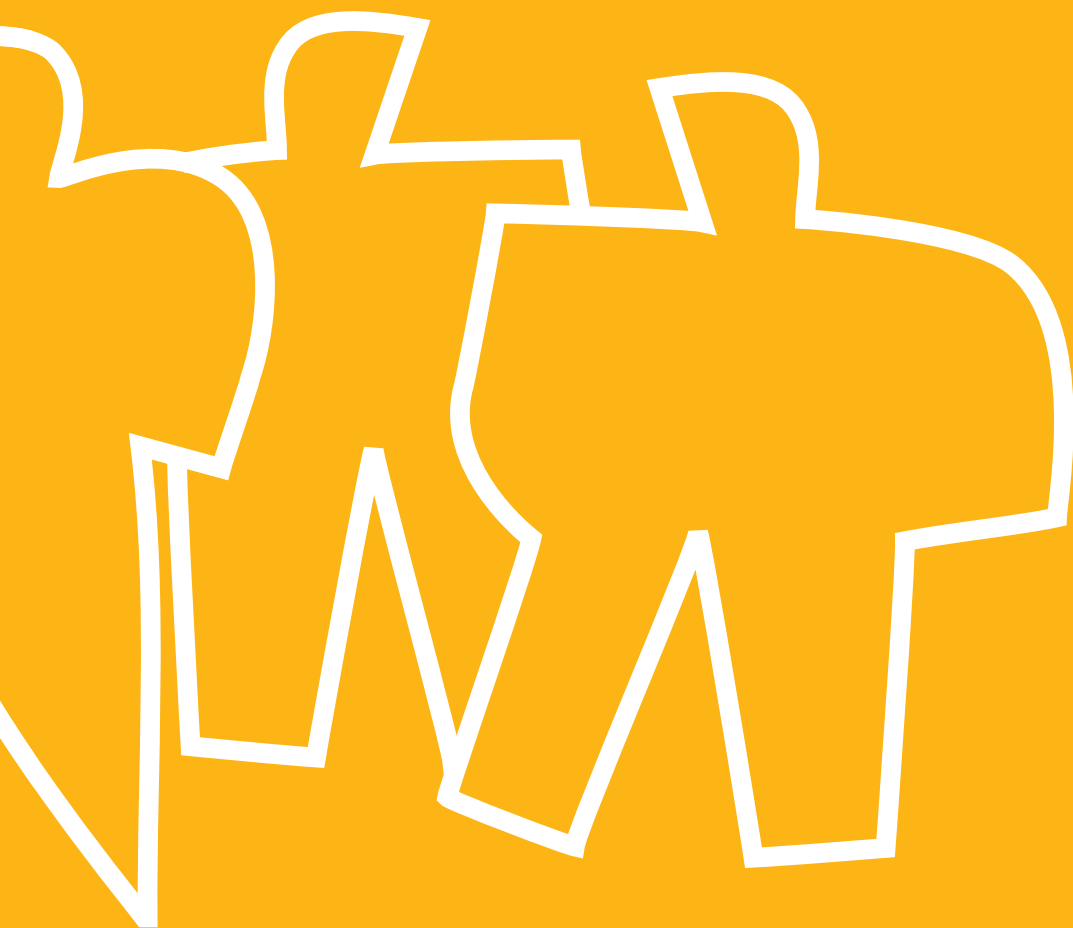


Contact Achterban



LOC

Wegwijzer:

Contact Achterban

Deze brochure geeft antwoord op de vraag:

Hoe legt en onderhoudt u contact met uw achterban?

Deze brochure is onderverdeeld in:

Deel I: Hoofdstuk 1 t/m 5

In Deel I leest u waarom het belangrijk is om contact met uw achterban te leggen en te onderhouden en treft u een aantal vragen aan die u daarbij helpen. Daarnaast bevat dit deel een beschrijving van een groot aantal communicatiemiddelen en sluit af met wat steuntjes in de rug waar u gebruik van kunt maken bij uw activiteiten.

Deel II: Bijlagen

De bijlagen in dit deel kunt u aanpassen voor uw eigen situatie. Zo is er een voorbeeldcommunicatieplan, een voorbeeldfolder voor de cliëntenraad en een voorbeeldbrief voor de directie. Het stappenplan voor het organiseren van een bijeenkomst voor cliënten/familieleden kunt u zo gebruiken. Met de controlelijst contact achterban gaat u na of de communicatie met uw achterban goed geregeld is en wat er eventueel beter kan.

Deze brochure heeft een relatie met de brochures:

- Clientenraden en de WMCZ, Deel 2, In de praktijk, zie de map Naslagwerk
- Gezocht: Nieuwe Leden, zie de map Medezeggenschap
- Werkwijze Cliëntenraad, deel 2, zie de map Medezeggenschap

Colofon

Contact Achterban is een uitgave van de Landelijke Organisatie Cliëntenraden (LOC). De LOC komt op voor de belangen van cliënten van verzorgings- en verpleeghuizen, de thuiszorg en van bewoners van woonzorgcentra en aanleunwoningen. Er zijn 1.700 cliëntenraden aangesloten bij de LOC.

Oktober 2006

Concept, eindredactie, vormgeving & productie:

VaDéHa Communicatie bv, Amsterdam



U kunt de opbergmap Medezeggenschap en de brochure Contact Achterban bestellen door € 18 per set (leden) of € 36 (niet-leden) over te maken op gironummer 4088175 ten name van de stichting LOC in Utrecht. Vermeld op de overschrijving bestelnummer 062/062001, titel van de map en de brochure, uw naam, adres en het aantal sets dat u wilt ontvangen.

LOC

Landelijke Organisatie Cliëntenraden
Postbus 700
3500 AS Utrecht

T (030) 231 46 79

F (030) 236 43 03

e-mail: loc@loc.nl

website: www.loc.nl

Inhoud

Deel I	5
1 Contact met uw achterban	5
1.1 Wat heeft u nodig?	5
1.2 Wat zegt de wet?	6
2 Communicatie, wat is dat?	7
2.1 Een goede voorbereiding: het halve werk	7
2.2 Invulschema	9
3 Middelen om naar uw achterban te communiceren	11
3.1 Algemene tips	11
3.2 E-mailadres	12
3.3 Folder (ook digitaal toe te passen)	12
3.4 Incidentele brief (ook digitaal toe te passen)	12
3.5 Jaarverslag (ook digitaal toe te passen)	13
3.6 Kabelkrant	13
3.7 Mededelingenbord (digitale toepassing, zie de tip)	14
3.8 Mobiele informatiezuil	14
3.9 Nieuwsbrief of krant (ook digitaal toe te passen)	15
3.10 Ondersteunend pr-materiaal	15
3.11 Persbericht (ook digitaal toe te passen)	16
3.12 Website	17
3.13 Welkomspakket voor nieuwe bewoners	17
3.14 Werkplan en begroting (ook digitaal toe te passen)	17
4 Middelen om met uw achterban te communiceren	19
4.1 Algemene tips	19
4.2 Brainstormsessie	20
4.3 Cliëntenpanel/klankbordgroep (ook digitaal toe te passen)	20
4.4 Creatieve achterbanraadpleging	21
4.5 E-mailadres	21
4.6 Enquête (ook digitaal toe te passen)	22

4.7	Introductiebijeenkomst	22
4.8	Jaarvergadering	23
4.9	Koffiebijeenkomst/huiskamergesprek	23
4.10	(Nieuwe) cliënten persoonlijk bezoeken	24
4.11	Openbaar gedeelte van cliëntenraadsvergadering	24
4.12	Referendum (ook digitaal toe te passen)	24
4.13	'Spin in het web'	25
4.14	Themabijeenkomst	25
4.15	Vertegenwoordiger/contactpersoon van een kiesgroep (ook digitaal toe te passen)	26
4.16	Vraagbaak (ook digitaal toe te passen)	26
4.17	Website	27
4.18	Week van de medezeggenschap	27
5	Steuntjes in de rug	28
5.1	De LOC	28
5.2	Uw eigen netwerk	28
5.3	De organisatie	28
5.4	Goede voorbeelden	29
5.5	Collega-clieñtenraden	29
5.6	Internet.....	29
Deel II	30
Bijlage 1	Voorbeeld van een communicatieplan	30
Bijlage 2	Voorbeeldfolder cliëntenraad	32
Bijlage 3	Stappenplan themabijeenkomst	35
Bijlage 4	Voorbeeldbrief aan de directie	37
Bijlage 5	Controlelijst contact achterban	39

Deel I

1 Contact met uw achterban

De achterban is de 'voedingsbron' van uw cliëntenraad . U heeft ervaringen en wensen van cliënten nodig om uw werk te kunnen doen. Dat lukt alleen als u regelmatig contact heeft met uw achterban. Voor veel cliëntenraden is dat niet eenvoudig. Toch loont het de moeite want als u het cliëntenbelang centraal stelt, vergroot u de kans dat de directie u serieus neemt.

1.1 Wat heeft u nodig?

Voor een goed contact heeft u menskracht, tijd, planning en de juiste middelen nodig. En een organisatie die uw activiteiten ondersteunt.

Menskracht

Onderhoud zelf de contacten met uw achterban, eventueel met hulp van familie en de organisatie. Zorg ervoor dat u gerichte informatie krijgt en geen doorgeefluik bent voor individuele klachten. Dat scheelt werk!

Prioriteit

Geef het cliëntenbelang prioriteit. Heeft u het gevoel dat de onderwerpen op de overlegagenda vooral worden bepaald door uw directeur? Gooi het roer om en zet er (ook) onderwerpen op die uw cliënten belangrijk vinden.

Planning en budget

Contact vraagt om structuur. Een communicatieplan (zie bijlage 1) helpt daarbij. Beschrijf welke communicatieactiviteiten nodig zijn, wanneer die uitgevoerd moeten worden, wie verantwoordelijk is en wat het kost.

Middelen

Contact onderhouden kan op allerlei manieren. Wat in de ene organisatie werkt, 'doet' het in de andere juist niet. In een verzorgingshuis is persoonlijk contact makkelijk. Bij zorg thuis is dat niet haalbaar. In hoofdstuk 3 en 4 vindt u beschreven welke middelen er zijn en hoe u tot een keuze kunt komen.

De organisatie

Goed contact tussen u en uw cliënten komt de zorgorganisatie ten goede. Overleg daarom met uw directie hoe zij daaraan kan bijdragen (zie bijlage 4).

1.2 Wat zegt de wet?

Ten slotte is er nog een 'officiële' reden waarom contacten met de achterban nodig zijn. De Wet Medezeggenschap Cliënten Zorginstellingen (WMCZ) stelt dat een cliëntenraad 'representatief' moet zijn. Dat blijkt onder andere ook uit de mate waarin de raad contact heeft met zijn achterban. In bijlage 5 vindt u een controlelijst waarmee u kunt kijken hoe uw cliëntenraad daarop scoort en wat beter kan.

2 Communicatie, wat is dat?

Contact met uw achterban betekent communicatie met uw achterban. Dat kan op twee manieren:

1. u communiceert **naar** uw achterban.
2. u communiceert **met** uw achterban.

Ad 1: Wanneer u communiceert **naar** uw achterban gebruikt u vaak **schriftelijke** communicatie, bijvoorbeeld een folder. U presenteert de cliëntenraad, legt uit wie u bent, wat u doet en hoe u bereikbaar bent. Er is sprake van **eenrichtingsverkeer**. U informeert, maar ontvangt geen informatie terug.

Ad 2: Wanneer u communiceert **met** uw achterban gebruikt u vaak **mondelinge** communicatie. U heeft persoonlijk contact. Er is sprake van **tweerichtingsverkeer**. U kunt zichzelf presenteren, maar ook informatie krijgen. U achterhaalt wensen en meningen van uw cliënten.

Contact leggen en onderhouden is een voortdurend proces dat tijd en aandacht vraagt. Er is niet één manier die altijd succesvol is. U zult zich regelmatig moeten afvragen hoe de contacten met uw cliënten verlopen. Wat is er nodig, welke middelen zijn effectief en welke leveren niet veel op? Wat kan anders of beter?

2.1 Een goede voorbereiding: het halve werk

Wanneer u contacten met uw cliënten wilt verbeteren of opstarten is een goede voorbereiding het halve werk. Als u de volgende zes vragen beantwoordt, telkens wanneer u wilt communiceren, dan bent u goed voorbereid.

- **Vraag 1: Wat wil ik communiceren?**
U wilt een bepaalde boodschap overdragen. U wilt bijvoorbeeld informatie geven over de maaltijdvoorziening, uw cliënten uitnodigen voor een bijeenkomst, een oproep doen voor nieuwe leden, uw agenda van de cliëntenraadsvergadering bekendmaken, met uw achterban van gedachten wisselen over bejegening, etc.

- **Vraag 2: Waarom wil ik communiceren?**
Wat wilt u met de overdracht van de boodschap bereiken? Wilt u weten hoe uw achterban over een onderwerp denkt? Wilt u verantwoording afleggen over uw werkzaamheden of cliënten directe inspraak geven? Of wilt u uw cliënten alleen informeren? Wilt u **naar** of **met** uw achterban communiceren?
- **Vraag 3: Met wie wil ik communiceren?**
Wie zijn uw cliënten? Wie wilt u informeren? Aan wie wilt u verantwoording afleggen? Van wie wilt u weten hoe zij over een bepaald onderwerp denken? U kunt uw achterban onderscheiden in de volgende groepen cliënten.

Verpleeghuis

- psychogeriatrische cliënten en hun vertegenwoordigers/ familieleden (intramuraal)
- somatische¹ cliënten/familieleden (intramuraal)
- cliënten/familieleden thuis (extramuraal)

Verzorgingshuis

- cliënten/familieleden (intramuraal)
- cliënten/familieleden in woon-zorgcombinaties (extramuraal)
- cliënten/familieleden thuis (extramuraal)

Thuiszorg

- cliënten/familieleden thuis (extramuraal)

Daarnaast communiceert u ook met het verzorgend personeel, de directie, de LOC, wijkbewoners en andere betrokkenen uit uw omgeving.

- **Vraag 4: Wanneer wil ik communiceren?**
Vaak is een bepaalde gebeurtenis of situatie de aanleiding dat u gaat communiceren. Soms komt die aanleiding vanuit de organisatie, bijvoorbeeld door een fusie of verbouwing. Maar u kunt ook contact met uw cliënten zoeken omdat u een advies wilt uitbrengen over de (telefonische) bereikbaarheid van de organisatie.

¹ Cliënten met een lichamelijke aandoening of ziekte.

- **Vraag 5: Hoe vaak wil ik communiceren?**
Contact met de achterban vraagt om regelmaat en continuïteit. Sommige boodschappen moeten regelmatig herhaald worden. Een introductiebijeenkomst voor nieuwe cliënten houdt u af en toe naar behoefte. Een nieuwsbrief komt, bijvoorbeeld, elke maand uit.
- **Vraag 6: Hoe wil ik communiceren?**
Op basis van uw antwoorden op de vorige vragen bepaalt u hoe u gaat communiceren, en met wie, en welk communicatiemiddel u daarvoor inzet. Maar uw keuze is niet alleen afhankelijk van de antwoorden op de vorige vijf vragen. U dient ook altijd rekening te houden met de factoren tijd, geld (budget), beschikbaarheid (toegang tot tv, internet, krant) en de cultuur van de instelling.

2.2 Invulschema²

Bovenstaande vragen zijn te vertalen naar een invulschema (zie volgende bladzijde). Dit schema gebruikt u elke keer wanneer u wilt communiceren. Als u meerdere communicatiemiddelen naast elkaar gebruikt, vergroot u de kans op contact met uw cliënten. Wanneer u bijvoorbeeld uitleg geeft over uw activiteiten met een nieuwsbrief kunt u daarnaast een vraagbaak hebben of als 'een spin in het web' informatie verzamelen bij uw achterban. Een communicatieplan geeft u een goed overzicht van uw communicatieactiviteiten en helpt u uw communicatie te structureren (zie bijlage 1).

² Met 'De Communicatiewijzer' op www.loc.nl kunt u digitaal uw keuze maken

Invulschema

Vraag 1

Wat wil ik communiceren? (welke boodschap wil ik overdragen?)



Vraag 2

Waarom wil ik communiceren? (informereren, verantwoording afleggen, meningen vragen/krijgen?)



Vraag 3

Met wie wil ik communiceren? (uit welke groepen cliënten bestaat mijn achterban?)



Vraag 4

Wanneer wil ik communiceren? (wat is de aanleiding: gebeurtenis / situatie?)



Vraag 5

Hoe vaak wil ik communiceren? (af en toe / regelmatig / doorlopend?)



Vraag 6

Hoe wil ik communiceren? (welk communicatiemiddel zet ik in?)

3 Middelen om *naar* uw achterban te communiceren

Lijst van middelen:

- 3.1 Algemene tips
- 3.2 E-mailadres
- 3.3 Folder
- 3.4 Incidentele brief
- 3.5 Jaarverslag
- 3.6 Kabelkrant
- 3.7 Mededelingenbord
- 3.8 Mobiele informatiezuil
- 3.9 Nieuwsbrief of krant
- 3.10 Ondersteunend pr-materiaal (poster, flyer, display, visitekaartje, badge)
- 3.11 Persbericht
- 3.12 Website
- 3.13 Welkomstpakket voor nieuwe bewoners
- 3.14 Werkplan en begroting

Beschrijving van de middelen:

Hieronder vindt u een beschrijving van communicatiemiddelen die u kunt gebruiken om contact te leggen en te onderhouden *naar* uw achterban. Het zijn (bijna) allemaal middelen die schriftelijke informatie geven. Kijk voor een snelle keuze op www.loc.nl 'De Communicatiewijzer'.

3.1 Algemene tips

- Gebruik geen lange zinnen en moeilijke woorden.
- Maak geen lappen tekst, maar korte tekstblokjes.
- Wissel tekstblokjes af met foto's, illustraties, citaten.
- Probeer een duidelijke, pakkende kop boven een stuk tekst te plaatsen.
- Werk aan een huisstijl door het gebruik van:
 - een vaste indeling van bijvoorbeeld de nieuwsbrief;
 - eenzelfde lettertype;
 - een grote letter;
 - een eigen logo en eigen kleuren;
 - beeldmateriaal: foto's en illustraties.

- Maak gebruik van een ondersteuner met een vlotte pen, een tekstschrijver of een communicatiedeskundige uit de organisatie of uit uw achterban.

3.2 E-mailadres

<i>Wat:</i>	u heeft een eigen e-mailadres dat u gebruikt om uw achterban te informeren.
<i>Waarom:</i>	informeren, werven, oproepen.
<i>Voor wie:</i>	extramurale cliënten/familieleden.
<i>Wanneer:</i>	voor nieuwe/actuele informatie.
<i>Hoe vaak:</i>	regelmatig.
<i>Voordeel:</i>	snel en actueel.
<i>Nadeel:</i>	niet iedereen beschikt over een e-mailadres en internet.
<i>Handig bij:</i>	snelle informatieverstrekking.
<i>Tip:</i>	zorg dat het e-mailbericht herkenbaar is door het gebruik van eigen logo en kleuren.

3.3 Folder *(ook digitaal toe te passen)*

<i>Wat:</i>	informatie over de cliëntenraad: wie u bent, wat u voor cliënten doet, hoe u bereikbaar bent, welke onderwerpen u belangrijk vindt. Voor herkenbaarheid maakt u gebruik van een eigen logo en kleuren. Zie voor de opzet van een folder bijlage 2.
<i>Waarom:</i>	informeren.
<i>Voor wie:</i>	alle cliënten, familieleden, personeel, directie.
<i>Wanneer:</i>	bij alle gelegenheden waar u als cliëntenraadslid optreedt, bij opname/start van de zorgverlening.
<i>Hoe vaak:</i>	het hele jaar door.
<i>Voordeel:</i>	duidelijke presentatie en herkenning. Geeft makkelijk weg.
<i>Nadeel:</i>	inhoud veroudert snel.
<i>Handig bij:</i>	werven nieuwe leden, informatiemarkt, kennismakingsbezoekjes.
<i>Tip:</i>	investeer in een goede (reproduceerbare) folder. Onmisbaar voor elke cliëntenraad!

3.4 Incidentele brief *(ook digitaal toe te passen)*

<i>Wat:</i>	korte brief waarin u iets aankondigt, uitlegt of meedeelt.
-------------	--

<i>Waarom:</i>	informatie/uitleg geven over een specifiek onderwerp of bijzondere situatie.
<i>Voor wie:</i>	alle cliënten en familieleden die belang hebben bij het onderwerp, personeel, directie.
<i>Wanneer:</i>	bij een onverwachte, belangrijke of ingewikkelde situatie.
<i>Hoe vaak:</i>	incidenteel.
<i>Voordeel:</i>	mogelijkheid om duidelijke informatie/uitleg te geven.
<i>Nadeel:</i>	verzending per post naar veel adressen kost tijd en geld.
<i>Handig bij:</i>	nieuwbouw en renovatie, invoering zorgplannen, werven nieuwe leden.
<i>Tip:</i>	gebruik voor herkenbaarheid briefpapier met eigen logo en kleuren.

3.5 Jaarverslag (ook digitaal toe te passen)

<i>Wat:</i>	verslag van alle activiteiten en resultaten van uw cliëntenraad in het afgelopen jaar. U kunt het jaarverslag bespreken op de jaarvergadering (zie paragraaf 4.8), samenvatten in de nieuwsbrief, per e-mail versturen en aankondigen op de website en in het cliëntenblad van de organisatie.
<i>Waarom:</i>	informereren, verantwoording afleggen.
<i>Voor wie:</i>	intra- en extramurale cliënten/familieleden, personeel, directie.
<i>Wanneer:</i>	aansluitend bij het jaarverslag van de zorginstelling.
<i>Hoe vaak:</i>	één keer per jaar.
<i>Voordeel:</i>	geeft inzicht in waar de cliëntenraad voor is en staat.
<i>Nadeel:</i>	vraagt om deskundigheid; productie en verzending per post kosten tijd en geld.
<i>Handig bij:</i>	werven nieuwe leden, extramurale cliënten/familie.
<i>Tip:</i>	vraag ondersteuning van een communicatiedeskundige.

3.6 Kabelkrant

<i>Wat:</i>	actuele informatie op een vaste pagina van de kabelkrant van uw organisatie.
<i>Waarom:</i>	informereren, uitnodigen, werven.
<i>Voor wie:</i>	intramurale cliënten/familieleden.
<i>Wanneer:</i>	aankondigen van bijeenkomsten en vergaderingen, werven van nieuwe leden, wijzigingen in samenstelling en bereikbaarheid van de cliëntenraad.

<i>Hoe vaak:</i>	het hele jaar door.
<i>Voordeel:</i>	continu actuele informatie.
<i>Nadeel:</i>	geen groot bereik, uw achterban vergeet te kijken. Informatie wordt snel vergeten. U bent afhankelijk van de beheerder van de kabelkrant.
<i>Handig bij:</i>	herinneren aan en wijzigingen van uw activiteiten.
<i>Tip:</i>	houd het actueel!

3.7 Mededelingenbord (*digitale toepassing, zie de tip*)

<i>Wat:</i>	prikbord op een centrale plaats in de organisatie of op een afdeling. Geschikt voor een fotopresentatie van de cliëntenraad/ledenlijst, informatie over bereikbaarheid, agenda van de cliëntenraadsvergadering, oproepen.
<i>Waarom:</i>	informereren, uitnodigen, werven en aankondigen.
<i>Voor wie:</i>	intramurale cliënten/familieleden.
<i>Wanneer:</i>	aankondigen van bijeenkomsten en vergaderingen, werven van nieuwe leden, bij wijzigingen in de samenstelling/bereikbaarheid van de raad.
<i>Hoe vaak:</i>	het hele jaar door.
<i>Voordeel:</i>	continu informatie op een vaste plek.
<i>Nadeel:</i>	niet iedereen komt er langs, informatie wordt snel weer vergeten.
<i>Handig bij:</i>	werven van nieuwe leden, aankondiging van cliëntenraadsvergadering, algemene jaarvergadering.
<i>Tip:</i>	houd het bord actueel! Ga na of een 'digitaal prikbord' via de website van de organisatie mogelijk is. Vooral geschikt voor cliënten/familie thuis!

3.8 Mobiele informatiezuil

<i>Wat:</i>	verplaatsbare zuil. Bevat informatie over actuele onderwerpen/activiteiten maar ook over de cliëntenraad.
<i>Waarom:</i>	uitleg, informatie.
<i>Voor wie:</i>	intramurale cliënten/familieleden.
<i>Wanneer:</i>	bijeenkomsten over specifieke onderwerpen op een bepaalde plaats.
<i>Hoe vaak:</i>	incidenteel.
<i>Voordeel:</i>	niet gebonden aan vaste plaats.
<i>Nadeel:</i>	actualiseren en vervoeren.

- Handig bij:* nieuwbouwplannen, informatiemarkt, bijzondere bijeenkomst.
- Tip:* één mobiele zuil voor een aantal lokale cliëntenraden drukt de kosten.

3.9 Nieuwsbrief of krant *(ook digitaal toe te passen)*

- Wat:* eigen krant of nieuwsbrief met actuele én terugkerende informatie zoals een activiteitenagenda, samenvattingen van cliëntenraadsvergaderingen en ontwikkelingen binnen en buiten de organisatie.
- Waarom:* informeren, werven, aankondigen.
- Voor wie:* intra- en extramurale cliënten, familieleden, personeel, directie.
- Wanneer:* voor doorlopende informatie aan uw achterban.
- Hoe vaak:* periodiek (maand of kwartaal).
- Voordeel:* herkenbare informatie op vaste tijden, breed te verspreiden.
- Nadeel:* maken en verzenden kost tijd en geld.
- Handig bij:* langlopende adviestrajecten zoals nieuwbouw, verbetertrajecten kwaliteit, fusie.
- Tip:* stel een redactiecommissie in. Maak een extra editie bij bijzondere gebeurtenissen.

Variant: Eigen rubriek in het cliëntenblad van de organisatie.

- Voordeel:* de organisatie zorgt voor productie en verspreiding.
- Nadeel:* u heeft geen invloed op de redactie.

Digitale versie:

- Voor wie:* cliënten/familieleden thuis die beschikken over e-mail.
- Voordeel:* snel, persoonlijk.
- Nadeel:* vereist computerkennis bij de cliëntenraad.

3.10 Ondersteunend pr-materiaal

- Wat:* u kunt de bekendheid van de cliëntenraad op verschillende manieren vergroten. Bijvoorbeeld met een poster, een flyer, een display, een visitekaartje, een badge.

- Een **poster** kan een activiteit aankondigen, maar ook bekendheid geven aan de cliëntenraad. U kunt op de poster bijvoorbeeld de leden van de raad afbeelden met een passende spreuk eronder.
- Een **flyer** is kleiner en wordt uitgedeeld. De flyer kondigt specifieke activiteiten aan, heeft weinig tekst en een pakkende spreuk.
- De **display** is van karton. U ziet hem vaak als promotiemateriaal in winkels. Zorg voor displays in de huisstijl (logo en kleuren) van de cliëntenraad. Zet ze op verschillende plaatsen neer, in elk geval bij de receptie! De display kan flyers/folders bevatten om mee te nemen.
- Het **visitekaartje** en de **badge** spreken voor zich.

<i>Waarom:</i>	informereren, aankondigen, werven.
<i>Voor wie:</i>	intramurale cliënten/familieleden.
<i>Wanneer:</i>	(thema)bijeenkomsten, informatiemarkt, receptiebalie.
<i>Hoe vaak:</i>	altijd.
<i>Voordeel:</i>	het 'gezicht' van uw cliëntenraad.
<i>Nadeel:</i>	soms maar één keer bruikbaar (flyer).
<i>Handig bij:</i>	presentatie van uw cliëntenraad.
<i>Tip:</i>	maak al het materiaal in uw eigen huisstijl, logo en kleuren.

3.11 Persbericht *(ook digitaal toe te passen)*

<i>Wat:</i>	artikelje in de plaatselijke/wijkkrant bij speciale gebeurtenissen, oproep voor (commissie)leden of ondersteuning bij uw werkzaamheden. Een persbericht is kort, maximaal één A4-tje.
<i>Waarom:</i>	informereren, oproepen, aankondigen.
<i>Voor wie:</i>	extramurale cliënten/familieleden en wijkbewoners.
<i>Wanneer:</i>	grote gebeurtenis/activiteit, werving nieuwe leden.
<i>Hoe vaak:</i>	incidenteel.
<i>Voordeel:</i>	groot bereik. Ook op te nemen op de website.
<i>Nadeel:</i>	niet zeker of het geplaatst wordt. De redactie van de krant beslist hierover. Zorg ervoor dat uw persbericht echt groot en actueel nieuws bevat.
<i>Handig bij:</i>	jaarlijkse informatiemarkt, oproep voor nieuwe leden of ondersteuning.
<i>Tip:</i>	zorg voor een vaste relatie bij de krant die u ook kunt uitnodigen bij bijzondere activiteiten.

3.12 Website

<i>Wat:</i>	eigen website of ruimte op de website van de organisatie. Te gebruiken voor: ledenlijst en bereikbaarheid van de cliëntenraad, oproepen, informatie over actuele onderwerpen, vragen, foto's en verslagen.
<i>Waarom:</i>	informereren, werven, oproepen.
<i>Voor wie:</i>	extramurale cliënten/familieleden.
<i>Wanneer:</i>	nieuwe/actuele informatie en voor achtergrondinformatie zoals 'wat is en doet uw cliëntenraad?'
<i>Hoe vaak:</i>	continu.
<i>Voordeel:</i>	snel en actueel.
<i>Nadeel:</i>	niet iedereen beschikt over internet. Een website moet regelmatig bijgehouden worden. Het laatste vraagt specifieke deskundigheid.
<i>Handig bij:</i>	snelle informatieverstrekking.
<i>Tip:</i>	maak gebruik van internetdeskundigen in uw omgeving (familieleden!).

3.13 Welkomspakket voor nieuwe bewoners

<i>Wat:</i>	informatiepakketje met bijvoorbeeld folder, visitekaartje en aanvraagformulier voor meer informatie/kandidaatstelling, waarmee u zich presenteert.
<i>Waarom:</i>	informatie geven over wat de cliëntenraad is en doet.
<i>Voor wie:</i>	nieuwe cliënten/familieleden.
<i>Wanneer:</i>	standaard bij opname of start zorgverlening.
<i>Hoe vaak:</i>	eenmalig.
<i>Voordeel:</i>	rechtstreekse en duidelijke kennismaking met de cliëntenraad.
<i>Nadeel:</i>	moet regelmatig vernieuwd worden.
<i>Handig bij:</i>	werven van nieuwe leden.
<i>Tip:</i>	zorg voor herkenning door eigen logo en kleuren. Overleg met de organisatie wie het pakket overhandigt/verzendt.

3.14 Werkplan en begroting *(ook digitaal toe te passen)*

<i>Wat:</i>	overzicht van geplande activiteiten van uw raad voor het volgende jaar met de te verwachten kosten.
<i>Waarom:</i>	informatie en inspraak geven.

Voor wie: intra- en extramurale cliënten/familieleden.
Wanneer: na het opstellen van conceptwerkplan en -begroting.
Hoe vaak: één keer per jaar.
Voordeel: vergroot de betrokkenheid van cliënten/familie bij uw werk.
Nadeel: niet alle wensen zijn uitvoerbaar.
Handig bij: inspraak van uw achterban bij uw activiteiten.
Tip: maak duidelijk dat de cliëntenraad het laatste woord heeft!

4 Middelen om *met* uw achterban te communiceren

Lijst van middelen:

- 4.1 Algemene tips
- 4.2 Brainstormsessie
- 4.3 Cliëntenpanel/klankbordgroep
- 4.4 Creatieve achterbanraadpleging
- 4.5 E-mailadres
- 4.6 Enquête
- 4.7 Introductiebijeenkomst
- 4.8 Jaarvergadering
- 4.9 Koffiebijeenkomst/huiskamergesprek (inloopcafé)
- 4.10 (Nieuwe) cliënten persoonlijk bezoeken
- 4.11 Openbaar gedeelte van cliëntenraadsvergadering
- 4.12 Referendum
- 4.13 'Spin in het web'
- 4.14 Themabijeenkomst
- 4.15 Vertegenwoordiger/contactpersoon van een kiesgroep
- 4.16 Vraagbaak
- 4.17 Website
- 4.18 Week van de medezeggenschap

Beschrijving van de middelen:

Onderstaande communicatiemiddelen zijn (bijna) allemaal middelen waarbij er sprake is van mondelinge informatieoverdracht tussen u en uw achterban. U hebt persoonlijk contact met uw cliënten/familieleden in een gesprek, vergadering of bijeenkomst. Kijk voor een snelle keuze op www.loc.nl 'De Communicatiewijzer'.

4.1 Algemene tips

- Sluit aan bij wat uw cliënten écht belangrijk vinden.
- Beperk (bij een bijeenkomst) het aantal onderwerpen. Beter één onderwerp goed behandeld dan drie een beetje.
- Plan bijeenkomsten op een gunstig tijdstip. Dus niet tijdens een voetbalwedstrijd!
- Zorg ervoor dat de ruimte goed bereikbaar en prettig is. Denk aan temperatuur, grootte, faciliteiten, eten en drinken.
- Organiseer af en toe iets gezelligs (borrel).

4.2 Brainstormsessie

<i>Wat:</i>	u bespreekt met een groep cliënten/familieleden achterliggende gedachten en ideeën over een bepaald onderwerp.
<i>Waarom:</i>	meningsvorming.
<i>Voor wie:</i>	intramurale cliënten/familieleden.
<i>Wanneer:</i>	onderwerpen die de beleving raken zoals bejegening, privacy, zorg rondom het levenseinde.
<i>Hoe vaak:</i>	incidenteel.
<i>Voordeel:</i>	ruimte om alle ideeën vrijuit te bespreken. Mogelijkheid om beter aan te sluiten bij de belevingswereld van cliënten/familieleden.
<i>Nadeel:</i>	veel praten levert niet altijd veel op.
<i>Handig bij:</i>	uitdiepen van bepaald onderwerp.
<i>Tip:</i>	zorg voor goede voorbereiding en gespreksleiding.

4.3 Cliëntenpanel/klankbordgroep (ook digitaal toe te passen)

<i>Wat:</i>	groep cliënten/familieleden die bereid is om enkele malen per jaar te vertellen over ervaringen met (een onderdeel van) de zorg- en dienstverlening. De raadpleging kan via vragenlijsten.
<i>Waarom:</i>	signalen en informatie verzamelen voor uw advieswerk.
<i>Voor wie:</i>	intra- en extramurale cliënten/familieleden.
<i>Wanneer:</i>	bij tevredenheidsonderzoeken, veranderingen in de zorgverlening.
<i>Hoe vaak:</i>	naar behoefte, een paar keer per jaar.
<i>Voordeel:</i>	u krijgt gerichte informatie van een vaste groep.
<i>Nadeel:</i>	individuele cliënten zijn niet altijd representatief voor alle cliënten.
<i>Handig bij:</i>	vormen van uw mening.
<i>Tip:</i>	waarborg de anonimiteit van uw panelleden en koppel de resultaten ook terug.

Variant: Bel- of e-mailronde

Via telefoon of e-mail heeft u regelmatig contact met een vaste groep cliënten/familieleden.

<i>Voordeel:</i>	e-mail is snel en gemakkelijk.
<i>Nadeel:</i>	telefoneren kost tijd en geld.

4.4 Creatieve achterbanraadpleging

- Wat:* 'andere' manier voor contact met uw achterban:
- **(wegwerp)camera's** waarmee cliënten foto's maken van wat zij 'goed/kan beter' vinden in de organisatie;
 - een **wensenboom** waarin iedereen een wens kan hangen;
 - een **spel/quiz** met vragen over de zorgverlening;
 - een **theatergroep** om een **discussie** op gang te krijgen.
- Waarom:* leden van uw achterban stimuleren om hun mening te geven.
- Voor wie:* intramurale cliënten/familieleden.
- Wanneer:* ter aanvulling op de meer 'gewone' middelen. Of om aan te sluiten bij een specifiek thema: bijvoorbeeld de leefomgeving in de organisatie.
- Hoe vaak:* incidenteel.
- Voordeel:* zware onderwerpen kunnen lichter gemaakt worden, waardoor mensen makkelijker hun mening geven.
- Nadeel:* kan veel werk met zich meebrengen. 'Resultaten' moeten verwerkt worden.
- Handig als:* het contact met de achterban een oppepper kan gebruiken.
- Tip:* zoek een aantal mensen (cliënten/familieleden/medewerkers) dat eens buiten de gebaande paden wil gaan.

4.5 E-mailadres

- Wat:* u heeft een eigen e-mailadres dat u gebruikt om met uw achterban te communiceren.
- Waarom:* oproepen, inventariseren van wensen, meningen en knelpunten.
- Voor wie:* extramurale cliënten/familieleden.
- Wanneer:* voor nieuwe/actuele informatie, cliënttevredenheidsonderzoek, enquête, informatie ten behoeve van advisering.
- Hoe vaak:* regelmatig.
- Voordeel:* snel en actueel.
- Nadeel:* niet iedereen beschikt over een e-mailadres en internet.
- Handig bij:* snelle informatie-uitwisseling.
- Tip:* zorg dat het e-mailbericht herkenbaar is door het gebruik van eigen logo en kleuren.

4.6 Enquête (ook digitaal toe te passen)

<i>Wat:</i>	vragenlijst over een specifiek onderwerp waarover u de mening/ervaringen van uw achterban wilt weten.
<i>Waarom:</i>	meningsvorming van uw cliëntenraad.
<i>Voor wie:</i>	intra- en extramurale cliënten/familieleden.
<i>Wanneer:</i>	bij adviesvraag van uw directie of een ongevraagd advies.
<i>Hoe vaak:</i>	incidenteel.
<i>Voordeel:</i>	gerichte informatie van veel cliënten/familieleden. Vragenlijst is anoniem.
<i>Nadeel:</i>	veel werk, specifieke deskundigheid nodig.
<i>Handig bij:</i>	adviezen over de concrete dagelijkse zorgverlening.
<i>Tip:</i>	stuur na een aantal weken een mailing om mensen erop te wijzen hun enquête in te vullen en op te sturen, en om het belang hiervan te benadrukken. Deze aanpak blijkt uiterst effectief! Koppel de resultaten terug.

4.7 Introductiebijeenkomst

<i>Wat:</i>	bijeenkomst voor nieuwe cliënten/familieleden om hen te informeren over de organisatie en de cliëntenraad. Op het programma staat bijvoorbeeld een rondleiding door het gebouw waarbij u kunt laten zien waar het mededelingenbord hangt, de ideeënbus staat, het spreekuur gehouden wordt.
<i>Waarom:</i>	cliënten informeren en wegwijs maken.
<i>Voor wie:</i>	intra- en extramurale cliënten/familieleden.
<i>Wanneer:</i>	bij een bepaald aantal nieuwe cliënten.
<i>Hoe vaak:</i>	minimaal twee keer per jaar.
<i>Voordeel:</i>	persoonlijk contact tussen u en cliënten/familie.
<i>Nadeel:</i>	afhankelijk van het aantal nieuwe cliënten.
<i>Handig bij:</i>	regelmatig wisselende cliëntengroepen.
<i>Tip:</i>	organiseer de bijeenkomsten samen met de organisatie.

Digitale variant

Stuur een welkomste-mail (adres op te geven bij opname) of maak een welkomstpagina op uw website.

Handig bij: extramurale cliënten/familieleden.

4.8 Jaarvergadering

<i>Wat:</i>	jaarlijkse vergadering waarin u het jaarverslag, het werkplan en de begroting (zie ook paragraaf 3.5 en 3.14) van de cliëntenraad behandelt.
<i>Waarom:</i>	informatie geven, verantwoording afleggen, inspraak bieden.
<i>Voor wie:</i>	intra- en extramurale cliënten/familieleden.
<i>Wanneer:</i>	bij verschijnen van het jaarverslag en het concept van werkplan en begroting.
<i>Voordeel:</i>	vergroot het draagvlak voor de cliëntenraad.
<i>Nadeel:</i>	niet iedereen heeft de mogelijkheid de vergadering bij te wonen.
<i>Handig bij:</i>	werven van nieuwe leden.
<i>Tip:</i>	maak de jaarvergadering aantrekkelijk door een interessant onderwerp, ontspanningsactiviteit en/of hapje en drankje

Digitale variant

Stuur het jaarverslag en het concept van het werkplan en de begroting per e-mail of zet ze op de website. Vraag om reacties.

Handig bij: veel extramurale cliënten/familieleden.

4.9 Koffiebijeenkomst/huiskamergesprek

<i>Wat:</i>	bijeenkomst per afdeling of huiskamer. U knoopt een praatje aan met cliënten en familieleden. Ook kunt u een aantal stellingen voorleggen waarop uw achterban kan reageren. Geef duidelijk uw positie aan, wat u met de informatie gaat doen en koppel terug wat het resultaat is.
<i>Waarom:</i>	signalen/informatie krijgen van uw achterban, het werk van de cliëntenraad onder de aandacht brengen.
<i>Voor wie:</i>	intramurale cliënten/familieleden van de afdeling.
<i>Wanneer:</i>	informele manier om met cliënten van gedachten te wisselen.
<i>Hoe vaak:</i>	minimaal één keer in de twee maanden.
<i>Voordeel:</i>	persoonlijk contact.
<i>Nadeel:</i>	cliënten spreken niet altijd vrijuit. Vooral niet als er medewerkers bij aanwezig zijn.
<i>Handig bij:</i>	kleinschalige woonvoorzieningen/afdelingen, werven nieuwe leden.

Tip: een maandelijks **inloopcafé** voor cliënten/familieleden biedt de mogelijkheid om onderling en met de cliëntenraad ervaringen uit te wisselen.

4.10 (Nieuwe) cliënten persoonlijk bezoeken

Wat: u bezoekt persoonlijk (nieuwe) cliënten en vertelt over het werk van de cliëntenraad.

Waarom: bekendheid geven aan de cliëntenraad.

Voor wie: intramurale (nieuwe) cliënten.

Wanneer: bij nieuwe cliënten en om bestaande contacten met cliënten te onderhouden.

Hoe vaak: regelmatig als vaste activiteit volgens het werkplan.

Voordeel: persoonlijk contact is een goede manier om vertrouwen te krijgen en te houden.

Nadeel: het kost veel tijd. Vraagt om goede communicatieve vaardigheden.

Handig bij: kleinschalige organisaties/afdelingen, werven van nieuwe leden.

Tip: stel per afdeling/groep cliënten een cliëntenraadslid als contactpersoon aan.

4.11 Openbaar gedeelte van cliëntenraadsvergadering

Wat: een deel van uw cliëntenraadsvergadering is openbaar.

Waarom: betrokkenheid van cliënten/familieleden vergroten.

Voor wie: intra- en extramurale cliënten/familieleden.

Wanneer: als u cliënten/familieleden wilt laten zien hoe uw cliëntenraad werkt.

Hoe vaak: op verzoek van cliënten/familieleden.

Voordeel: rechtstreekse informatie van cliënten/familie.

Nadeel: kan als klachtensprekkuur worden gebruikt.

Handig bij: werven van nieuwe leden.

Tip: maak de mogelijkheid bekend; geef duidelijk aan wat de bedoeling is.

4.12 Referendum (ook digitaal toe te passen)

Wat: u legt uw achterban één vraag voor met de verschillende standpunten die er binnen de cliëntenraad zijn over een

	bepaald advies. Uw achterban kiest één standpunt. Het meest gekozen standpunt is uw leidraad.
<i>Waarom:</i>	standpuntbepaling binnen de cliëntenraad.
<i>Voor wie:</i>	intra- en extramurale cliënten/familieleden.
<i>Wanneer:</i>	bij verdeeldheid binnen de cliëntenraad over een uit te brengen advies.
<i>Hoe vaak:</i>	incidenteel.
<i>Voordeel:</i>	advies wordt gedragen door de achterban.
<i>Nadeel:</i>	tijdrovend, respons kan laag zijn.
<i>Handig bij:</i>	verdeeldheid binnen de cliëntenraad.
<i>Tip:</i>	maak duidelijk wat het doel is en wat u met de uitkomst doet.

4.13 'Spin in het web'

<i>Wat:</i>	u bent bekend bij cliënten/familie en makkelijk te benaderen.
<i>Waarom:</i>	signalen/ informatie van uw achterban voor meningsvorming in de cliëntenraad.
<i>Voor wie:</i>	intramurale cliënten/familieleden.
<i>Wanneer:</i>	tijdens uw bezoek aan de instelling.
<i>Hoe vaak:</i>	ten minste één keer per twee weken.
<i>Voordeel:</i>	geeft de cliëntenraad een gezicht, regelmatige informele contacten leveren veel bruikbare informatie op.
<i>Nadeel:</i>	u kunt gezien worden als klachtenbureau. Het kost tijd.
<i>Handig bij:</i>	kleine instellingen, afdelingen.
<i>Tip:</i>	geef duidelijk uw positie aan, wat u met de informatie gaat doen en koppel terug wat het resultaat is.

4.14 Themabijeenkomst

<i>Wat:</i>	bijeenkomst over een bepaald (actueel) thema dat de interesse heeft van uw achterban (zie voor een stappenplan bijlage 3).
<i>Waarom:</i>	informatie geven, cliëntenraad promoten.
<i>Voor wie:</i>	intra- en extramurale cliënten/familieleden.
<i>Wanneer:</i>	als u speciale aandacht wilt besteden aan een onderwerp/ gebeurtenis/actualiteit.
<i>Hoe vaak:</i>	ten minste één keer per jaar.
<i>Voordeel:</i>	het brengt de cliëntenraad voor het voetlicht.

Nadeel: het vraagt organisatievermogen, tijd/energie.
Handig bij: wijzigingen in de organisatie, kwaliteitstrajecten.
Tip: maak een draaiboek dat u elke keer kunt gebruiken.

4.15 Vertegenwoordiger/contactpersoon van een kiesgroep (*ook digitaal toe te passen*)

Wat: u heeft regelmatig contact met leden van een specifieke groep cliënten (kiesgroep).
Waarom: informatie geven, signalen en meningen krijgen van cliënten.
Voor wie: intra- en extramurale cliënten/familieleden.
Wanneer: als u wensen en knelpunten wilt verzamelen.
Hoe vaak: minimaal twee keer per jaar. Incidenteel bij advisering.
Voordeel: directe informatie en meningsuitwisseling.
Nadeel: u kunt als doorgeefluik van klachten gezien worden.
Handig bij: het behandelen van een advies.
Tip: geef duidelijk uw positie aan, wat u met de informatie doet en koppel het resultaat terug.

4.16 Vraagbaak (*ook digitaal toe te passen*)

Wat: contactmogelijkheid voor cliënten/familieleden voor het stellen van vragen. Bijvoorbeeld: **mondeling spreekuur** (vaste tijd, vaste plaats), **telefonisch spreekuur** (vaste tijd), **ideeënbus** (vaste plaats) **of e-mail/website** (niet plaats- en tijdgebonden).
Waarom: dienstverlening aan uw achterban.
Voor wie: intramurale cliënten/familieleden: mondeling spreekuur en/of ideeënbus, extramurale cliënten/familieleden: telefonisch en/of digitaal.
Wanneer: als u cliënten/familieleden een contactmogelijkheid wilt bieden.
Hoe vaak: structureel.
Voordeel: cliënten/familieleden kunnen zelf contact opnemen. Digitale vraagbaak staat altijd open.
Nadeel: mondelinge/telefonische vraagbaak staat alleen op bepaalde momenten open.
Handig bij: grote organisaties met veel cliënten.

Tip: maak duidelijk dat de vraagbaak er is voor vragen over en medezeggenschap door de cliëntenraad.

4.17 Website

Wat: eigen website of ruimte op de website van de organisatie. Te gebruiken voor standaardinformatie over de cliëntenraad, informatie over actuele onderwerpen, oproepen, meningspeilingen/enquêtes, discussies. U kunt ook informatie uitwisselen via een **prikbord**.

Waarom: oproepen, inventariseren van wensen, meningen en knelpunten, discussie.

Voor wie: extramurale cliënten/familieleden.

Wanneer: nieuwe/actuele informatie, cliënttevredenheidsonderzoek, enquête, informatie ten behoeve van advisering.

Hoe vaak: continu beschikbaar.

Voordeel: snel en actueel.

Nadeel: niet iedereen beschikt over internet. Moet regelmatig bijgehouden worden. Vraagt specifieke deskundigheid.

Handig bij: snelle informatie-uitwisseling.

Tip: maak gebruik van internetdeskundigen (familieleden!).

4.18 Week van de medezeggenschap

Wat: week die geheel in het teken staat van de medezeggenschap. Programma met activiteiten, bijeenkomsten, presentaties van de cliëntenraad.

Waarom: betrokkenheid bij de medezeggenschap vergroten.

Voor wie: intra- en extramurale cliënten/familieleden, personeel, directie.

Wanneer: aandacht voor de cliëntenraad vergroten/levend houden.

Hoe vaak: één keer per jaar.

Voordeel: medezeggenschap krijgt positieve impuls. Bereikt ook personeel.

Nadeel: kost tijd/energie, vraagt organisatievermogen.

Handig voor: werven van nieuwe leden.

Tip: stel een commissie in bestaande uit cliënten/familieleden en medewerkers onder het motto 'Medezeggenschap is een z(t)aak van ons allemaal!'

5 Steuntjes in de rug

Bij uw activiteiten om contacten met uw achterban te onderhouden, kunt u best een steuntje in de rug gebruiken. We noemen er hier alvast zes.

5.1 De LOC

Vraag aan uw LOC-adviseur of hij/zij cursussen kan aanbevelen. Een cursus kan helpen om scherper in beeld te krijgen hoe u er als cliëntenraad voor kunt zorgen dat u meer informatie krijgt van uw achterban. Ook krijgt u er meer zicht op welke mogelijkheden er zijn naast de dingen die u als raad al doet.

5.2 Uw eigen netwerk

Zorg ervoor dat u een netwerk heeft waaruit u kunt putten. Een netwerk bestaat uit een groep (deskundige) mensen die u kunnen helpen bij uw werk. Uw netwerk kan bestaan uit bijvoorbeeld een communicatie-deskundige, een deskundige op het gebied van voorlichting en pr of een persoon die kennis en ervaring heeft met enquêtes of onderzoek.

Zo bouwt u een netwerk op

- Inventariseer eerst welk netwerk (beroepsmatig, sociaal, privé) elk individueel cliëntenraadslid heeft.
- Maak vervolgens een lijst van mensen die de cliëntenraad kan inzetten bij een bepaald onderwerp.
- Probeer het netwerk uit te breiden met deskundigen die nog geen deel uitmaken van het netwerk, maar wel nuttig zijn voor de cliëntenraad.
- Wissel informatie uit met andere cliëntenraden en maak gebruik van hun netwerk.

5.3 De organisatie

Zorg (in overleg met de directie) voor goede contacten met het verzorgend personeel. Dit vergroot het draagvlak voor het werk van de cliëntenraad. Maar pas ervoor op dat de cliëntenraad niet voor het karretje van de medewerkers wordt gespannen!

5.4 Goede voorbeelden

Besteed aandacht aan wat goed gaat, bijvoorbeeld door uitreiking van 'de Groene Pluim'. Op voordracht van cliënten reikt u jaarlijks een prijs uit aan de afdeling of medewerker die zich dat jaar het meest heeft ingezet voor inspraak van cliënten. De afdeling of medewerker heeft door vernieuwend(e) gedrag / handelwijze bijgedragen aan de inspraak van cliënten. Het gedrag moet als voorbeeld kunnen dienen voor collega's en toepasbaar zijn in andere situaties. De Groene Pluim bevordert het contact tussen cliënten en cliëntenraad en betreft de medewerkers op een positieve manier bij de inspraak van cliënten.

5.5 Collega-cliëntenraden

Vind niet opnieuw het wiel uit maar wissel ervaringen uit met andere cliëntenraden. Hoe doen zij het? Wat werkt wel en wat niet? De regionale bijeenkomsten voor cliëntenraden van de LOC zijn daarvoor een goede gelegenheid.

5.6 Internet

Maak voor achtergrondinformatie gebruik van de LOC-website (www.loc.nl) en van andere internetsites.

Deel II

Bijlage 1 Voorbeeld van een communicatieplan

In een communicatieplan geeft u aan wat u wilt bereiken bij welk deel van uw achterban en met welk middel. Tevens geeft u aan wanneer u het middel gaat inzetten, wat het kost¹ en wie er verantwoordelijk is.

Onderstaand schema is een voorbeeld.

Doel	Doelgroep	Middel	Planning	Budget	Verantwoordelijke
Informereren over wat de cliëntenraad is en doet	Nieuwe cliënten	Welkomstpakket	Bij opname van nieuwe cliënten	5.000 euro	dhr. Bakker
Informereren over CR-vergadering en andere actuele gebeurtenissen	Cliënten en familieleden	Nieuwsbrief	Elke 15 ^e van de maand	2.000 euro	mw. Kooistra
Bespreken van het jaarverslag	Cliënten en familieleden	Jaarvergadering	Eén keer per jaar, na verschijning van het jaarverslag	1.000 euro voor zaalhuur en koffie/thee enz.	mw. Engelgeer
Mening van cliënt vragen t.b.v. advisering	Cliënten	Referendum	7 juli 2007	1.000 euro	dhr. Bakker

Het communicatieplan is een levend document. Sommige communicatieactiviteiten stelt u jaarlijks vast. U brengt bijvoorbeeld maandelijks een nieuwsbrief uit of produceert eenmalig een folder. Maar er zijn ook communicatieactiviteiten die onverwacht georganiseerd moeten worden. Denk bijvoorbeeld aan het sturen van een incidentele brief of het plaatsen

¹ De genoemde bedragen zijn fictief

van een persbericht naar aanleiding van een gebeurtenis, of het houden van een referendum wanneer de cliëntenraad bij advisering over een onderwerp verdeeld is. Deze onverwachte communicatieactiviteiten worden dan toegevoegd aan het communicatieplan. Houd dus altijd een stukje budget vrij voor onverwachte communicatie. Ook kunt u het communicatieplan altijd bijstellen. Het communicatieplan geeft een actueel overzicht van uw geplande en gehouden communicatieactiviteiten. Het communicatieplan maakt deel uit van uw werkplan en wordt jaarlijks herzien.

Bijlage 2 Voorbeeldfolder cliëntenraad

**Kennismaking met de cliëntenraad van (naam zorginstelling):
Geeft cliënten een stem!**

De Cliëntenraad

Aangenaam kennis te maken!

In deze folder vindt u informatie over de cliëntenraad: over de rechten, de taken en wie er in de raad zitten.

Wat doet een cliëntenraad?

Alle cliënten van de zorgaanbieder krijgen via de cliëntenraad de kans om mee te praten én te adviseren over aangelegenheden die hen aangaan.

De zorgaanbieder is verplicht om een cliëntenraad in te stellen. Deze raad heeft adviesrecht en mag gevraagd en ongevraagd advies geven aan de directie van de zorginstelling over alle onderwerpen die voor de cliënten van de instelling van belang zijn.

U kunt denken aan: de kwaliteit van de geboden zorg, recreatie, maaltijden, het zorgplan en eigen bijdragen, de benoeming van een directeur of afdelingshoofd, een fusie of een verbouwing.

De zorgaanbieder mag een advies niet zonder opgaaf van redenen naast zich neerleggen. De cliëntenraad heeft dus een belangrijke stem, die gehoord moet worden.

Wettelijk geregeld

Bovenstaande is geregeld in de Wet Medezeggenschap Cliënten Zorginstellingen.

Wat houdt het werk in?

De cliëntenraad vergadert regelmatig over de informatie die hij krijgt van cliënten en van de zorgaanbieder. Daarnaast brengt de raad adviezen uit en heeft hij regelmatig overleg met de zorgaanbieder.

Voor de cliëntenraad is het vooral belangrijk om te weten wat er leeft onder de cliënten. De leden van de cliëntenraad onderhouden daarom contact met hen: tijdens bijeenkomsten, door een praatje te maken met cliënten en/of hun vertegenwoordigers en soms via een cliëntenraadpleging.

De cliëntenraad stelt ieder jaar een werkplan op met onderwerpen die het jaar daarop aan de orde komen. Dat is een aantal vaste zaken, zoals de begroting en kwaliteit van zorg, maar ook wisselende onderwerpen, de 'speerpunten'. Vervolgens verdelen de leden van de raad de onderwerpen onderling.

De samenstelling van de cliëntenraad

Iedereen vertegenwoordigd

Alle cliëntgroepen van de zorgaanbieder hebben één of meer zetels in de cliëntenraad. De zetels zijn (bijvoorbeeld) als volgt verdeeld:

Afdeling A: 3 zetels

Dhr. Swartjes (bewoner)

Mw. Bruinsma (bewoner)

1 vacature

Afdeling B: 2 zetels

Mw. Zwart (familie)

Mw. Rood (familie), secretaris

Aanleunwoningen: 2 zetels

Dhr. De With (bewoner), voorzitter

Dhr. Blaauw (vrijwilliger)

Zorg aan de wijkbewoners: 1 zetel

Mw. Van Geel (wijkbewoner)

Ondersteuning: Mw. Groen

Niet-clënten in de cliëntenraad

Cliënten van de zorginstelling hebben niet altijd (meer) voldoende vitaliteit om zitting te nemen in de cliëntenraad, hoewel zij natuurlijk zonder meer een goed klankbord zijn voor de cliëntenraad.

Daarom kunnen ook niet-clënten, zoals vertegenwoordigers of familieleden, lid worden van de cliëntenraad. Voor deze leden is het belangrijk dat ze regelmatig in de instelling komen en deze goed kennen, zodat ze weten wat er speelt.

Wilt u contact met de cliëntenraad?

Wilt u iets vragen, of wilt u iets kwijt aan de cliëntenraad?

Neemt u dan contact op met de voorzitter of de secretaris. U kunt bellen, mailen of schrijven.

Of hebt u zelf belangstelling?

Als u overweegt (zelf) toe te treden tot de raad, dan kunt u gerust een keer komen kijken of op proef meedraaien. Er is regelmatig plek voor nieuwe leden. Neemt u hiervoor contact op met de voorzitter of de secretaris.

Als u iemand anders een goede kandidaat vindt, kunt u die persoon ook met ons in contact brengen of deze folder geven.

Van de leden in onze cliëntenraad vragen wij:

- betrokkenheid bij de bewoners/cliënten van de zorginstelling
- kunnen samenwerken en vergaderen
- kritisch kunnen denken
- tactisch zijn en ook standvastig.

(Naam) , voorzitter

Telefoon:

(Naam), secretaris

Telefoon:

CLIËNTENRAAD

Adres

Tel/Fax:

E-mail: Website: www.

Datum folder

Bijlage 3 Stappenplan themabijeenkomst

Met een themabijeenkomst dient u twee doelen:

1. uw cliënten/familieleden krijgen informatie over een voor hen interessant onderwerp;
2. uw cliëntenraad 'laat zich zien' en krijgt informatie van zijn achterban.

U kunt de bijeenkomst zelf organiseren, of met hulp van de organisatie. Houd in dat geval wél de regie in eigen hand; het is een bijeenkomst van en voor cliënten/familieleden!

Stap 1: kiezen van een onderwerp

Kies een onderwerp dat écht de belangstelling heeft van uw cliënten of waarmee uw cliënten te maken hebben/krijgen.

Een onderwerp kan van de kant van de zorgaanbieder komen, bijvoorbeeld de invoering van zorg-/leefplannen of de inzet van vrijwilligers.

Maar u kunt ook zelf een onderwerp kiezen, bijvoorbeeld naar aanleiding van signalen van cliënten/familieleden over de bejegening of de rapportage van een kwaliteitsonderzoek. Hoe beter de afstemming op uw achterban, hoe groter de kans op succes!

Serieuze onderwerpen maakt u wat minder zwaar door een muzikale onderbreking of door een hapje en een drankje te serveren.

Stap 2: keuze van het tijdstip

Het tijdstip van de bijeenkomst hangt nauw samen met uw doelgroep.

Cliënten in een instelling geven meestal de voorkeur aan overdag, voor extramurale cliënten en familieleden is de avond vaak beter.

Organiseer de bijeenkomst niet op een moment dat er een belangrijk evenement is bijvoorbeeld verkiezingen of een voetbalwedstrijd op televisie.

Stap 3: voorbereiding

U kunt de bijeenkomst organiseren met de hele cliëntenraad, maar een kleine groep werkt efficiënter. Stel een voorbereidingsgroep in van drie of vier personen, eventueel aangevuld met iemand uit de organisatie. Dat laatste is praktisch voor het regelen van de 'huishoudelijke zaken' zoals de ruimte, consumpties en apparatuur.

De voorbereidingsgroep krijgt een duidelijke opdracht mee zodat de leden weten wat de bedoeling is.

Stap 4: taakverdeling

De voorbereidingsgroep maakt duidelijke afspraken over de taakverdeling. Afspraken op papier zorgen ervoor dat iedereen weet waarvoor hij verantwoordelijk is.

De groep moet aan enkele praktische zaken denken.

- Wie is de coördinator/het aanspreekpunt?
- Wat is het beschikbare budget?
- Wie regelt de ruimte?
- Wie zorgt voor consumpties?
- Wie maakt afspraken en houdt contact met de spreker(s)?
- Wie regelt de apparatuur?
- Wie maakt de uitnodigingen en zorgt voor verzending?
- Wie treedt op als gastvrouw/-heer tijdens de bijeenkomst?

Stap 5: eindcontrole

De coördinator controleert de dag van tevoren of iedereen zijn/haar taken heeft uitgevoerd. Daarmee voorkomt u ongewenste situaties.

Stap 6: evalueren van de bijeenkomst

De voorbereidingsgroep bespreekt binnen een week na de bijeenkomst hoe het is gegaan. In een schriftelijk verslagje worden ook eventuele fouten en tekortkomingen vermeld met een suggestie hoe die de volgende keer voorkomen kunnen worden. De voorbereidingsgroep rapporteert vervolgens aan de cliëntenraad.

Als u vaker een themabijeenkomst organiseert, is het raadzaam om een draaiboek te maken dat u iedere keer weer kunt gebruiken. In het draaiboek staan alle acties beschreven die gedaan moeten worden, met daarbij een tijdsplanning. De rapportage van de voorbereidingsgroep kunt u gebruiken om het draaiboek aan te vullen en/of te verbeteren.

Bijlage 4 Voorbeeldbrief aan de directie

[Naam cliëntenraad
Adres
Postcode en plaats]

Naam directie
Adres zorginstelling
Postcode en plaats]

[Datum, plaats]
Betreft: contact met onze achterban

Geachte leden van de directie [eventueel de naam van directielid invullen],

Om goede zorg en ondersteuning te kunnen blijven geven aan cliënten is het belangrijk dat we als cliëntenraad goed zicht hebben en houden op wat onze achterban belangrijk vindt, wat goed gaat, maar ook wat minder goed gaat. Alleen als we dat weten kan de cliëntenraad écht bijdragen aan een betere dienstverlening en een beter leefklimaat.

De cliëntenraad is doordrongen van het belang van contact met onze cliënten en hun familieleden en wil daar structureel aandacht aan besteden. Graag zien wij dat u ons daarbij steunt en ons zo mogelijk ter zijde staat, zodat onze inspanningen maximaal resultaat opleveren.

Concreet denken wij daarbij aan het faciliteren van bijeenkomsten, meewerken aan onderzoeken, het vrijmaken van vrijwilligers of medewerkers zoals bijvoorbeeld de communicatiemedewerker. De activiteiten die we in gedachten hebben zijn voorlichtings- of themabijeenkomsten, enquêtes onder cliënten, publicatie van nieuws en activiteiten van de cliëntenraad in het huisblad en het personeelsblad.

We vragen daarom uw (financiële) steun bij de volgende activiteiten:

[activiteiten invoegen]

Graag willen wij hierover op de eerstvolgende overlegvergadering met u van gedachten wisselen.

In afwachting van uw reactie verblijven wij,

Hoogachtend,

[Naam cliëntenraad]

Bijlage 5 Controlelijst contact achterban

Met deze controlelijst kunt u drie dingen doen:

- U kunt onderzoeken of bij uw cliëntenraad een aantal zaken formeel goed geregeld is. Zijn de notulen van raadsvergaderingen bijvoorbeeld in te zien?
- U kunt onderzoeken of uw cliëntenraad bekend is bij uw achterban, wat cliënten vinden van de cliëntenraad etc.
- U kunt nagaan wat de 'inspraakgewoonten' in uw organisatie zijn.

Zijn formele zaken goed geregeld?

Instellingsbesluit

- Leden van de cliëntenraad worden benoemd via verkiezingen. **Ja/Nee**

Huishoudelijk reglement van de cliëntenraad

- Cliënten worden geïnformeerd over agenda en notulen van de cliëntenraadsvergaderingen. **Ja/Nee**
- Cliënten kunnen de vergaderingen van de cliëntenraad bijwonen. **Ja/Nee**
- De cliëntenraad organiseert ten minste tweemaal per jaar een algemene vergadering voor cliënten en familieleden. **Ja/Nee**
- Cliënten hebben de mogelijkheid om de cliëntenraad te vragen een algemene vergadering bijeen te roepen. **Ja/Nee**
- Cliënten kunnen zich uitspreken over conceptwerkplan, begroting en het (financieel) jaarverslag van de cliëntenraad. **Ja/Nee**

Samenwerkingsovereenkomst tussen cliëntenraad en zorgaanbieder

- Cliënten worden geïnformeerd over de agenda en de notulen van de overlegvergadering van de cliëntenraad met de zorgaanbieder. **Ja/Nee**

Werkplan van de cliëntenraad

- U heeft een communicatieplan waarin staat hoe de contacten met de achterban zijn geregeld. **Ja/Nee**
- U organiseert afdelings/huiskamerbijeenkomsten. **Ja/Nee**
- U organiseert (thema)bijeenkomsten voor cliënten/ familie/mantelzorgers. **Ja/Nee**

Algemeen

- Cliëntenpeilingen over een specifiek onderwerp zijn door u of op uw initiatief gehouden. **Ja/Nee**
- Pr-materiaal van de cliëntenraad is aanwezig, inclusief verspreidingswijze. **Ja/Nee**
- Onafhankelijk cliënttevredenheidsonderzoek bevat ook vragen over (het functioneren van) de cliëntenraad. **Ja/Nee**

Wat vinden en merken onze cliënten van de cliëntenraad?

- Cliënten voelen zich door de cliëntenraad vertegenwoordigd. **Ja/Nee**
- Cliënten/familieleden worden regelmatig door de cliëntenraad benaderd om over hun ervaringen met de zorg- en dienstverlening te vertellen. **Ja/Nee**
- De cliëntenraad neemt de wensen en opmerkingen van cliënten serieus. **Ja/Nee**
- Cliënten/familieleden kennen de (leden van de) cliëntenraad. **Ja/Nee**
- De cliëntenraad wordt regelmatig benaderd door cliënten/familieleden. **Ja/Nee**
- Cliënten/familieleden uiten hun wensen en klachten bij de cliëntenraadsleden. **Ja/Nee**
- Cliënten praten op een positieve manier over de cliëntenraad. **Ja/Nee**
- Er melden zich relatief gemakkelijk nieuwe leden voor de cliëntenraad. **Ja/Nee**
- Een redelijk aantal cliënten/familieleden is bereid om (incidenteel) de cliëntenraad te ondersteunen bij activiteiten. **Ja/Nee**

Wat zijn de 'inspraakgewoonten' in onze organisatie?

- Cliënten krijgen alle ruimte om mee te beslissen over de zorg- en dienstverlening. **Ja/Nee**
- De medewerkers verlenen de zorg in samenspraak met cliënten. **Ja/Nee**
- De cliëntenraad krijgt waardering voor zijn inbreng. **Ja/Nee**
- De directie laat adviezen van de cliëntenraad zwaar wegen bij de beleidsvorming. **Ja/Nee**