

Notitie

Methodiekbeschrijving Wajong-promotieteam

05 november 2009
Notitie 1899 58

PSW
Stationsplein 4
Postbus 1228
5200 BG 's-Hertogenbosch
telefoon: (073) 612 43 25
telefax : (073) 612 85 75
e-mail : info@psw.nl

1. Algemeen: wat is een promotieteam en wat zijn de uitgangspunten?

Wat is een promotieteam?

Een promotieteam is te omschrijven als een groep gemotiveerde en enthousiaste mensen, die er als team aan werken hun positie, en die van hun achterban, in de samenleving of een onderdeel daarvan, te verbeteren.¹

Wat zijn de uitgangspunten bij een promotieteam?

Bij het werken met een promotieteam wordt uitgegaan van de kracht van rolmodellen. Hieraan liggen de volgende uitgangspunten ten grondslag:

- *Peer support* wil zeggen dat mensen die gelijk zijn aan elkaar (in dit geval Wajongeren) leren om elkaar te steunen en te helpen, met als gevolg dat zij actief bij hun ontwikkelingsproces betrokken raken.
- *Peer education* duidt het verschijnsel aan dat mensen meer geneigd zijn te luisteren naar mensen die op hen lijken, dan naar mensen die van hen verschillen. Gebruik maken van het systeem van *peer education* kan bijdragen aan het ontwikkelen van positieve groepsnormen en het nemen van beslissingen op levensgebieden.
- Het uitgangspunt bij *peer modeling* is dat door het aanschouwen van de consequenties of de opbrengsten van modelgedrag een persoon gemotiveerd kan worden tot het vertonen van soortgelijk gedrag. Hierbij is het van belang dat het rolgedrag wordt vertoond door iemand die ofwel als gelijke wordt ervaren, ofwel door iemand die status heeft.²

2. Waarom een Wajong-promotieteam?

In maart 2008 bereikte ons het bericht van minister Donner: 'Het aantal jonggehandicapten met een uitkering dreigt binnen tien tot vijftien jaar te stijgen tot een half miljoen...' Hij kondigde maatregelen aan om het aantal Wajongers terug te dringen en te zorgen dat meer Wajongers aan het werk kunnen.

Per 1 januari 2010 treedt de nieuwe wet in werking. In de nieuwe Wajong staat het recht op arbeidsondersteuning centraal, en niet meer het recht op een uitkering. De nieuwe wet gaat daarom ook anders heten: Wet werk en arbeidsondersteuning jonggehandicapten (Wet Wajong), in plaats van de huidige benaming: Wet arbeidsongeschiktheidsvoorziening jonggehandicapten. Uitgangspunt wordt wat jongeren wél kunnen, in plaats van wat zij niet kunnen. Voor alle jongeren geldt dat zij in principe moeten werken of leren. Dit geldt ook voor jongeren met een beperking.

Van de huidige Wajong-bevolking werkt ongeveer 25 procent. De overige 75 procent heeft geen werk, maar dat komt uiteraard niet alleen omdat ze dat niet kunnen of willen. Belangrijke oorzaken waardoor veel Wajongers niet gaan werken zijn:

- Onbekendheid bij werkgevers met doelgroep en de financiële mogelijkheden bij de uitkering.
- Beschermende houding van ouders en leraren t.o.v. jongeren.
- Beperkt zicht van jongeren zelf op hun mogelijkheden en kunnen.

¹ Bron: Methodiek promotieteams allochtone jongeren. Palet, juni 2007.

² Bron: Stichting Kenniscentrum Peer Support en www.onsplatform.nl

De bovenstaande oorzaken hebben vooral te maken met beeldvorming rondom Wajongers en hun mogelijkheden op het gebied van werk. Een verandering in die beeldvorming is nodig om het aantal Wajongers dat gaat werken te vergroten.

De theoretische uitgangspunten van de werking van rolmodellen in het vorige hoofdstuk laten zien dat een promotieteam bij kan dragen aan het veranderen van beeldvorming rondom een bepaalde groep in de samenleving. PSW heeft goede ervaringen opgedaan met het gebruik van promotieteams voor het verbeteren van de positie van allochtone jongeren op de arbeidsmarkt en in het onderwijs.

Ook voor jonge (toekomstige) Wajongers draagt een promotieteam bij aan het vergroten van hun kansen op de arbeidsmarkt.

3. Wat zijn de doelen van een Wajong-promotieteam

We onderscheiden twee soorten doelstellingen bij een promotieteam van Wajongers, namelijk kwantitatieve en kwalitatieve doelstellingen.

Kwalitatieve doelstellingen

De kwalitatieve doelstellingen die met een Wajong-promotieteam worden nagestreefd zijn:

- Het vergroten van empowerment/zelfredzaamheid/zelfbewustzijn van promotieteamleden.
- Een omslag in het denken over werk bij (toekomstige) Wajong-jongeren: ga uit van wat je kunt, niet van wat je niet kunt.
- Verbeteren van het imago van Wajong-gerechtigden bij werkgevers.
- Het informeren van werkgevers over de financiële mogelijkheden van de Wet Wajong.

Deze kwalitatieve doelen moeten worden gezien als lange termijndoelen. Met name het bereiken van een omslag in het denken bij jongeren en werkgevers kost tijd. Zorg ervoor dat betrokken partners zich hiervan bewust zijn, zodat je hier niet binnen een jaar op wordt afge-rekend.

Verder is het belangrijk dat een promotieteam of een rolmodel niet verantwoordelijk wordt gemaakt voor deze kwalitatieve doelstellingen. Zij moeten zich kunnen richten op kwantitatieve, korte termijndoelen, die haalbaar voor hen zijn.

Kwantitatieve doelstellingen

De kwantitatieve doestellingen zijn concrete werkdoelen, die op relatief korte termijn gerealiseerd kunnen worden. Deze doelen kunnen tot de verantwoordelijkheid van het team of een rolmodel worden gerekend.

Elk team stelt, met ondersteuning van de begeleider, werkdoelen op. De werkdoelen moeten uiteraard bijdragen aan het bereiken van de uiteindelijke kwalitatieve doelstellingen.

Voorbeelden van werkdoelen zijn:

- Binnen één jaar gaan wij als promotieteam een presentatie houden bij 5 werkgeversbijeenkomsten in onze regio.
- Door deze werkgeversbenadering willen wij 10 nieuwe werkgeverscontacten krijgen voor de Praktijkschool in onze regio.
- Binnen één jaar willen wij als promotieteam drie keer een rol krijgen in reguliere activiteiten gericht op arbeidsoriëntatie op een VSO- of PRO-school.

4. Welke doelgroepen heeft een Wajong-promotieteam

De activiteiten van een Wajong-promotieteam richten zich op verschillende doelgroepen. Niet elk promotieteam of rolmodel hoeft zich op alle doelgroepen te richten. Binnen de brede groep Wajong-jongeren is het heel belangrijk om de doelgroepen en werkdoelen af te stemmen op de mogelijkheden van de teamleden of rolmodellen. Iemand met een verstandelijke beperking moet je nu eenmaal niet vragen om een werkgever voor te lichten over de Wet Wajong. Diegene kan echter wel aan een andere jongere laten zien wat voor werk hij doet. De verschillende doelgroepen die behoren bij de doelstellingen van Wajong-teams zijn:

- Jonge (toekomstige) Wajongers, leerlingen van VSO- en praktijkscholen.
- Werkgevers.
- Onderwijspersoneel.
- Ouders.

5. Hoe zet je een Wajong-promotieteam op?

Werving teamleden

Het werven van leden voor een promotieteam is niet gemakkelijk. Uit eerdere ervaringen blijkt dat sommige Wajongers niet graag naar buiten treden met het feit dat zij een Wajong-uitkering hebben. Het is daarom belangrijk om de werving en communicatie over het doel van een promotieteam goed te organiseren.

Kenmerken voor een promotieteamlid/rolmodel:

Een teamlid of rolmodel moet in ieder geval over de volgende eigenschappen beschikken:

- Niet bang zijn om openbaar te maken dat je een Wajong-uitkering of –status hebt en daarover te vertellen.
- Weten wie je bent, dat wil zeggen: jezelf geaccepteerd hebben in alle opzichten, dus ook je beperking.
- Gemotiveerd zijn om je vrijwillig in te zetten voor de activiteiten van het project.
- Je kwetsbaar durven op te stellen.
- Je moet een mening kunnen vormen over de onderwerpen waar een promotieteam zich op richt.

Om nieuwe leden te werven, kun je verschillende kanalen en technieken gebruiken. De doelgroep Wajongers blijkt het best te benaderen via persoonlijk contact. Schriftelijke informatie is bij hen weinig effectief.

- Werving via andere teamleden.
Deze wervingsmethode is het meest effectief. De bestaande teamleden functioneren meteen als rolmodel en geïnteresseerden kunnen zich met hen identificeren. Ook kunnen bestaande teamleden toegang verschaffen tot kanalen als internetfora, die vaak besloten zijn.
- Werving via betrokken organisaties.
Organisaties als scholen of het UWV kunnen als intermediairs worden ingezet bij de werving van rolmodellen. Het is goed om te weten dat praktijkscholen verplicht zijn om tot twee jaar na uitstroom hun ex-leerlingen te volgen. VSO-scholen zijn dit vanaf 2011 verplicht. Hierdoor vormen zij een goed wervingskanaal.
Via het UWV, of re-integratiebedrijven kan ook geprobeerd worden om mensen te werven.

Communicatie is erg belangrijk bij het werven via intermediairs. Zorg dat zij het doel van de activiteiten goed kunnen omschrijven en dat er wordt benadrukt dat deelname vrijwillig moet zijn. Bovendien moet je erop letten dat Wajongers die fulltime werken en geen uitkering meer ontvangen, wel nog een Wajong-status hebben. Zij komen dus zeker in aanmerking voor deelname. Bij sommige organisaties worden werkende Wajongers zonder uitkering niet meer beschouwd als lid van de doelgroep.

Verder moeten intermediairs nadrukkelijk worden gevraagd om te achterhalen waarom mensen zich niet aan willen sluiten bij een team. Dit levert immers waardevolle informatie op voor verbeterpunten.

- Werving via ouders.

Ouders kunnen, in tegenstelling tot de jongeren zelf, wel goed benaderd worden door schriftelijke informatie. Hiervoor kan een flyer of folder worden gebruikt, of een advertentie in een lokale krant of kabelkrant.

In de praktijk blijkt het niet haalbaar om teams te vormen waarin verschillende subgroepen Wajongers deelnemen. Jongeren met een verstandelijk beperking blijken zich moeilijk te kunnen identificeren met jongeren met een lichamelijke handicap. Ook is het lastig om een programma op te stellen met een groep waarin de denkniveaus sterk uiteenlopen. Verder kunnen mensen met een verstandelijke beperking niet alle activiteiten, zoals een presentatie, zomaar uitvoeren. Een begeleider of projectleider moet daarom bepalen wie waarvoor wordt ingezet. Mensen met een lichamelijke beperking en/of met een relatief hoog IQ kunnen bijvoorbeeld goed werkgevers benaderen, terwijl iemand met een psychische stoornis via een film kan laten zien wat hij/zij voor werk doet.

Training en/of begeleiding

Elk promotieteamlid of rolmodel wordt begeleid door een coach. De ondersteuning die een team nodig heeft om zijn activiteiten uit te voeren, verschilt per team. De begeleider moet zijn/haar begeleiding of training afstemmen op de behoeften van de specifieke teams of rolmodellen.

Voorbeelden van trainingen die een coach kan geven zijn:

- Presentatietechnieken
- Workshop over de Wet Wajong
- Netwerken

Kennis over de Wet Wajong geeft teamleden een sterker gevoel van zekerheid bij presentaties. Ze zijn dan deskundig genoeg om vragen uit de zaal zelf te beantwoorden.

Naast het geven van eventuele trainingen, ondersteunt de coach het team bij de voorbereiding van hun activiteiten. Hiervoor organiseert hij/zij een aantal bijeenkomsten, waarin wordt gewerkt aan teambuilding, uitleg over het project, opstellen van werkdoelen, voorbereiden van presentaties.

De coach houdt hierbij rekening met de dagschema's van de teamleden. Met werkende teamleden moeten de bijeenkomsten 's avonds worden gepland. Ook moet een locatie rustig en goed bereikbaar zijn.

Naast de voorbereidende bijeenkomsten en het ondersteunen bij activiteiten, is de coach verantwoordelijk voor contactmomenten tussen de activiteiten door. Na elke bijeenkomst op een school of bij werkgevers moet er een evaluatiebijeenkomst zijn. Mocht er een lange periode zitten tussen twee activiteiten, dan is het belangrijk dat de coach voor een contactmo-

ment zorgt. Hierdoor blijven teamleden binding houden met het project, hebben ze het gevoel dat er actie in blijft zitten en wordt er blijvend gewerkt aan teambuilding.

Een coach van een promotieteam of een rolmodel moet over de volgende eigenschappen beschikken:

Kennis	Houding	Vaardigheden
Kennis over de Wet Wajong	Open	Inzicht in groepsprocessen
Kennis over beperkingen	Eerlijk	Inschatten welke ondersteuning een team nodig heeft
Kennis over leefwereld jongeren	Energiek	Inzicht krijgen in de kwaliteiten van teamleden
Kennis over groepsprocessen	Enthousiasmerend	Teamleden nieuwe kwaliteiten laten ontwikkelen
Kennis over werkvormen	Stimulerend	Buitenstaanders overtuigen van de waarde van het team/project
Kennis over teambuilding	Niet belerend	Het netwerk inschakelen t.b.v. het team
Kennis over betrokken instanties (UWV, scholen, etc.)	Niet te zorgelijk/beschermend	Binding creëren en houden met de ambassadeurs
Kennis over werkgeverskringen	Niet al te serieus, ruimte voor humor	
Kennis over werkgeversbenadering	Geïnteresseerd	
	Realistisch	

- Vorming van een ambassadeursnetwerk*

Ambassadeurs zijn mensen vanuit de politiek, het onderwijs of ondernemers, die zich willen verbinden aan een team en de doelstellingen die het wil bereiken. Zij hebben affiniteit met de doelgroep en kunnen hen ondersteunen door hen bijvoorbeeld te introduceren in een werkgeverskring of feedback te geven op activiteiten.

Uit ervaring blijkt dat een promotieteam of rolmodel zelf de sterkste overtuigingskracht is voor ambassadeurs om zich aan te sluiten bij een team. Ambassadeurs kunnen daarom het beste worden geworven met inzet van het team zelf. Ook de coach speelt hierin uiteraard een rol.

Het blijkt niet effectief te zijn om ambassadeurs te willen werven terwijl het team nog niet is opgetuigd. Mensen hebben dan geen beeld van waar ze zich aan gaan verbinden. Potentiële ambassadeurs kunnen worden benaderd na afloop van een bijeenkomst op een school of na een werkgeversbijeenkomst. Als er een aantal ambassadeurs zijn aangesloten, kunnen zij uiteraard ook zelf worden gevraagd om nieuwe ambassadeurs te werven.
- Organiseren van activiteiten op scholen*

Er zijn twee soorten activiteiten die een promotieteam kan organiseren op praktijk- en/of VSO-scholen:

 - Een presentatie.
 - Aansluiten op bestaande activiteiten op het gebied van arbeidsoriëntatie, zoals een projectweek.

Het belangrijkste aandachtspunt bij het organiseren van een presentatie of voorlichtingsbijeenkomst op een school, is communicatie en verwachtingsmanagement. De genodigden voor de presentatie moeten duidelijk voor ogen hebben wat het doel is van de bijeenkomst. Mensen zouden bijvoorbeeld kunnen denken dat het gaat om uitleg over hoe zij een Wajong-indicatie kunnen krijgen, omdat zij dit vaker aangeboden krijgen. Andere verwachtingen leiden tot ontevreden bezoekers en dat is geen goede reclame voor het team en zijn doelstellingen.

Verder heeft het de voorkeur om bij presentaties voor leerlingen het aantal aanwezige ouders te beperken. Jongeren kunnen zich beperkt voelen door de aanwezigheid van hun ouders, waardoor zij niet open durven te praten over hun ambities of problemen.

Aansluiten bij bestaande activiteiten op scholen heeft het voordeel dat een rolmodel de kans krijgt om intensiever contact te krijgen met zijn doelgroep: de jonge, toekomstige Wajong-gerechtigden. Dit intensievere contact heeft meer invloed op de beeldvorming en denkwijze van deze jongeren op het gebied van werk. Ideaal zou zijn als een team of rolmodel meerdere keren een groep leerlingen zou kunnen ondersteunen bij arbeidsoriëntatie.

De coach heeft bij deze activiteiten een ondersteunende rol. Hij/zij kan contacten leggen met scholen, informatie verstrekken over het doel van het project en een bijeenkomst en de organisatie op zich nemen (tijd, locatie).

Bij de activiteiten zelf is het belangrijk om zoveel mogelijk in handen van de rolmodellen te laten. Dat draagt bij aan hun eigen empowerment en competenties, maar het geeft ook een goede indruk aan de bezoekers. De coach fungeert als een soort 'souffleur', die kan inspringen als het team er zelf even niet uit komt.

Het is belangrijk om de tevredenheid van bezoekers te kunnen peilen, bijvoorbeeld via een enquête. Het team kan met behulp van de coach de beste vorm bepalen.

- *Organiseren van voorlichtingsbijeenkomsten bij werkgevers*

Voorlichtingsbijeenkomsten bij werkgevers hebben de vorm van een presentatie, met daarin de volgende onderdelen:

- Informatie over de Wet Wajong en de financieringsmogelijkheden daarin.
- Ervaringen van de teamleden met het vinden en houden van stages of werk.
- Vertonen van beeldmateriaal over werkervaringen van andere subdoelgroepen Wajongers.
- Vergaren van nieuwe bedrijfscontacten voor een praktijk- of VSO-school.
- Verspreiden van een enquête over de bijeenkomst en het promotieteam.

Een presentatie voor werkgevers vindt meestal plaats in bestaande overlegvormen, zoals een Rotary of een bijeenkomst van werkgevers op een bedrijventerrein. Een promotieteam maakt gebruik van zijn ambassadeurs om toegang te krijgen tot deze bijeenkomsten. Een ambassadeur legt de contacten en geeft informatie over het doel van de presentatie. Hij/zij kan de praktische organisatie op zich nemen, maar kan dat in overleg ook overlaten aan de coach.

Op de bijeenkomst geeft het promotieteam de presentatie, met indien nodig ondersteuning van de coach. De coach zorgt voor schriftelijke informatie over de Wet Wajong en het promotieteam, wat uitgedeeld wordt aan de bezoekers. Ook hier fungeert de coach in principe als 'souffleur'.

Door hun presentatie geeft het team inzicht in de mogelijkheden van de Wajongers en de moeilijkheden die zij tegenkomen bij het zoeken naar stages en werk. Na hun presentatie

vragen zij de aanwezige werkgevers of zij bereid zijn om hun contactgegevens beschikbaar te stellen voor een praktijk- of VSO-school, om te kijken of er stagemogelijkheden zijn binnen een bedrijf. De teamleden zijn nadrukkelijk niet verantwoordelijk voor het werven van stageplaatsen, maar alleen voor het werven van bedrijfscontacten. De school is verantwoordelijk voor het onderzoeken van de mogelijkheden binnen een bedrijf. Na afloop van de bijeenkomst wordt er via email een enquête verspreid onder de aanwezigen, waarin hun mening wordt gevraagd over de bijeenkomst en over het promotieteam zelf. Deze feedback levert belangrijke informatie voor eventuele verbeterpunten.

6. Overige randvoorwaarden

- Zorg voor een vrijwilligersvergoeding voor de teamleden, als tegemoetkoming voor hun onkosten en inzet.
- Zorg voor activiteitenbudget, bijvoorbeeld voor teambuildingactiviteiten of het inhuren van een trainer.
- Teamleden hebben behoefte aan structuur. Zorg ervoor dat activiteiten vooruit worden gepland, bijvoorbeeld voor een half jaar. Dit is ook nodig voor afstemming met hun werk en andere activiteiten.
- Zorg dat er van elke bijeenkomst notulen worden gemaakt. Ook dit biedt een gevoel van structuur en inzicht. Indien mogelijk, worden de notulen gemaakt door een van de teamleden.