

52 Quickwins voor meer toegankelijkheid

52 acties voor een toegankelijke lokale dienst- en hulpverlening, voor elke week van het jaar eentje

Peter Sels & Joke Vanreppelen,
VVSG-stafmedewerkers Lokaal Sociaal Beleid
In samenwerking met de Vlaamse Overheid,
departement Welzijn, Volksgezondheid en gezin



Uw folders worden niet gelezen of begrepen?
Het gemeentehuis is niet toegankelijk?
Burgers vinden moeizaam hun weg naar uw dienstverlening? Ze durven het OCMW niet binnenstappen?
U krijgt vaak klachten over het openbaar domein, maar u slaagt er niet in dit op te volgen?
Er leven allerlei vragen naar dienstverlening waarop u niet onmiddellijk een antwoord kan bieden?

Herkenbaar?

Dan zijn deze 52 quickwins voor toegankelijkheid misschien iets voor u. Voor elke week schuiven wij een haalbare actie naar voren om de toegankelijkheid van uw diensten te verhogen.

Dit is een digitale publicatie. In het document zijn allerlei hyperlinks opgenomen naar goede voorbeelden, bijkomende artikels, filmpjes... waarnaar u rechtstreeks kan doorklikken. Wilt u dit document toch uitprinten dan doet u dit best op A4 formaat. Via het overzicht van alle acties kan u rechtstreeks doorklikken naar de actie die u het meest interesseert. Met de pijltjes bovenaan elke actie kan u door de kalender bladeren.

Inleiding

In 2007 maakten de Vlaamse lokale besturen hun eerste volwaardig Lokaal Sociaal Beleidsplan op. Het verhogen van de integrale toegankelijkheid van de lokale dienst- en hulpverlening stond in vele van die plannen voorop. Einde 2008 publiceerde de VVSG een [handboek 'sociaal huis'](#) waarin het werken aan een toegankelijke dienst- en hulpverlening centraal stond. We schoven vier centrale actieterreinen naar voren en voorzagen ieder jaar ook vormingen, studiedagen, begeleidingen en trainingen voor medewerkers en mandatarissen. Op basis van dat alles ontwikkelden we een [charter en scan](#) toegankelijke lokale dienst- en hulpverlening die we in 2010 lanceerden. In 2011, het jaar van de tussentijdse evaluatie van de LSB-plannen, verzamelden we quickwins om uw dienst- en hulpverlening toegankelijk te maken.

Wij bieden u **52 acties** om de lokale dienst- en hulpverlening nog beter en integraal toegankelijker te maken. We bekijken toegankelijkheid daarbij in de brede zin van het woord. Alle drempels die maken dat uw burgers niet of slechts moeizaam kunnen gebruik maken van de lokale dienst- en hulpverlening, zijn voor ons factoren die de **integrale toegankelijkheid** verlagen. Elk van de 52 acties die u hieronder terugvindt, spelen op één of andere manier in op deze drempels en dragen bij tot de bekendheid, begrijpbaarheid, beschikbaarheid, betaalbaarheid, betrouwbaarheid, bruikbaarheid en bereikbaarheid van de dienst- en hulpverlening.

52? **Voor elke week van het jaar eentje** om uit te voeren of om alvast op de agenda te zetten. Uitvoeren op één dag? Inderdaad, met een aantal van de acties kan u morgen beginnen, sommige zal u ook morgen kunnen afronden. Het gaat dus niet altijd om de grote revolutie in uw dienst- en hulpverlening. Vele kleintjes maken...

Een toegankelijke dienst- en hulpverlening vormt volgens de VVSG **een strategische uitdaging** voor lokale besturen en dat omwille van twee redenen:

- De burger verwacht excellente, toegankelijke diensten van bedrijven, maar ook van overheden en van de non-profitsector.
- Toegankelijke dienst- en hulpverlening is cruciaal in de strijd tegen armoede en sociale uitsluiting.

Daarom zijn we er van overtuigd dat noch een OCMW, noch een gemeente zijn missie realiseert, wanneer hun dienst- en hulpverlening onvoldoende toegankelijk is. Lokale besturen zijn immers de meest burgers nabije overheid en zij leveren zelf ook heel wat diensten aan de burger. Daarnaast spreekt de burger de gemeente en het OCMW aan voor allerlei andere diensten, waarvoor de lokale overheid strikt genomen niet verantwoordelijk is. Die burger verwacht – ook in dat laatste geval – dat hij op zijn minst wordt verder geholpen. Voor zwakkere groepen in de maatschappij

vormt de versnippering van het aanbod tussen diverse overheden, profit- en non-profitorganisaties soms een onoverkomelijke drempel tot integratie in de maatschappij. Lokale besturen verkeren in de unieke positie om als meest burgers nabije overheid ook aan deze burgers de hand te reiken en te zorgen voor een duidelijke toegang tot de dienst- en hulpverlening.

Kunnen we een strategische uitdaging aanpakken **via quickwins of een verzameling van losse acties**? Neen. In de ideale situatie is er een coherente en doordachte strategie m.b.t. de integrale toegankelijkheid van de lokale dienstverlening op lokaal en centraal niveau. Voorbeelden uit o.a. Nederland, Denemarken en Groot-Brittannië kunnen onze centrale overheden op dat vlak sterk inspireren. Voor lokale besturen bestaan er ook een aantal publicaties die met behulp van inspirerende praktijken en bruikbare theorieën visievorming over dit onderwerp willen stimuleren¹.

Tegelijkertijd is het ontbreken van een doordachte strategie geen reden om niets te doen op korte termijn. Concrete acties kunnen na verloop van tijd de aanzet en de bouwstenen vormen voor een doordachte strategie. Concrete acties die zichtbare resultaten genereren op korte termijn kunnen ook bijdragen aan het draagvlak dat nodig is om te werken aan een lange termijnperspectief. De enige voorwaarde voor het implementeren van quickwins is dat ze **niet te belastend zijn** (qua budget en tijdsbesteding) gezien ze niet altijd duurzaam zullen zijn. Duurzaamheid veronderstelt immers een onderbouwde visie.

De selectie van acties die we hieronder opnamen, is eerder **willekeurig**. We baseerden ons op literatuur, praktijkervaringen, input van docenten en trainers, van mandatarissen en medewerkers op het terrein... Opmerkingen, aanvullingen en voorstellen om zaken te schrappen zijn dus welkom bij [Peter Sels](#) en [Joke Vanreppelen](#).

¹ JANSSENS L., PEETERS N., VERHAERT R., GIELEN R., *Handboek dienstverlening: over het kastje en de muur*, Brussel, VVSG Politeia, losbladig.

NOELS B. (red.), [Dienstverlening, impact met een glimlach. Lessen over dienstverlening regio Kortrijk 2009-2010](#), Intercommunale Leiedal, Kortrijk, november 2010.

SELS P., GOUBIN E., MEULEMANS D., SANNEN L., *Het Sociaal Huis, werken aan een toegankelijke dienst- en hulpverlening*, VVSG-Politeia, Brussel, 2008.

Overzicht acties

Communicatiestrategie

- 1 Maak de meest gevraagde gegevens het meest zichtbaar
- 2 Eén telefoonnummer, één e-mailadres, één website, één loket
- 3 Maak uw communicatie per thema coherent en herkenbaar over alle kanalen heen
- 4 Communiceer wat uw producten voor burgers kunnen betekenen
- 5 Communiceer vanuit de denkwereld van uw inwoners
- 6 Bundel en integreer kalenders, folders en brochures voor dezelfde doelgroep
- 7 Investeer in persoonlijke communicatie
- 8 Maak uw communicatie strak
- 9 Controleer of u echt gecommuniceerd hebt
- 10 Communiceer over uw communicatieproducten
- 11 Schakel lokale reclamebladen, radio en regionale TV in als communicatiekanaal
- 12 Schep de juiste verwachtingen en vermijdt miscommunicatie
- 13 Zorg dat uw diensten écht open zijn tijdens de gecommuniceerde openingsuren
- 14 Biedt veel gevraagde en eenvoudige producten aan via verschillende kanalen
- 15 Maak uw dienstverleningsgebouw zichtbaar en herkenbaar
- 16 Onderschrijf het charter toegankelijke dienst- en hulpverlening
- 17 Toets nieuwe ideeën voor communicatie of dienstverlening bij de burger

Proactief werken

- 18 Communiceer als OCMW proactief en maak werk van preventie
 - 19 Verwelkom nieuwe inwoners met een warm onthaal
 - 20 Communiceer naar moeilijk bereikbare doelgroepen via homeparty's
 - 21 Schakel toeleiders in als aanspreekpunt voor moeilijk bereikbare doelgroepen
 - 22 Nodig burgers uit in het OCMW-gebouw voor/zonder dat hij financiële hulp nodig heeft
 - 23 Ga op bezoek bij kwetsbare burgers en haal hen uit het isolement
 - 24 Geef geïsoleerde burgers regelmatig een telefoontje
 - 25 Zorg voor extra beschikbaarheid van dienstverlening via vrijwilligers
- ### Personeel
- 26 Selecteer en train uw medewerkers ook inzake klantvriendelijkheid
 - 27 Communiceer via uw medewerkers
 - 28 Maak veiligheidsscripts en oefen ze in zodat uw medewerkers veilig zijn.
 - 29 Verwijs burgers correct door wanneer ze aan de 'foute' deur kloppen
 - 30 Zorg ervoor dat uw onthaalmedewerkers tijd hebben voor hun hoofdtaak: onthaal
 - 31 Een professioneel en vriendelijk telefonisch onthaal: implementeer een telefooncode.
 - 32 Ontvang uw burgers persoonlijk
 - 33 Sensibiliseer uw medewerkers over het belang van klantgerichtheid
 - 34 Motiveer uw medewerkers om samen klantgericht te werken: stuur ze naar vorming
 - 35 Maak een actieplan over integrale toegankelijkheid voor ouderen
 - 36 Pas een toegankelijkheidsscan toe en organiseer regelmatig een klachtenanalyse

Taal

- 37 Gebruik een taal die al uw burgers begrijpen
- 38 Controleer op voorhand welk aandeel van de bevolking uw tekst zal begrijpen
- 39 Gebruik tolken indien uw burgers onvoldoende Nederlands spreken
- 40 Communiceer uw dienst- en hulpverleningsaanbod ook via pictogrammen
- 41 Stem uw taalbeleid maximaal af op de lokale behoeften

Fysieke toegankelijkheid

- 42 Vraag advies over de fysieke toegankelijkheid van uw gebouwen en omliggende ruimte
- 43 Onderzoek de toegankelijkheid van monumenten en historische gebouwen
- 44 Voorzie een avondopening en/of een opening tijdens het weekeinde
- 45 Voorzie in een gebouw dat uw medewerkers beschermt wanneer nodig
- 46 Voorzie een gebouw dat zo weinig mogelijk frustratie en agressie opwekt bij de burger
- 47 Zorg dat de burger een vraag kan stellen zonder dat hij een etiket opgeplakt krijgt
- 48 Verduidelijk via uw inrichting waar er wat gebeurt, waar men mag gaan en staan
- 49 Screen de toegankelijkheid van het openbaar domein samen met uw burgers
- 50 Creëer een meldpunt over knelpunten en hindernissen op het openbaar domein
- 51 Maak evenementen die u ondersteunt of zelf organiseert toegankelijk
- 52 Maak het uw burgers makkelijk en aangenaam om u te voet te bereiken

Communicatiestrategie

Maak de meest gevraagde gegevens het meest zichtbaar

Zorg er voor dat de gegevens die de burger het meest vraagt aan het bestuur zoals bv. openingsuren, adressen van dienstverleningsgebouwen, mailadressen, telefoonnummers... makkelijk en via verschillende kanalen terug te vinden zijn. Dit bespaart uw (loket) medewerkers veel werk. Maak een inventaris van deze gegevens en communiceer ze actief via diverse kanalen (antwoordapparaat, homepagina website, handtekening van e-mailberichten, briefhoofd, panelen aan de dienstverleningsgebouwen...).

De infofolder van het [sociaal huis Kuurne](#) geeft een duidelijk overzicht van alle kanalen waarop u het sociaal huis kan bereiken: adres, openingsuren, e-mail, telefoon, fax, sms-dienst... Doordat de folder ook informatie bevat over noodnummers, huisartsen en apothekers zullen vele inwoners deze folder een vaste plaats geven op hun prikbord. Op die manier vermijdt u dat de folder in de vuilbak beland.

Communicatiestrategie

Eén telefoonnummer, één e-mailadres, één website, één loket

Beschikt uw bestuur over een uitgebreide dienstverlening met vele afzonderlijke en omvangrijke diensten, dan kan dit voor de burger onoverzichtelijk worden. Laat uw diensten niet allemaal naast elkaar communiceren. Een te sterke aparte profilering per dienst, staat vaak de creatie van een overkoepelend imago in de weg. Streef op termijn naar één telefoonnummer, één e-mailadres en één fysiek loket waarlangs burgers snel en accuraat loketinformatie kunnen krijgen over alle diensten en waar burgers voor een aantal producten en diensten ook concreet worden geholpen. En waarom niet in samenwerking met de gemeente, het OCMW en de politie?

Het OCMW Kortrijk integreerde in het buurtcentrum een algemene [infobalie](#) die buurtbewoners wegwijs maakt in het welzijnsaanbod en hen doorverwijst wanneer nodig. U kan voor praktijkervaring contact opnemen met de gemeentelijke communicatieambtenaar van Zwijndrecht ([Marc van Daele](#)), Mol ([Roeland Kortleven](#)) of Mortsel ([Gert Willems](#)). U vindt ook inspiratie in het artikel '[Gemeente en OCMW spreken met één stem](#)'.

Communicatiestrategie

Maak uw communicatie per thema coherent en herkenbaar over alle kanalen heen

U kan uw communicatie ordenen per cluster van diensten die voor de burger logisch samen horen. Een voorbeeld van zo'n cluster is 'bouwen en wonen' of 'vrije tijd'. In de ideale situatie creëert u eenvormigheid in uw communicatie over de verschillende kanalen heen. Dit wil zeggen dat u bv. per cluster van diensten één fysiek loket hebt, met een eigen kleur waarbij dezelfde kleur terugkomt in het gemeentelijk informatieblad, op de website, in folders, in de signalisatie, op aanplakborden... Op die manier vindt burger in één oogopslag de informatie die hij nodig heeft.

De website van de gemeente [Herenthout](#) kan inspiratie bieden.

Communicatiestrategie

Communiceer wat uw producten voor burgers kunnen betekenen

Communiceer niet alleen over de diensten die u aanbiedt (bv. dienstencentrum, poetsdienst...) maar vooral over wat uw diensten kunnen betekenen voor de mensen (gezellig samenzijn, samen eten, het huishouden wat lichter maken...).

Neem een kijkje in de [thuiszorgbrochure van OCMW Grimbergen](#) voor inspiratie.

Laat burgers voelen dat ze welkom zijn door boodschappen als 'onze medewerkers helpen u graag verder', 'aartzel niet om hier uw vraag te stellen'... Dit kan twijfelaars over de streep trekken. Ook in functie van de interne communicatie en de motivatie van de medewerkers is het goed om af en toe duidelijk te maken waarom we eigenlijk bepaalde diensten aanbieden en welke effecten we nastreven bij de bevolking.

Communicatiestrategie

Communiceer vanuit de denkwereld van uw inwoners

Tracht uw communicatie op websites en in folders te structureren volgens het vraagpatroon van burgers. Tracht na te gaan wat uw burgers bezighoudt wanneer zij nadenken over bv. 'vakantie' of 'verhuizen'. Leidt daaruit af welke informatie en producten u eigenlijk moet aanbieden om daarbij aan te sluiten. Onder het thema 'vakantie' kan de burger dan bv. zowel informatie vinden over de Grabbelpas van de jeugddienst, over reispassen (uitgereikt door de dienst burgerlijke stand) en over het woningtoezicht van de politie. Onder het thema 'verhuizen' vindt de burger informatie over het ontlenen van parkeerverbodsborden, over nutsmaatschappijen en over een adreswijziging.

De [infobrochure van het OCMW Gent](#) is een mooi voorbeeld. Meer info vindt u in het artikel ['Communiceren vanuit de denkwereld van je inwoners'](#) of op de website van de [gemeente](#) en het [sociaal huis](#) van Zwijndrecht.

Communicatiestrategie

Bundel en integreer kalenders, folders en brochures voor dezelfde doelgroep

Seniorenverenigingen, dienstencentra en rusthuizen communiceren vaak naast elkaar kalenders met activiteiten die gericht zijn op (ongeveer) dezelfde doelgroep. Stimuleer deze actoren om hun activiteiten open te stellen voor een brede doelgroep en tracht de verschillende kalenders te bundelen tot één kalender. Het bespaart de doelgroep een zoektocht en vervelende, ongewilde overlappingsen zullen snel duidelijk worden. Het kan ook een eerste aanzet vormen tot afstemming en coördinatie in het aanbod van instanties die aan het einde van de rit allemaal gedeeltelijk of geheel gefinancierd worden met belastinggeld van de burger. De communicatie is gegarandeerd ook effectiever en goedkoper dan in een situatie van afzonderlijke communicatie.

Doorblader eens de [seniorengids van Sint-Niklaas](#) als voorbeeld.

Hetzelfde geldt voor de activiteiten en opvangfaciliteiten voor kinderen en jongeren in de gemeente die de opvangvoorzieningen of de jeugd-, sport- en culturele verenigingen of -diensten aanbieden. Via de opmaak van een gebundelde vakantiekalender bespaart u ouders het geknutsel en kan u zorgen voor afstemming in het aanbod. Idealiter leidt het op termijn ook tot één inschrijvingssysteem.

De jeugd van Londerzeel kan bv. op een aparte [website](#) terecht waarbij één kalender alle activiteiten bundelt.

Hetzelfde principe geldt evenzeer voor folders en brochures over het aanbod van dienst- en hulpverlening. Een brochure die aansluit bij het vraagpatroon van de burger) is veel interessanter dan 26 brochures naast elkaar. U kan bv. het aanbod over wonen van zowel het Vlaamse, federale als gemeentelijke aanbod bundelen op uw website of alle aanbod over thuiszorg van zowel het OCMW, (semi-)private instellingen als gemeentelijke premies in één brochure aanbieden.

De gemeente Sint-Niklaas bundelde alle info over thuiszorg voor zowel burgers als zorgverleners en medewerkers in het [thuiszorgcentrum t Punt](#). Het thuiszorgcentrum heeft zowel een fysiek loket als een overzichtelijke website. De gemeente en het OCMW van Zottegem maakte een overzichtelijke [brochure voor de kinderopvang en vakantiewerking](#) die alle aanbod op het grondgebied bundelt.

Communicatiestrategie

Investeer in persoonlijke communicatie

Wanneer u merkt dat burgers uw communicatiemateriaal nauwelijks lezen, ga dan na of u mensen persoonlijk kan aanspreken. Het lijkt intensief, maar misschien wel veel effectiever en dus misschien zelfs efficiënter! Zoek uw doelgroep op daar waar ze zich bevindt. Wilt u het aanbod over opvoedingsondersteuning bekend maken? Zet u met uw communicatiemateriaal op drukke momenten in de bibliotheek bij het kinderboekenrek en begin een babbel met bezoekers. Wilt u het nieuwe online inschrijfsysteem voor de kleuterschool bekend maken? Spreek mensen met peuters aan op de markt, vraag hen hoe oud de peuter is, wanneer hij of zij naar school gaat en informeer hen over het nieuwe systeem. Wil u meer allochtone burgers bereiken in uw sport-, cultuur- en jeugd aanbod? Ga naar een activiteit van een allochtone zelforganisatie en spreek de aanwezigen aan. Een overzicht van allochtone zelforganisaties vindt u op de website van het [Minderhedenforum](#). Om de persoonlijke communicatie haalbaar te maken, kan u ook vrijwilligers inschakelen.

Communicatiestrategie

Maak uw communicatie strak

10-tallen affiches aan de muren, een massa folders in een rek, teveel tekst op de website of in een brochure... het zorgt niet voor meer informatieoverdracht, eerder integendeel.

Het onthaal van OCMW Leuven lost dit op door elke maand één thema in de kijker te plaatsen. In de wachtruimte vindt de bezoeker folders en affiches over dit thema. Heeft de burger vragen over een ander thema, dan krijgt hij deze brochure aan de onthaalbalie.

We raden aan stap per stap een beperkt stukje informatie aan te bieden via verschillende kanalen. Beter enkele affiches met veel beelden die communiceren over uw algemeen aanbod.

Kijk eens naar de [affiches van het sociaal huis Zwijndrecht](#).

Beter één basisfolder die in grote lijnen de dienstverlening omschrijft en voor het overige contactgegevens bevat.

Een mooi voorbeeld is de folder van het [meldpunt discriminatie Kortrijk](#). Ook de sociale infopunten in Antwerpen hebben een overzichtelijke [folder](#). U kan een uitgebreide achtergrond nalezen over het [concept sociale infopunten Antwerpen](#).

In plaats van rekken met folders te overladen, kan u ook aan de onthaalmedewerkers vragen om folders op vraag uit te printen. Dit is kostenbesparend, garandeert dat de burger een up to date folder in handen krijgt en geeft de kans om mondelinge uitleg te geven bij de folder.

Communicatiestrategie

Controleer of u echt gecommuniceerd hebt

U heeft pas gecommuniceerd als uw boodschap verzonden, aangekomen en begrepen is. Laat uw communicatieboodschappen vooraf nalezen door enkele mensen uit uw doelpubliek. Vraag hen wat ze met de informatiedrager zouden doen? Weggooien? Bijhouden? Lezen? Bijkomende informatie vragen? U weet onmiddellijk wat duidelijk of onduidelijk is, wat goed of slecht overkomt, wat uw communicatie teweeg brengt en wat niet. Evalueer uw communicatiestrategie ook achteraf. Peil of het doelpubliek de boodschappen goed ontvangen en begrepen heeft. Vraag hoe burgers bij uw dienst terecht komen en welke communicatiemiddelen daarbij een rol spelen. Registreer welke communicatiekanalen de doelgroep het best bereiken en investeer in deze kanalen.

Communicatiestrategie

Communiceer over uw communicatieproducten

Promoot uw brochures, website, elektronische nieuwsbrieven en informatiebladen. Verwijs in elk communicatieproduct zoveel mogelijk naar de andere communicatie-kanalen zodat burgers deze na verloop van tijd leren kennen en gebruiken.

Een voorbeeld is de [folder sociale infopunten Antwerpen](#).

Communicatiestrategie

Schakel lokale reclamebladen, lokale radio en regionale TV in als communicatiekanaal

Bepaalde doelgroepen (zoals ouderen, lager geschoolden en allochtonen) worden makkelijker bereikt via lokale reclamebladen, lokale radiozenders of regionale televisie dan met de klassieke folders, brochures en de gemeentelijke website. Zoek een [lokale radio](#) of een [lokaal televisiestation](#) in uw buurt. Lees dit [artikel](#) over ervaringen met lokale televisie. Zoek uit of het inzetten van [etnische media](#) nuttig is om uw allochtone burgers te bereiken.

Communicatiestrategie

Schep de juiste verwachtingen en vermijdt miscommunicatie

Burgers vertrekken vanuit hun eigen referentiekader en hebben soms andere verwachtingen dan hetgeen een lokaal bestuur biedt. Communiceer duidelijk over wat de burger van de gezinszorg, poetsdienst of klusjesdienst kan verwachten.

Het OCMW Antwerpen verspreidde een duidelijke brochure thuiszorg over welke taken de thuisverzorgers wel en niet doen.

Ook culturele verschillen kunnen soms tot misverstanden leiden tussen allochtone burgers en het bestuur. Hoe staat een allochtone senior tegenover thuisverzorging, poets hulp of een woonzorgcentrum? Hoe legt u aan een nieuwkomer uit wat zijn rechten en plichten zijn? Wanneer miscommunicatie regelmatig voorkomt, kan u opteren interculturele bemiddelaars in te schakelen. Deze bemiddelaars kennen de leefwereld van de allochtone doelgroepen goed en kunnen de culturele vertaalslag maken tussen het standpunt van de allochtone burger en het lokaal bestuur.

Het OCMW Kortrijk heeft ervaring met het inschakelen van interculturele bemiddelaars.

Communicatiestrategie

Zorg dat uw diensten écht open zijn tijdens de gecommuniceerde openingsuren

“Wanneer kan ik welke dienst verkrijgen?” is een vraag die burgers zich vaak stellen. Openingsuren moeten dus goed gecommuniceerd worden. Maar let er ook op dat openingsuren worden nageleefd door de medewerkers. Wanneer openingsuren samenvallen met de werktijden van de medewerkers, is de dienst in de praktijk vaak iets later open en iets vroeger dicht dan aangekondigd. Dit is als klant vaak moeilijk te begrijpen. In dergelijke situatie kan u ofwel de openingsuren aanpassen aan de realiteit ofwel de werktijden verschuiven zodat voorbereidende of afsluitende taken iets voor en na de openingsuren kunnen gebeuren. Ga ook na of er tijdens de gehele periode van openingsuren ook voldoende dienstverlening te verkrijgen is. Indien men op bepaalde periodes enkel van de onthaalmedewerker te horen krijgt dat men op een ander moment moet terugkomen, is het misschien beter tijdens die momenten niet ‘open’ zijn. Stel u een supermarkt voor waar enkel de kassa geopend is maar waar u voor het overige niets kan kopen... Indien een bepaalde dienstverlening niet beschikbaar is wegens afwezigheid van een medewerker, geef dan aan wanneer de betrokkene wel aanwezig is of plan een nieuwe afspraak in. Dit laatste vergt een elektronisch agendabeheer en goede afspraken hieromtrent.

Communicatiestrategie

Biedt veel gevraagde en eenvoudige producten aan via verschillende kanalen

Sommige producten en diensten vereisen weinig handelingen of expertise van medewerkers en kunnen bijgevolg op vele plaatsen en via verschillende kanalen (website, algemeen onthaaloket, specifiek loket, huisbezoek, telefonisch) worden geleverd. Inventariseer uw producten, ga na welke de eenvoudige zijn, breng de doelgroepen in kaart die er beroep op doen en bepaal welke hun geprefereerde kanalen zijn. Ga na of u de producten via verschillende kanalen kan aanbieden. Hou ook rekening met de kostprijs van de kanalen: face-to-face-contacten zijn duur, telefonische contacten zijn veel goedkoper en websites nog goedkoper. Face-to-face-contacten zijn voor sommige materies en voor sommige doelgroepen echter wel efficiënter dan andere kanalen en mogen dus zeker niet gesaneerd worden. U hebt er alle baat bij om telefonische, online en elektronische dienstverlening uit te bouwen en actief te promoten. Bij een aantal besturen is er op dit vlak nog werk aan de winkel. Uit een onderzoek van Test-aankoop ([september 2010](#)) bleek dat 72% van de besturen binnen een termijn van zeven dagen antwoorden op een vraag per mail, 21% heeft meer tijd nodig en 7% van de besturen reageerde zelfs niet na een tweede mail. Meer info vindt u in de cahier '[Impact met een glimlach, lessen over dienstverlening regio Kortrijk 2009-2010](#)'.

Communicatiestrategie

Maak uw dienstverleningsgebouw zichtbaar en herkenbaar

Uw gevel is uw pasfoto, verzorg hem en gebruik hem om uw gebouw zichtbaar en herkenbaar te maken. Zorg ervoor dat het duidelijk is voor de burger welke diensten er binnen te verkrijgen zijn.

Neem een foto van uw gebouw op in uw publicatie zoals bv. de [infobrochure van het OCMW Gent](#) (vanaf p. 36 adressenlijst).

Zorg voor een duidelijke signalisatie naar en in het gebouw en zorg dat uw gebouw ook zichtbaar blijft als het niet geopend is. Probeer eenvormigheid te bekomen in dit alles, neem signalisatie en borden ook op in de huisstijl van uw bestuur.

Communicatiestrategie

Onderschrijf het charter toegankelijke dienst- en hulpverlening

Het [charter](#) bevat tien engagementen die gemeenten en OCMW's kunnen aangaan ten aanzien van hun burgers. Het is gebaseerd op de 7 B's van toegankelijkheid: bekendheid, bereikbaarheid, betrouwbaarheid, beschikbaarheid, betaalbaarheid, begrijpbaarheid en bruikbaarheid. De principes zijn algemeen geformuleerd zodat ze toepasbaar zijn op zowel OCMW- als gemeentelijke diensten. Via deze [voorbeeldtekst](#) kan u aan uw burgers communiceren over het charter.

De gemeente en het OCMW van Arendonk communiceerden bv. het charter tijdens de 'dag van de klant'.

Maak de principes van het charter samen met uw medewerkers concreet. U kan per dienst de principes vertalen, als norm naar voren schuiven en de werking van de dienst eraan aanpassen.

De gemeente en het OCMW van Damme bv. werken het charter per dienst uit en nemen het mee in de functioneringsgesprekken van personeelsleden.

Communiceer de verbeteringen die u doorvoerde ook aan de burger en leg terug de link met het charter. Wil u graag weten wie [het charter ondertekende en acties ondernam](#)? Voor meer info kan u terecht bij [Peter Sels](#) en [Joke Vanreppelen](#) (stafmedewerkers lokaal sociaal beleid VVSG).

Communicatiestrategie

Toets nieuwe ideeën voor communicatie of dienstverlening bij de burger

Dé burger bestaat niet. Een effectieve en toegankelijke dienstverlening vereist dus differentiatie. Er is immers niets zo ongelijk als de gelijke behandeling van ongelijken. Tegelijkertijd kan u geen apart georganiseerde dienstverlening of communicatie uitbouwen voor elke (sub-)doelgroep. Daarom is het zaak om zoveel mogelijk te communiceren zodanig dat het begrijpbaar is voor een zo groot mogelijke groep en om dienstverlening zo te organiseren dat ze bruikbaar is voor een zo groot mogelijke groep. Tracht daarom nieuwe ideeën en communicatieacties te toetsen:

- bij een gedifferentieerd panel van burgers,
- via adviesraden
- bij organisaties met expertise in bijzondere doelgroepen (laaggeschoolden, kansarmen, personen met een handicap, ouderen, kinderen, etnisch-culturele minderheden ...)
- via literatuur

Lees de brochure '[elkaar vinden, bouwstenen voor het communiceren met kansarme doelgroepen](#)'. Daarnaast vindt u meer info in deze '[powerpoint](#)', '[handouts](#)' en '[checklist](#)' die gepresenteerd werden op de studiedag 'Naar een toegankelijke dienst- en hulpverlening'.

Proactief werken

Communiceer als OCMW proactief en maak werk van preventie

Maak het OCMW en zijn aanbod bekend bij mensen nog voor dat ze het nodig hebben of er zelf naar informeren. Sommige kwetsbare burgers maken geen gebruik van de dienst- en hulpverlening waarop ze recht hebben. Drempels als onbekendheid van het aanbod en vooroordelen over het OCMW staan in de weg. Door proactief het aanbod te communiceren aan potentieel geïnteresseerden, kan het bestuur anticiperen op de risico's van onderbescherming.

U kan jongeren bereiken door bv. toelichtingen te geven op scholen, elke 18-jarige een informatiebrochure in de brievenbus te steken of een OCMW-jongerenraad te organiseren zoals Zottegem doet.

Senioren kan u bereiken met bv. huisbezoeken of telefoongesprekken naar aanleiding van een neutrale gebeurtenis zoals een (huwelijks)verjaardag.

Leg uw oor eens te luisteren bij het OCMW van Herzele (Caroline De Vadder) of Londerzeel (Marita Berghman) over hun ervaring om senioren te bereiken.

Proactief werken

Verwelkom nieuwe inwoners met een warm onthaal

Nieuwe inwoners hebben behoefte aan informatie over het dienst- en hulpverleningsaanbod in de buurt. Een overzichtelijke onthaalbrochure kan een eerste stap zijn.

Kortrijk voorziet onthaalbrochures in verschillende talen voor nieuwkomers die het Nederlands niet (voldoende) machtig zijn.

De gemeente kan in samenwerking met het OCMW en andere lokale partners een verwelkomingsmoment organiseren voor nieuwe inwoners om kennis te maken met het lokale dienst- en hulpverleningsaanbod. U kan ook vrijwilligers als aanspreekpersoon aanduiden om de nieuwe inwoner wegwijs te maken in de gemeente. Dit kan interessant zijn voor kwetsbare doelgroepen zoals laaggeschoolden, anderstaligen, ouderen...

De gemeente en het OCMW van Zoersel koppelen vrijwilligers aan nieuwkomers naargelang taal en interesse.

Proactief werken

Communiceer naar moeilijk bereikbare doelgroepen via homeparty's

Kwetsbare burgers zoals ouderen, laaggeschoolden, allochtonen... bereiken we vaak onvoldoende via het reguliere communicatieaanbod. Daardoor missen deze mensen belangrijke overheidsinformatie. U kan experimenteren vrijwilligers in te zetten om deze doelgroepen te informeren. Een interessante methodiek is de 'homeparty'. Net zoals een tupperware-party komt een spreker bij een gastgezin langs om informatie te geven over een vooraf afgesproken onderwerp. Tijdens een sessie van enkele uren informeert de sociale adviseur het gastgezin en uitgenodigde familie, vrienden en buren over gezondheidsthema's, opvoeding, ouder worden, onderwijs of vrijetijdsbesteding. De sociaal adviseur komt gratis langs en het gastgezin ontvangt bovendien een cadeautje.

De stad Antwerpen organiseert dergelijke [homeparty's](#) bij allochtone gezinnen.

Proactief werken

Schakel toeleiders in als aanspreekpunt voor moeilijk bereikbare doelgroepen

Overheidsinformatie laten doorsijpelen bij moeilijk bereikbare doelgroepen, vraagt enige creativiteit. Ga op zoek naar sleutelfiguren uit deze doelgroep en motiveer hen om de rol van toeleider op zich te nemen. Deze sleutelfiguren hebben toegang tot de doelgroep en spreken dezelfde taal (letterlijk maar ook figuurlijk). Door hen een degelijke opleiding te geven, kunnen zij de doelgroep informeren en toeleiden naar het reguliere dienstverleningsaanbod.

De regio Halle-Vilvoorde zet allochtone toeleiders in om moeilijk bereikbare allochtone burgers te bereiken. De toeleiders kunnen zowel vrijwilligers zijn als personen tewerkgesteld via artikel 60.

Proactief werken

Nodig burgers uit in het OCMW-gebouw voor/zonder dat hij financiële hulp nodig heeft

Vele OCMW's kampen met een negatief en zeer beperkt imago dat niet (of slechts gedeeltelijk) overeenkomt met de dienstverlening die ze aanbieden. Het OCMW is er enkel om financiële ondersteuning aan te bieden, je gaat enkel bij het OCMW aankloppen in uiterste nood. Om de vooroordelen in de hoofden van de bevolking te doorbreken, is het belangrijk dat de burgers op een positieve manier in contact komen met het OCMW. Ga na of in het OCMW-gebouw tijdelijk of permanent producten en diensten kunnen worden aangeboden waar geen mentale drempels aan verbonden zijn.

Zo heeft het sociaal huis Roeselare een **surfhoek** waar burgers gratis gebruik kunnen maken van internet. Hoe ze daarmee de digitale kloof willen dichten leest u in dit **artikel**.

Voorzie een gratis openbaar toilet, een drinkwaterfontein of een drankautomaat in het gebouw en communiceer dat ook. Ga na of het gebouw na de werkuren kan gebruikt worden voor vergaderingen voor verenigingen, recepties, tentoonstellingen...

Het **sociaal huis Oostende** lokt inwoners naar zich toe door verkeerslessen te organiseren en fietsen te ontleneren. Deze activiteiten worden aangekondigd in de sociaal huis krant.

Proactief werken

Ga op bezoek bij kwetsbare burgers en haal hen uit het isolement

Sommige burgers zijn minder mobiel en nemen daardoor minder deel aan het maatschappelijk leven, hebben minder contacten, kunnen minder makkelijk beroep doen op diensten en hulpverlening en kennen het aanbod nauwelijks. Een aanzienlijk aantal onder hen leeft geïsoleerd.

Het dienstencentrum van Hasselt heeft hierop een antwoord gevonden. Het brengt eenzame senioren met elkaar in contact door een [verzoekjesrubriek in hun infokrant te voorzien](#). Eenzame senioren kunnen via een berichtje in de krant gelijkgestemde zielen oproepen om samen een stapje in de wereld te zetten.

Als bestuur kan u ook een bezoekersteam van vrijwilligers oprichten. Via een bezoekersteam kan u op een jaar tijd ongeveer al uw vereenzaamde ouderen bereiken met een huisbezoek. Dit biedt als voordelen dat u de relevante dienstverlening mondeling kan toelichten, hun problemen of behoeften kan inventariseren en er oplossingen voor zoeken en dat u een globaal zicht krijgt op allerhande problemen of behoeften in uw gemeente. Stel een projectcoördinator aan en maak een analyse van de potentieel te bezoeken groep. Werk vrijwilligers, leidt hen op inzake de doelgroep, de problematiek van vereenzaming, discretie, rapportering en ga aan de slag. U bent klaar om te starten na een 4-tal maanden. Indien u hierin wil begeleid worden, dan kan VVSG dit op een 4-tal dagdelen. Meer info bij [Joris Peeraer](#) (medewerker lokaal ouderenbeleid VVSG).

Proactief werken

Geef geïsoleerde burgers regelmatig een telefoontje

Mensen die minder mobiel zijn en wiens sociaal netwerk eerder klein is, hebben meer kans om te vereenzamen. Organiseer een 'telefoon-ster' vanuit uw dienstencentrum of OCMW. Mensen kunnen zich inschrijven en worden dan elke week op een vastgelegd tijdstip gebeld door een vrijwilliger. Vragen of problemen worden gemeld aan het OCMW die ze verder behandelen. Werf vrijwilligers, train hen en promoot de dienst bij de burgers.

Het [OCMW Dendermonde](#), het [OCMW Halle](#) en het [OCMW Waregem](#) hebben ervaring met een 'telefoon-ster'.

Meer informatie, neem dan contact op met [Joris Peeraer](#) (medewerker lokaal ouderenbeleid VVSG).

Proactief werken

Zorg voor extra beschikbaarheid van dienstverlening via vrijwilligers

Vereenzaming bestrijden, vervoer voor minder mobiele mensen voorzien, klusjes aanpakken, een bad in de Nederlandse taal, huiswerkbegeleiding, animatie van kinderen en jongeren, cultuur of gemeenschapsleven voor nieuwkomers, persoonlijke communicatie over de lokale dienst- en hulpverlening, voorlezen in de bibliotheek.... het zijn allemaal nobele en nuttige acties. Maar vaak ontbreken de middelen om als overheid deze diensten te voorzien. Via vrijwilligerswerk worden bepaalde acties toch haalbaar. Via de uitbouw van een vrijwilligersbeleid en het opzetten van een vrijwilligersdatabank kan u als bestuur de beschikbaarheid van een heleboel diensten verhogen met minimale inspanningen.

De gemeente Peer heeft een [uitgebreide vrijwilligerswerking met een lokale databank voor vrijwilligers](#). Lees het artikel waar in Aalster [actieve senioren kinderen op een veilige manier naar school begeleiden](#). De stad Antwerpen organiseert een [beursvloer om bedrijven en maatschappelijke organisaties aan elkaar te koppelen en op die manier een win-win te creëren tussen vrijwilligersorganisaties en bedrijven](#).

Voordat u met vrijwilligerswerk start, kan u zich best informeren over de [vrijwilligerswetgeving](#). Bij vragen kan u terecht bij het [steunpunt vrijwilligerswerk](#). Nuttige tips vindt u in het handboek [‘werken met vrijwilligers’](#) en de pocket [‘inspiratiegids voor een lokaal vrijwilligersbeleid’](#).

Personeel

Selecteer en train uw medewerkers ook inzake klantvriendelijkheid

Een klantvriendelijke benadering door de medewerkers is enorm belangrijk voor de toegankelijkheid van de dienstverlening. Dit vereist een bepaald profiel voor onthaalmedewerkers en andere medewerkers die vele burgercontacten hebben. Deze medewerkers moeten beschikken over voldoende communicatieve vaardigheden en assertiviteit. Maak een duidelijk profiel op voor medewerkers met burgercontacten waarin communicatieve vaardigheden en assertiviteit centraal staan.

Als voorbeeld schuiven we het profiel voor onthaalmedewerkers van [gemeente en het OCMW Zoersel](#) naar voren.

Communicatievaardigheden hangen gedeeltelijk samen met de persoonlijkheid van de medewerker maar kunnen ook getraind worden. De VVSG heeft een [vormingsaanbod voor loketbedienden en -verantwoordelijken](#). Meer informatie krijgt u van [Gudrun Hellinckx](#) (verantwoordelijke vorming VVSG).

Personeel

Communiceer via uw medewerkers

Zet u uw eigen medewerkers voldoende in als ambassadeur van uw organisatie? Medewerkers van de groendienst, technische dienst, poetsdienst, klusjesdienst en thuiszorgdienst zien enorm veel burgers en zijn ook zelf burgers met een netwerk van familie en vrienden. Omdat zij vanuit hun werkzaamheden zeer mobiel zijn en weinig aanwezig in de administratieve gebouwen, lopen zij het risico om minder sterk betrokken te zijn bij de interne communicatie. U hebt er alle baat bij dat zij minstens even goed geïnformeerd zijn over de organisatie en zijn aanbod als de andere medewerkers. Zij kunnen bovendien, mits de nodige opleiding, ook actief ingeschakeld worden in de communicatiestrategie om het aanbod van dienstverlening bekend te maken. Zij kunnen bv. helpen folders en brochures gericht te verspreiden en mondeling informatie te geven aan cliënten.

Het OCMW Bornem zet bv. **poetspersoneel** in om klanten te informeren over de nieuwe serviceflats of het stookoliefonds. Tegelijk signaleert het poetspersoneel aan de sociale dienst problemen en behoeften die ze detecteren bij hun klanten. De sociale dienst neemt dan contact op met deze cliënten om een antwoord te bieden op hun specifieke vragen.

Personeel

Maak veiligheidsscripts en oefen ze in zodat uw medewerkers veilig zijn

Maak duidelijke interne afspraken over wat inzake agressie getolereerd wordt en wat niet (roken? stemverheffing? roepen? schelden? bedreigen?) en creëer de zekerheid dat er iemand bijspringt wanneer nodig. Dit vereist procedures die een antwoord bieden op verschillende scenario's die zich kunnen voordoen. Deze scenario's worden best samen met de collega's uitgewerkt per specifieke dienstverleningssituatie en -locatie. Ze moeten ook regelmatig, zoals bij een brandoefening, getraind worden. Ook trainingen voor medewerkers over vaardigheden inzake communicatie en weerbaarheid, kunnen de veiligheid verhogen. De VVSG heeft een [vormingsaanbod voor loketbedienden en -verantwoordelijken](#). Meer informatie krijgt u van [Gudrun Hellinckx](#) (verantwoordelijke vorming VVSG).

Personeel

Verwijs burgers correct door wanneer ze aan de 'foute' deur kloppen

Streef ernaar foute deuren te vermijden en burgers zo weinig mogelijk door te verwijzen. Dit is enkel mogelijk wanneer u verschillende diensten op één plaats aanbiedt en wanneer u duidelijk communiceert waar burgers voor wat terecht kunnen. Dit vergt een bundeling en concentratie van diensten en een goede communicatie. Toch zal er altijd doorverwijzing nodig zijn, zowel naar interne diensten als naar externe partners. Burgers zullen minder gefrustreerd zijn wanneer u hen al gedeeltelijk kan verder helpen door bv. een afspraak te maken met de betrokken dienst of een infobrochure te geven. Dit vereist een sterke interne communicatie, vorming van (onthaal)medewerkers en ondersteunende instrumenten zoals bv. een intranetsysteem. Daarnaast kunnen uw medewerkers beroep doen op de Vlaamse [sociale kaart](#) die u lokaal kan vertalen zoals [Roeselare](#) doet. U kan gebruik maken van de [Vlaamse productencatalogus](#) (in opmaak) en deze lokaal aanvullen zoals bv. de [productencatalogus van Zoersel](#). Daarnaast geeft de [rechtenverkenner](#) een online overzicht van sociale rechten op federaal, Vlaams, provinciaal en gemeentelijk niveau. Met deze instrumenten kunnen uw medewerkers aan de slag om burgers op een goede manier door te verwijzen, ook naar de dienst- en hulpverlening die u niet zelf in huis heeft.

Personeel

Zorg ervoor dat uw onthaalmedewerkers tijd hebben voor hun hoofdtaak: onthaal

Vaak combineren onthaalmedewerkers hun onthaaltaak met andere taken zoals bv. administratie, telefonisch onthaal, verzendingen verzorgen, faxen versturen, kopieën maken, verslagen typen, gegevens invoeren, koffie maken, vergaderzalen klaarzetten.... Normaal gesproken is dat geen probleem, zolang de onthaaltaak prioriteit krijgt en kwalitatief kan uitgevoerd worden naast de andere taken. Onthaalmedewerkers kunnen hun onthaalwerk het best combineren met taken die daar logisch bij aansluiten zoals bv. het updaten van informatiesystemen (sociale kaart, intranet, productencatalogus), het beheer van documentatie (folderrekken, affiches) voor de burgers, het beheer van documentatie over andere organisaties, het doornemen van interne communicatie, het elektronische agendabeheer, beheer van vergaderzalenreservaties, registratie van vragen... Taken die een grote concentratie vragen, kunnen beter aan andere administratieve medewerkers worden doorgeschoven.

Personeel

Een professioneel en vriendelijk telefonisch onthaal: implementeer een telefooncode

Indien er geen aandacht is voor het telefonisch onthaal op organisatieniveau, is de kwaliteit van een telefoongesprek afhankelijk van iedere individuele medewerker. Tegelijkertijd vormt het telefonische contact een uithangbord voor uw organisatie en bepaalt het mee uw imago en dus ook de toegankelijkheid. Via een telefooncode maakt u duidelijke afspraken met uw onthaalmedewerkers over bv. de bereikbaarheid, na hoeveel beltonen wordt opgenomen, de wijze van begroeting en afsluiting, het noteren van boodschappen, het herhalen van afspraken op het einde van het gesprek, steeds als laatste inhaken, privégesprekken, het aannemen en doorgeven van boodschappen voor collega's, het afleiden van telefoons, het doorverbinden met of zonder informatieoverdracht. Telefooncodes en de trainingen om ze te implementeren kunnen ook ingaan op aandachtig luisteren, enthousiast praten, zeggen wat je doet als je doorschakelt, vraagverduidelijking

Personeel

Ontvang uw burgers persoonlijk

Ga na of uw medewerkers burgers kunnen ophalen aan het onthaal en naar de plaats van dienstverlening kunnen brengen. Dit is zeker niet in alle situaties mogelijk en onder meer afhankelijk van de frequentie van burgercontacten. Indien realiseerbaar heeft dit systeem heel wat voordelen: uw burgers lopen niet verloren, het komt zeer klantgericht over, het schept onmiddellijk een persoonlijke band. Indien niet realiseerbaar, zorg dan voor een goede bewegwijzering. U kan ook uitzoeken of het haalbaar is een dergelijke service te voorzien voor doelgroepen met specifieke noden zoals personen met een handicap, senioren die slechtziend of slecht te been zijn... Via de deurbel kunnen deze burgers een personeelslid oproepen die hen verder helpt naar het juiste loket.

Personeel

Sensibiliseer uw medewerkers over het belang van klantgerichtheid

Uw medewerkers zetten dagelijks de principes van een toegankelijke dienstverlening in de praktijk. Herinner hen regelmatig aan het belang van klantgerichtheid. Vraag uw medewerkers zelf naar hun laatste ervaringen als klant inzake klantvriendelijkheid en klantgerichtheid. Welke verwachtingen hebben uw medewerkers wanneer ze zelf als klant geholpen worden (in een winkel, in de crèche, in het postkantoor). Tracht vervolgens die verwachtingen te vertalen naar de verwachtingen van de burger naar de lokale dienst- en hulpverlening. Welke service kunnen de personeelsleden bieden gezien de verwachtingen van de burger? Aan welke verwachtingen kunnen ze, omwille van allerlei redenen, niet voldoen? Welke aanpassingen in procedures, inrichting, werktijden zijn nodig om zo klantvriendelijk mogelijk tewerk te gaan? Probeer dit op een humoristische en praktische wijze te doen. Schets enkele herkenbare situaties van hoe het niet moet. U kan gebruik maken van filmpjes op youtube.com (typ 'customer service'), enkele suggesties: [Asterix vrijgeleide A38](#), [Fawlty Towers Satisfied Customers](#), [Visa customer service](#) en [Wat als zelfstandigen ambtenaren waren?](#)

Personeel

Motiveer uw medewerkers om samen klantgericht te werken: stuur ze naar vorming

Dienstverlening staat of valt met uw medewerkers en hun motivatie, kennis en vaardigheden. Medewerkers die allen eenzelfde positieve visie op klantgerichte dienstverlening omarmen, verhogen de tevredenheid van de burgers als klant. Stuur medewerkers samen naar vormingen, trainingen of ervaringsuitwisselingen over dit thema. Dat biedt hen de kans om vanuit eenzelfde begrippenkader te discussiëren en na te denken over de lokale situatie en verbetervoorstellen te doen. De VVSG biedt opleidingen aan voor medewerkers van het [sociaal huis](#) en [sociale dienstverlening](#). Meer informatie krijgt u van [Gudrun Hellinckx](#) (verantwoordelijke vorming VVSG).

Personeel

Maak een actieplan over integrale toegankelijkheid voor ouderen

Lokale besturen hebben meestal vele doelstellingen en intenties om de toegankelijkheid van de dienstverlening voor ouderen te verbeteren. Deze zitten vervat in het onderdeel ouderenbeleid binnen het Lokaal Sociaal Beleidsplan of in het aparte ouderenbeleidsplan. De intenties zijn niet altijd even concreet gemaakt, wat de uitvoering belemmert. Stel een werkgroep samen met vertegenwoordigers uit de doelgroep, medewerkers en betrek ook mandatarissen. In een viertal maanden concretiseert u alle intenties uit het plan en dat op een participatieve wijze. Onze ervaring leert dat u al gauw tot 50 à 100 concrete acties komt waarvan sommigen onmiddellijk uitvoerbaar zijn. De VVSG begeleidt op uw vraag dit participatief proces, meer info bij [Joris Peeraer](#) (medewerker lokaal ouderenbeleid VVSG).

Personeel

Pas een toegankelijkheidsscan toe en organiseer regelmatig een klachtenanalyse

De VVSG ontwikkelde een instrument om eigen dienst- en hulpverlening te evalueren inzake toegankelijkheid. De toegankelijkheidsscan biedt in een 3-tal sessies een inzicht in de knelpunten van toegankelijkheid en zet aan tot het formuleren van verbeteracties. Het proces wordt geleid door een evaluatiegroep die bestaat uit onthaal- en loketmedewerkers, diensthoofden, maatschappelijk werkers... Het proces eindigt in een analyse- en verbeterrapport waarmee u onmiddellijk aan de slag kan. Deze [handleiding](#) helpt u op weg, deze besturen gingen reeds [aan de slag met de toegankelijkheidsscan](#). De VVSG biedt ook begeleidingen aan, meer info bij [Peter Sels](#) en [Joke Vanreppelen](#) (stafmedewerkers Lokaal Sociaal Beleid). Naast het eenmalig toepassen van de toegankelijkheidsscan kan u ook structureel uw dienstverlening evalueren met een regelmatige klachtenanalyse. In deze handleiding '[tevredenheid gemeten](#)' vindt u meer informatie over tevredenheidsmetingen.

Taal

Gebruik een taal die al uw burgers begrijpen

De taal die we gebruiken in onze communicatie naar de burger is meestal te complex. Diegenen die teksten voor de burger schrijven zijn veelal hooggeschoold. Soms zijn hun teksten ook enkel begrijpbaar door hooggeschoolden en missen ze hun doel. Het aandeel hooggeschoolden onder de bevolking bedraagt in Vlaanderen slechts 35% (cijfers 2005). Eenvoudig schrijven is dus nodig voor een efficiënte en effectieve communicatie. Onderzoekscentrum [Memori](#) van de Lessius Hogeschool Mechelen maakte een handige indeling in [taalniveaus](#). Wil u het merendeel van uw bevolking bereiken, zal u zich dus moeten richten taalniveau A2 of B1. Meer informatie over de taalniveaus vindt u op deze [website](#), u kan er ook nagaan of een woord begrepen wordt door burgers met taalniveau A2 of B1.

De stad Roeselare geeft [klaretaalcheques](#) aan lokale diensten en organisaties die hun communicatiemateriaal laten hertalen voor laaggeletterde volwassenen.

Er bestaan gespecialiseerde organisaties die u op verschillende manieren kunnen helpen via vormingen, begeleidingen, ontwikkelen van materiaal... Kijk eens op de websites van [Wablieft vzw](#), het [Centrum voor Basiseducatie](#) en het [Huis van het Nederlands](#).

Taal

Controleer op voorhand welk aandeel van de bevolking uw tekst zal begrijpen

Kopieer en plak een tekst die u wil gebruiken eerst in deze [testmodule](#) en ga na hoeveel jaren scholing mensen nodig hebben om deze tekst te kunnen begrijpen. Herschrijf moeilijke zinnen die de test identificeert. Ter illustratie: deze tekst werd ook ingegeven en vereist blijkbaar 15 jaren scholing om begrepen te kunnen worden. Indien het Gunning Fog indexresultaat van uw tekst meer dan 12 bedraagt, dan wordt hij door 65% van uw inwoners niet begrepen.

Taal

Gebruik tolken indien uw burgers onvoldoende Nederlands spreken

Iedere burger, ook wie onvoldoende Nederlands spreekt, moet toegang krijgen tot de publieke dienst- en hulpverlening. Zij moeten ook hun rechten kunnen uitoefenen en hun plichten kunnen nakomen. Het gebrek aan taalkennis kan daarbij een ernstige hinderpaal vormen. Vaak worden familieleden of vrienden ingeschakeld om te tolken, of spreekt de onthaalmedewerker per uitzondering Frans of Engels. Zo ontstaan er misverstanden door onvolledige of gekleurde vertalingen. U kan als lokaal bestuur gebruik maken van sociale tolken om de kwaliteit van uw dienstverlening te verbeteren. Deze tolken kunnen rechtstreeks via de telefoon een vertaling leveren wanneer u een anderstalig persoon aan het loket hebt. U kan ook vragen of de tolk ter plaatse kan komen. Contacteer [de Centrale OndersteuningsCel voor sociaal tolken en vertalen](#) voor meer informatie. Informatie over de taalwetgeving vindt u bij [het Steunpunt Taalwetwijzer](#). Het [artikel 'Taalwetgeving: instrument of hinderpaal'](#) geeft een inleiding, meer informatie vindt u in de [brochure Taalwetwijzer](#).

Taal

Communiceer uw dienst- en hulpverleningsaanbod ook via pictogrammen

Pictogrammen kunnen de communicatie tussen u en burgers ondersteunen. Beeldtaal spreekt niet alleen anderstaligen aan, maar vergemakkelijkt ook de communicatie met Nederlandstalige burgers.

In de [toegankelijkheidsgids Brugge](#) staat beeldmateriaal centraal. Ook de [kinderopvang van de stad Brugge](#) maakt gebruik van pictogrammen. Het Intercultureel netwerk Gent werkt aan een beeldwoordenboek op maat van thuiszorg. Aan de hand van pictogrammen en foto's kunnen gezinshelpers communiceren met hun cliënten over de verzorgingstaken. U kan dit instrument 'Hoe kan ik u helpen' binnenkort [aanvragen](#) of [downloaden](#) bij het Intercultureel Netwerk Gent. Daarnaast werkt het OCMW Gent met een [foto-stripverhaal](#) om de communicatie in de thuiszorg makkelijker te maken. Meer [informatie](#) over deze manier van werken.

U kan ook gratis pictogrammen downloaden op volgende websites [praten met elkaar](#), [sclera vzw](#) en het [pictogrammenwoordenboek](#).

Taal

Stem uw taalbeleid maximaal af op de lokale behoeften

Wanneer u tijdens dienst- en hulpverlening te maken krijgt met burgers die het Nederlands niet machtig zijn, stelt zich de vraag hoe hiermee om te gaan. U kan in uw gemeente initiatieven opzetten om het Nederlands te promoten. In samenwerking met partners als [Vormingsplus](#), het [Huis van het Nederlands](#) en het [Centrum voor Basiseducatie](#) kan u praatcafés organiseren waar anderstalige burgers hun Nederlands oefenen.

Meer informatie vindt u in het artikel [‘In café Combinne spreek je Nederlands’](#).

Daarnaast kan u ook uw dienstverlening in andere talen aanbieden, weliswaar binnen het kader van de taalwetgeving. Hierover zijn veel vragen. Mag u een andere taal dan het Nederlands aan het loket spreken? Mag u folders aanbieden in andere talen of anderstalige brieven versturen? Informeer u bij [het Steunpunt Taalwetwijzer](#). Het [artikel ‘Taalwetgeving: instrument of hinderpaal’](#) geeft een inleiding, meer informatie vindt u in de [brochure Taalwetwijzer](#). U kan een lokaal taalbeleid uitwerken dat klaarheid schept voor uw medewerkers hoe met andere talen om te gaan.

Het OCMW Halle werkt aan een [project taalbeleid](#).

Wil u een taalbeleid uitwerken, dan neemt u best het [Huis van het Nederlands](#) onder de arm die specifieke projecten hieromtrent opzet.

Fysieke toegankelijkheid

Vraag advies over de fysieke toegankelijkheid van uw gebouwen en omliggende ruimte

De fysieke toegankelijkheid van gebouwen waar dienstverlening wordt aangeboden, is niet altijd optimaal. Wanneer we aan fysieke toegankelijkheid denken, hebben we meestal de doelgroep van personen met een handicap voor ogen, maar ook een moeder met een kinderwagen of een senior die moeilijk te been is, profiteert van een fysiek toegankelijk gebouw. Heeft u nood aan ondersteuning om uw gebouwen fysiek toegankelijk te maken, dan kan u terecht bij [Enter vzw](#). Dit Vlaams Expertisecentrum Toegankelijkheid bekijkt de toegankelijkheid vooral op technisch vlak. Zij weten bijvoorbeeld hoe breed een deur moet zijn voor een rolstoel, wat de ideale hoogte is voor een onthaalbalie en hoe u best uw signalisatie aanbrengt. Enter vzw heeft specifieke brochures over de toegankelijkheid van de [sociale diensten, cultuur- en gemeenschapscentra](#) en het [publiek domein](#). U kan ook een kijkje nemen in deze [powerpoint](#) die gepresenteerd werd op de studiedag 'Naar een toegankelijke dienst- en hulpverlening'. Enter vzw overkoepelt de provinciale adviesbureaus voor toegankelijkheid, waarbij u terecht kan voor advies m.b.t. de fysieke toegankelijkheid, bereikbaarheid of bruikbaarheid van gebouwen of het openbaar domein. Andere interessante websites zijn [toegankelijke omgeving](#) en [toegankelijk Vlaanderen](#).

Fysieke toegankelijkheid

Onderzoek de toegankelijkheid van monumenten en historische gebouwen

Niet zelden zijn gemeentelijke of OCMW-diensten gevestigd in monumenten of historische gebouwen. Hoe verbetert u de toegankelijkheid zonder het erfgoed te beschadigen? Zijn er bruikbare oplossingen voor concrete problemen zonder de authenticiteit van een monument in het gedrang te brengen? Houden esthetiek en functionaliteit elkaar in evenwicht? Meer informatie over de [wetgeving](#) en in een [powerpoint van Westkans vzw](#). Bij specifieke vragen kan u terecht bij [Enter vzw](#), [het Vlaams Expertisecentrum Toegankelijkheid](#).

Fysieke toegankelijkheid

Voorzie een avondopening en/of een opening tijdens het weekeinde

Tracht in het vaststellen van uw openingsuren rekening te houden met de mogelijkheden van al uw burgers. Volgens een onderzoek van Test-aankoop ([september 2010](#)) is er in 14% van de gemeenten geen avond- of weekendopening. Indien u aan bepaalde behoeften slechts beperkt kan voldoen, communiceer dan ook waarom dit zo is (bv. wegens te weinig gebruik tijdens de testperiode, wegens een te hoge kostprijs) of tracht alternatieven te voorzien (telefonisch, mail, dienstverlening via website, op afspraak na openingsuren...).

Fysieke toegankelijkheid

Voorzie in een gebouw dat uw medewerkers beschermt wanneer nodig

Medewerkers kunnen zich pas klantvriendelijk opstellen als ze zich veilig voelen. Af en toe reageren burgers agressief naar uw medewerkers. Dergelijke agressieve reacties moeten zoveel mogelijk voorkomen worden en indien nodig efficiënt aangepakt worden. Het gebouw en zijn inrichting kan hierop afgestemd worden via technische en fysieke ingrepen zoals het voorzien van vluchtgangen, alarmsystemen, een afscheiding van publieke en niet-publieke ruimtes...

Fysieke toegankelijkheid

Voorzie een gebouw dat zo weinig mogelijk frustratie en agressie opwekt bij de burger

Zorg voor een aangename inrichting van de wachtruimte waar men meer kan doen dan wachten. Overweeg een abonnement op een krant of tijdschrift, een computer met internetverbinding, een kinderspeelhoekje, achtergrondmuziek, een kopieermachine, een automaat voor pasfoto's... Ook gratis drinkwater, toiletten, een ruimte voor borstvoeding en babyverzorging kunnen het wachten aangenamer maken. Heb aandacht voor voldoende warmte, licht en ventilatie en overweeg bloemen en/of planten. U kan informatie verspreiden over uw dienst- en hulpverleningsaanbod via een aantrekkelijk vormgegeven krantje, een tv-scherm, folders, affiches, vacatureberichten, oproepen voor vrijwilligerswerk... Deze acties zullen het wachten voor de burgers aangenamer maken en op die manier frustraties en agressie tegengaan.

Fysieke toegankelijkheid

Zorg dat de burger een vraag kan stellen zonder dat hij een etiket opgeplakt krijgt

Sommige vragen zijn privacygevoelig. Tracht te vermijden dat het voor andere burgers duidelijk is voor welk probleem een burger aan het gebouw, het onthaal of het loket komt. Dit kan u realiseren door de afstand tussen vraagsteller en wachtenden groot genoeg te houden of door een geluidswerend, transparant scherm te voorzien. Het veronderstelt ook dat er aan de loketten best geen vaste borden hangen met daarop de producten of diensten die er worden aangeboden. Een loket of wachtzaal met de vermelding 'leefloon' is uiteraard stigmatiserend. Wanneer u enkel de stigmageladen loketten onbenoemd laat, zal er ook een stigma aan deze loketten hangen, gezien het de enige zijn die geen aanduiding hebben. Een gemengde wachtzaal en loketten waar burgers met verschillende soorten vragen terecht komen, kan de stigmatisering tegengaan.

Fysieke toegankelijkheid

Verduidelijk via uw inrichting waar er wat gebeurt, waar men mag gaan en staan

Ga na welk gedrag u wil stimuleren bij burgers die langskomen aan het loket. Welke aspecten van de inrichting en de handelingsprocedures kunnen dit gedrag stimuleren of belemmeren?

Pas de inrichting en procedures op die manier aan dat ze het gewenste gedrag uitlokken. Als u wil dat de burger zich aanmeldt bij het onthaal, zorg dan dat het onthaal opvalt door een centrale positionering, veel licht, een pad dat er naartoe leidt of opvallende kleuren. Zorg ervoor dat uw onthaalmedewerker zelf goed zichtbaar is, onmiddellijk oogcontact heeft met burgers die binnen komen en permanent de wachtenden in het vizier heeft.

De inrichting kan wachtenden stimuleren om een bepaalde afstand van het loket te houden. Wil u dat burgers zich niet in de personeelsruimte begeven, maak dit dan zichtbaar door signalisatie, lichtjes andere inrichting of andere kleuren. Via de inrichting kan u vermijden dat medewerkers allerlei losse berichtjes met instructies voor de burger ophangen (wacht hier aub, gelieve niet...., meldt u aan...) Meer info in deze [powerpoint](#) en dit artikel over [design en dienstverlening](#) van werkwinkels.

Fysieke toegankelijkheid

Screen de toegankelijkheid van het openbaar domein samen met uw burgers

Wie kan beter de toegankelijkheid van het openbaar domein beoordelen dan de gebruikers zelf? Stel een groep van inwoners samen die op een verschillende wijze het openbaar domein beleven: jongeren, ouderen, rolwagengebruikers, mensen die een kinderwagen voortduwen, rollatorgebruikers, slechthzienden of blinden... Organiseer een voorbereidende vergadering met medewerkers van de technische dienst en mandatarissen waarop u de bedoeling van de screening toelicht en een mandaat vraagt om aan de slag te gaan. Stippel een knelpuntenwandeling uit en voer ze uit met de groep van inwoners, aangevuld met medewerkers van de technische dienst en eventueel andere diensten, mandatarissen en een fotograaf. Na de wandeling kan de groep de foto's selecteren en sorteren op basis waarvan ze een presentatie maken. De groep stelt deze presentatie voor aan het College van Burgemeester en Schepenen en/of de verantwoordelijke ambtenaren. Een voorstel van actieplan wordt opgemaakt en besproken met de deelnemers van de werkgroep. Na goedkeuring van het actieplan kan de implementatie stapsgewijs starten. U realiseert dit op een termijn van drie maanden. De VVSG begeleidt op uw vraag ook knelpuntenwandelingen tegen vergoeding, meer info bij [Joris Peeraer](#) (medewerker ouderenbeleid VVSG).

Fysieke toegankelijkheid

Creëer een meldpunt over knelpunten en hindernissen op het openbaar domein

Vele kleine hindernissen en gebreken maken het openbaar domein minder toegankelijk. Vaak blijven die gedurende lange tijd buiten het beeld van het bestuur terwijl ze voor de dagdagelijkse gebruikers van de openbare weg ergernis opwekken en hinderlijk kunnen zijn. U bent dus gebaat bij een goed gekend meldpunt en een beheersysteem om de dossiers op te volgen en af te handelen. Dit vergt in eerste instantie intern overleg met de betrokken diensten en afstemming van de interne structuur. In tweede instantie zal dit meldpunt bekend gemaakt worden aan de bevolking.

De stad Tongeren werkt met een gecentraliseerd meldpunt waar de burger terecht kan met klachten over zowel sluikestorten, defecte straatverlichting als het snoeien van bomen en struiken op het openbaar domein. De stad Brugge heeft een elektronisch meldpunt.

Fysieke toegankelijkheid

Maak evenementen die u ondersteunt of zelf organiseert toegankelijk

[Intro vzw](#) maakt evenementen, voorstellingen in cultuurcentra, festivals en sportmanifestaties toegankelijk voor mensen met een handicap. Hiervoor verleent Intro advies op maat van de organisatie en geeft het ondersteuning in de praktische opbouw van een evenement. Inspanningen worden geleverd voor zowel mensen met een auditieve, fysieke, visuele als verstandelijke handicap en voor mensen met autisme. Intro vzw schreef een [leidraad voor toegankelijke evenementen](#).

Fysieke toegankelijkheid

Maak het uw burgers makkelijk en aangenaam om u te voet te bereiken

Wilt u het wandelen in uw gemeente stimuleren omdat het milieuvriendelijk en gezond is en het sociaal contact stimuleert? Dat veronderstelt niet alleen dat het openbaar domein fysiek toegankelijk is voor voetgangers, maar ook dat er rekening wordt gehouden met de behoeften van een aantal specifieke doelgroepen. Zowel ouderen als jonge ouders met baby's of peuters hebben nood aan voldoende toegankelijke toiletten, plaatsen waar ze even kunnen rusten, waar men baby's kan verzorgen en voeden. Men kan immers niet altijd in horecazaken terecht en niet iedereen kan zich regelmatig een consumptie veroorloven.

Maak een toiletteninventaris. Inventariseer bestaande publieke toiletten en toiletten in de gebouwen van de gemeente en het OCMW. Waar zijn er op het grondgebied nog leemtes? Tracht na te gaan of andere (semi-)publieke of private actoren bereid zijn hun toilet tijdens kantooruren open te stellen voor publiek en neem ze op in de inventaris. Maak een eenvormig beeld dat aangeeft dat burgers gratis kunnen gebruik maken van het toilet en hang het op aan alle toiletten uit de inventaris. Maak een folder om het geheel te communiceren en verspreidt deze gericht. Tracht ook op regelmatige afstanden zitbanken te voorzien. Meer info bij [Joris Peeraer](#) (medewerker lokaal ouderenbeleid VVSG).