

Erasmus School of  
Social and  
Behavioural Sciences

# De effecten van klantcontacten

Evaluatie van het project Frequent, Intensief  
en Persoonlijk (FIP) klantcontact bij de  
gemeente Amersfoort

Sanne van der Valk  
Menno Fenger

# De effecten van klantcontacten in de Participatiewet

Evaluatie van het project Frequent, Intensief en Persoonlijk (FIP) klantcontact bij de gemeente  
Amersfoort

Juli, 2019

## Auteurs

W. A. (Sanne) van der Valk, MSc.  
Prof. Dr. H. J. M. (Menno) Fenger  
Erasmus University Rotterdam  
Erasmus School of Social and Behavioural Sciences (ESSB)  
Department of Public Administration and Sociology (DPAS)

## Foto omslag

Aldo van Zeeland via Creative Commons

## Contactpersoon



Prof. Dr. H. J. M. (Menno) Fenger



[fenger@esbb.eur.nl](mailto:fenger@esbb.eur.nl)



Campus Woudestein  
Mandeville Building T17-23  
Burgemeester Oudlaan 50  
3062 PA, Rotterdam

## Inhoud

1. Inleiding .....	2
2. Theoretische achtergrond .....	4
2.1. Wat weten we over de effecten van klantcontacten?.....	4
2.2. Klantcontacten voor langdurig uitkeringsgerechtigden .....	5
3. De opzet van het onderzoek.....	8
3.1. Werk, Inkomen en Zorg binnen de gemeente Amersfoort .....	8
3.2. De opzet van het kwantitatieve onderzoek.....	9
3.1. De opzet van het kwalitatieve onderzoek .....	11
4. Resultaten van het kwantitatieve onderzoek.....	12
4.1. Beschrijvende statistieken van de doelgroep .....	12
4.2. Beschrijvende statistieken interventie- en controlegroep .....	13
Controlegroep 1.....	13
Controlegroep 2 .....	14
4.3. Duiding van de interventie.....	15
4.4. Uitkomstvariabelen.....	17
4.5. Informatie verkregen via de FIP-klantcontacten over de doelgroep .....	21
5. Resultaten van het kwalitatieve onderzoek.....	24
5.1. Aanleiding: waarom experimenteren met klantcontacten? .....	24
5.2. Wat zijn de werkzame bestanddelen? .....	24
5.3. Benaderingswijze.....	28
5.4. Vaardigheden van de klantmanager .....	29
5.5. Uitvoering van de FIP-klantcontacten binnen de organisatie .....	30
5.6. Wat zijn resultaten? .....	33
5.7. Wat voor de toekomst? .....	35
6. Conclusie en discussie .....	36
7. Overzicht gehanteerde literatuur .....	39

## 1. Inleiding

In verschillende publicaties wordt aangegeven dat de maatschappelijke en arbeidsmatige activering van uitkeringsgerechtigden bevorderd zou kunnen worden door frequente klantcontacten (e.g. Heyma & Werf, 2014; Pedersen, Rosholm & Svarer, 2012). Hoewel op deugdelijke wijze en binnen meerdere contexten positieve effecten van klantcontacten zijn aangetoond, is vooralsnog weinig bekend over waarom deze contacten tot de waargenomen effecten leiden (Rosholm, 2014). Aanvullend kan geconstateerd worden dat het bestaande onderzoek vooral gericht is op het analyseren van de effecten van klantcontacten voor uitkeringsgerechtigden in vroege stadia van hun werkloosheid. Veel minder aandacht gaat uit naar de effecten van klantcontacten voor langdurig uitkeringsgerechtigden.

Om deze hiaten in het bestaande onderzoek te kunnen adresseren hebben SV Land en de Erasmus Universiteit Rotterdam initiatief genomen tot de ontwikkeling van de FIP-methode. FIP staat voor Frequent, Intensief en Persoonlijk klantcontact. De kern van de FIP-methode is dat klantmanagers<sup>1</sup> van een sociale dienst langdurig uitkeringsgerechtigden gedurende een jaar vier keer spreken. Deze gesprekken hebben een breed karakter: in de gesprekken komen zowel onderwerpen aan de orde die rechtstreeks met de Participatiewet te maken hebben als onderwerpen die in bredere zin een belemmering kunnen vormen voor maatschappelijke en arbeidsmatige participatie zoals gezondheid, financiën, relaties en woonsituatie. De klantmanagers moedigen uitkeringsgerechtigden aan om op ten minste één van deze gebieden duidelijke stappen te zetten, om zodoende het activeringsproces op gang te brengen.

In 2017 is de gemeente Amersfoort door de Erasmus Universiteit Rotterdam benaderd voor deelname aan een onderzoek naar de effecten van FIP-klantcontacten. In de periode van september 2017 tot september 2018 hebben zes klantmanagers van de gemeente Amersfoort met de FIP-klantcontacten gewerkt. Van de ongeveer 2200 uitkeringsgerechtigden die langer dan 1 jaar werkloos zijn en niet deelnemen aan een traject, zijn 190 uitkeringsgerechtigden gesproken aan de hand van het FIP-klantcontact. De overige uitkeringsgerechtigden hebben gedurende het jaar de reguliere dienstverlening ontvangen. Binnen dit onderzoek zijn 3 groepen samengesteld: een groep uitkeringsgerechtigden bediend volgens het FIP-klantcontact (de interventiegroep), een groep uitkeringsgerechtigden bediend volgens de reguliere dienstverlening die qua omvang ongeveer gelijk is aan de interventiegroep (controlegroep 1) en een groep bestaande uit alle uitkeringsgerechtigden die niet deelnemen aan de interventiegroep (controlegroep 2). De uitkeringsgerechtigden zijn willekeurig toebedeeld aan de interventie- of controlegroep, waardoor voldaan is aan de voorwaarde van randomisatie binnen experimenteel onderzoek. Dit stelt ons in staat om zorgvuldige uitspraken te doen over de effectiviteit van de FIP-klantcontacten.

Binnen het onderzoek zijn drie onderzoeksvragen leidend: (1) Wat zijn de effecten van FIP-klantcontacten (in het bijzonder op sociale en arbeidsmatige activatie)?; (2) Wat zijn de werkzame bestanddelen ofwel mechanismen die ten grondslag liggen aan de waargenomen effecten?; en (3) Wat zijn succesfactoren en leerpunten bij de in- en uitvoer van de FIP-klantcontacten binnen de organisatie?

---

<sup>1</sup> In de literatuur vinden we verschillende benaderingen voor de sociaal consulenten die gesprekken voeren met uitkeringsgerechtigden. Omwille van de leesbaarheid van dit rapport is gekozen de term *klantmanager* te hanteren om deze sociaal consulenten aan te duiden, in lijn met de terminologie gehanteerd binnen de gemeente Amersfoort.

Dit rapport presenteert de antwoorden op deze vragen gebaseerd op de evaluatie van de FIP-methode binnen de gemeente Amersfoort.

Het rapport is als volgt opgebouwd: In hoofdstuk 2 gaan wij kort in op de theoretische achtergrond van het onderzoek. Hoofdstuk 3 gaat meer gedetailleerd in op de onderzoeksmethodologie. In hoofdstuk 4 presenteren wij de kwantitatieve resultaten van de evaluatie: wat hebben de FIP-klantcontacten opgeleverd in termen van onder andere uitstroom, vordering op de participatieladder en deelname aan trajecten? In hoofdstuk 5 gaan wij in op de kwalitatieve resultaten: hoe kunnen we de cijfermatige gegevens beter duiden, wat zijn de werkzame bestanddelen van de gesprekken volgens klantmanagers, hoe is de in- en uitvoer van het project ervaren door klantmanagers en leidinggevenden en wat is de toekomst van het FIP-klantcontact? Hoofdstuk 6 bevat tot slot de belangrijkste conclusies en limitaties van dit onderzoek.

## 2. Theoretische achtergrond

Gemeente Amersfoort zoekt antwoord op de vraag hoe zij het activeringsproces van de langdurig uitkeringsgerechtigden in hun bijstandsbestand kunnen onderzoeken en stimuleren. Zij hebben daartoe besloten te experimenteren met klantcontacten. Klantcontacten tussen klantmanagers en uitkeringsgerechtigden vormen een essentieel onderdeel van het re-integratieproces. Binnen klantcontact vindt aanmelding voor de uitkering plaats, worden besluiten genomen aangaande deelname aan re-integratietrajecten, wordt zoekgedrag gemonitord en worden assistentie bij zoekgedrag en counseling geboden (Berg, Kjaersgaard & Rosholm, 2012). Herhaaldelijke afwezigheid bij klantcontacten zonder geldige reden kan gesanctioneerd worden door een reductie van het uitkeringsbedrag (Pedersen et al., 2012). Om deze redenen kan verwacht worden dat klantcontacten potentie dragen het gedrag van uitkeringsgerechtigden te beïnvloeden, waarmee de keuze van gemeente Amersfoort om te experimenteren met klantcontacten een begrijpelijke keuze lijkt. In dit hoofdstuk bespreken we een aantal kernbevindingen uit het bestaande onderzoek naar klantcontacten binnen de re-integratiedienstverlening.

### 2.1. Wat weten we over de effecten van klantcontacten?

Opvallend binnen het bestaande onderzoek is de aandacht voor de effectiviteitsvraag van klantcontacten. Op basis van dit onderzoek kan gesteld worden dat de effecten van klantcontact overwegend positief zijn. De effectiviteit van klantcontacten komt overtuigend naar voren in een studie uitgevoerd door Pedersen et al. (2012). Zij vatten in hun studie 37 onderzoeken aangaande de effectiviteit van klantcontacten samen, in 30 van deze onderzoeken wordt een significant positief effect gevonden, in 7 onderzoeken wordt geen significant effect gevonden en in geen enkel onderzoek wordt een significant negatief effect gevonden. Wellicht een meer interessant onderzoek - vanwege de Nederlandse context - is het onderzoek uitgevoerd door Heyma en Werf (2014) naar het effect van vervolggesprekken in aanvulling op een intakegesprek bij het Uitvoeringsinstituut Werknemersverzekeringen (UWV). Heyma en Werf (2014) vinden dat vijf gesprekken gedurende de eerste 10 maanden Werkloosheidswet (WW) voor een verhoging van de werkhervattingskans zorgen van 8.5 procentpunt.

Het onderzoek uitgevoerd door Heyma en Werf (2014) toont aanvullend aan dat met ieder vervolggesprek de werkhervattingskans oploopt. Hieruit blijkt dat niet enkel het eerste gesprek van belang is voor het vergroten van de werkhervattingskans, vervolggesprekken hebben additionele positieve effecten. Heyma en Werf (2014) vinden dat ieder vervolggesprek met een klantmanager zorgt voor een verhoging van de werkhervattingskans met 1 a 2 procentpunten binnen anderhalf jaar WW. Afzonderlijke vervolggesprekken verschillen hierbij in effectiviteit statistisch gezien niet van elkaar, met uitzondering van het eerste vervolggesprek; de effectiviteit van dit gesprek is significant groter dan dat van het tweede vervolggesprek. De bevinding dat van ieder gesprek een nieuwe activerende werking uitgaat werd eerder gedaan door Berg et al. (2012). Zij doen hierbij aanvullend uitspraken over de duur van de activerende werking na ieder vervolggesprek: de activerende werking van vervolggesprekken zou na ongeveer 10 weken uitdoven. Om de activerende werking van gesprekken te doen continueren, lijkt het daarom van belang om op frequente basis met uitkeringsgerechtigden in gesprek te treden.

Bij het omschrijven van de mechanismen verantwoordelijk voor het teweegbrengen van effecten wordt in de huidige literatuur onderscheid gemaakt tussen effecten die optreden alvorens het klantcontact plaatsvindt en effecten die optreden als gevolg van het daadwerkelijke klantcontact. Effecten die optreden alvorens het klantcontact plaatsvindt worden aangeduid als *threat-effects* (Dolton & O'Neill,

2002). Door uitkeringsgerechtigden in een uitnodigingsbrief te vragen een meer actieve bijdrage te leveren aan het re-integratieproces – in dit geval door deelname aan klantcontacten - worden de kosten van het in de uitkering blijven verhoogd. Daarnaast kan onder uitkeringsgerechtigden die, zonder de sociale dienst in te lichten, andere inkomsten hebben angst ontstaan voor het verkrijgen van een maatregel bij een eerste klantcontact. Het verzenden van een uitnodiging zou hiermee beëindiging van de uitkering tot gevolg kunnen hebben (Black, Smith, Berger & Noel, 2003; Hägglund, 2006). Beïnvloeding van het gedrag van uitkeringsgerechtigden kan ook gevolg zijn van het daadwerkelijke klantcontact. Hier zijn meerdere redenen voor te benoemen (Rosholm, 2014). Allereerst kan klantcontact bijdragen aan effectiever zoekgedrag. Zo kunnen klantmanagers assisteren bij het zoeken naar vacatures, kanalen voor vacatures suggereren en verwachtingen van uitkeringsgerechtigden over het type baan waarvoor zij solliciteren bijstellen. Aanvullend kunnen klantmanagers een bron van morele steun zijn wanneer uitkeringsgerechtigden afgewezen worden bij een sollicitatie. Ook het monitoren van zoekgedrag door klantmanagers kan het gedrag van uitkeringsgerechtigden beïnvloeden; als deze onder een bepaalde grens ligt kan gedrag gesanctioneerd worden waardoor kosten van het in de uitkering blijven eveneens worden verhoogd (Berg & Klauw, 2006).

Samengevat kan gesteld worden dat onderzoek uitgevoerd naar de effecten van klantcontacten overwegend positief is en dat verschillende mechanismen ten grondslag kunnen liggen aan de totstandkoming van deze effecten. Het bestaande onderzoek is echter voornamelijk gericht op het in kaart brengen van de effecten van klantcontact voor uitkeringsgerechtigden in vroege stadia van hun werkloosheid. Veel minder onderzoek richt zich op het in kaart brengen van de effecten van klantcontacten voor langdurig uitkeringsgerechtigden.

## **2.2. Klantcontacten voor langdurig uitkeringsgerechtigden**

Verschillende publicaties geven aan dat de activering van langdurig uitkeringsgerechtigden gefaciliteerd zou kunnen worden door klantcontact met een persoonlijk karakter (e.g. Dean, 2003; Lakey, Barnes & Parry, 2001; Klee, McLean & Yavorsky, 2002). Het persoonlijk karakter van gesprekken komt hierbij naar voren in de manier van communiceren en in de inhoud van het klantcontact en de aangeboden vervolgdienstverlening.

### ***De manier van communiceren***

Bij het aanpassen van de manier van communiceren staan elementen binnen de interpersoonlijke communicatie zoals manier van spreken, gebruik van vocabulaire en gebaren centraal (Bettencourt & Gwinner, 1995). Het idee dat de manier van communiceren van belang is voor het persoonlijke karakter van contact is herleid uit de sociale psychologie en berust op de assumptie dat een persoon een andere persoon eerder waarneemt als gelijkgesteld als deze persoon zijn of haar manier van communiceren afstemt op de manier van communiceren van de ander (Behncke, Frölich & Lechner, 2010). Een waarneming van gelijkgesteldheid zou vervolgens leiden tot een toename in vertrouwen. De toepassing van dit idee binnen de re-integratiedienstverlening ziet er als volgt uit: wanneer een klantmanager zijn/haar manier van communiceren afstemt op de manier van communiceren van de uitkeringsgerechtigde, zal de uitkeringsgerechtigde de klantmanager eerder als gelijkgesteld waarnemen en als gevolg daarvan in vertrouwen nemen. De uitkeringsgerechtigde zal bijvoorbeeld meer bereid zijn de klantmanager naar waarheid te informeren over zoekgedrag en veranderingen in leefomstandigheden (Gächter & Thöni, 2005).

### **De inhoud van het klantcontact en de aangeboden vervolgdienstverlening**

Daarnaast krijgt klantcontact een persoonlijk karakter door de inhoud van het contact en de aangeboden vervolgdienstverlening aan te passen aan de behoefte van de uitkeringsgerechtigde (het idee van maatwerk) (Bettencourt & Gwinner, 1995). Binnen het bestaande onderzoek zien we grofweg drie benaderingen van re-integratie die bepalend zijn voor de inhoud van het klantcontact en de aangeboden vervolgdienstverlening: een *work-first* benadering, een *human capital* benadering en een *life-first* benadering.

Sol en Hoogtanders (2005) omschrijven de *work-first* benadering hierbij als: *“programmes that seek to move people out of welfare and into unsubsidised jobs as quickly as possible. Job search itself is a central activity in these programmes. [...] For those who fail to get a job straight away, work-first provides additional activities directed at addressing those factors impeding employment. These activities might include education, training and work-experience. In the context of work-first they are all generally short-term, closely monitored and either combined with or immediately followed by additional job search. The aim is not to establish a long-term career goal, but to reinforce the belief that any job is a first career step”* (p. 147). Binnen deze benadering staan de korte duur van het hulpverleningsproces en de gerichtheid op het zoeken van werk, in welke hoedanigheid dan ook, centraal. Een primaire activiteit is dan ook het actief zoeken van werk. De overtuiging binnen deze benadering is dat elke baan beter is dan geen baan. Binnen dit type klantcontact richten gespreksonderwerpen en de aangeboden vervolgdienstverlening zich op werk-gerelateerde barrières.

Lindsay, McQuiad en Dutton (2007) omschrijven het doel van de *human capital* benadering als: *“to facilitate the development of skills and attributes that will equip people to find and retain sustainable jobs, and advance through in-work progression routes [...]. Its targets are focused on sustainable transitions to work and progression through education, training or work experience”* (p. 542). Binnen deze benadering staat het vergroten van de arbeidsmarktkansen van uitkeringsgerechtigden centraal; hetzij in de vorm van kortdurende cursussen, hetzij in de vorm van langdurige omscholingstrajecten. Ook gaat het hier – in tegenstelling tot de voorgaande benadering – meer om het nastreven van duurzaamheid in de uitstroom naar werk. Binnen dit type klantcontact richten gespreksonderwerpen en de aangeboden vervolgdienstverlening zich op motivatie, opleiding, vaardigheden en andere werk-gerelateerde barrières.

Dean (2003) omschrijft de *life-first* benadering als: *“an approach that would priorities the life and needs of the individual above any obligation to work. In so doing it would recognize, none the less, that the need to work – though not necessarily to engage in paid employment – tends to be integral to human identity and should be supported [...]. For people with multiple problems and needs this must mean that any engagement with the labour market should be on terms that will allow them to resolve their problems and meet their needs”* (p. 456). Binnen dit type klantcontact richten gespreksonderwerpen en de aangeboden vervolgdienstverlening zich op barrières die verder reiken dan een gemis aan opleiding, vaardigheden, motivatie en andere werk gerelateerde barrières.

De *life-first* benadering verdient volgens Dean (2003) voorkeur voor langdurig werklozen. Zij zijn immers veelal langdurig werkloos omdat zij te maken hebben met meervoudige problematiek; problematiek die verder reikt dan werk-gerelateerde barrières en betrekking heeft op meerdere leefgebieden zoals gezondheid, financiën en sociale relaties. Het is voor deze doelgroep belangrijk dat gespreksonderwerpen en vervolgdienstverlening betrekking hebben op meerdere leefgebieden, om zodoende eerst te werken aan het bereiken van *job readiness* alvorens uitkeringsgerechtigden naar werk geleid worden. Wanneer uitkeringsgerechtigden namelijk niet *job ready* zijn, bestaat er een reële kans dat



zij niet in staat zijn re-integratietrajecten succesvol af te ronden of de kans op een baan verspelen. Dit versterkt het gevoel van falen en kan negatief uitwerken op motivatie en zelfvertrouwen, beide belangrijke factoren die het succes van het re-integratieproces beïnvloeden (Gelderblom, Koning & Lachhab, 2007; Geuns, Wesdorp & Duinkerken, 2011). Wanneer het persoonlijk karakter van klantcontacten uitgelegd wordt in termen van maatwerk, geldt dan dat het leveren van maatwerk aan langdurig uitkeringsgerechtigden enkel mogelijk is wanneer klantcontacten plaatsvinden in lijn met de life-first benadering.

### ***Gedeelde verantwoordelijkheid en angst om de uitkering te verliezen***

Naast het persoonlijke karakter van klantcontacten zou de activatie van langdurig uitkeringsgerechtigden bevorderd kunnen worden door uitkeringsgerechtigden bij het eigen dienstverleningsproces te betrekken. Uitkeringsgerechtigden zouden namelijk meer gemotiveerd zijn om aan het dienstverleningsproces deel te nemen als zij mede vorm kunnen geven aan dit proces (e.g. Suomi, Freeman & Banfield). Door uitkeringsgerechtigden nauwer te betrekken bij het eigen dienstverleningsproces ontstaat tegelijkertijd gedeelde verantwoordelijkheid voor het behalen van doelen. Daarnaast is bij het betrekken van de uitkeringsgerechtigden bij het eigen dienstverleningsproces oog voor het vergroten van zelfredzaamheid, waarbij uitkeringsgerechtigden leren problemen die zich mogelijk in de toekomst voordoen zelf het hoofd te bieden.

Voor langdurig uitkeringsgerechtigden lijkt het tot slot van belang dat binnen klantcontacten aandacht is voor gevoelens van angst. Langdurig uitkeringsgerechtigden bevinden zich in een situatie die zij voor zichzelf stabiel hebben gemaakt. Een proces van normalisatie heeft ervoor gezorgd dat uitkeringsgerechtigden wennen aan de situatie waarin zij zich bevinden en hun normen en opvattingen hierop aanpassen (Solinger & Ezerman, 2015). De angst om iets te verliezen - in dit geval de uitkering en de daarmee gepaard gaande stabiliteit - maakt dat mensen meer georiënteerd raken op zekerheid, veiligheid en voorspelbaarheid waardoor gedrag behoudender wordt. Dit lijkt onwenselijk, omdat langdurig uitkeringsgerechtigden meer georiënteerd raken op het voorkomen van iets waar ze bang voor zijn dan op het verkrijgen van iets dat ze willen. Een verandering van oriëntatie is noodzakelijk om te komen tot gedragsactivatie.

### ***In conclusie***

Het bestaande onderzoek maakt duidelijk dat frequente en persoonlijke klantcontacten, waarin aandacht is voor gedeelde verantwoordelijkheid en aanwezige angsten, een belangrijke rol kunnen spelen in het activeren van langdurig uitkeringsgerechtigden. Het onderzoek naar de FIP-klantcontacten binnen de gemeente Amersfoort maakt het mogelijk deze veronderstelling te toetsen voor uitkeringsgerechtigden met een grote afstand tot de arbeidsmarkt.

### 3. De opzet van het onderzoek

In dit hoofdstuk beschrijven we de opzet van het onderzoek uitgevoerd binnen de gemeente Amersfoort. Daarbij wordt ingegaan op de afdeling waarbinnen het onderzoek is uitgevoerd en op de kwantitatieve en kwalitatieve dataverzameling en – analyse.

#### 3.1. Werk, Inkomen en Zorg binnen de gemeente Amersfoort

Binnen de gemeente Amersfoort is de uitvoering van de sociale zekerheid verdeelt over drie afdelingen: de afdeling Werk, de afdeling Inkomen en de afdeling Zorg. De afdeling Werk richt zich hierbij hoofdzakelijk op de doelmatigheid van de uitkering, de afdeling Inkomen op de rechtmatigheid van de uitkering en de afdeling Zorg op WMO-voorzieningen. Huidig onderzoek wordt uitgevoerd binnen de afdeling Inkomen.

Binnen de afdeling Inkomen begint het traject van de klant (de uitkeringsgerechtigde) met de aanvraag van de uitkering. Wanneer iemand bij de gemeente Amersfoort een uitkering aanvraagt, wordt deze persoon uitgenodigd voor een intakegesprek met een klantmanager Inkomen. Binnen het intakegesprek wordt de rechtmatigheid van de uitkering vastgesteld. Wanneer wordt bepaald dat iemand recht heeft op een uitkering ontvangt deze persoon een tweede gesprek: het dienstverleningsgesprek. Dit gesprek vindt kort na het intakegesprek plaats. Het doel van het dienstverleningsgesprek is het informeren van de klant over wat hij/ zij moet weten nu hij/ zij een uitkering ontvangt. Denk hierbij aan: rechten en plichten (zoals het recht op bijzondere bijstand, regelingen voor uitkeringsgerechtigden met een laag inkomen, de inlichtingenplicht, de arbeidsplicht en de medewerkingsplicht), de datum waarop de uitkering wordt overgemaakt, vakantiegeld, zorgverzekering, toeslagen en/ of heffingskortingen en wanneer mogelijk aanmeldingen voor een re-integratietraject. De klantmanager met wie de klant het dienstverleningsgesprek voert zal het vaste aanspreekpunt zijn van de klant gedurende de periode waarin hij/ zij een uitkering ontvangt.

De klantmanager binnen de afdeling Inkomen is primair verantwoordelijk voor inkomen gerelateerde vraagstukken en secundair voor activering in het kader van doelmatigheid. De klantmanagers Inkomen voeren hierbij zelf geen trajecten uit, zij melden klanten aan bij de afdeling Werk wanneer zij de inschatting maken dat een klant deel kan nemen aan een re-integratietraject. In dit geval krijgt de klant een tweede klantmanager toegewezen binnen de afdeling Werk. Deze klantmanager wordt ook wel de re-integratieconsulent of trajectbegeleider genoemd. De klantmanager Inkomen blijft hierbij verantwoordelijk voor het volgen van het re-integratieproces van de klant. Wanneer de klant in traject zit betekent dit dat de klantmanager Inkomen het re-integratietraject van de klant monitort.

Binnen de reguliere dienstverlening van de afdeling Inkomen wordt risico- en signaalgericht gewerkt aan de hand van een Klant Activiteiten Plan (KAP). Hierbij wordt aan de hand van (risico-)signalen vastgesteld hoe vaak er contact is tussen klantmanager en klant. Deze (risico-)signalen komen veelal voort uit het dossier of bankafschriften van de klant en uit eerdere contacten met de klant. Afhankelijk van wat er in het dossier of in de bankafschriften staat en afhankelijk van wat in eerdere gesprekken besproken is worden vervolgactiviteiten gepland. Er bestaat een grote variëteit aan (risico-) signalen. Zo kunnen signalen betrekking hebben op het (onbewust) plegen van fraude, maar zij kunnen ook een dienstverlenend karakter hebben, bijvoorbeeld wanneer iemand het risico loopt bepaalde voorzieningen niet aan te vragen of wanneer duidelijk is dat er een belangrijke wijziging in het leven van de klant plaats gaat vinden die gevolgen heeft voor de uitkering (zoals kinderen die 18 jaar worden). Wanneer er echter

geen (risico-)signalen zijn kan het voorkomen dat klanten gedurende een periode niet gesproken worden. De vraag die leeft bij de gemeente Amersfoort is nu: wat levert het op als er zonder (risico-)signalen toch gesprekken gevoerd worden met klanten?

### **3.2. De opzet van het kwantitatieve onderzoek**

Bij onderzoek naar de effectiviteit van interventies staat een causale relatie tussen variabelen centraal, in dit geval de relatie tussen de FIP-klantcontacten (de interventie) enerzijds en de beoogde effecten (in het bijzonder sociale en arbeidsmatige activering) anderzijds. Dit type onderzoek vergt een experimenteel onderzoek ontwerp. Huidig onderzoek is te typeren als een *veldexperiment*; een onderzoek uitgevoerd binnen de praktische realiteit van de onderzoekspopulatie (Druckman, Green, Kuklinksi & Lupia, 2011). Voor het ontwerp van experimenteel onderzoek zijn drie voorwaarden van belang: de gecontroleerde toediening van een gestandaardiseerde interventie, de aanwezigheid van ten minste één controle- en één interventiegroep en de willekeurige toewijzing van deelnemers aan deze groepen.

#### ***De standaardisatie van de FIP-methode***

Een eerste belangrijke voorwaarde voor experimenteel onderzoek is de gecontroleerde toediening van een gestandaardiseerde interventie. Om aan deze voorwaarde te kunnen voldoen zijn richtlijnen opgesteld om de interventie af te kaderen. Deze richtlijnen zijn gekoppeld aan de kenmerken die de interventie omschrijven: frequent, intensief en persoonlijk. Met het frequent spreken van uitkeringsgerechtigden wordt bedoeld dat een uitkeringsgerechtigde 4 keer per jaar een face-to-face gesprek ontvangt met een klantmanager op locatie van de sociale dienst, dit komt neer op 1 gesprek iedere 3 maanden. Deze vier keer per jaar berust op een berekening van een gemiddelde caseload van 180 uitkeringsgerechtigden, waarbij klantmanagers ongeveer 3 klanten per dag spreken en iedere 13 weken beginnen met een nieuwe gespreksronde. Het intensief spreken van klanten relateert aan de life-first gespreksbenadering. Gesprekken die de klantmanager voert met de uitkeringsgerechtigde reiken verder dan enkel werk- en opleiding gerelateerde vraagstukken. De gesprekken worden gevoerd aan de hand van 6 leefgebieden ontleend aan de WMO-keukentafelgesprekken: wonen; financiën; familiale en sociale relaties; fysieke en psychische gezondheid; zingeving; en werk, opleiding en activiteit. Het persoonlijk spreken van klanten relateert aan het aanpassen van de manier van communiceren (verbaal en non-verbaal). De zes klantmanagers die de FIP-methode zullen toepassen zijn via een driedaagse training gericht op communicatietechnieken - ontworpen door SV Land in samenwerking met de Erasmus Universiteit Rotterdam – voorbereid om de FIP-klantcontacten uit te voeren. Aanvullend geldt dat uitkeringsgerechtigden binnen de FIP-klantcontacten een vaste klantmanager aangesteld krijgen die fungeert als aanspreekpunt voor alle contacten met de sociale dienst. Gedurende de loop van het onderzoek hebben 4 intervisiemomenten plaatsgevonden. Doel van deze intervisiemomenten is onder andere het ondersteunen van een gestandaardiseerde werkwijze door het formuleren van gezamenlijke oplossingen op uitvoering gerelateerde vragen zoals: wanneer maak ik de keuze om een klant niet meer uit te nodigen voor een vervolgesprek?

#### ***Het opstellen van de interventie- en controlegroep***

Om binnen een experiment een causaliteitsclaim te kunnen maken is het noodzakelijk dat we een vergelijking maken tussen een situatie waarin niet geïntervenieerd is (de controle conditie) en een situatie waarin wel geïntervenieerd is (de interventie conditie). We kunnen echter niet intervensiëren in een versie

van de geschiedenis en de uitkomst daarvan vergelijken met een andere versie van de geschiedenis waarin we niet hebben geïnterveneerd. Om deze reden kunnen we causaliteit alleen schatten. In huidig onderzoek wordt dat gedaan door gelijknamige groepen deelnemers te creëren (*between-subject-design*). De groepen deelnemers die we creëren zouden bij het ondergaan van dezelfde dienstverlening, dezelfde uitkomsten op uitstroom en de participatieladder laten zien. In de praktijk hebben echter twee groepen de reguliere dienstverlening ondergaan (de controlegroepen) en één van de groepen heeft de FIP-dienstverlening ondergaan (de interventiegroep). Door gebruik te maken van dit ontwerp kunnen we de gevonden verschillen in uitkomsten op uitstroom en de participatieladder toeschrijven aan de FIP-klantcontacten.

Het willekeurig toedelen van deelnemers aan de controle- of interventiegroep is de eenvoudigste manier om gelijknamige groepen deelnemers te creëren. Dit proces is in verschillende stappen verlopen. Allereerst is een onderzoekspopulatie geselecteerd: de doelgroep geselecteerd voor deelname aan dit onderzoek bestaat uit uitkeringsgerechtigden die minimaal 1 jaar werkloos zijn en niet deelnemen aan een traject. Vervolgens zijn vanuit de onderzoekspopulatie drie groepen gecreëerd. Deelnemers binnen de interventiegroep zijn geselecteerd op basis van hun klantmanager (*cluster-steekproef*). Klantmanagers zijn binnen de gemeente Amersfoort ingedeeld in drie teams met iedere een eigen teamleider (de teams verschillen qua uitvoerende werkzaamheden niet van elkaar). Binnen ieder team zijn twee klantmanagers willekeurig geselecteerd via de 'hoge hoed methode' om de FIP-klantcontacten aan te bieden aan de klanten in de eigen caseload. De klanten uit de caseload van de geselecteerde klantmanagers vormen hiermee de interventiegroep.

Binnen dit onderzoek onderscheiden we twee controlegroepen. In de eerste plaats is een vergelijking gemaakt met een controlegroep die qua grootte ongeveer gelijk is aan de interventiegroep. De data voor deze groep is aangeleverd op 17 januari 2019 (evaluatieperiode: 1 september 2017 tot 1 januari 2019). Deelnemers uit de controlegroep zijn hierbij willekeurig geselecteerd. Hierbij zijn een aantal deelnemers van de interventiegroep in het databestand afgevalen vanwege het ontbreken van data. In de tweede plaats is een vergelijking gemaakt met een controlegroep bestaande uit alle andere uitkeringsgerechtigden die onder de onderzoekspopulatie vallen en die niet ingedeeld zijn binnen de interventiegroep. De data voor deze groep is aangeleverd op 11 juni 2019 (evaluatieperiode: 1 september 2017 tot 1 juni 2019). De verdeling van deelnemers over de verschillende groepen is schematisch weergegeven in Tabel 1.

**TABEL 1.**

Aantal deelnemers interventie- en controlegroep.

	Aantal deelnemers in de interventiegroep	Aantal deelnemers in de controlegroep	Totaal
Controlegroep 1 (1/9/17 – 1/1/19)	156	172	328
Controlegroep 2 (1/9/17 – 1/6/19)	190	1999	2189

De data worden geanalyseerd met behulp van een *independent samples t-test*. Met deze toets wordt vastgesteld of de gemiddelde waarde van de interventiegroep significant verschilt van dan de gemiddelde

waarde van de controlegroep op een bepaalde variabele. Daar waar gemiddelden weinig zeggen is de independent samples t-test vervangen of aangevuld met een *chi-square test*. Met de chi-square test wordt gekeken of de verdeling van deelnemers over verschillende categorieën varieert tussen beide groepen. Wanneer uitkomsten van deze toetsen laten zien dat het aantal deelnemers dat uitstroomt en vordert op de participatieladder hoger ligt in de interventiegroep dan in de controlegroep kunnen we spreken van een significant en positief effect van de interventie. Kwantitatieve data is hierbij verkregen uit het administratief systeem van gemeente Amersfoort en uit registratiedocumenten van de zes deelnemende klantmanagers.

### **3.1. De opzet van het kwalitatieve onderzoek**

Kwalitatieve data is verkregen door middel van intervisiemomenten en interviews met de klantmanagers die de FIP-gesprekken hebben uitgevoerd, de teamleider en de kwaliteitsmedewerker. Hierbij heeft geen selectie plaatsgevonden; iedereen betrokken bij de uitvoer van de FIP-klantcontacten is geïnterviewd. De intervisiemomenten dienen twee doelen. Enerzijds dienen zij - zoals reeds eerder beschreven - een gestandaardiseerde werkwijze te ondersteunen, anderzijds dienen zij de onderzoekers te voorzien van informatie over de praktijkervaringen. In totaal hebben vier intervisiemomenten plaatsgevonden op 16 november 2017, 7 februari 2018, 5 april 2018 en 19 juli 2018. Aanvullend zijn interviews gehouden: een duo-interview met de teamleider en kwaliteitsmedewerker op 28 mei en individuele interviews met de klantmanagers die de FIP-gesprekken hebben uitgevoerd. Deze interviews hebben plaatsgevonden op 28 mei, 29 mei en 19 juli. De interviews zijn afgenomen in afgesloten ruimten en aan de hand van semigestructureerd topiclijsten. Alle interviews zijn opgenomen, getranscribeerd en gecodeerd met behulp van Atlas TI. Codes zijn hierbij zowel ontleend aan de bestaande literatuur als inductief verkregen.

## 4. Resultaten van het kwantitatieve onderzoek

Met behulp van de administratieve data kunnen we een aantal uitspraken doen over de verschillen in uitkomstvariabelen tussen de interventie- en controlegroep. Twee uitkomstvariabelen zijn hierbij in het bijzonder van belang: arbeidsmatige en sociale activering. Arbeidsmatige activering wordt in dit onderzoek opgevat als 'uitstroom uit de uitkering door het verrichten van reguliere/ zelfstandige arbeid'. Sociale activering is gemeten aan de hand van de participatieladder. Aanvullend is gekeken naar fraudeconstatering en naar de aanvullende informatie die over de interventiegroep naar voren is gekomen betreffende barrières en 'kleine' voortgang. Alvorens op de uitkomstvariabelen ingegaan wordt, worden de beschrijvende statistieken van de doelgroep, de interventie- en controlegroep en de interventie gepresenteerd.

### 4.1. Beschrijvende statistieken van de doelgroep

Tabel 2 geeft een overzicht van de achtergrondkenmerken van de deelnemers uit de interventiegroep en de eerste controlegroep. In totaal zijn 326 uitkeringsgerechtigden opgenomen in dit databestand. Tabel 3 geeft een overzicht van de achtergrondkenmerken van de deelnemers uit de interventiegroep en de tweede controlegroep. In dit databestand zijn 2.189 uitkeringsgerechtigden opgenomen. De tabellen laten zien dat het grootste deel van de deelnemers aan dit onderzoek vrouw is (62% binnen het eerste databestand versus 54% in het tweede databestand). De gemiddelde leeftijd is hierbij 52.27 jaar binnen de eerste controlegroep en 50.60 jaar binnen de tweede controlegroep. Voor nationaliteit geldt dat het overgrote deel van de deelnemers de Nederlandse nationaliteit bezit (90% versus 91%). Het grootste deel van de deelnemers voldoet hierbij aan de Wet Taaleis (74.3% versus 75%). Voor leefvorm geldt dat het grootste deel van de uitkeringsgerechtigden alleenstaand is (66% versus 68.4%). Waar het tot slot gaat om uitkeringsgegevens geldt dat uitkeringsgerechtigden gemiddeld 10.82 jaar versus 8.66 jaar uitkeringsafhankelijk zijn.

TABEL 2.

Beschrijvende statistieken steekproefpopulatie, N = 328,

Variabele	Bereik	M (SD) / % van de steekproefpopulatie
Geslacht (1=vrouw) (n=328)	0 - 1	0.62 (0.49)
Leeftijd (n=328)	22-72	52.27
Nederlandse nationaliteit (n=328)		0.9 (0.31)
Taalniveau (n=327)	1-7	1.62 (1.13)
Voldoet aan de taaleis		74,3
Inspanningsplicht		0.9
Tijdelijk geen inspanningsplicht		15.3
Structureel geen inspanningsplicht		8.3
Taaleis geldt niet		0.6
Nader onderzoek		0.3
Taalaanbod		0.3
Leefvorm (n=326)		

Alleenstaande		66.0
Alleenstaande ouder		22.4
Gehuwd		11.7
Uitkeringsduur (n=326)	3-37	10.82 (5.63)

**TABEL 3.**

Beschrijvende statistieken steekproefpopulatie, N = 2.189

Variabele	Bereik	M (SD) / % van de steekproefpopulatie
Geslacht (1=vrouw) (n=2189)	0 - 1	0.54 (0.50)
Leeftijd (n=2189)	21-72	50.60 (11.73)
Nederlandse nationaliteit (n=2102)		0.91 (0.28)
Taalniveau (n=2186)	1-7	
Voldoet aan de taaleis		75.0
Inspanningsplicht		4.3
Tijdelijk geen inspanningsplicht		12.7
Structureel geen inspanningsplicht		7.0
Taaleis geldt niet		0.5
Nader onderzoek		0.2
Taalaanbod		0.2
Leefvorm (n=2189)		
Alleenstaande		68.4
Alleenstaande ouder		16.9
Gehuwd		14.7
Uitkeringsduur (n=2186)	3-44	8.66 (6.45)

#### 4.2. Beschrijvende statistieken interventie- en controlegroep

Bij het opstellen van de interventie- en controlegroep zijn we op zoek naar een situatie waarin de *averages of means* opgaat. Dit betreft een situatie waarin we geen significante verschillen tussen de controle- en interventiegroep vinden. Als deze verschillen wel bestaan dan kunnen we niet met zekerheid zeggen of de gevonden effecten gevolg zijn van de interventie of van de verschillen in achtergrondkenmerken tussen beide groepen.

##### Controlegroep 1

Tabel 4 toont de achtergrondkenmerken van de uitkeringsgerechtigden in de eerste steekproefselectie afzonderlijk voor de interventie- en controlegroep. In de tabel is af te lezen dat de interventie- en controlegroep niet significant van elkaar verschillen en dat de *averages of means* opgaat. De gemiddelden waarden op de verschillende variabelen van de interventiegroep wijken niet significant af van de gemiddelde waarden van de controlegroep. In deze situatie kunnen we zorgvuldige uitspraken doen over de effectiviteit van de toegediende interventie: de FIP-klantcontacten.

TABEL 4.

Beschrijvende statistieken afzonderlijk voor de interventie- en controlegroep, N = 328.

Variabele	Controlegroep (N=172)			Interventiegroep (N=156)		
	valid n	M (SD)/ steekproefpopulatie	% van de steekproefpopulatie	valid n	M (SD)/ steekproefpopulatie	% van de steekproefpopulatie
Geslacht (1=vrouw)	172	0.63 (0.49)		156	0.61 (0.49)	
Leeftijd	172	51.49 (8.06)		156	53.13 (11.58)	
Nederlandse nationaliteit	172	0.88 (0.32)		156	0.91 (0.29)	
Taalniveau	172	1.57 (1.16)		155	1.68 (1.09)	
Voldoet aan de taaleis		77.9			70.3	
Inspanningsplicht		1.2			0,6	
Tijdelijk geen inspanningsplicht		10.5			20.6	
Structureel geen inspanningsplicht		8,7			7.7	
Taaleis geldt niet		0.6			0.6	
Nader onderzoek		0,6			0.0	
Taalaanbod		0,6			0.0	
Leefvorm	172			154		
Alleenstaande		60.5			71.2	
Alleenstaande ouder		26.2			18.2	
Gehuwd		13.4			9.7	
Uitkeringsduur	172	11.13 (4.10)		154	10.47 (6.96)	

\*\*\* =  $p < 0.001$ , \*\* =  $p < 0.01$ , \*  $p < 0.05$

## Controlegroep 2

Tabel 5 toont de achtergrondkenmerken van de uitkeringsgerechtigden in de tweede steekproefselectie afzonderlijk voor de interventie- en controlegroep. In de tabel is af te lezen dat de interventie- en controlegroep significant van elkaar verschillen en dat de averages of means niet opgaat. De interventie- en controlegroep verschillen significant van elkaar op 3 variabelen: leeftijd, nationaliteit en uitkeringsduur. Voor leeftijd geldt dat de deelnemers binnen de interventiegroep gemiddeld significant ouder zijn dan de deelnemers binnen de controlegroep (53.15 jaar versus 50.36 jaar). Voor nationaliteit geldt dat een significant groter aantal deelnemers in de interventiegroep de Nederlandse nationaliteit bezit in vergelijking tot de controlegroep (95% versus 91%). Voor uitkeringsduur geldt tot slot dat deelnemers binnen de interventiegroep gemiddeld langer een uitkering ontvangen dan deelnemers binnen de controlegroep (10.28 versus 8.5 jaar). De verschillen op de variabelen leeftijd en uitkeringsduur pleiten voor een theoretisch voordeel van de controlegroep ten opzichte van de interventiegroep, het verschil op nationaliteit voor een theoretisch nadeel van de controlegroep ten opzichte van de interventiegroep. In deze situatie kunnen we geen zorgvuldige uitspraken doen over de effectiviteit van de toegediende interventie. Het gevonden verschil kan ook verklaard worden door de gevonden verschillen tussen de groepen.



TABEL 5.

Beschrijvende statistieken afzonderlijk voor de interventie- en controlegroep, N = 2.189

Variabele	Controlegroep (N=172)			Interventiegroep (N=156)		
	valid n	M (SD)/ % van de steekproefpopulatie		valid n	M (SD)/ % van de steekproefpopulatie	
Geslacht (1=vrouw)	1999	0.54 (0.50)		190	0.60 (0.49)	
Leeftijd	1999	50.36 (11.72)		190	53.15 (11.52)**	
Nederlandse Nationaliteit	1926	0.91 (0.28)		176	0.95 (0.21)**	
Taalniveau	1998	1.54 (1.04)		188	1.66 (1.12)	
Voldoet aan de taaleis	1505	75.3		135	71.8	
Inspanningsplicht	90	4.5		3	1.6	
Tijdelijk geen inspanningsplicht	246	12.3		32	17.0	
Structureel geen inspanningsplicht	137	6.9		16	8.5	
Taaleis geldt niet	11	0.6		1	0.5	
Nader onderzoek	4	0.2		1	0.5	
Taalaanbod	5	0.3		0	0.0	
Leefvorm	1999			187		
Alleenstaande	1360	68.0		135	72.2	
Alleenstaande ouder	335	16.8		34	18.2	
Gehuwd	304	15.2		18	9.6	
Uitkeringsduur	1999	8.5 (6.40)		187	10.28 (6.76)***	

\*\*\* =  $p < 0.001$ , \*\* =  $p < 0.01$ , \*  $p < 0.05$ 

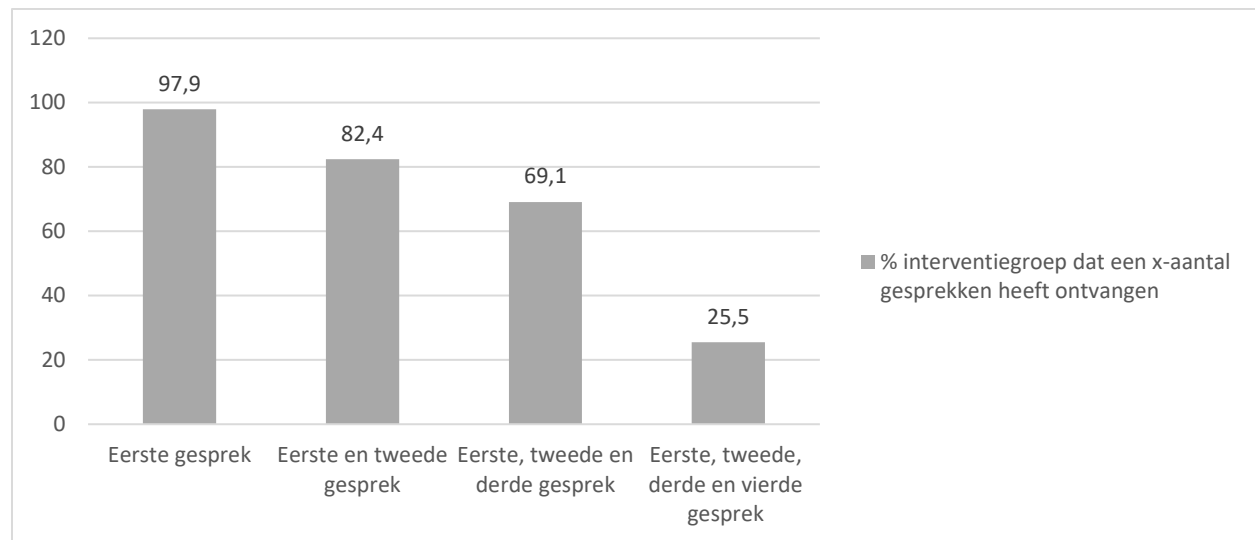
### 4.3. Duiding van de interventie

Tabel 6 toont enkele beschrijvende statistieken over de uitvoering van de FIP-klantcontacten in de praktijk. Uit de tabel valt af te lezen dat het gemiddeld aantal gesprekken dat gevoerd is met uitkeringsgerechtigden 2.75 is, waarbij minimaal 0 en maximaal 4 gesprekken zijn gevoerd. Een klein deel van de interventiegroep (2.1%) heeft de interventie niet ontvangen. Voor de uitkeringsgerechtigden die wel gesproken zijn heeft 97.9 procent een eerste gesprek ontvangen, 82.4 procent heeft zowel een eerste als een tweede gesprek ontvangen, 69.1 procent heeft een eerste, tweede en derde gesprek ontvangen en 25.5 procent heeft in totaal vier gesprekken ontvangen (zie Figuur 1). Het gemiddeld aantal dagen tussen vervolggesprekken is hierbij afgerond 68 dagen. Omdat niet iedereen de interventie volledig ontvangen heeft (vorm van *non-compliance*), worden kwantitatieve resultaten van dit onderzoek mogelijk onderschat.

TABEL 6.

Weergave FIP-dienstverlening: aantal gesprekken tussen 1 september 2017 en 1 december 2018<sup>2</sup>

Variabele	Range	Interventiegroep (N=188)
		M (SD)/ % van de steekproefpopulatie
Aantal gesprekken	0-4	2.75 (1.06)
Eerste gesprek		97.9%
Tweede gesprek		82.4%
Derde gesprek		69.1%
Vierde gesprek		25.5%
Gespreksfrequentie (in dagen)	5 - 112	68.22 (14.88)



Figuur 1.

Weergave van het totaal aantal ontvangen gesprekken in percentages van de interventiegroep

<sup>2</sup> Uit de data wordt eveneens duidelijk dat het eerste FIP-gesprek plaatsvond op 5 oktober 2017 en het laatste FIP-gesprek op 23 augustus 2018; de interventieperiode is hiermee minder dan 1 jaar (zoals in het ontwerp van dit onderzoek beschreven is).

#### 4.4. Uitkomstvariabelen

Tabel 7 toont de verschillen tussen de interventiegroep en de eerste controlegroep waar het gaat om de beoogde effecten. Tabel 8 toont deze verschillen voor de interventiegroep en de tweede controlegroep. Daarbij is in de eerste instantie gekeken naar het aantal beëindigde uitkeringen. De resultaten van de vergelijking met de eerste controlegroep laten zien dat er significant meer uitkeringen beëindigd zijn in de interventie- dan in de controlegroep. Opvallend hierbij is dat er binnen de controlegroep gedurende de duur van dit onderzoek geen uitkeringen zijn beëindigd, terwijl er in de interventiegroep 22 uitkeringen zijn beëindigd (14%). Belangrijker is echter de reden achter het beëindigen van de uitkering. Succes van de interventie is hierbij gedefinieerd als uitstroom richting reguliere of zelfstandige arbeid. Wanneer specifiek naar deze definitie van uitstroom gekeken wordt valt op dat deze binnen de administratieve data uiteenvalt in de categorieën: "arbeid in dienstbetrekking/ ziekte" en "zelfstandig beroep of bedrijf". In de vergelijking met de eerste controlegroep geldt dat de interventiegroep op deze variabelen een niet-significant hogere uitstroom laat zien dan de controlegroep.

De resultaten van de vergelijking met de tweede controlegroep laten zien dat er significant meer uitkeringen beëindigd zijn in de controle- dan in de interventiegroep. Dezelfde bevinding wordt gedaan voor het aantal beëindigde uitkeringen als gevolg van uitstroom richting reguliere of zelfstandige arbeid/ ziekte. Deze resultaten worden echter vermoedelijk veroorzaakt door de significant gemiddeld lagere leeftijd en kortere uitkeringsduur van deelnemers binnen de controlegroep ten opzichte van deelnemers binnen de interventiegroep (zie paragraaf 4.2).

Naast uitstroom is gekeken naar het aantal fraudesignalen. Hier vinden we in de vergelijking met beide controlegroepen een positief en significant verschil: binnen de interventie groep zijn meer fraudesignalen gerapporteerd dan binnen de controlegroep. Daardoor kan gesteld worden dat de FIP-gesprekken een signaleringsfunctie toebedeeld kunnen worden in het kader van rechtmatigheid. De resultaten lijken te impliceren dat fraude eerder gesignaleerd wordt binnen de FIP-gesprekken dan binnen de reguliere dienstverlening.

Tot slot is gekeken naar de gemiddelde waarde op de participatieladder van de interventiegroep en de twee controlegroepen. In de vergelijking met de eerste controlegroep laat de interventiegroep een iets hogere gemiddelde waarde zien, echter dit verschil is niet significant. In vergelijking met de tweede controlegroep laat de interventiegroep een significant lagere waarde zien. Echter, hier geldt wederom dat dit verschil toebedeeld kan worden aan de significant jongere leeftijd en kortere uitkeringsafhankelijkheid van de controlegroep ten opzichte van de interventiegroep.

Bij de participatieladder is aanvullend gekeken naar de verdeling van deelnemers over de treden, hierbij vinden we een significant verschil in de vergelijking met beide controlegroepen. In de controlegroepen zien we dat een groter deel van de groep zich bevindt in treden 0 en 1: 27.6 procent is niet actief binnen de eerste controlegroep, 26.4 procent is niet actief binnen de tweede controlegroep. Binnen de interventiegroep is dit ongeveer 17 procent. Binnen de controlegroep zijn echter ook meer deelnemers actief in beroepsoriëntatie, actief in scholing, klaar om te werken, actief in (deeltijd) (gesubsidieerd) werk: 15.4 procent binnen de eerste controlegroep en 23.7 procent binnen de tweede controlegroep, tegenover ongeveer 10 procent in de interventiegroep. Wat opvalt is de duale verdeling in de controlegroep: het grootste deel van de deelnemers bevindt zich op de begintreden *of* de eindtreden, terwijl binnen de interventiegroep veel deelnemers ook sociaal of maatschappelijk actief zijn (treden 2 en 3; 'het middengebied') (zie Figuur 2 en Figuur 3).

TABEL 7.

Uitkomstvariabelen gepresenteerd voor de interventie- en controlegroep.

Variabele	Controlegroep (N=668)		Interventiegroep (N=360)	
	valid n	M (SD)/ % van de onderzoekspopulatie	valid n	M (SD)/ % van de onderzoekspopulatie
Uitkering beëindigd	172	0.00 (0.00)***	156	0.14 (0.35)
Arbeid in dienstbetrekking/ ziekte	172	0.00 (0.00)	156	0.01 (0.08)
Zelfstandig beroep of bedrijf	172	0.00 (0.00)	156	0.01 (0.08)
Onderwijs met studiefinanciering	172	0.00 (0.00)	156	0.00 (0.00)
Uitkering arbeidsongeschiktheid	172	0.00 (0.00)	156	0.01 (0.08)
Geen inlichtingen	172	0.00 (0.00)	156	0.01 (0.08)
Aangaan relatie	172	0.00 (0.00)	156	0.01 (0.08)
Ander inkomen	172	0.00 (0.00)	156	0.01 (0.08)
Verkrijgen AOW-uitkering	172	0.00 (0.00)	156	0.06 (0.25)**
Verhuizing	172	0.00 (0.00)	156	0.01 (0.00)
Overlijden	172	0.00 (0.00)	156	0.01 (0.08)
Andere oorzaak	172	0.00 (0.00)	156	0.02 (0.14)
Fraudesignaal	172	0.02 (0.13)*	156	0.06 (0.25)*
Participatieladder	170	2.56 (1.96)	154	2.58 (1.63)*
Zorgbehoefte, niet probleembewust		4.7		2.6
Gemotiveerd geholpen te worden		22.9		14.3
Sociaal actief		41.2		42.9
Maatschappelijk actief		15.9		30.5
Beroepsoriëntatie		0.6		1.3
Scholing		0.6		0.0
Klaar om te werken		2.4		0.6
Deeltijdwerk aanvullende uitkering		11.2		6.5
Loonkosten gesubsidieerd werk		0.0		0.0
Volledig uit de uitkering door werk of studie		0.6		1.3

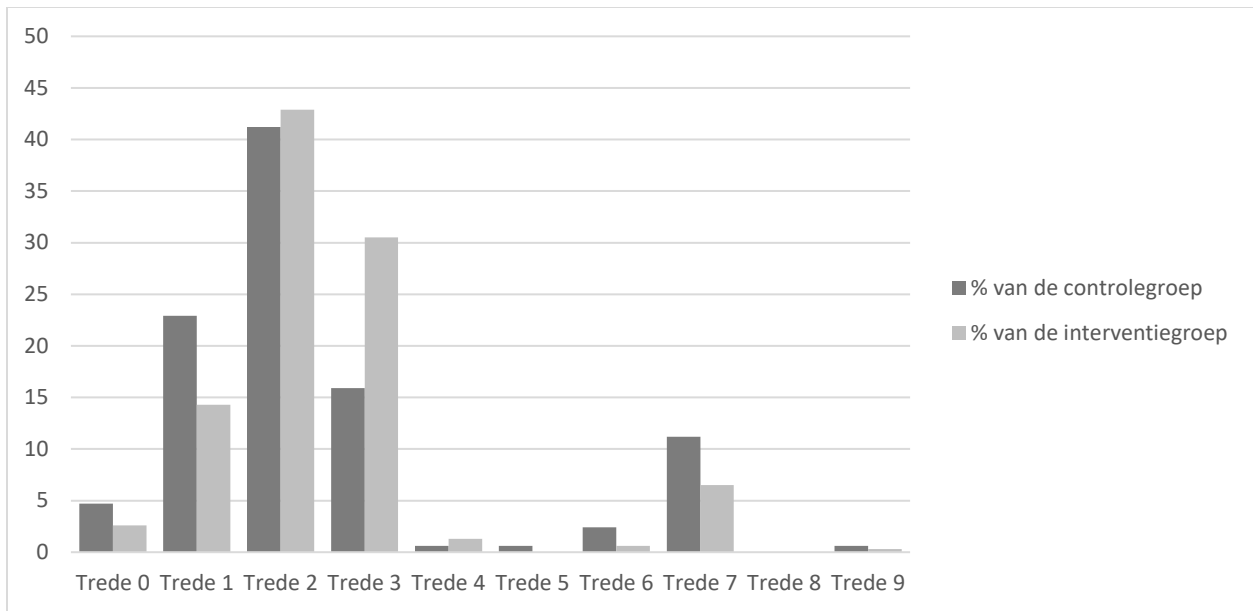
\*\*\* =  $p < 0.001$ , \*\* =  $p < 0.01$ , \*  $p < 0.05$

TABEL 8.

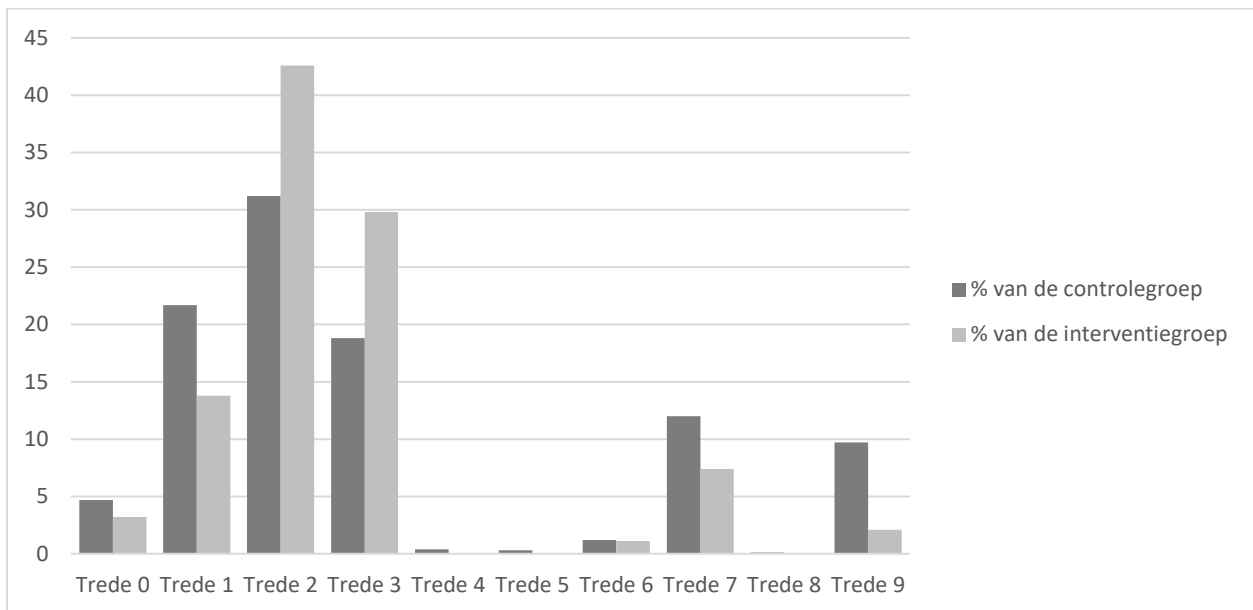
Uitkomstvariabelen gepresenteerd voor de interventie- en controlegroep.

Variabele	Controlegroep (N=668)		Interventiegroep (N=360)	
	valid n	M (SD)/ % van de onderzoekspopulatie	valid n	M (SD)/ % van de onderzoekspopulatie
Uitkering beëindigd	1997	0.28 (0.45)	190	0.16 (0.37)***
Arbeid in dienstbetrekking/ uitkering ziekte		0.11 (0.31)		0.01 (0.10)***
Zelfstandig beroep of bedrijf		0.01 (0.11)		0.02 (0.13)
Onderwijs met studiefinanciering		0.01 (0.08)		0.00 (0.00)***
Uitkering arbeidsongeschiktheid		0.00 (0.05)		0.01 (0.07)
Geen inlichtingen		0.01 (0.08)		0.00 (0.00)
Aangaan relatie		0.02 (0.12)		0.02 (0.13)
Ander inkomen		0.01 (0.08)		0.01 (0.07)
Verkrijgen AOW-uitkering		0.03 (0.17)		0.07 (0.25)*
Verhuizing		0.03 (0.18)		0.01 (0.07)***
Overlijden		0.02 (0.12)		0.01 (0.10)
Detentie		0.00 (0.05)		0.00 (0.00)
Niet verschenen op herhaaldelijke oproep inlichtingenplicht		0.00 (0.04)		0.00 (0.00)
Oorzaak bij partner		0.01 (0.08)		0.00 (0.00)***
Overschrijden maximaal verblijf in buitenland		0.00 (0.02)		0.00 (0.00)
Vermogensopbrengst		0.00 (0.03)		0.00 (0.00)
Andere oorzaak		0.03 (0.17)		0.02 (0.14)
Fraudesignaal	1999	0.03 (0.18)	190	0.07 (0.25)*
Participatieladder	1938	3.22 (2.27)	188	2.66 (1.80)**
Zorgbehoefte, niet probleembewust	92	4.7	6	3.2
Gemotiveerd geholpen te worden	421	21.7	26	13.8
Sociaal actief	604	31.2	80	42.6
Maatschappelijk actief	365	18.8	56	29.8
Beroepsoriëntatie	7	0.4	0	0.0
Scholing	5	0.3	0	0.0
Klaar om te werken	23	1.2	2	1.1
Deeltijdwerk aanvullende uitkering	232	12.0	14	7.4
Loonkosten gesubsidieerd werk	1	0.1	0	0.0
Volledig uit de uitkering door werk of studie	188	9.7	4	2.1

\*\*\* = p &lt; 0.001, \*\* = p &lt; 0.01, \* p &lt; 0.05



**Figuur 2.**  
Weergave van het percentage deelnemers op de treden van de participatieladder.



**Figuur 3.**  
Weergave van het percentage deelnemers op de treden van de participatieladder.

#### 4.5. Informatie verkregen via de FIP-klantcontacten over de doelgroep

Met het aanbieden van de FIP-klantcontacten wordt naast het stimuleren van arbeidsmatige en sociale activatie ook getracht een beter beeld van de doelgroep te krijgen en de kleine stappen die uitkeringsgerechtigden zetten in beeld te brengen. In deze laatste paragraaf van dit hoofdstuk wordt op deze onderwerpen ingegaan. Gegevens zijn hierbij enkel beschikbaar voor de interventiegroep.

##### *De leefgebieden*

Tabel 9 geeft weer wat binnen de FIP-klantcontacten geleerd is over de deelnemers in de interventiegroep. Waar het gaat om hoogst behaalde opleidingsniveau geldt dat: 13.3 procent pre-primair onderwijs genoten heeft (voorschoolse educatie/ groep 1 en 2 van het (speciaal) basisonderwijs), 22.5 procent primair onderwijs (groep 3-8 van het (speciaal) basisonderwijs), 25.8 procent lager secundair onderwijs (MBO-1, VMBO klas 3 en 4), 3.3 procent hoger secundair onderwijs (MBO 2-4), 24.2 procent post-secundair onderwijs (MBO-4, 1-jarig HBO) en 10.8 procent tertiair onderwijs (bachelor of master WO/ HBO). Geen van de deelnemers heeft kort tertiair onderwijs (2-3 jarig HBO) of doctoraal onderwijs gevolgd. Waar het gaat om werkervaring valt op dat het overgrote deel geen (51%) of weinig (29.3%) relevante werkervaring heeft. De klantmanagers schatten in dat 19.7 procent van de deelnemers voldoende of veel relevante werkervaring heeft. Waar het gaat om arbeidsongeschiktheid geldt dat het overgrote deel van de deelnemers niet arbeidsongeschikt is (79.4%). Opvallend hierbij is het grote aantal mensen dat te maken heeft met enige mate van gezondheidsproblematiek (86.2%). Een groot deel van de deelnemers heeft hierbij te maken met lichamelijke problematiek (46.3 procent), sociaal emotionele/psychologische of psychiatrische problematiek (53.7%) en/ of energetische problematiek (bijvoorbeeld hartproblemen, nierproblemen of diabetes) (20.2%). Waar het gaat om woonproblematiek valt op dat het grootste deel van de deelnemers hier niet mee te maken heeft (75.8%). Wanneer wel sprake is van woonproblematiek ligt de oorzaak in 13.7 procent van de gevallen bij de ongeschiktheid van de woning (bijvoorbeeld te klein, niet gelijkvloers, overlast van burens), in 1.1 procent bij dreigende huurachterstanden en voor 9.3 procent bij andere redenen (waaronder: de kachel in de woning werkt niet, schimmelvorming in de woning, de woning voelt niet veilig, de woning is gehorig, achterstallig onderhoud aan de woning en het niet ontvangen van huurtoeslag). Tot slot is gekeken naar schuldenproblematiek. Meer dan de helft van de deelnemers (63.7%) heeft niet met schulden te maken. 25.7 procent hiervan heeft echter wel moeite met rondkomen. Voor 20.5 procent van de deelnemers geldt dat er oplosbare schulden zijn. 12.2 procent heeft echter te maken met problematische schulden. Hiervan is 5.9 procent in een minnelijk of wettelijk traject.

**TABEL 9.**

Beschrijvende statistieken interventiegroep

Variabele	% van de interventiegroep
Opleidingsniveau (n=120)	
Pre-primair onderwijs/ voorschoolse educatie	13.3
Primair onderwijs/ Basisschoolonderwijs	22.5
Lager secundair onderwijs/ beroepsgericht of praktijk onderwijs	25.8

Hoger secundair onderwijs	3.3
Post-secundair onderwijs	24.2
Kort tertiair onderwijs	0.0
Tertiair onderwijs/ HBO of WO bachelor of master	10.8
Doctoraat	0.0
Eerdere werkervaring (n=157)	
Geen relevante werkervaring	51.0
Weinig relevante werkervaring	29.3
Voldoende/ veel relevante werkervaring	19.7
Arbeidsongeschikt (n=141)	
Niet arbeidsongeschikt	79.4
0 – 35 procent	1.4
35 – 45 procent	0.7
45 – 55 procent	1.4
55 – 65 procent	4.3
65 – 80 procent	5.7
80 – 100 procent	7.1
Verslavingsproblematiek (n=180)	
Gezondheidsproblematiek (ja) (n=188)	86.2
Energetisch	20.2
Verstandelijk beperkt	3.7
Zintuiglijk beperk	6.4
Lichamelijk beperkt	46.3
Sociaal emotioneel/ psychologisch/ psychiatrisch	53.7
Anders	2.1
Problematiek woonsituatie (n=182)	
Geen problematiek	75.8
Woning niet geschikt	13.7
Dreigende huurachterstanden	1.1%
Problematische huurachterstand	0.0
Anders	9.3
Schulden (n=171)	
Geen schulden, geen moeite met rondkomen	38.0
Geen schulden, moeite met rondkomen	25.7
Oplosbare schulden (adviesgesprek, budgetbegeleiding, maatje, zonder minnelijk of wettelijk traject)	20.5
Problematische schulden, langdurig niet in staat zelfstandig financiën te regelen, maar nog niet in traject	5.8
Problematische schulden, maar in minnelijk of wettelijk traject	6.4
Anders	3.5



## Vordering

Tabel 10 toont informatie over kleine vorderingen. Binnen de tabel valt af te lezen dat het aantal deelnemers dat vrijwilligerswerk is gaan doen gestegen is van 33 procent naar 35 procent. Daarnaast valt de stijging op de participatieladder op van een gemiddelde waarde van 2.71 naar een gemiddelde waarde van 2.76. De verwachting was ook dat de algemene gesteldheid van deelnemers zou verbeteren, dit blijkt echter niet uit de analyse. Binnen Tabel 10 valt verder af te lezen dat 20.9 procent van de deelnemers uit de interventiegroep een traject gestart is. Hierbij gaat het om 2.7 procent van de gevallen om een re-integratietraject, in 4.3 procent om vrijwilligerswerk, in 5.9 procent over een traject gericht op de gezondheid en in 7.4 procent om "overig/ anders". Voorbeelden die klantmanagers bij deze laatste categorie noemen zijn: aanvragen voor kinderopvang, contact met bewindvoerders e/ of burgerzaken, sport vergoedingen en doorverwijzingen naar juridische hulpverlening inzake alimentatie.

**TABEL 10.**

Beschrijvende statistieken vordering interventiegroep

Variabele	Bereik	Voor FIP		Na FIP	
		valid n	M (SD)	valid n	M (SD) / % van de interventiegroep
Hulpverlening gezondheid	0-1	167	0.66 (0.47)	157	0.66 (0.47)
Schuldhulpverlening	0-1	166	0.14 (0.35)	154	0.15 (0.36)
Vrijwilligerswerk	0-1	175	0.33 (0.47)	175	0.35 (0.48)
Algemene gesteldheid	1-5	181	2.65 (1.01)	181	2.62 (1.04)
Deelname aan een (geloofs)gemeenschap/ netwerk en/of vereniging	0-1	151	0.41 (0.49)	135	0.42 (0.50)
Participatieladder <sup>3</sup>	0-6	126	2.71 (1.09)	128	2.76 (1.11)
Traject gestart (1=ja) (n=110)					20.9
Aantal trajecten ingezet (n=110)					
0					79.1
1					18.2
2					2.7
Soort traject ingezet (n=188)					
Re-integratietraject					2.7
Taalcursus					0.5
Schuldsanering					0.5
Bewindvoering					0.0
Informele schuldhulpverlening/ budgethulp					2.1
Vrijwilligerswerk					4.3
Gezondheid					5.9
Overige hulpverlening					7.4

<sup>3</sup> De gemiddelde waarden op de participatieladder komt binnen deze tabel niet overeen met de gerapporteerde waarde in Tabel 5. Reden hiervoor is dat binnen deze tabel andere antwoord categorieën worden gehanteerd.

## 5. Resultaten van het kwalitatieve onderzoek

### 5.1. Aanleiding: waarom experimenteren met klantcontacten?

Het besluit om te experimenteren met klantcontacten kent verschillende aanleidingen. Allereerst geven de respondenten, betrokken bij de invoer van de FIP-klantcontacten binnen de gemeente, aan dat de vraag naar langdurig uitkeringsgerechtigden vanuit de politiek toeneemt. De vraag richt zich hierbij niet enkel op sociale participatie, maar ook op het oplossen van problemen binnen het bredere sociale domein. Om een bevredigend antwoord op deze vraag te kunnen geven is het volgens de respondenten nodig om de doelgroep beter te leren kennen. Dat is volgens de respondenten niet enkel vanuit politiek oogpunt belangrijk, maar ook om het leveren van maatwerk mogelijk te maken. Respondenten stellen dat voor het leren kennen van de doelgroep een ander soort contact nodig is dan het reguliere contact (welk vooral gericht is op werk-gerelateerde onderwerpen): *"In de reguliere werkwijze, als we een intake hielden, dan hadden we onze informatie wel gekregen maar de klant heeft dan niet heel veel vertelt, die vertelt alleen wat hij moet vertellen"*. De overtuiging onder respondenten is dat klanten meer vertellen als zij vaker gesproken worden en wanneer zij het gevoel hebben een gesprek te voeren. Deze elementen van gespreksvoering kunnen teruggevonden worden in de FIP-methode.

Een laatste aanleiding relateert aan de gebundelde uitkering (BUIG) die gemeenten van het Rijk ontvangen voor het bekostigen van de uitkeringen in het kader van de Participatiewet, de Wet inkomensvoorziening Oudere en gedeeltelijk Arbeidsongeschikte Werkloze werknemers (IOAW) en de Inkomensvoorziening Oudere Arbeidsongeschikte Zelfstandigen (IOAZ). De BUIG dient gemeenten een prikkel te geven om zoveel mogelijk uitkeringsgerechtigden uit de uitkering te houden en aan het werk te helpen. Hoewel binnen de gemeente aangegeven wordt dat deze doelstelling niet één op één te vertalen is naar de FIP-klantcontacten, wordt wel verwacht dat via de FIP-klantcontacten bepaalde resultaten behaald kunnen worden. Bijvoorbeeld via het handhavingsaspect. Daarbij is het idee dat er misschien wat te handhaven valt in een groep die niet vaak gezien wordt. De insteek van het handhavingsaspect is echter voornamelijk preventief: wanneer uitkeringsgerechtigden frequenter gesproken worden, wordt eerder opgemerkt dat zich onbedoelde bijstandsfraude voordoet. Door dit eerder te signaleren zijn zowel de gemeente als de uitkeringsgerechtigde beter geholpen. Een van de respondenten: *"Ik ben al wel overtuigd van de methode, maar dat komt vooral omdat ik de klanten zelf in de spreekkamer vaak heb horen zeggen: als ik mijn klantmanager vaker had gesproken dan had ik geen boete hoeven krijgen, want dan had ik waarschijnlijk al gewoon wijzigingen doorgegeven. Ik wist het gewoon niet"*.

### 5.2. Wat zijn de werkzame bestanddelen?

Binnen de interventie staan drie kenmerken van contact centraal: de frequentie, de intensiviteit en de mate waarin het contact persoonlijk is. Respondenten is gevraagd wat zij onder deze kenmerken verstaan, waarom zij denken dat de kenmerken bepaalde effecten teweeg kunnen brengen en wat zij aanvullend binnen hun gesprekken van belang achten. Op basis van hun antwoorden zijn hieronder de werkzame bestanddelen binnen het klantcontact beschreven.

#### ***Frequent klantcontact***

Frequent klantcontact is volgens de respondenten om verschillende redenen van belang. In de eerste plaats benoemen zij dat frequent klantcontact het mogelijk maken om met kleine doelen in kleine stapjes

te werken. Respondenten stellen dat zij geneigd zijn grotere doelen te stellen wanneer ze klanten minder vaak spreken: *“dat je naar hele kleine stapjes kijkt, dat is het belangrijkste. Mensen daarin motiveren, om het één voor één aan te pakken. En zo komen ze verder in plaats van dat je soms geneigd bent, als je iemand 1 keer in het jaar ziet, dan ga je iets heel groots doen...dan is het meteen: ga maar daarheen dan kan je daar werk zoeken”*. De kleine stapjes kunnen binnen het frequente klantcontact aanvullend gemonitord worden. Dit is vooral belangrijk als het de klant niet lukt om een afspraak na te komen omdat beter inzichtelijk wordt wat hiervoor de achterliggende reden hiervoor is: *“dat je ook wat sneller kan inzien waarom dat dan niet lukt. Want anders zie je de klant misschien over een half jaar of over een jaar en dan kan je niet meer je vinger erop leggen waarom iemand dat dan niet heeft gedaan”*. Het is belangrijk deze reden te weten omdat dit het mogelijk maakt gepaste vervolgactie te bepalen.

In de tweede plaats geven respondenten aan dat frequent klantcontact maakt dat ze beter bekend zijn - en blijven - met de ontwikkelingen in het leven van de klant. Dit is volgens de respondenten belangrijk omdat er in korte tijd veel kan veranderen: *“Omdat het me soms verbaast, bij de mensen bij wie heel veel speelt, hoeveel er kan veranderen in een hele korte tijd”*. Een andere respondent vult aan: *“Je mist gewoon ontzettend veel van de klant als je de klant niet regelmatig in de spreekkamer ziet [...] je hebt bijvoorbeeld mensen die beginnen aan een training van een aantal maanden, maar dat is dan te intensief en dan zijn ze ermee gestopt”*. Daarnaast is het bekend zijn en bekend blijven met ontwikkelingen belangrijk om de klant het gevoel te geven dat er echt naar ze geluisterd wordt. Klantmanagers geven hier blijk aan door in vervolgesprekken terug te vragen naar de ontwikkelingen die in een vorig gesprek aan bod zijn gekomen.

Een derde reden kan gevonden worden in de rijkheid van de verkregen informatie. Respondenten geven aan dat klanten zichzelf fijner voelen in het gesprek wanneer zij hun klantmanager vaker zien en dat zij hierdoor geneigd zijn meer te vertellen: *“De klant voelt zich ook veiliger bij de klantmanager, want je ziet elkaar en je bent geen vreemde meer. De klantmanager krijgt meer te weten over de klant omdat deze zich veilig voelt, fijner voelt, vertelt hij of zij meer”*. Daarnaast vertellen respondenten dat uitkeringsgerechtigden eerder zelf contact opnemen omdat zij beter weten met wie zij dit moeten doen: *“voor mensen is het fijn dat je ze vaker spreekt, ze weten ik kan daar terecht met mijn vragen en problemen [...] mensen met wie je veel contact hebt, die geven ook veel meer wijzigingen door”*.

Naast de rijkheid van de informatie verbetert volgens de respondenten ook de juistheid ervan. Hierbij gaat het bijvoorbeeld over het doorzien van sociaal wenselijke antwoorden en het signaleren van fraude. Bij sociaal wenselijke antwoorden blijkt al snel na 3 maanden dat uitkeringsgerechtigden ofwel de afspraken niet begrepen hebben ofwel niet gemotiveerd zijn de afspraken na te komen. Waar het gaat om fraude geven klantmanagers aan dat fraudesignalen hen vaker opvallen en zij ervaren meer tijd te hebben om ook opvolging te geven aan deze signalen: *“Ik ben ook bezig met fraudezaken die eruit komen [...] Met FIP, omdat je ze toch vier keer achter elkaar spreekt, denk je sneller bij jezelf oké, nu is het tijd om even verder te kijken in deze zaak”*. Een van de respondenten stelt hierbij ook dat het frequente klantcontact het lastiger maakt voor klanten om opzettelijk fraude te plegen: *“het kost mensen volgens mij meer moeite om te liegen als je regelmatig gesprekken hebt. Want dan hebben ze toch een idee dat wij een gezicht hebben. Als je heel anoniem bent, ja, voor wie houdt je je dan aan de regels?”* Daarnaast geldt ook dat onbewuste bijstandsfraude door de frequente klantcontacten voorkomen kan worden: *“Klanten die onbewust fraude plegen, waarbij bijvoorbeeld veel vriendjes in beeld zijn, voordat je weet woont die persoon alweer samen, is hij ingetrokken, terwijl ze dat eigenlijk had moeten doorgeven. [...] Mensen die toch al snel deze fout maken. Je zou ze kunnen behoeden voor het feit dat ze aan het frauderen zijn en dan straks opeens in de schulden terecht komen”*.

Klantmanagers plaatsen een kritische opmerking bij de vier gespreksrondes van de FIP-klantcontacten. Zij stellen dat de regelmaat waarmee klanten gesproken worden afhankelijk zou moeten zijn van de situatie van de klant. Hierbij geldt dat zij sommige klanten vaker zouden willen zien. Het gaat dan vooral om klanten die met veel actieve veranderingen te maken hebben. Andere klanten zouden zij minder vaak willen zien. Het gaat dan veelal om klanten die opgenomen zijn binnen andere hulpverleningsinstanties (en die al onder begeleiding zijn) en klanten van wie ingeschat wordt dat het hoogst haalbare bereikt is (zoals klanten met een IOAW-uitkering die voldoende inkomsten hebben en een goed sociaal netwerk of klanten met gezondheidsklachten die reeds actief zijn binnen vrijwilligerswerk of mantelzorg). Klantmanagers geven aan dat zij bij de laatste groep klanten geen zicht hebben op welke ontwikkelingsmogelijkheden er zijn.

### **Intensief klantcontact**

Het intensief spreken van klanten is volgens de respondenten belangrijk omdat er zodoende begrip ontstaat voor het gedrag van klanten. Een voorbeeld: *"Er zijn klanten van wie het traject steeds stagneert. En dan weet je gewoon niet: waarom valt deze persoon steeds uit en waarom vertoont hij dat gedrag? [...] En tijdens de FIP-gesprekken komt dat wel naar boven. Dus dan kan je misschien toch wel de link leggen van ja, misschien heeft hij dit of dat nog niet verwerkt. [...] En dan denk je: het kan eigenlijk wel te maken hebben met de uitval. Het vormt je toch, wat er in je leven gebeurt. En nu kan ik beter mijn vinger erop leggen van ja, zie je hij heeft gewoon meer begeleiding nodig. [...] Dus waar kan ik meer op inzetten, wat heeft een klant nodig. En tijdens die gesprekken komt dat echt wel naar boven."*

Uit het bovenstaande voorbeeld blijkt eveneens dat de intensieve gespreksvoering bijdraagt aan het formuleren van gepaste vervolgstappen. Gepaste vervolgstappen zijn hierbij, volgens de respondenten, stappen die aansluiten bij wat in de kern het probleem is: *"Je hebt nu zo duidelijk wat er aan de hand is, je kan veel beter dingen eruit pakken die ook echt het probleem zijn en niet enkel wat aan de oppervlakte speelt. Je gaat dus nu net wat dieper en die problemen probeer je aan te pakken"*. Daarbij hoort ook dat niet enkel aangesloten kan worden op de kern van het probleem, maar ook op de intrinsieke motivatie en op mogelijkheden. Een aantal respondenten spreekt hierbij ook over het leveren van maatwerk: *"Je krijgt de klant wel heel duidelijk in beeld krijgt. En omdat je de klant zo duidelijk in beeld krijgt en omdat ik weet wat ik kan betekenen voor een klant kan ik makkelijker maatwerk toepassen"*.

Een ander belangrijk voordeel van de intensieve gespreksvoering is dat hiermee een vertrouwensband opgebouwd kan worden. Klanten vinden het fijn dat er interesse getoond wordt voor de verschillende aspecten van hun leven en dat de klantmanager een luisterend oor biedt. Hierbij plaatsen respondenten eveneens een kritische noot: het kan ook belastend zijn voor klanten om over de verschillende leefgebieden te spreken: *"Veel klanten hebben veel zorgen om zich heen, veel hulpverlening. Dan moeten ze bij de gemeente weer hun verhaal doen, terwijl ik geen hulpverlener ben. Dus voor die klanten kan het ook een belasting zijn"*.

### **Persoonlijk klantcontact**

Het persoonlijk spreken heeft volgens de respondenten allereerst betrekking op de verschillende leefgebieden die aan bod komen binnen de gesprekken. De onderwerpen die besproken worden zijn erg persoonlijk voor uitkeringsgerechtigden en daarmee krijgt het gesprek een persoonlijk karakter. Binnen het gesprek staat daarbij niet enkel activatie centraal, maar ook het werken aan welzijn: *"Dat je een*

*persoonlijk contact hebt en niet een contact als cliënt en de mevrouw van de organisatie. Dus je hebt echt een persoonlijk contact. Doordat je ingang niet is van: hup, jij moet aan het werk of hup, jij moet geactiveerd worden. Het is gewoon een gesprek over alle aspecten van het leven. Je laat die persoon aangeven wat hem of haar het meeste bezighoudt, daar ga je op in en dan kan je iemand een beetje, toch een beetje gelukkig laten leven, iets laten doen, hulp laat zoeken”.*

Daarnaast geven respondenten verschillende voorbeelden van het persoonlijk karakter van gesprekken die voornamelijk gericht lijken op het zoeken of bewerkstelligen van overeenkomsten tussen henzelf en de klant. Dit doen zij allereerst door met klanten te *levelen*. Volgens de klantmanagers is dit een proces dat zich veelal onbewust afspeelt, maar wat wel invloed heeft op de vertrouwensrelatie: *“Bijvoorbeeld met de Imam, onbewust ben je toch wat meer beleefd, je toont respect, het is ook een oudere man. Maar ik heb bijvoorbeeld ook een man die woont in het woonwagencamp en daar praat je anders mee. Dat is dan veel informeler. Als je daar heel formeel gaat praten dan werkt het juist averechts, dan ben je hem kwijt”.* Het kan echter ook bewust ingezet worden, door bijvoorbeeld met uitkeringsgerechtigden met een migratieachtergrond in hun moedertaal te spreken.

Een tweede voorbeeld betreft het delen van aspecten van het eigen leven. Doel hiervan is de klant het gevoel te geven dat hij/ zij niet alleen is in bepaalde problematiek: *“Het helpt om iets over jezelf te vertellen merk ik. Dat de klant dan denkt – vooral omdat sommige mensen een redelijk geïsoleerd bestaan kunnen hebben – dat speelt bij andere mensen kennelijk ook. Dan is er herkenning [...] en dan gaan ze eerder vertellen, omdat ze denken deze persoon begrijpt dat wel”.* Daarnaast draagt het delen van aspecten van het eigen leven ook bij aan de vertrouwensband tussen klant en klantmanager: *“Ik geef klanten wel eens voorbeelden van mij [...] bij mij is ook niet alles rozenkleur en maneschijn, ik voel me af en toe ook niet goed. Het is met vallen en opstaan, in het leven gebeurt ook van alles. Klanten hebben een mens voor zich en vandaar denk ik ook dat vertrouwen. Ze komen daardoor wel erg los”.*

Een van de klantmanagers geeft aan dat een gesprek ook persoonlijke wordt wanneer sprake is van overeenkomstige levenservaring. Het meemaken van dezelfde levensgebeurtenissen draagt volgens de klantmanager bij aan de mate waarin de klant zich begrepen voelt. Het gesprek vindt op minder abstract niveau plaats: *“Het komt aan hoe iemand het zeg, dat iemand niet heel abstract zit te denken van hoe zou het zijn als dat niet meer kon of hoe zou het zijn als iemand overleden is [...] vroeger had het me meer moeite gekost dan nu [...] vroeger had ik dat niet gesnapt, maar dat snap ik nu wel, omdat ik het zelf ervaren heb”.*

Een kritische opmerking van de klantmanagers is dat de gesprekken niet volledig persoonlijk kunnen zijn, omdat er een element van controle binnen de gesprekken aanwezig is. Dit komt omdat de klantmanagers die de FIP-gesprekken uitvoeren ook dienstverlening verrichten in het kader van rechtmatigheid. Daarnaast stellen klantmanagers dat het persoonlijk contact alleen gewaarborgd kan blijven wanneer de klantmanager oprecht is naar zichzelf en geen gesprekstechnieken toepast die niet past bij wie hij/ zij als als persoon: *“Je moet ook kijken welk soort gesprek bij jou als klantmanager past, want anders is het niet meer persoonlijk [...] Een klantmanager moet uit hem of haarzelf halen wat erin zit en geen kunstjes gaan doen.”*

### **Het maken van afspraken**

Alle klantmanagers geven aan bij de afronding van gesprekken afspraken te formuleren met de klant. Afspraken kunnen daarbij betrekking hebben op de verschillende leefgebieden. Denk hierbij aan het

verrichten van een aanvraag voor bijzondere bijstand of actiefremie, een bezoek aan de huisarts, het stoppen met roken, een aanmelding indienen voor vrijwilligerswerk, het formuleren van doelen gebaseerd op wat iemand over 5 jaar wil bereiken en het werken aan schuldenproblematiek.

Het maken van afspraken draagt volgens klantmanagers allereerst bij aan de bewustwording dat klanten iets kunnen veranderen in hun situatie. Klantmanagers geven aan dat er vaak veel gebeurt in het leven van klanten, waardoor zij niet duidelijk hebben op welk stukje zij wel wat kunnen veranderen: *"Ik vind het maken van afspraken belangrijk. Ik denk dat het er niet eens om gaat dat ze de afspraak persé volgen, maar meer voor hunzelf dat het heel duidelijk wordt van dit is het stapje. Dit is het punt waar je iets mee moet doen. Dat krijg je heel goed het beeld [...] En alles is chaos, maar dit kleine stukje daar kan je iets mee"*. Daarnaast kan het maken van afspraken ook confronterend werken. Klanten weten dat de klantmanager er binnen een volgend gesprek - over 3 maanden - op terug gaat komen: *"Je bent dan ook een soort confrontatie voor ze, waardoor ze moeten nadenken van waarom heb ik dit eigenlijk niet gedaan?"*. Aanvullend bieden afspraken volgens klantmanagers ook gelegenheid om enerzijds – wanneer afspraken niet nagekomen worden - waardevolle informatie over de barrières die klanten in de weg staan bij het niet nakomen van afspraken te verzamelen. Anderzijds – wanneer afspraken wel nagekomen worden – om de klant positief te bekrachtigen. Bij het maken van afspraken stellen klantmanagers tot slot dat het belangrijk is dat zij zichzelf ook aan afspraken houden. Zij geven aan op deze manier *"good will"* te creëren welke bijdraagt aan het opbouwen van een vertrouwensband.

### **Het benadrukken van zeggenschap van de klant**

Belangrijk binnen het klantcontact is volgens klantmanagers ook het benadrukken van de zeggenschap van de klant. De gedachte hierachter is dat klanten op deze manier benoemen wat voor hen echt belangrijk is, waardoor zij meer geëngageerd zijn aan het gesprek en de afspraken die hieruit voortkomen. Een van de klantmanagers benoemt dit te doen door de rollen actief om te draaien: *"Ik begin nu ook mijn gesprek met de klant met de vraag: begin jij of begin ik? [...] zodat de klant niet het idee krijgt van: oké, ik kom weer en ik moet weer vertellen en die vragen beantwoorden"*. Daarnaast geven alle klantmanagers aan de klant zeggenschap te geven in het formuleren van de hierboven genoemde afspraken. Een klantmanager zegt hierover: *"Ik was altijd nogal ongeduldig en dat ik vaak de oplossing verzor, van dan doen we dit even zo en zo. Ik heb wel geleerd dat de klant dat beter zelf kan verzinnen en dat het dan sneller gebeurt dan als ik zeg je moet dit en dat doen [...] Afspraken sluiten dan aan bij wat er leeft bij iemand, dan komt het ook binnen, dan wil iemand er iets mee doen [...] Als je bijvoorbeeld alleen regels oplegt, daar kunnen mensen niets mee. Daar moeten mensen zich aan houden, sommigen lukt dat en sommigen lukt dat niet. En als je daarover gaat praten dan zeggen klanten van: ja hoor, dat doe ik, ik ja, ja, ik begrijp het. Dan heb je een afstand. Jij bent dan de organisatie die zegt wat hij of zij moet gaan doen"*.

### **5.3. Benaderingswijze**

De algemene benaderingswijze wordt door respondenten als meer vrijblijvend en minder streng omschreven. Respondenten benadrukken voornamelijk de omslag die de FIP-gesprekken in de benadering van klanten teweeg brengt. Regulier worden gesprekken met klanten met een duidelijke agenda gevoerd, hierbij gaat het gesprek bijvoorbeeld over het zoeken van werk, de uitvoering van vrijwilligerswerk of over bankafschriften. Gesprekken worden meer uit de regel gevoerd waarbij duidelijk aangegeven wordt wat consequenties zijn wanneer afspraken niet nagekomen worden. Binnen de FIP-

gesprekken worden klanten daarentegen uitgenodigd om te praten over hoe het met hen gaat en over ontwikkelingsmogelijkheden. Daarbij geven respondenten aan dat er ook meer ruimte is voor het dienstverlenende aspect in gesprekken en dat wensen van de klant meer centraal staan: *"Het dienstverlenende komt terug, maar ook de klant is niet alleen een bijstandsnummertje. Het is ook een persoon. Dat gevoel probeer ik dan ook wel te geven... Het feit dat de klant daar zit, het zou mij ook kunnen overkomen"*.

Over de rol van maatregelen zijn de respondenten gelijkgestemd: *"het heeft weinig zin om met maatregelen te gooien bij deze doelgroep, vaak als je de uitkering beëindigd is iemand nog verder van huis...Het moet niet te gek worden natuurlijk [...] maar het feit dat ze gedrag vertonen, er is gewoon vaak wat aan de hand. Dat betekent niet dat ze geen maatregel krijgen of een waarschuwing, dat zeker wel"*. Uit deze uitspraak blijkt ook dat de meer vrijblijvende en minder strenge benaderingswijze niet noodzakelijk inhoudt dat er geen mogelijkheid is om maatregelen op te leggen. Een van de manieren waarop maatregelen ingezet worden is bij het herhaaldelijk niet verschijnen op uitnodigingen. Daarbij kan een maatregel helpen de gewenste gedragsverandering tot stand te brengen. Een klantmanager zegt hierover: *"Een dreiging met maatregel via brief kan wel helpen om iemand wakker te maken, van als je dit niet doet dan beëindigd de uitkering"*. Bij het opleggen van maatregelen lijkt door klantmanagers dan ook onderscheid gemaakt te worden tussen niet kunnen en niet willen. Het dreigen met of het opleggen van een maatregel is hierin alleen een gewenste handelingsmogelijkheid als gedrag van de klant gevolg is van niet willen in tegenstelling tot niet kunnen.

#### 5.4. Vaardigheden van de klantmanager

Waar het gaat om benodigde vaardigheden van de klantmanager lijken de volgende punten specifiek van belang binnen het uitvoeren van de FIP-klantcontacten.

- **Kunnen loslaten** - Een van de uitdagingen die de respondenten benoemen is dat gesprekken *"heftiger"* zijn. De uitdaging dat gesprekken heftig kunnen zijn geldt ook voor het reguliere werk, echter binnen de FIP-klantcontacten worden de heftige gesprekken vaker gevoerd omdat het gesprek betrekking heeft op meerdere leefgebieden. Een respondent zegt: *"Ik vind het wel heel interessant om te horen en het er over te hebben, maar ik vind het ook soms wel heel zwaar. Zeker als je meer gesprekken op een dag had, dan hoorde je wel heel veel en dan dat put je wel uit. Want bijna alle verhalen waren wel heftig [...] Dat doet wel wat met je. En ik kan best wel goed loslaten hoor als ik naar huis ga. Maar op die dag zelf, ja...kost het je wel heel veel energie"*. Om met de heftige gesprekken te kunnen omgaan stellen klantmanagers een maximaal aantal gesprekken per dag in van 3 of 4 gesprekken.
- **Doorverwijsfunctie** - Door het bespreken van meerdere leefgebieden komt problematiek aan bod die buiten de expertise valt van de klantmanagers. Klantmanagers geven aan zich soms meer *"therapeut"*, *"psycholoog"* of *"maatschappelijk werker"* te voelen. Een klantmanager zegt: *"Bij de één is het makkelijk, bij de één kan ik er wat mee...Maar ik heb ook een klant die alleen maar huilt en ja, ik kan weinig voor haar betekenen en dat vind ik af en toe wel heel erg lastig [...] En soms denk ik dan ook: is het wel goed wat ik doe, handel ik wel goed? Het is af en toe wel zoeken"*. Bij navraag aan klantmanagers hoe ze hier mee om gaan blijkt vooral doorverwijzen van belang. Dit vraagt van klantmanagers dat zij kennis hebben en contact maken met partners in het sociaal

domein. Hierbij gaat het bijvoorbeeld om doorverwijzingen naar het wijkteam, schuldhulpverlening en psychologische/ psychiatrische hulpverlening.

- Scheiding doelmatigheid en rechtmatigheid - Tot slot stellen de FIP-gesprekken de klantmanagers voor de uitdaging rechtmatigheid en doelmatigheid te combineren. Binnen de FIP-klantcontacten ligt de nadruk vooral op doelmatigheid waarbij aangestuurd wordt op de persoonlijke band tussen klantmanager en klant. Rechtmatigheid lijkt hiermee meer op de achtergrond te treden, maar blijft wel onderdeel van de werkzaamheden van de klantmanager. Een van de klantmanagers zegt: *“De taak als controleur, dat gaat meer op de achtergrond spelen. Dus, dan heb je een persoonlijkere relatie met iemand en daar kun je door onder druk komen te staan of in gewetensconflict komen”*. Hiermee zijn klantmanagers soms *“de bad guy, maar ook de leuke klantmanager”*. Om hiermee om te gaan proberen klantmanagers vooral duidelijk te zijn naar klanten door uit te spreken dat rechtmatigheid niet verdwijnt binnen de FIP-gesprekken. Klantmanagers proberen daarnaast de recht- en doelmatigheidsgesprekken los te koppelen: eerst het stukje rechtmatigheid afhandelen om vervolgens het FIP-gesprek te voeren.

### **5.5. Uitvoering van de FIP-klantcontacten binnen de organisatie**

Binnen deze paragraaf wordt de organisatie van de FIP-klantcontacten binnen de gemeente Amersfoort beschreven. Hierbij wordt ingegaan op de organisatorische aanpassingen voor aanvang van het project en worden thema's geëvalueerd die van belang zijn gebleken tijdens de uitvoering.

#### **Voor aanvang van de FIP-klantcontacten**

Respondenten geven aan dat verschillende maatregelen zijn getroffen voor aanvang van de FIP-klantcontacten. Allereerst betreft dit het aanmaken en versturen van een aankondigingsbrief aan klanten; een brief waarin klanten geïnformeerd worden over hun deelname aan de FIP-klantcontacten. In de brief wordt niet uitgebreid ingegaan op het project, dit dient in het eerste gesprek besproken te worden. Na verzending van de aankondigingsbrief konden klanten binnen 3 maanden de eerste uitnodiging voor een gesprek verwachten. Hieraan gerelateerd was een tweede maatregel het aanmaken van uitnodigingsbrieven. Uitnodigingsbrieven zijn voor de FIP-klantcontacten aangepast om aan te sluiten bij de persoonlijke klantbenadering. De brieven hebben hierbij een vriendelijkere toon gekregen.

Een derde maatregel betreft het aanmaken van een werkinstructie. Dit betreft een instructie met werkzaamheden die van de klantmanager verwacht worden binnen de uitvoer van de FIP-klantcontacten. Instructies zijn hierbij gericht op het uitnodigingsproces, de rapportage, de gespreksvoering en de intervisiebijeenkomsten. Binnen de werkinstructie is een nieuw document geïntroduceerd voor het bijhouden van data ten behoeve van het FIP-onderzoek.

Een vierde maatregel betreft het aanmaken van een werkproces, bestaande uit een toepassing binnen het digitale registratie systeem van de gemeente. Binnen dit werkproces kunnen klantmanagers de uitnodigingsbrieven vinden die in het kader van de FIP-klantcontacten zijn opgesteld en zij kunnen hun gesprekken met klanten rapporteren. Voor de FIP-klantcontacten zijn doorlopende rapportages geïntroduceerd met kopjes voor de diverse leefgebieden.

Een vijfde maatregel betreft het vrijstellen van klantmanagers. Om klantmanagers ruimte te bieden de FIP-klantcontacten uit te voeren is de caseload van de deelnemende klantmanagers verlaagd met



ongeveer 20 klanten bij een fulltime aanstelling (van ongeveer 100 klanten naar 80 klanten<sup>4</sup>). Daarnaast worden klantmanagers minder vaak ingepland voor intakegesprekken.

Tot slot heeft de gemeente verschillende maatregelen genomen binnen de begeleiding van de klantmanagers. Zo hebben zij – deels met behulp van de Erasmus Universiteit Rotterdam en SV Land - een voorlichtingsbijeenkomst, een driedaagse gesprekstraining, intervisiemomenten en begeleidingsmomenten georganiseerd.

### **Daadwerkelijke uitvoering**

Bij de daadwerkelijke uitvoering van de FIP-klantcontacten zijn een aantal thema's van belang gebleken. Deze thema's worden hieronder uiteengezet.

### **Het uitnodigingsproces**

Voor het uitnodigen van klanten konden klantmanagers gebruik maken van uitnodigingsbrieven die voor start van het onderzoek door de gemeente zijn opgesteld. Voor het uitnodigen van klanten geldt de volgende procedure: klanten worden een eerste keer uitgenodigd voor gesprek, wanneer zij niet komen ontvangen zij een tweede uitnodiging. Wanneer klanten op beide uitnodigingen niet reageren, ontvangen zij een derde uitnodigingsbrief alleen nu voor een rechtmatigheidsonderzoek. Wanneer de klant op alle drie de uitnodigingen niet reageert wordt de uitkering (tijdelijk) stopgezet. Klantmanagers geven aan het prettig te hebben gevonden dat deze brieven beschikbaar gesteld zijn. Klantmanagers geven daarbij aan de procedure niet altijd als dusdanig te doorlopen, vaak nemen ze tussendoor telefonisch contact op wanneer klanten niet op de uitnodigingsbrieven reageren: *"Als ze niet komen dan probeer ik ze te bellen om te kijken of er iets is. [...] De meeste missen de eerste uitnodiging, vergeten het, want er speelt natuurlijk ook gewoon heel veel, dus die openen soms die brieven niet. Dus meestal als je dan een belletje doet dan is het wel: O ja, inderdaad. En dan plan je het gewoon even telefonisch in"*

De ervaring van de klantmanagers betrokken bij de FIP-klantcontacten leert dat klanten naar de gesprekken komen ook wanneer de uitnodigingsbrief een vrijblijvend karakter heeft: *"Je ziet nu bij ons, je werd eigenlijk als klant eerst aangesproken met: als u niet komt, dan kan dat gevolgen hebben voor uw uitkering. Dat komt nog van de gedachte dat we onze klanten willen informeren, maar dat kan ook streng overkomen. Terwijl we nu zeggen laten we eerst eens een normale brief sturen en als de klant dan niet komt, dan beginnen we onze taal verder bij te stellen. Daar was een discussie over. Maar de FIP-consulenten hebben de ervaring dat het helemaal geen extra werk is, want de klant komt gewoon"*.

### **Administratie**

De administratieve last voor het eerste gesprek wordt door klantmanagers als zwaar ervaren. Dit komt voornamelijk omdat in dit gesprek alle leefgebieden besproken worden en de nieuwe wijze van registreren voor het eerst uitgevoerd wordt. De vervolggesprekken zijn veelal korter en vergen minder inspanning. Klantmanagers ontwikkelen daarbij ook routine in hun registratie werkzaamheden. De klantmanagers geven aan het als prettig ervaren te hebben dat er een FIP-werkproces is aangemaakt. De doorlopende rapportage is hierbij in het bijzonder als prettig ervaren omdat deze klantmanagers in staat stelde makkelijk terug te zoeken wat in vorige gesprekken besproken is (in het reguliere proces wordt voor ieder gesprek een apart rapport opgesteld).

---

<sup>4</sup> De caseload bestaat hierbij uit een combinatie van klanten die ingedeeld zijn bij de FIP en klanten die aan een traject deelnemen. Deze laatste groep klanten wordt niet gesproken volgens de FIP-methode.

## Begeleiding

De gemeente Amersfoort heeft – zoals reed eerder beschreven - verschillende begeleidingsmomenten georganiseerd voor de FIP-klantmanagers. Klantmanagers geven aan dat zij voldoende begeleid zijn. Zij geven daarbij aan dat iedere vorm van begeleiding een eigen toegevoegde waarde had. De begeleidingsmomenten met de FIP-klantmanagers, de teamcoördinator en de kwaliteitsmedewerker bieden gelegenheid om te kijken hoe andere collega's bepaalde dingen aanpakken en om te discussiëren over uitvoering gerelateerde vragen. Deze momenten zijn volgens de klantmanagers in het bijzonder van belang aan de beginfase van het project wanneer klantmanagers nog zoekende zijn. De momenten hebben in het begin van het jaar dan ook frequenter plaatsgevonden (wekelijks) dan aan het eind van het jaar (eens in de drie weken). De intervisiebijeenkomsten bieden gelegenheid om een specifieke casus uitgebreider te bespreken en om bepaalde vragen in het licht van het onderzoek verder af te stemmen met de onderzoekers. De gesprekstraining heeft de klantmanagers tot slot handvatten gegeven om de gesprekken met uitkeringsgerechtigden te voeren. De klantmanagers zijn zeer positief over de training. De training wekt enthousiasme op om met de FIP-klantcontacten aan de slag te gaan. De klantmanagers plaatsen één kritische kanttekening: voor mensen die geen stappen kunnen zetten vanwege medische of psychische redenen is de gesprekstechniek niet van toepassing. Daarnaast spreken klantmanagers de wens uit om op structurele basis een opfriscursus te krijgen.

Binnen de formele begeleidingsmomenten zou volgens enkele respondenten meer aandacht besteedt kunnen worden aan heftige gesprekken. Een van de respondenten: *"Als iemand agressief is geweest dan is het heel fijn als iemand met je praat, maar als je iets heel heftigs meemaakt dan vind ik dat ook eigenlijk wel"*. Een andere respondent benoemt dat het belangrijker is het aantal gesprekken te beperken: *"Het was meer, en dat zeiden meerdere klantmanagers, ik ben soms kapot na vier gesprekken achter elkaar. Dan zei ik ook dat is veel te zwaar. [...] Zeker in het begin. Bij volgende keren zouden we zeker bij de eerste gesprekken meer sturing moeten hebben op dat klantmanagers niet teveel op één dag doen"*. Tot slot geven respondenten aan een bepaalde terughoudendheid op te merken die te maken heeft met een zuinigere periode in het verleden waarin de gemeente streng beleid voerde op kosten. Maar de terughoudendheid heeft ook te maken met de discussie over willekeur: wat bieden klantmanagers klanten aan en waarom bieden ze het de een wel en ander niet aan? Het is daarom, volgens respondenten, belangrijk om in de begeleiding van klantmanagers een duidelijke lijn uit te zetten: *"Het idee moet duidelijk zijn: wij gaan op een hele andere manier met die klant om en dat begint met die brief [...]. Ik denk dat dat de klantmanagers ook wel in een andere mindset heeft geholpen"*.

Tot slot hebben er ook veel informele, spontaan georganiseerde begeleidingsmomenten plaatsgevonden. Dit gebeurde vooral tussen klantmanagers onderling en werd gefaciliteerd doordat klantmanagers van ieder team eenzelfde werkruimte delen. Dit maakte het volgens de klantmanagers makkelijk om navraag te doen bij collega's.

## Vrijstellen van klantmanagers

Klantmanagers zijn op twee manieren vrijgesteld: door het verlagen van het aantal intakes dat zij dienen uit te voeren en door het verlagen van het aantal uitkeringsgerechtigden in hun caseload. De respondenten geven aan dat de verlaging van de caseload een noodzakelijke randvoorwaarde is om de FIP-gesprekken te kunnen voeren. Klantmanagers spreken een wens uit ten aanzien van de manier waarop de caseload is verlaagd. Zij zouden graag eerder op de hoogte gesteld willen worden van de wijziging in hun caseload om zodoende in contact met de klant nog persoonlijk aan te kunnen geven dat

de klant overgedragen zal worden naar een andere klantmanager. Een van de klantmanagers spreekt daarnaast de wens uit om de caseload meer te variëren, zodat deze bestaat uit klanten die kleine stappen zetten, maar ook uit klanten die grote stappen zetten.

## **Spreekkamers**

Tot slot geven klantmanagers aan dat het belangrijk is om klanten in gesloten spreekkamers te spreken. Voornamelijk door het persoonlijke karakter van de gesprekken, waardoor klanten emotioneel kunnen worden. Over de inrichting van de spreekkamer zijn de klantmanagers tevreden. Respondenten geven aan dat de huidige inrichting van de spreekkamers wellicht wat onpersoonlijk, maar wel veilig is: *"Het zou wat informeler kunnen, maar aan de andere kant met andere klanten of andere gesprekken vind ik het persoonlijk heel fijn dat er zo een tafel van muur tot muur tussenstaat"*. De klantmanagers geven aan goed toegang te hebben tot de spreekkamers, mits zij de gesprekken twee weken van tevoren inplannen. Vaak is er bij later plannen ook ruimte, maar zijn tijden niet gunstig. Wanneer de FIP-klantcontacten verder uitgerold worden binnen de gemeente zou wel gekeken moeten worden naar de beschikbaarheid van spreekkamers.

### **5.6. Wat zijn resultaten?**

Wanneer aan respondenten gevraagd wordt of zij bepaalde resultaten van de FIP-klantcontacten zien dan lijkt de algemene tendens te zijn dat klanten stappen zetten. Deze stappen liggen volgens klantmanagers echt niet noodzakelijk op gebied van uitstroom. De klantmanagers geven enkel wanneer gevraagd wordt naar hun *best cases* voorbeelden van klanten die (gedeeltelijk) uitgestroomd zijn naar werk. Wel geven klantmanagers aan enkele uitkeringen (tijdelijk) beëindigd te hebben als gevolg van het herhaaldelijk niet verschijnen op de oproep voor gesprek of in het kader van rechtmatigheid. Ook geven klantmanagers een aantal voorbeelden van andere werk-gerelateerde stappen. Zo geven klantmanagers aan dat zij een aantal klanten aangemeld hebben voor een traject richting arbeidsintegratie, dat een aantal klanten is gestart met vrijwilligerswerk en dat een aantal klanten het aantal uren dat zij vrijwilligerswerk uitvoeren uitbreiden. Klantmanagers geven hierbij aan niet duidelijk te hebben of dit vaker gebeurt binnen de FIP-dienstverlening dan binnen de reguliere dienstverlening. Het zou volgens de klantmanagers wel kunnen dat de stap binnen de FIP-klantcontacten klanten in staat stelt die stap eerder te zetten dan binnen het reguliere proces: *"Dat zijn mensen die ik dan misschien regulier ook naar traject had gedaan, maar misschien niet al binnen 3 maanden, maar binnen een jaar"*.

Klantmanagers benadrukken in de resultaten echter voornamelijk de kleine stappen: *"Het zijn vooral kleine stapjes, maar voor mij kunnen dat kleine stapjes zijn, voor hen kunnen dat hele grote stappen zijn"*. Zij stellen dan ook dat het doel binnen een jaar niet enkel zou moeten liggen op grote stappen gericht op werk. Eerder heeft gemeente Amersfoort besloten dat deze groep niet klaar was voor een traject gericht op arbeidsintegratie en die inschatting lijkt volgens de klantmanagers redelijk te kloppen. Daarom zou de verwachting qua resultaten volgens de respondenten moeten liggen bij het verbeteren van welzijn: *"Verwacht dat iemand stapjes zet op het gebied van welzijn, door naar de huisarts te gaan, naar de tandarts, het wijkteam. En dan kan je er altijd sommige uitvissen waarbij het eigenlijk allemaal wel weer goed gaat die wel weer verder kunnen"*. Zoals uit deze uitspraak te herleiden valt liggen de stappen op het gebied van welzijn vooral binnen de hulp- en dienstverlening. Deze stapjes kunnen gezet worden doordat klanten passende hulpverlening krijgen: *"wanneer iemand naar je luistert, en je helpt passende hulpverlening te krijgen. En daarmee hopelijk helpt kleine stapjes te zetten naar een beter welzijn"*. Deze

resultaten van de FIP-klantcontacten zijn lastig inzichtelijk te maken in cijfers, desondanks zijn ze van groot belang. Een klantmanager zegt: *"Je bent ook bezig iemands kwaliteit van leven te verbeteren en het sociaal isolement te verminderen"*. Een klantmanager geeft aan dat het behalen van deze stappen belangrijk is voor de motivatie tot verdere verandering: *"wanneer iemand een stap gezet heeft, er groei is, dan gaat dat vaak gepaard met toenemende motivatie"*.

Klantmanagers geven aan dat klanten over het algemeen positief zijn over de gesprekken. Zo vertelt een klantmanager: *"Iedereen loopt blij het gesprek uit"*. Hierbij stelt een klantmanager ook dat sommige klanten niets uit de gesprekken denken te halen, maar dat zij hier later op terugkomen: *"Ik heb een man, die sprak ik een keer per jaar en die wilde daarna niet meer terugkomen. Nou dan zei ik van ja, dat is jammer dat je niet wil komen, maar je moet toch een keer per jaar komen, dus ik zie je volgend jaar. Nou, nu heb ik die gesprekken dus vier keer per jaar. Dat eerste gesprek ging wel. Hij heeft wel veel over zichzelf verteld. En het tweede gesprek, nou toen gaf hij me gewoon een hand en toen zei hij dankjewel. Dat was heel apart"*. Ook stellen klantmanagers dat klanten opvallend vaak dingen gaan doen na het eerste gesprek. Klantmanagers kennen dit resultaat voornamelijk toe aan het feit dat er aandacht aan de klant wordt besteed, dat er naar klanten geluisterd wordt en dat er met klanten meegedacht wordt. Klanten lijken het daarnaast fijn te vinden om een vast contactpersoon te hebben die zij regelmatig zien. Het contact met de sociale dienst is daardoor laagdrempeliger. Resultaat hiervan is volgens de klantmanagers dat klanten meer vertellen, er meer wijzigingen worden doorgegeven en dat klanten eerder vragen durven te stellen. Het belang hiervan wordt door klantmanagers vooral gezien in het kader van het leveren van passende dienstverlening en in het voorkomen van onbewuste bijstandsfraude.

Tot slot geven de klantmanagers aan zelf meer plezier te halen uit hun werk. Daarbij geven ze aan dat het spreken van de klant in de spreekkamer het leukste onderdeel is van hun werk. Specifiek binnen FIP geven klantmanagers aan dat het kijken naar ontwikkelingsmogelijkheden de uitvoering van hun werk leuker maakt: *"Ik vind het gewoon leuk om te doen [...] Om te kijken naar, hoe je toch voor mensen voor wie weinig mogelijk is, toch laten zien dat er mogelijkheden zijn, ook al zijn die klein"*. Daarbij geven de klantmanagers unaniem aan dat zij de gesprekstechnieken mee nemen in de gesprekken die zij met klanten buiten FIP om voeren.

Voor een aantal klanten lijken de FIP-klantcontacten niet te werken. De gesprekken vormen voor deze klanten eerder een belasting waardoor geen resultaten verwacht mogen worden. Het gaat hierbij allereerst om klanten met zware psychische/ psychiatrische klachten, zoals klanten met waanideeën en klanten die paranoïde of achterdochtig zijn: *"Het lijkt dan niet echt een gesprek te zijn, de klant vertelt alleen maar. [...] er is geen klik of ingang, en geen idee van echt contact maken met de klant. Het gesprek maakte dat de klant ook emotioneler werd, het leek veel emotie op te rakelen. Wellicht is dat niet goed en te belastend voor de klant"*. Daarnaast betreft het klanten die voor bepaalde problematiek reeds hulpverlening ontvangen van een gespecialiseerde instantie: *"Gesprekken verlopen dan stroef. Gesprekken lijken niet met de klant gevoerd te worden, maar met de contactpersoon van de instelling waar de klant verblijft. De klant lijkt bovendien ook in beeld te zijn bij de andere instelling. Dit is de plek waar de klant stappen maakt en niet zozeer bij de gemeente"*. Gesprekken zijn ook lastig met klanten die de pensioenleeftijd naderen en die op het gebied van welzijn tevreden zijn, hierbij gaat het veelal om klanten met een IOAW uitkering die voldoende inkomen en sociale contacten hebben en nog actief zijn binnen vrijwilligerswerk. Tot slot zijn de gesprekken met klanten die te maken hebben met langdurige,

zware lichamelijke beperkingen lastig, omdat voor deze klanten vaak geen sprake is van ontwikkelingsmogelijkheden.

### 5.7. Wat voor de toekomst?

De respondenten geven aan intentie te hebben om elementen van de FIP-methode in hun toekomstige dienstverlening mee te nemen. Een element dat meegenomen wordt is het op een andere manier omgaan en benaderen van uitkeringsgerechtigden. Een van de respondenten geeft aan dat een aantal van de FIP-klantmanagers ambassadeur geworden lijkt te zijn voor de methode: *"We hebben zeker een aantal consulenten die er ambassadeur in zijn geworden, zij hebben denk ik vooral ingezien dat die andere manier van met de klant omgaan, dezelfde resultaten kan brengen op een manier waarop het werk eigenlijk veel leuker is"*. Gemeente Amersfoort heeft klantmanagers die niet betrokken zijn bij het onderzoek naar de FIP-methode inmiddels ook deel laten nemen aan de 3-daagse gesprekstaining die in het kader van de FIP-klantcontacten wordt aangeboden. Daarbij wordt ook de vriendelijke toon in de uitnodigingsbrief verder doorgevoerd. Een klantmanager verwoordt waarom dit belangrijk is: *"Ik denk dat het veel weerstand kan voorkomen. Niet alleen dat, ik denk dat het ook prettiger is voor de klant. Die dan prettiger het gesprek inkomt. Dat is ook automatisch prettiger voor de klantmanager, daar bouw je betere banden mee op"*. Zoals reeds eerder beschreven leert de ervaring van de klantmanagers dat de opkomst van uitkeringsgerechtigden op de gesprekken hoog is ook als de brief een vrijblijvend karakter heeft.

Binnen de gemeente Amersfoort is naar aanleiding van de positieve ervaringen met de FIP-klantcontacten 'het kennismakingsgesprek' geïntroduceerd. Het kennismakingsgesprek wordt gevoerd wanneer een klantmanager klanten uit de caseload van een andere klantmanager overneemt. Het primaire doel van het kennismakingsgesprek is het kennis maken met elkaar, daarnaast legt de klantmanager in het gesprek uit wat zijn/ haar rol is en met welke vragen de klant bij hem of haar terecht kan. Met het kennismakingsgesprek tracht de gemeente de persoonlijke benadering van klanten verder voort te zetten. Het idee achter de kennismakingsgesprekken is – net als binnen de FIP-klantcontacten – dat persoonlijk contact kan helpen bij het opbouwen van een vertrouwensband en dat duidelijker wordt wie de klant kan benaderen in geval van vragen en/ of wijzigingen. Zodoende tracht de gemeente de drempel voor de klant om contact op te nemen met de gemeente te verlagen.

Over de frequentie van de klantcontacten bestaat binnen de gemeente discussie: de vier keer per jaar houden zoals deze is of toch verder gaan in afgeslankte vorm? Een van de respondenten zegt hierover: *"Ik denk dat daar op zijn minst wat differentiatie in komt [...] Als ik klantmanagers zo hoor dan vinden ze voor het merendeel van de groep vier keer per jaar nog wel veel. Dat ze soms mensen na drie maanden zien en dan is er gewoon nog niet zo heel veel gebeurd. [...] Waarbij ik ook wel denk als je hem niet spreekt, dan had je dat ook niet kunnen weten. Dus, al zijn het dan maar korte contactmomenten dan heb je die wel weer gehad"*. De algemene boodschap van de klantmanagers is wel blijf de uitkeringsgerechtigden in de spreekkamer zien: *"De sterkste kant van FIP is wel mensen in de spreekkamer spreken, misschien niet vier keer per jaar, misschien twee keer per jaar en als het nodig is een derde keer tussendoor. Maar ik denk wel dat we de klant in de spreekkamer moeten blijven zien"*.

## 6. Conclusie en discussie

De eerste beoogde bijdrage van dit onderzoek is het in kaart brengen van de effectiviteit van frequent, intensief en persoonlijk klantcontact voor langdurig uitkeringsgerechtigden. Om dit te kunnen doen is een vergelijking gemaakt tussen een interventiegroep en twee controlegroepen. Uit de vergelijking met de tweede controlegroep kunnen we weinig conclusies trekken, omdat de gevonden verschillen in de uitkomstvariabelen beïnvloedt worden door verschillen in kenmerken tussen de interventie- en controlegroep. Op basis van de vergelijking met de eerste controlegroep kunnen we een aantal conclusies trekken. De resultaten uit deze vergelijking laten zien dat significant meer uitkeringen beëindigd zijn in de controlegroep dan in de interventiegroep. Opvallend hierbij is dat er binnen de controlegroep geen uitkeringen zijn beëindigd gedurende de loop van dit onderzoek. Belangrijker is echter de reden achter beëindiging van de uitkering. Succes van de interventie is hierbij gedefinieerd als uitstroom richting betaalde reguliere of zelfstandige arbeid. We vinden dat de uitstroom hoger is binnen de interventiegroep, echter dit verschil is niet significant. Daarbij is een limitatie dat de categorie "uitstroom richting betaalde arbeid" binnen de administratieve data is samengevoegd met de categorie "ziekte". Onduidelijk is welk deel van de uitstroom binnen welke categorisatie onder te brengen is.

Waar het gaat om sociale activatie – ook enkel in vergelijking tot de eerste controlegroep - valt op dat de gemiddelde waarde op de participatieladder van de interventiegroep hoger ligt dan de gemiddelde waarde van de controlegroep. Het is echter riskant om enkel naar de eindwaarden te kijken zonder de beginwaarden in acht te nemen. Vervolgonderzoek zou ingezet kunnen worden om te vergelijken in welke mate beide groepen in de loop der tijd voortgang hebben gemaakt. Binnen de interventiegroep is wel bijgehouden wat de stand van de participatieladder was voor het toedienen van de interventie en wat deze is na het toedienen van de interventie. Uit deze data blijkt dat de gemiddelde waarde van de participatieladder is gestegen. Wat verder opvalt, is dat de verdeling van deelnemers over de treden van de participatieladder significant verschilt tussen de interventie- en de controlegroep. In de controlegroep zien we dat een groter deel van de deelnemers niet actief is of actief is in beroepsoriëntatie, scholing of (deeltijd) (gesubsidieerd) werk. Het grootste deel van de deelnemers in de controlegroep lijkt zich hiermee te bevinden in de begintreden of in de eindtreden, terwijl binnen de interventiegroep veel deelnemers ook sociaal of maatschappelijk actief zijn in het middengebied van de participatieladder (treden 2 en 3). Deze bevinding duidt op de 'kleine' stappen die binnen de interventiegroep gezet worden.

Binnen dit onderzoek vinden we aanvullend een positief en significant effect op de signalering van fraude: binnen de interventiegroep zijn meer fraudesignalen gerapporteerd dan binnen de beide controlegroepen. Daardoor kan gesteld worden dat de FIP-klantcontacten een signaleringsfunctie toebedeeld kunnen worden in het kader van rechtmatigheid. Deze bevinding wordt ondersteund door respondenten binnen de interviews: respondenten geven aan het gevoel te hebben fraudesignalen vaker op te pakken binnen de FIP-klantcontacten dan binnen de reguliere dienstverlening. Waar het gaat om fraude is het voorkomen van onbewuste bijstandsfraude een aanvullend belangrijk resultaat. Klanten kunnen door regelmatig gesproken te worden behoed worden voor het begaan van onbewuste fraude. Wat volgens de klantmanagers fijn is voor zowel de klant als de gemeente.

Wanneer klantmanagers gevraagd wordt naar resultaten dan hebben zij het veelal over "stappen". Hierbij kan het gaan om grote stappen, zoals het starten met of uitbreiden van vrijwilligerswerk en deelname aan re-integratie trajecten. Getracht is deze stappen cijfermatig in kaart te brengen. Uit de gegevens die aanvullend voor dit doel door klantmanagers geregistreerd zijn is af te leiden dat het aantal

uitkeringsgerechtigden dat vrijwilligerswerk is gestart binnen de interventiegroep gestegen is. Ook is uit deze gegevens af te leiden dat een aantal deelnemers uit de interventiegroep – van wie eerder ingeschat was dat zij nog niet klaar waren voor traject – gestart is met een traject. Naast de grote stappen onderscheiden klantmanagers ook kleine stappen, zoals een bezoek aan de huisarts, het opnieuw leggen van sociale contacten en het starten met sporten. De klantmanagers stellen dat doelen voor deze doelgroep binnen een jaar niet enkel zou moeten liggen op de grote stappen gericht op arbeidsintegratie. Kleine stappen zijn ook van belang, omdat hiermee aandacht is voor de kwaliteit van leven en omdat het zetten van een kleine stappen gepaard gaat met toenemende motivatie. Naast de grote en kleine stappen, zijn andere resultaten van de FIP-klantcontacten: de blijde reacties van klanten ten aanzien van de gesprekken, de bevordering van de hoeveelheid en juistheid van de verkregen informatie en de grotere voldoening die klantmanagers uit hun werk halen.

De tweede beoogde bijdrage van dit onderzoek relateert aan de vraag naar werkzame bestandsdelen binnen klantcontacten. De frequente gesprekken worden hierbij als werkzaam bestandsdeel gezien omdat deze het mogelijk maken om kleinere doelen te stellen waaraan gemakkelijk opvolging gegeven kan worden. Daarnaast blijven klantmanagers beter bekend met het dossier van uitkeringsgerechtigden waardoor zij in vervolggesprekken makkelijker terug kunnen komen op onderwerpen die voor de klant belangrijk zijn. Dit geeft klanten het gevoel dat er naar hen geluisterd wordt. Tot slot helpen de frequente gesprekken ook bij de juistheid van informatie: sociaal wenselijke antwoorden worden eerder doorzien en fraude wordt eerder gesignaleerd. Een van de klantmanagers voegt hieraan toe dat het plegen van fraude lastiger wordt omdat klanten nu fraude plegen jegens een persoon (hun vaste klantmanager) en niet zozeer jegens een anonieme organisatie. Klantmanagers geven aan dat de gespreksfrequentie wel aangepast zou moeten worden naar gelang de situatie van de klant.

Het voeren van gesprekken op meerdere leefgebieden maakt volgens de klantmanagers dat er meer begrip is voor het gedrag van klanten. Ook wordt het makkelijker om gepaste vervolgstappen te formuleren nu in gesprek met de klant de kern van het probleem, de mogelijkheden en de intrinsieke motivatie besproken worden. Tot slot krijgen de gesprekken door de leefgebieden een persoonlijk karakter. Dit persoonlijke karakter komt volgens de klantmanagers - naast de leefgebieden - ook op andere manieren tot uiting. Allereerst in het doel van het gesprek: het doel is niet hoofdzakelijk gericht op de re-integratie naar werk, maar op het verbeteren van welzijn. Daarnaast komt het persoonlijke karakter tot uiting in het bewerkstelligen van overeenkomst: door het (onbewust) afstemmen van de manier van spreken, door het delen ervaringen uit het eigen leven en door het delen van overeenkomstige levensgebeurtenissen. Klantmanagers geven aan dat deze overeenkomstigheid maakt dat klanten zich begrepen voelen en dat zij meer delen in gesprek. Tot slot benadrukken klantmanagers het belang van het maken van afspraken en het benadrukken van de zeggenschap van de klant. Eerstgenoemde omdat uit de afspraken duidelijk wordt op welk stukje de klant concreet invloed kan uitoefenen. Daarnaast biedt het maken van afspraken gelegenheid om de klant positief te bekrachtigen, goed will te creëren en mogelijke barrières te verkennen. Laatstgenoemde is belangrijk vanwege de grotere betrokkenheid van klanten bij afspraken wanneer zij hier zelf mede vorm aan geven.

De laatste en derde beoogde bijdrage van dit onderzoek betreft het identificeren van succesfactoren en leerpunten bij de uitvoering van de FIP-klantcontacten binnen de organisatie. Enkele leerpunten die uit de evaluatie naar voren komen zijn: besteed aandacht aan de registratie van data in het nieuwe systeem, besteed aandacht aan de structurele toepassing van gesprekstechnieken door bijvoorbeeld het aanbieden van een opfriscursus, besteed aandacht aan nazorg bij heftige gesprekken of

biedt meer begeleiding bij het maximaal aantal te voeren gesprekken, geef klantmanagers voldoende tijd om afscheid te nemen van de klanten uit hun caseload die overgedragen worden naar een andere klantmanager, zorg bij uitbreiding van het project voor het behoud van flexibele toegang tot de spreekkamers en besteed aandacht aan het conflict tussen doel- en rechtmatigheid binnen de FIP-gesprekken. Succesfactoren zijn: de vriendelijkere toon van de uitnodigingsbrief, de beschikbaarheid van de uitnodigingsbrieven, de verschillende vormen van formele en informele begeleiding (o.a. door twee klantmanagers binnen ieder team te selecteren voor deelname aan de FIP-klantcontacten), het verkleinen van de caseload, het verminderen van het aantal intakes en een eenduidige presentatie van het idee dat de klant op een andere manier benaderd wordt.

Tot slot wordt stilgestaan bij een aantal limitaties van dit onderzoek. Allereerst geldt dat deelnemers niet geheel willekeurig toegewezen zijn aan de interventie- of controlegroep. In dit onderzoek is gebruik gemaakt van een (minder nauwkeurige) clustersteekproef. Daarnaast is binnen dit onderzoek sprake van *non-compliance*. Een aantal uitkeringsgerechtigden binnen de interventiegroep heeft de interventie niet of slechts gedeeltelijk ontvangen. Een reden hiervoor is dat klantmanagers de gesprekken niet (meer) hebben aangeboden aan klanten voor wie zij de inschatting hebben gemaakt dat de gesprekken te belemmerend waren. Een andere reden is echter dat klantmanagers gedurende het onderzoek gedeeltelijk zijn uitgevallen. Om overschatting van de effecten te voorkomen zijn de uitkeringsgerechtigden die de interventie niet of slechts gedeeltelijk hebben ontvangen niet verwijderd uit de data-analyse. Non-compliance maakt dat effecten binnen huidig onderzoek mogelijk onderschat worden. Een derde limitatie betreft de significante verschillen tussen de interventiegroep en de tweede controlegroep. Vervolgonderzoek zou toegepast kunnen worden waarin gebruik wordt gemaakt van *matching*-technieken en/ of *robustness-checks* om te analyseren of de gevonden verschillen tussen de groepen blijven bestaan. Een vierde limitatie is het verlies aan respondenten binnen de interventiegroep bij de data-overdracht voor de vergelijking met de eerste controlegroep. Een laatste discussiepunt betreft de vraag: heeft de interventie voortgang daadwerkelijk bevordert of heeft de interventie enkel voortgang in beeld gebracht? Ons antwoord op deze vraag is dat effecten van de FIP-klantcontacten resultaat zijn van beide. Wij kunnen op basis van dit onderzoek niet beantwoorden welk van de twee mechanismen verantwoordelijk is voor welk deel van de gevonden effecten. Dit onderzoek heeft hiermee lucratieve suggesties voor vervolgonderzoek opgeleverd.



## 7. Overzicht gehanteerde literatuur

- Andriessen, I., Nievers, E., Dagevos, J. Faulk, L. & Iedema, J. (2011). Voorkeur bij gelijke geschiktheid. *Sociologie*, 7 (3), 223-247.
- Behncke, S., Frölich, M. & Lechner, M. (2010). Unemployed and their caseworkers: Should they be friends or foes? *Journal of the Royal Statistical Society*, 173(1), 67-92.
- Berg, G. J. van den, Kjaersgaard, L. & Rosholm, M. (2012). *To meet or not to meet (your caseworker): That is the question*. Geraadpleegd op 10 oktober, 2017 van <http://ftp.iza.org/dp6476.pdf>.
- Berg, G. J. van den & Klauw, B. van der (2006). Counseling and monitoring of unemployed workers: Theory and evidence from a controlled social experiment. *International Economic Review*, 47 (3), 895-936.
- Bettencourt, L. A. & Gwinner, K. (1995). Customization of the service experience: The role of the frontline employee. *International Journal of Service Industry Management*, 7(2), 3-20.
- Black, D. A., Smith, J. A., Berger, M. C. & Noel B.J, 2003. Is the threat of reemployment services more effective than the services themselves? Evidence from random assignment in the UI system. *American Economic Review*, 93, 1313-1327.
- Dean, H. (2003). Re-conceptualising welfare-to-work for people with multiple problems and needs. *Journal of Social Policy*, 32 (3), 441-459.
- Deyl, C., Ruitenber, J., Stouten, J. & Zuurbier, H. (2016). *Mannen en vrouwen in de sociale zekerheid*. Geraadpleegd op 19 december, 2018 van [http://www.arbeidsconferentie.nl/uploads/submission/document\\_1/164/Mannen-en-vrouwen-sociale-zekerheid.pdf](http://www.arbeidsconferentie.nl/uploads/submission/document_1/164/Mannen-en-vrouwen-sociale-zekerheid.pdf).
- Dolton, P. & O'Neill, D. (2002). The long-run effects of unemployment monitoring and work-search programs: Experimental evidence from the United Kingdom. *Journal of Labor Economics*, 20 (2), 381-403
- Druckman, J.N., Green, D.P., Kiklinski, J. H. & Lupia, A. (2011). Experiments: An introduction to core concepts. In Druckman, J. N. Freen, D. P., Kuklinski, J. H. & Lupia, A. (Red). *Cambridge Handbook of Experimental Political Sciences*. Verenigd Koninkrijk, Cambridge: Cambridge University Press.
- Fenger, H. J. M. & Strüwer, T. E. M. (2016). *De effecten van klantcontacten in de Participatiewet: Evaluatie van het project frequent, intensief en persoonlijk contact bij de intergemeentelijke sociale dienst Brabantse Wal*. Nederland, Rotterdam: Erasmus Universiteit Rotterdam.
- Gächter, S. & Thöni, C. (2005). Social learning and voluntary cooperation among 'like-minded people'. *Journal of the European Economic Association*, 3(2-3), 303-3014. 200
- Gelderblom, A., Koning, J. De & Lachhab, K. (2007). *Effecten van "zachte" kenmerken op de re-integratie van de WWB, WW en AO populatie: Een literatuurstudie*. Nederland, Rotterdam: SEOR
- Geuns, R. van, Wesdorp, P. & Duinkerken, G. (2011). *Inzicht in de effectiviteit(s)vergroting van re-integratie: De belangrijkste bijdrage van de (sociaal-) psychologie* [Paper Nederlandse Arbeidsmarkt Dag]. Geraadpleegd op 03 oktober, 2017 van [http://archive.arbeidsconferentie.nl/uploaded\\_files/contributions/inzichtineffectiviteits\(vergroting\)vanre-integratie,paperNAD2011.pdf](http://archive.arbeidsconferentie.nl/uploaded_files/contributions/inzichtineffectiviteits(vergroting)vanre-integratie,paperNAD2011.pdf).
- Häggglund, P. (2006). Are there pre-programme effects of Swedish active labour market policies? Evidence from three randomized experiments. *Economic Letters*, 112 (1), 91-93.

- Heyma, A. & Werff, S. van der (2014). *Een goed gesprek werkt: (Kosten)effectiviteit van re-integratiedienstverlening UWV voor de WW-instroompopulatie 2008-2012. (SEO-rapport nr. 2013-72)*. Verkregen op 09 oktober, 2017 van <https://www.rijksoverheid.nl/documenten/rapporten/2014/05/21/onderzoeksrapport-seo-een-goed-gesprek-werkt>.
- Kahneman, D. & Tverski, A. (1979). Prospect theory: An analysis of decision under risk. *Econometrica*, 47 (2), 263-291.
- Klee, H., McLean, I. & Yavorsky, C. (2002). *Employing drug users: Individual and systematic barriers to rehabilitation*. Verenigd Koninkrijk: York, Joseph Rowntree Foundation.
- Krogh-Graversen, B. & Ours, J. C. van (2006). How to help unemployed find jobs quickly: Experimental evidence from a mandatory activation program, *IZA discussion paper series*.
- Lakey, J., Barnes, H., Parry, J. (2001). *Getting a chance: Employment support for young people with multiple disadvantages*. Verenigd Koninkrijk, York: Joseph Rowntree Foundation.
- Lauriks, S., Buster, M., Wit, M., de., Weerd, S. van de., Kamann, T., Boom, W. van den., & Fassaert, T. (2017). *Handleiding Zelfredzaamheid-Matrix 2017*. GGD Amsterdam.
- Lindsay, C., McQuaid, R. & Dutton, M. (2007). New approaches to Employability in the UK: Combining 'Human Capital Development' and 'Work First' Strategies?, *Journal of Social Policy*, 36 (4), 539-560.
- Pedersen, J. M., Rosholm, M. & Svarer, M. (2012). *Experimental evidence on the effects of early meetings and activation*. Geraadpleegd op 03 oktober, 2017 van <http://ftp.iza.org/dp6970.pdf>.
- Rijksoverheid (z.d.). *Waarom moet ik een startkwalificatie hebben?* Geraadpleegd op 08-03-2019, via <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/leerplicht/vraag-en-antwoord/waarom-moet-ik-een-startkwalificatie-hebben>.
- Rosholm, M. (2014). Do caseworkers help the unemployed? Evidence for making a cheap and effective twist to labor market policies for unemployed workers. *IZA World of Labor*, 72, p. 1–10.
- Sol, E. & Hoogtanders, Y. (2005). Steering by contract in the Netherlands: New approaches to labour market integration, in E. Sol en M. Westerveld (Eds.), *Contractualism in Employment Services* (pp. 139-166), Nederland, Den Haag: Kluwer.
- Solinger, O. & Ezerman, C. (2015). *Motivatie om te werken of motivatie om de uitkering te behouden?* Geraadpleegd op 09 oktober, 2017 van <http://www.bijstandnaarwerk.nl/wp-content/uploads/2014/05/Over-motivatie-in-de-bijstand.pdf>.
- Suomi, A., Freeman, B. & Banfield, M. (z.j.). *Framework for the engagement of people with a lived experience in program implementation and research: Review and report prepared for the Lifespan suicide prevention project*. Geraadpleegd op 10 oktober, 2017 van <https://www.blackdoginstitute.org.au/docs/default-source/lifespan/anu-lived-experience-framework.pdf>.

**Erasmus University Rotterdam (EUR)**  
**Erasmus School of Social and Behavioural Sciences (ESSB)**

Woudestein campus  
Mandeville building T17-42  
Burgemeester Oudlaan 50  
3062 PA Rotterdam, The Netherlands  
T +31 10 408 2534  
E [fenger@essb.eur.nl](mailto:fenger@essb.eur.nl)

foto: F. Eveleens

[www.essb.eur.nl](http://www.essb.eur.nl)