Er werden door de respondenten in de lockdownperiode 18 verschillende beeldbeltools ingezet. In de helft van de organisaties werden minstens 2 (tot 6) verschillende beeldbeltools gebruikt.

- Ook voor het ‘communiceren met groepen en gemeenschappen’ werd massaal ingezet op beeldbellen (72%) en webinars (42%) – naast e-mail en sociale media.
- 47% van de respondenten heeft in de lockdown extra gebruik gemaakt van inhoudelijk ondersteunende onlinetools (zoals online oefeningen en educatieve tools).
- De belangrijkste motieven bij het selecteren van ‘nieuwe’ tools waren ...
 - ... de gebruiksvriendelijkheid van de onlinetool (83%);
 - ... de privacy die de tool waarborgt (77%).
- De belangrijkste redenen om geen of minder onlinetools in te zetten waren ...
 - ... de vaststelling dat onlinetools niet zo effectief waren dan face-to-facecontact (38%);
 - ... de doelgroep die niet online kon (37%).
- De grootste noden omtrent het implementeren van onlinehulp zijn:
 - Knowhow van medewerkers versterken in het gebruiken van onlinetools;
 - Intern organisatiebeleid rond visie en positie van blended hulp;
 - Methodiek voor het systematisch en doelgericht inzetten van onlinetools;
 - Een overzicht van kwaliteitsvolle onlinetools.
- Hoewel het moeilijk in te schatten is, denkt 60% van de organisaties dat ze na de lockdown blijvend meer onlinehulp zullen inzetten.

8.2. Aanbevelingen naar de overheid

- Wie onlinetools inzette vóór de pandemie bleek een hefboom te hebben om deze tools krachtiger in te zetten tijdens de lockdownperiode.
Het is daarom van belang te blijven investeren in incentives en in implementatieprojecten voor onlinehulp – ook in die sectoren waar daarvoor een draagvlak aanwezig is.
- Op basis van de beperkte respons vanuit sommige sectoren lijken deze extra aandacht te verdienen om de mogelijkheden van blended hulp te verkennen – met name in OCMW’s, de thuiszorg en de ouderenzorg is dit het geval.
- In de sector ter ondersteuning van mensen met een beperking is er extra budget nodig voor onlinetools op maat van deze doelgroep.
- Corona heeft voor een ongeziene omschakeling gezorgd van face-to-face werken naar onlinehulp- en -dienstverlening. De overheid kan deze omschakeling aangrijpen om de uitdagingen die hierbij kwamen kijken, maar ook de geleerde lessen te consolideren om organisaties te wapenen voor een volgende periode van mogelijke ‘social distancing’.

8.3. Aanbevelingen naar steunpunten, koepels, federaties en hoger onderwijs

- E-mail, chat, telefoneren en fysieke contacten waren tot nog toe de tools die hulpverleners inzetten om te communiceren met individuen. Beeldbellen komt daar nu uitdrukkelijk bij.
Rond beeldbellen werden op korte periode vele stappen gezet om deze tool systematisch en doelgericht in te zetten. We staan daarbij aan het begin van een leercurve waarbij steunpunten en hoger onderwijs de sector zeker verder kunnen ondersteunen.
- Koepels, federaties en hoger onderwijs kunnen de modaliteiten in kaart brengen om thuiswerk in zorg en welzijn structureel mogelijk te maken. Als dit thuiswerk cliëntcontacten inhoudt, zal dit vaak met onlinetools gebeuren. Dat modaliteiten hebben dan onder andere te maken met:
 - de materiële en financiële aspecten van thuiswerk;
 - de ondersteuning van medewerkers om thuis professioneel met privacy om te gaan;
 - mogelijkheden voor medewerkers voor collegiaal overleg, teambuilding, ventileren.
- De steunpunten en hoger onderwijs kunnen in kaart brengen welke specifieke onlinetools op maat van personen met een beperking wenselijk zijn.

8.4. Aanbevelingen naar organisaties

- ‘De doelgroep kan niet online’ wordt vaak als argument aangehaald om geen of minder onlinehulp aan te bieden. Het is een uitdaging voor organisaties (in samenwerking met de overheid en met steunpunten) om partners (vrijwilligersorganisaties, (ICT-)bedrijven, cliëntvertegenwoordigers) te zoeken die de doelgroep kunnen ondersteunen bij ...
 - ... het (tijdelijk of permanent) verwerven van online devices;
 - ... het introduceren van onlinetools bij de doelgroep;
 - ... het versterken van mediawijsheid van de doelgroep.
- Op teamniveau zou grondig geëvalueerd moeten worden ...
 - ... welke positieve ervaringen met het inzetten van onlinetools tijdens de lockdownperiode de organisatie zeker wil borgen;
 - ... welke mogelijkheden tot thuiswerk duurzamer kunnen ingezet worden;
 - ... welke barrières rond het implementeren van onlinehulp moeten aangepakt worden.
- Wat beeldbellen betreft maakt een organisatie best de keuze voor 1 (max. 2) beeldbeltools. Zo kan ingezet worden op het optimaliseren van het gebruik van deze tool. Dat is o.a. inzetten op:
 - Een optimale overeenkomst met de beeldbelaanbieder;
 - Een informed consent op maat van de gebruikte beeldbeltool;
 - Kennismakingshandleidingen voor beeldbellen voor (nieuwe) cliënten en medewerkers
 - Ondersteunende software voorzien op maat van de beeldbeltool (whiteboard, polls, ...)
- Naast het voorzien van duurzame hard- en software is er vooral nood aan het versterken van de knowhow van de medewerkers. Dat gaat over ...
 - ... kennismaking met relevante onlinetools;
 - ... leren werken met onlinetools;
 - ... onlinetools leren implementeren in een blended hulp- en zorgaanbod;
 - ... het gebruik van onlinetools inbrengen op casusbesprekingen, intervisie en supervisie.

Besluit

Kortom, er is in de lockdown grote online veerkracht in WVG-organisaties getoond. Deze volstaat echter niet om op duurzame wijze in de WVG-sector blended hulp te implementeren. Er is in alle sectoren een grote nood aan ondersteuning van hulpverleners/zorgverstrekkers en cliënten om blended hulp als een evidentie te realiseren. Deze ondersteuning zal pas effect hebben als een lange termijnperspectief wordt uitgewerkt om systematiek en duurzaamheid in het implementeren van blended hulp te voorzien. Nu blijft de ondersteuning te beperkt tot korte-termijnprojecten.

Deze ondersteuning zal van alle betrokken actoren moeten komen :

- Van de Vlaamse (en federale overheid) zowel sectoraal als over sectoren heen om de krijtlijnen uit te tekenen en de implementatie qua regelgeving en financiering te faciliteren;
- Van de koepels, steunpunten en hoger onderwijs om in afstemming met de overheid professionalisering in blended hulp mogelijk te maken. Dat kan via vormingen, lerende netwerken, methodiekontwikkeling, procesbegeleiding, ontwikkeling en onderzoek;
- Voor organisaties om te investeren in duidelijke visie en positionering van blended hulp en daaraan verbonden middelen, vorming, training en opleiding. Daarvoor kunnen ze een beroep doen op steunpunten, koepels en hoger onderwijs.

Met Netwerk Onlinehulp Vlaanderen, SAM – steunpunt Mens en Samenleving en Steunpunt Geestelijke Gezondheid willen we alvast samen met de overheid en met organisaties blijven zoeken naar antwoorden op deze uitdagingen. Enkel zo kunnen we ervoor zorgen dat de inspirerende praktijken en uitdagingen die de lockdownperiode met zich meebracht op vlak van onlinehulp en blended hulp ook gedeeld en geconsolideerd kunnen worden.

Bijlage 1: overzicht figuren en tabellen

Figuur 1: overzicht aantal respondenten per welzijns- of GGZ-sector.....	6
Figuur 2: leeftijd doelgroep per respondent.....	6
Figuur 3: motieven om meer onlinetools in te zetten tijdens de lockdownperiode.....	8
Figuur 4: inhoud van extra online informatief aanbod in de lockdownperiode	8
Figuur 5: communicatiekanalen voor extra online inhoudelijk aanbod in de lockdownperiode	9
Figuur 6: motieven waarom minder of geen onlinetools werden ingezet in de lockdownperiode.....	12
Figuur 7: respondenten uit domein algemeen welzijn en samenlevingsopbouw	13
Figuur 8: leeftijd van de doelgroepen van respondenten uit algemeen welzijn en samenlevingsopbouw.....	14
Figuur 9: motieven om meer onlinetools in te zetten tijdens de lockdown in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'	15
Figuur 10: inhoud van extra online informatief aanbod in de lockdown in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'	16
Figuur 11: communicatiekanalen voor extra online informeren in lockdown in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'	16
Figuur 12: motieven waarom minder of geen onlinetools werden ingezet in de lockdown in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'.....	21
Figuur 13: prioritaire noden omtrent het implementeren van onlinehulp in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'	22
Figuur 14: overzicht van oplossingen voor het implementeren van onlinehulp in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'	23
Figuur 15: intentie over het inzetten van onlinetools na de lockdown in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'	24
Figuur 16: diversiteit respondenten uit geestelijke gezondheidszorg	25
Figuur 17: respons sector 'Opgroeien'	27
Figuur 18: doelgroep respondenten uit sector 'Opgroeien'.....	27
Figuur 19: motieven om meer onlinetools in te zetten tijdens de lockdownperiode in 'Opgroeien'	28
Figuur 20: inhoud van extra online informatief aanbod in de lockdownperiode in 'Opgroeien'	29
Figuur 21: communicatiekanalen voor extra online inhoudelijk aanbod in lockdownperiode in 'Opgroeien'	29
Figuur 22: motieven om geen of minder onlinetools in te zetten tijdens de lockdownperiode in 'Opgroeien'	32
Figuur 23: noden bij het implementeren van onlinetools in de lockdownperiode in 'Opgroeien'	33
Figuur 24: Oplossingen bij het implementeren van onlinetools in de lockdownperiode in 'Opgroeien'	34
Figuur 25: meningen over het inzetten van onlinetools na de lockdownperiode in 'Opgroeien'	35
Figuur 26: doelgroepen van de respondenten uit de sector ondersteuning van personen met een beperking ..	36
Figuur 27: motieven om meer onlinetools in te zetten tijdens de lockdown in ondersteuning van personen met een beperking	37
Figuur 28: inhoud van extra online informatief aanbod in de lockdown bij de ondersteuning van personen met een beperking	37
Figuur 29: online communicatiekanalen bij de ondersteuning van personen met een beperking voor extra online inhoudelijk aanbod in de lockdown	38
Figuur 30: motieven om tijdens de lockdown geen of minder onlinetools in te zetten ter ondersteuning van personen met een beperking.....	41
Figuur 31: noden bij het implementeren van onlinetools in de lockdown ter ondersteuning van personen met een beperking	42
Figuur 32 :oplossingen bij implementatie van onlinetools in de lockdown ter ondersteuning van personen met een beperking	43
Figuur 33: intentie over het inzetten van onlinetools na de lockdown ter ondersteuning van personen met een beperking	43

Tabel 1: regionale spreiding van de respondenten.....	6
Tabel 2: waarvoor onlinetools werden ingezet.....	7
Tabel 3: voorbeelden van nieuw online inhoudelijk aanbod in de lockdownperiode	9
Tabel 4: ingezette onlinetools om te communiceren met individuen	10
Tabel 5: ingezette onlinetools om te communiceren met groepen en gemeenschappen	10
Tabel 6: online inhoudelijk ondersteunende tools	11
Tabel 7: onlinetools om buurten of gemeenschappen te mobiliseren	11
Tabel 8: mogelijke motieven bij de selectie van nieuw ingezette onlinetools.....	12
Tabel 9: regionale spreiding van de respondenten uit 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'	13
Tabel 10: waarvoor onlinetools werden ingezet in het domein 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw' ...	14
Tabel 11: voorbeelden van nieuw online inhoudelijk aanbod in de lockdown in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'	16
Tabel 12: ingezette onlinetools om meer te communiceren met individuen in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'	17
Tabel 13: onlinetools om meer te communiceren met groepen en gemeenschappen in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'	17
Tabel 14: meer online inhoudelijk ondersteunende tools in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'	18
Tabel 15: onlinetools om buurten en gemeenschappen te mobiliseren in 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'	18
Tabel 16: mogelijke motieven bij de selectie van nieuw ingezette onlinetools in het domein 'algemeen welzijn en samenlevingsopbouw'.....	19
Tabel 17: thema's per doelgroep waarrond in 'algemeen welzijnswerk en samenlevingsopbouw' onlinetools werden ingezet	19
Tabel 18: waarvoor onlinetools werden ingezet in de sector 'Opgroeien'	28
Tabel 19: ingezette onlinetools om te communiceren met individuen in 'Opgroeien'	30
Tabel 20: ingezette onlinetools om te communiceren met groepen en gemeenschappen in 'Opgroeien'	30
Tabel 21: online inhoudelijk ondersteunende tools in 'Opgroeien'	30
Tabel 22: onlinetools om buurten en gemeenschappen te mobiliseren in 'Opgroeien'	31
Tabel 23: mogelijke motieven bij de selectie van nieuw ingezette onlinetools in 'Opgroeien'	31
Tabel 24: waarvoor onlinetools werden ingezet in de ondersteuning van personen met een beperking	37
Tabel 25: ingezette onlinetools om te communiceren met individuele personen met een beperking tijdens de lockdownperiode	38
Tabel 26: ingezette onlinetools om tijdens de lockdownperiode te communiceren met groepen en gemeenschappen in de sector ondersteuning van personen met een beperking.....	39
Tabel 27: online inhoudelijk ondersteunende tools voor personen met een beperking.....	39
Tabel 28: onlinetools om buurten of gemeenschappen tijdens de lockdownperiode te mobiliseren voor ondersteuning van personen met een beperking	40
Tabel 29: mogelijke motieven bij de selectie van nieuwe ingezette onlinetools ter ondersteuning van personen met een beperking tijdens de lockdownperiode	40

Bijlage 2: vragenlijst 'online veerkracht van welzijns- en zorgorganisaties in coronacrisis

Over jouw organisatie

5. Wat is de naam van de organisatie *

.....

6. Wat is het postnummer van de gemeente waar de organisatie gevestigd is? *

.....

7. Wat is de weblink van de organisatiewebsite?

.....

8. Tot welke 'sector / sectoren' behoort de (deelwerking van) de organisatie waarvoor jij deze bevraging invult? (meerdere antwoorden mogelijk *)

- Algemeen welzijnswerk – Centra Algemeen Welzijnswerk
- Algemeen welzijnswerk – sociale diensten ziekenfondsen
- Algemeen welzijnswerk - hulplijn
- Armoedebestrijding
- Geestelijke gezondheidszorg – Centra Geestelijke Gezondheidszorg
- Geestelijke gezondheidszorg – Initiatieven beschut wonen
- Geestelijke gezondheidszorg – verslavingszorg
- Jeugdwerk
- OCMW
- Opgroeien – jeugdhulp
- Opgroeien – multi-functioneel centrum (MFC) VAPH
- Opgroeien – kind & gezin – huizen van het kind / opvoedingswinkels
- Opgroeien – kind & gezin – kinderopvang
- Ouderenzorg - kortverblijf
- Ouderenzorg – herstelverblijf
- Ouderenzorg - dagverzorgingscentra
- Ouderenzorg – assistentiewoningen
- Ouderenzorg – serviceflats
- Ouderenzorg - woonzorgcentra
- Preventie
- Revalidatie
- Samenlevingsopbouw
- Straathoekwerk
- Thuiszorg – dienstencentra
- Thuiszorg – gezinszorg
- Thuiszorg – oppashulp
- Thuiszorg – thuisverpleging
- Thuiszorg – logistieke hulp
- Thuiszorg – diensten maatschappelijk werk van de ziekenfondsen
- Vergunde zorgaanbieders (VZA) voor personen met een beperking – bijstandsorganisaties
- Vergunde zorgaanbieders voor personen met een beperking – diensten ondersteuningsplan
- Vergunde zorgaanbieders (VZA) voor personen met een beperking – multidisciplinaire teams
- Vergunde zorgaanbieders (VZA) voor personen met een beperking – rechtstreeks toegankelijk (RTH)
- Welzijn en justitie
- Andere:

9. Welke leeftijdsomschrijving van de doelgroep van jouw deelwerking is het meest van toepassing?

(meerdere antwoorden mogelijk *)

- Kinderen jonger dan 12 jaar
- Jongeren van 12 tot 18 jaar
- Jongvolwassenen
- Volwassenen tot 65 jaar
- Ouderen vanaf 65 jaar
- Alle leeftijden

10. Wat is het typerende thema en/of de typerende problematiek van jouw deelwerking?
(omschrijf in 1 of enkele steekwoorden de kernfocus van jouw deelwerking)

.....

Over het inzetten van onlinetools in de coronacrisis

11. Waarvoor werden onlinetools ingezet door jouw organisatie tijdens de coronacrisis
(1 antwoord per lijn *)

	Minder ingezet als voor corona	Evenveel ingezet als voor corona	Sterker ingezet als voor corona	Voor de 1 ^e keer ingezet tijdens corona	Niet ingezet
... om te informeren (over corona, over wijzigingen in de werking, over nieuw aanbod, over ...)					
... om te communiceren met individuen (via e-mail, chat, video, ...)					
... om te communiceren met groepen en gemeenschappen ((bijv. forum, groeps-chat, video, webinar, ...))					
... om doelen in begeleiding te bereiken via online ondersteunende tools (bijv. diagnosetool, onlinedagboek, zelfhulp, planners, ...)					
... om buurten of gemeenschappen te mobiliseren (bijv. inspraaktools, matching vraag-aanbod, ...)					

12. Wat waren motieven om méér onlinetools in te zetten in de coronacrisis dan ervoor? (meerdere keuzes mogelijk *)

- We hebben niet méér onlinetools ingezet in de coronacrisis
- Het was een noodzaak om de vragen van onze cliënten te kunnen beantwoorden
- Onze cliënten wilden dit
- Cliënten behouden
- Er zijn voor cliënten die niet fysiek aanwezig kunnen zijn
- Bijblijven met hoe het digitaal gebruik van cliënten evolueert
- Het is 'normaal' dat (nieuwe) digitale tools ingezet worden in ons werk
- Op vraag van de overheid
- Andere:

13. Als er onlinetools werden ingezet die voordien nog niet gebruikt werden, welke motieven waren dan belangrijkste bij de keuze van de tool? (1 antwoord per lijn *)

Kruis aan van 1 tot 5 waarbij '1 = heel onbelangrijk' en '5 = heel belangrijk'.

	1	2	3	4	5	weet niet
De kostprijs van de tool						
Een tool die de doelgroep reeds gebruikt						
Een tool die de privacy waarborgt						
De gebruiksvriendelijkheid van de tool						
Andere organisaties gebruiken deze tool						
Evident effect van de tool						
Andere, namelijk:					

14. Voor welke concrete doelgroepen in je deelwerking werd het online aanbod tijdens de coronacrisis vooral ingezet?

..... (open vraag)

15. Rond welke concrete thema's/problematieken in je deelwerking werd het online aanbod tijdens de coronacrisis vooral ingezet?

..... (open vraag)

16. Wat waren motieven om geen of minder onlinetools in te zetten (meerdere antwoorden mogelijk)

- We hebben evenveel of meer onlinetools ingezet
- Drempelvrees bij medewerkers om onlinetools in te zetten
- Werken met onlinetools lijkt niet zo effectief als face-to-face
- Online interactie heeft geen toegevoegde waarde
- Het is teveel moeite
- De directie laat dit niet toe
- De doelgroep wil niet online
- De doelgroep kan niet online
- De tools die ingezet kunnen worden zijn niet gekend
- De nodige hard- en software ontbreekt
- Tijd daarvoor ontbreekt
- Technologie is onbetrouwbaar
- Privacy van de cliënt kan niet gewaarborgd worden
- Bang om fouten te maken
- Tekort aan opleidingsaanbod om medewerkers op korte termijn de nodige vaardigheden aan te leren (chathulp – e-mailhulp - beeldbellen)
- Andere

Over onlinetools om te INFORMEREN

17. Waarover ging dit EXTRA informeren? (meerdere keuzes mogelijk *)

- Informeren over de coronacrisis zelf
- Informeren over de veranderingen in de organisatiewerking
- Een nieuw inhoudelijk aanbod, namelijk
- Andere info:

18. Welke online kanalen werden MEEST ingezet voor dit EXTRA informeren? (meerdere keuzes mogelijk *)

- E-mail
- de organisatiewebsite
- een andere website, namelijk:
- blogs
- de elektronische nieuwsbrief
- sociale media
- Andere kanalen:

Over online interactie met individuele cliënten

19. Welke online communicatietools werden ingezet voor individuele interactie? (1 keuze per lijn*)

	Minder ingezet als voor corona	Evenveel ingezet als voor corona	Sterker Ingezet als voor corona	Voor de 1 ^e keer ingezet tijdens corona	Niet ingezet
e-mail					
chat					
beeldbellen / videogesprek					
sociale media					
Andere:					

20. Als er voor jouw deelwerking nieuwe online communicatietools werden ingezet, welke concrete tools (=merknaam) waren dat dan?

.....

Over online communiceren met groepen en gemeenschappen

21. **Welke online communicatietools werden ingezet voor communicatie met groepen of gemeenschappen?**
(1 keuze per lijn *)

	Minder ingezet als voor corona	Evenveel ingezet als voor corona	Sterker Ingezet als voor corona	Voor de 1 ^e keer ingezet tijdens corona	Niet ingezet
e-mail					
groeps- chat					
forum					
beeldbellen / videogesprek					
webinar					
sociale media					
Andere:					

22. **Als er voor jouw deelwerking nieuwe online communicatietools met groepen en gemeenschappen werden ingezet, welke concrete tools (=merknaam) waren dat dan?**

.....

Over online inhoudelijk ondersteunende tools of programma's

23. **Welke online inhoudelijk ondersteunende tools werden ingezet?** (1 keuze per lijn *)

	Minder ingezet als voor corona	Evenveel ingezet als voor corona	Sterker Ingezet als voor corona	Voor de 1 ^e keer ingezet tijdens corona	Niet ingezet
diagnosetool					
onlinedagboek					
online educatietool					
online oefeningen					
online planner					
serious games					
zelftest					
Andere:					

24. **Als er voor jouw deelwerking nieuwe online inhoudelijk ondersteunende tools werden ingezet, welke concrete tools (=merknaam/link) waren dat dan?**

.....

Over onlinetools om buurten of gemeenschappen te mobiliseren

25. **Welke onlinetools om buurten en gemeenschappen te mobiliseren werden ingezet?** (1 keuze per lijn *)

	Minder ingezet als voor corona	Evenveel ingezet als voor corona	Sterker Ingezet als voor corona	Voor de 1 ^e keer ingezet tijdens corona	Niet ingezet
Tools om hulpvraag en -aanbod te matchen					
Tools om online bevestigingen te doen					
Wervingstools					
Tools voor crowdfunding					
Campagnetools voor actie					
Andere:					

26. Als er voor jouw deelwerking nieuwe onlinetools voor het mobiliseren van buurten of gemeenschappen werden ingezet, welke concrete tools (=merknaam/link) waren dat dan?

.....

Noden en oplossingen bij het inzetten van onlinetools

Om onlinetools te gebruiken is het mogelijk dat je deelwerking enkele noden of drempels ervaart om gericht en gepast gebruik te kunnen maken van deze onlinetools en deze in de werking te implementeren.

27. Welke noden ervaart je deelwerking op vlak van het implementeren van onlinetools?

(meerkeuze: selecteer de 3 meest prioritaire noden)

- Beleid: er is nood aan interne beleidsontwikkeling in onze organisatie m.b.t. onlinetools
- Beleid: er is nood aan beleidsontwikkeling, visie en ondersteuning door overheden, koepels, agentschappen, ...
- Middelen: we missen het budget om de onlinetools te voorzien die nodig zijn
- Tijd: we hebben te weinig tijd om onlinetools gericht en gepast te implementeren
- Hard- en software: we missen de gepaste software
- Hard- en software: we missen de gepaste hardware
- Technische voorwaarden: we missen de juiste technische infrastructuur (bv. traag internet, servers, omgeving, ...) .
- Ondersteuning bij technische implementatie: we missen de nodige IT-ondersteuning bij het klaarmaken van hard-, software en opzetten van onlinehulp tools.
- Overzicht bruikbare tools: er is nood aan een overzicht aan (nuttige en veilige) onlinetools die we zouden kunnen inzetten
- Onlinetools: de onlinetools die beschikbaar zijn, zijn niet aangepast voor onze doelgroep
- Onlinetools: de onlinetools die beschikbaar zijn, beschikken niet over de vereiste functies om onze doelstellingen te bereiken
- Competenties medewerkers: er is nood aan meer kennis en vaardigheden bij medewerkers in het gebruiken van (bestaande) onlinetools
- Competenties cliënten: er is nood aan meer kennis en vaardigheden bij medewerkers in het gebruiken van (bestaande) online middelen
- Medewerkersvertrouwen: er is nood aan meer vertrouwen in onlinehulp bij medewerkers
- Cliëntvertrouwen: er is nood aan meer vertrouwen in onlinehulp bij cliënten
- Methodiek onlinehulp: er is nood aan inzicht over hoe we onlinetools systematisch en doelgericht kunnen inzetten in onze werking en met onze doelgroepen
- Privacy en GDDPR: er is nood aan meer interne kennis over privacy-veilig (en GDPR-veilig) omgaan met online tools
- We ervaren geen noden in onze organisatie op vlak van het implementeren van onlinehulp

28. Welke oplossingen zou je in je dienst kunnen gebruiken in het omgaan met deze noden?

(meerkeuze: selecteer de 3 belangrijkste oplossingsuggesties)

- Budget voor de aankoop van hardware
- Budget voor de aankoop van software
- Budget voor optimalisatie van technische randvoorwaarden (bv. aanpassen, installeren, op maat gebruiksvriendelijk maken van bv. soft- en hardware, betere Wifi, internet, servers, ...)
- Ontwikkeling van nieuwe onlinetools op maat van onze noden
- Het aanpassen van bestaande onlinetools op maat van onze noden
- Interne beleid- en strategieontwikkeling
- Extra ondersteunende medewerkers
- Vorming, training, opleiding van medewerkers
- Vorming, training, opleiding van cliënten
- Externe helpdesk/hulplijn voor vragen
- Handleidingen/stappenplannen voor het gebruik van onlinetools voor medewerkers
- Handleidingen/stappenplannen voor het gebruik van onlinetools voor cliënten
- Algemene informatieve gidsen rond hoe onlinehulp inzetten
- Algemene informatieve gidsen rond privacy en onlinehulp

- Een overzicht van verschillende (veilige en bruikbare) onlinetools
- Lerende netwerken met experts en uitwisseling tussen organisaties
- Andere vormen van (inter-)sectorale kennisdeling (dan lerende netwerken)
- We kunnen in onze organisatie voldoende zelf oplossingen voorzien om tegemoet te komen aan onze noden rond onlinehulp.

Nog drie afrondende vragen

29. Hoe zal het gebruik van onlinetools in je deelwerking evolueren na de coronacrisis?

(Kruis aan wat best past)

- We gebruiken geen onlinetools tijdens de coronacrisis en zullen dit ook daarna niet doen
- Onlinetools gebruiken zal zich beperken tot de coronacrisis
- Méér onlinetools gebruiken zal zich beperken tot de coronacrisis
- We zullen voor, tijdens en na evenveel onlinetools gebruiken
- We zullen na de coronacrisis wellicht meer onlinetools blijven gebruiken
- Dat kan ik (nog) niet inschatten

30. Hebben medewerkers van je (deel-)werking over het gebruik van de onlinetool met de doelgroep van gedachten gewisseld?

Kruis aan wat van toepassing is

nooit	zelden	af en toe	Vaak	altijd

31. Wil je naar aanleiding van deze bevraging over het inzetten van onlinetools in je deelwerking nog iets kwijt?

.....

Afsluitend bericht

Hartelijk bedankt voor je deelname!

De resultaten van deze bevraging worden in de komende maanden verwerkt en zullen in het najaar breed gecommuniceerd worden. Mogelijk word je later dit jaar nog vrijblijvend gecontacteerd voor een tweede bevraging.

Dit rapport is een realisatie van ...

... partners van [Netwerk Onlinehulp Vlaanderen](#)

... in samenwerking met [SAM – steunpunt Mens en Samenleving](#)

en [Steunpunt Geestelijke Gezondheid](#)

Wil je naar aanleiding van dit rapport met ons contact opnemen dan kan dat via e-mail naar philippe.bocklandt@arteveldhs.be

Alle info uit dit rapport mag verspreid worden als het maar met duidelijke referentie gebeurt naar:

Bocklandt, P.; Custers, S.; Drooghmans, N.; Hermans, K.; Nijs, D.; Van Daele, T. & Wyverkens, E. (2020) Rapport online veerkracht van welzijns- en geestelijke gezondheidszorgorganisaties in de lockdownperiode. S.L. – Netwerk Onlinehulp Vlaanderen.

Oktober 2020