

“Het is een stapje naar de toekomst. Maar je bent er nog niet helemaal, want je zit nog met één been tussen de deur.”

Een studie naar het activeringstraject *Beweging naar Werk* voor alleenstaande moeders in de bijstand in Amsterdam Zuid.



Tessa van der Leij
Masterthesis ASW – Arbeid, Zorg en Welzijn: Beleid en Interventie
1 juli 2013

Begeleiders Stadsdeel Zuid: Arjan Verweij en Diana Lageman
Begeleider UU: Jaap Bos
Tweede beoordelaar: Marit Hopman

Voorwoord

Bij dezen presenteer ik graag mijn masterthesis. Afgelopen vier maanden heb ik hard gewerkt om dit resultaat neer te zetten. Het was een nieuwe uitdaging om mijn theoretische achtergrond opgedaan aan de Universiteit Utrecht te praktiseren. Het is een verrijking van mijn kennis geweest om de praktijk in te gaan en de processen die daar spelen te analyseren. Ik ben Stadsdeel Zuid dan ook dankbaar dat zij mij deze kans gegeven hebben om mijn Master daar af te ronden door middel van een evaluatie van beleid, namelijk het traject *Beweging naar Werk*.

In het bijzonder wil ik Arjan Verweij en Diana Lageman van Stadsdeel Zuid bedanken. Ze hebben me bijgestaan om de vertaalslag van wetenschap naar praktijk te maken. Met vragen of onzekerheden vanaf mijn kant, hebben ze me altijd ondersteund. Daarnaast ben ik Leny Mulder dankbaar voor haar hulpvaardigheid, enthousiasme en vertrouwen in mij. Ondanks een moeizame start ben ik erg blij met de samenwerking met Paul en Laura en hun hulp bij het schrijven van mijn masterthesis. Verder gaat mijn dank uit naar Debbie en Ragnhild voor het vertrouwen dat ze me gegeven hebben, zodat ik bijeenkomsten van het traject mocht bijwonen. Tevens wil ik graag de andere respondenten bedanken voor hun inzet, medewerking en openheid aan dit onderzoek.

Jaap Bos wil ik bij dezen bedanken voor zijn opbouwende feedback. Het was erg prettig dat hij buiten de bijeenkomsten om eveneens bereikbaar was voor vragen. Mijn intervisiegroep bestaande uit Arjen, Denise, Willemijn en Eleanor mag ik niet vergeten om te bedanken voor hun steun. De ervaringen die we konden delen, hebben me geholpen om door te zetten en gemotiveerd te blijven.

Tot slot gaat mijn grote dank uit naar familie en vrienden die mij hebben bijgestaan bij het schrijven van de masterthesis. Marjan, Marloes en Michel bedankt voor jullie taaltechnische tips en verhelderende inzichten.

Hopelijk heb ik met het evalueren van het traject *Beweging naar Werk* een wezenlijke bijdrage kunnen leveren aan het activeringsbeleid van Stadsdeel Zuid.

Tessa van der Leij
Juli 2013, Utrecht

Inhoudsopgave

Samenvatting	5
1. Inleiding	6
1.1 Wet Werk en Bijstand en activeringsbeleid	7
1.2 Participatieladder	8
2. Stadsdeel Zuid traject Beweging naar Werk	10
2.1 Aanleiding	10
2.2 Marathonbuurt in perspectief	10
2.3 Opzet van het traject	12
3. Theorie	14
3.1 Motivatie	14
3.2 Sociaal netwerk	15
3.3 Belemmeringen	15
3.4 Klantcontacten	16
3.5 Empowerment	17
3.6 Houding werkgevers	17
4. Onderzoeksopzet	19
4.1 Vraagstelling	19
4.2 Belang onderzoek	19
4.3 Realistisch evalueren	20
4.4 Data verzameling	23
4.5 Respondenten	23
4.6 Operationaliseren variabelen	26
4.7 Data analyse	27
5. Resultaten	28
5.1A Positie – Motivatie	28
5.1B Strategie – Motivatie	30
5.1C Resultaat – Motivatie	30

5.2A Positie – Sociaal netwerk	31
5.2B Strategie – Sociaal netwerk	32
5.2C Resultaat – Sociaal netwerk	34
5.3A Positie – Belemmeringen	35
5.3B Strategie – Belemmeringen	37
5.3C Resultaat – Belemmeringen	39
5.4A Positie – Klantcontacten	39
5.4B Strategie – Klantcontacten	40
5.4C Resultaat – Klantcontacten	42
5.5A Positie – Empowerment	43
5.5B Strategie – Empowerment	44
5.5C Resultaat – Empowerment	45
5.6A Positie – Houding werkgevers	46
5.7A Geplande resultaten	47
5.7B Behaalde resultaten	48
5.7C Toekomst	49
6. Conclusie en discussie	51
6.1 Reflectie onderzoek	53
6.2 Vervolg onderzoek	54
7. Beleidsadvies	56
7.1 Advies voor beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager	56
7.2 Advies voor trainers en sporttrainers	59
8. Literatuurlijst	62
9. Bijlage	67
9.1 Topic vragenlijsten	67
9.2 Codeboom	71

Samenvatting

De overheid hecht belang aan de zelfredzaamheid van zijn burgers. Om dit te bewerkstelligen zijn er activeringsprogramma's opgesteld om langdurig bijstandsgerechtigden naar een sociaal acceptabele levensstandaard te begeleiden. Stadsdeel Amsterdam Zuid heeft hierop ingespeeld door het traject *Beweging naar Werk* op te starten voor alleenstaande moeders die ver van de arbeidsmarkt af staan, met als doel een stijging op de participatieladder. Het traject kenmerkt zich door zowel een fysieke als mentale training aan te bieden. Dit onderzoek evalueert het traject *Beweging naar Werk* door middel van de onderzoeksmethode *realistisch evalueren*. Hierbij wordt onderzocht wat voor wie werkt in welke omstandigheden en waarom. Er is aandacht voor de context en de werkzame mechanismen. Aspecten die meegenomen zijn in de analyse betreffen: motivatie, sociaal netwerk, belemmeringen, klantcontacten, empowerment en houding van werkgevers. Er zijn semi-gestructureerde interviews gehouden met een beleidsmedewerker, participatieadviseur, klantmanager, trainers, sporttrainer, werkgevers en alleenstaande moeders. Uit de analyse komt naar voren dat op het gebied van motivatie en empowerment alleenstaande moeders meegaan met de strategieën van de trainers, zodat ze geactiveerd worden voor deelname aan het traject en maatschappelijke participatie. De strategieën die worden ingezet door de trainers voor het opdoen van sociale contacten, hebben niet het gewenste effect. Daarnaast worden de belemmeringen niet allemaal weggenomen door de trainers, zodat het traject niet optimaal benut kan worden. Bij klantcontacten komt naar voren dat er enerzijds te weinig openheid van zaken was vanuit de klantmanagers en anderzijds dat er te veel openheid werd gegeven door een trainer. Op basis van deze bevindingen wordt er geadviseerd om de verwachtingen naar de alleenstaande moeders beter te communiceren. Daarnaast kan het opstellen van doelen voor de alleenstaande moeders op verschillende gebieden de participatie bevorderen. Tot slot dient er meer aandacht te zijn voor het vervolgtraject van de alleenstaande moeders.

Trefwoorden: participatie, activeringstraject, alleenstaande moeder, *realistisch evalueren*

1. Inleiding

In 2008 kwam Nederland in een economische crisis terecht. Ondanks verschillende maatregelen van de Nederlandse overheid, steeg het aantal personen dat afhankelijk was van een uitkering (Rijksoverheid, 2011). In Tabel 1 valt af te lezen dat het aantal uitkeringsgerechtigden in de bijstand vanaf 2009 stijgt. Wat betreft de instroom zien we eenzelfde patroon. De uitstroom kan een vertekenend beeld geven aangezien uitstroom niet betekent dat deze personen werk hebben gevonden. Sommige personen hebben namelijk recht gekregen op een andere uitkering, zoals de Wajong (Van Echtelt & Guiaux, 2012). Volgens de laatste cijfers is het aantal bijstandsgerechtigden nog steeds groeiende sinds 2009 (Centraal Bureau voor de Statistiek [CBS], 2012).

Tabel 1

Aantal Bijstandsuitkeringen, Instroom en Uitstroom per Duizend van Beroepsbevolking tussen 2000 – 2011.

	Aantal uitkeringen	Instroom	Uitstroom
2000	335,0	105,3	132,2
2002	320,1	98,4	99,1
2004	338,6	109,6	105,1
2006	301,0	91,1	115,6
2008	258,8	82,9	93,5
2009	280,8	108,6	81,0
2010	307,0	117,7	92,6
2011	315,7	-	-

Bron: Sociaal Cultureel Planbureau, 2012.

De gevolgen van de economische crisis zijn niet evenredig verdeeld over Nederland. In 2012 zaten 75 van de duizend personen in de bijstand in de gemeente Amsterdam. Landelijk gezien ligt het gemiddelde op 36 per duizend personen (CBS, 2012). In de gemeente Amsterdam zijn er dus ruim twee keer zoveel mensen die in de bijstand zitten. In Amsterdam Zuid heeft men besloten dit probleem op te pakken, hetgeen later besproken zal worden in dit hoofdstuk.

1.1 Wet Werk en Bijstand en activeringsbeleid

De overheid vindt het belangrijk dat mensen zoveel mogelijk voor zichzelf kunnen zorgen. Is er echter geen mogelijkheid tot werken dan kunnen mensen aanspraak maken op een bijstandsuitkering. Ze moeten daarbij voldoen aan een aantal voorwaarden. Zo mogen ze geen inkomsten hebben uit andere uitkeringen en niet in een gevangenis of huis van bewaring zitten. Daarnaast is het eigen inkomen en het eigen vermogen niet toereikend voor het eigen levensonderhoud (Rijksoverheid, 2013). Afhankelijk van de leefsituatie en de leeftijd zijn er normen opgesteld over de hoogte van de uitkeringen. Naast het recht op een uitkering, worden er ook plichten verbonden aan de bijstand. Zo hebben mensen in de bijstand een sollicitatieplicht. Daarnaast moeten ze ingeschreven staan bij UWV WERKbedrijf, eventuele cursussen of andere ondersteuning volgen die gemeentes aanbieden, meewerken aan psychologische en medische onderzoeken en de gemeente mag een tegenprestatie opleggen aan bijstandsgerechtigden (Ministerie Sociale Zaken en Werkgelegenheid, 2011).

Sinds de jaren 90 is de aandacht voor langdurige bijstandsgerechtigden die ver van de arbeidsmarkt afstaan gestaag toegenomen. Eerst richtte de aandacht zich vooral op het sociale isolement waarin deze mensen zich bevonden. De opvatting heerste dat de sociale uitsluiting aangepakt diende te worden. Later kwam de aandacht te liggen op het onbenutte arbeidspotentieel (Van der Aa & Van Berkel, 1998). Uit het onderzoek van Van der Aa en Van Berkel (1998) komt naar voren dat tijdens economisch goede tijden de nadruk ligt op het potentieel voor de arbeidsmarkt, terwijl in economisch slechtere tijden de overheid zich meer richt op het tegengaan van sociale uitsluiting. Als oplossing is er een activeringsbeleid opgesteld. Dit beleid heeft als doel om niet-werkenden een mate van zelfrespect en een sociaal acceptabele levensstandaard te geven (Schokkaert & Sweeney, 1999). De uitstroom is ondanks allerlei activeringstrajecten echter beperkt en de financiële situatie van deze mensen blijkt nauwelijks vooruit te gaan (Van der Aa & Van Berkel, 1998).

In Amsterdam Zuid is er een activeringstraject opgezet voor klanten die ver van de arbeidsmarkt af staan. De doelgroep van het traject zijn alleenstaande moeders die in trede 1 of 2 van de participatieladder zitten. In de volgende paragraaf zal dit verder uitgediept worden. Het traject is erop gericht dat de klanten zelfredzaam worden en kunnen participeren in de samenleving. Het traject, 'Beweging naar Werk' genoemd, richt zich enerzijds op het fysiek activeren van de klanten en anderzijds is er aandacht voor empowerment. Een verdere uitleg zal aan bod komen in het hoofdstuk 'Stadsdeel Zuid traject Beweging naar Werk'. In

deze studie zal dit traject geëvalueerd worden om te achterhalen welke aspecten van het traject zorgen voor een stijging op de participatieladder.

1.2 Participatie

Bijstandsgerechtigden kunnen onderverdeeld worden in vijf treden op de participatieladder (zie Tabel 2). De indeling wordt gemaakt door de klantmanager door middel van een gesprek met de klant. Verder wordt er een vragenlijst die gebaseerd is op een zelfredzaamheidsmatrix, ingevuld door de klant om te bepalen in welke mate de klant zelfredzaam is.

Tabel 2

Participatieladder in Amsterdam.

Trede 1	Deze groep kenmerkt zich door een grote problematiek op verschillende fronten. De nadruk ligt daarom op zelfredzaamheid en het wegnemen van drempels door de problemen aan te pakken.
Trede 2	Deze groep bevindt zich vaak in een sociaal isolement. De nadruk ligt daarom op maatschappelijk participeren. Ze worden geactiveerd om bijvoorbeeld buurtwerk te verrichten.
Trede 3	Deze groep heeft beperkte basisvaardigheden om deel te kunnen nemen aan de arbeidsmarkt. De nadruk ligt op het bijbrengen van deze kennis door middel van re-integratie activiteiten.
Trede 4	Deze groep heeft voldoende capaciteiten, maar kan geen werk vinden. De nadruk ligt op het samenbrengen van werkgevers en de klant. Eventueel dienen er nog cursussen gevolgd te worden.
Trede 5	Deze groep bevindt zich op de arbeidsmarkt. De nadruk ligt bij deze groep op het doorgroeien op de arbeidsmarkt.

Bron: DWI, 2010

De focus in dit onderzoek zal liggen op trede 1 en 2 klanten, omdat dit de doelgroep is van het activeringsbeleid in Amsterdam Zuid. Trede 1 en 2 klanten hebben vaak een beperkt sociaal netwerk. Daarnaast ondervinden ze verschillende problemen, zoals taal-, lees-, gezondheids- of geldproblemen. Voor trede 3 en 4 klanten is een re-integratieproject passend, terwijl trede 1 en 2 klanten daar vaak niet klaar voor zijn. Het doel voor trede 1 en 2 klanten is dat ze een stap stijgen op de participatieladder en meer participeren in de samenleving.

Participatie heeft geen eenduidig karakter. Dit wil zeggen dat er verschillende betekenissen gegeven kunnen worden aan het begrip participatie (Bosch, Ritzen & Van Xanten, 2013). Het kan worden gezien als een verzamelnaam en per context kan de definitie verschillen. Een definitie van participeren is deelnemen, wat nog steeds voor geen opheldering zorgt. Er kan onderscheid gemaakt worden tussen verschillende manieren van participatie: economische, politieke, onderwijs, maatschappelijke en sociale participatie (Jager-Vreugdenhil, 2011). In dit onderzoek zal gebruik gemaakt worden van het begrip maatschappelijke participatie. Dit begrip is namelijk terug te vinden in de participatieladder en daarom relevant, het doel van trede 2 klanten is immers dat ze maatschappelijk zullen gaan participeren. Onder maatschappelijke participatie wordt het volgende verstaan: *'het deelnemen aan formele organisaties in het private domein'* (Jager-Vreugdenhil, 2011, p. 85). Bij formele organisaties kan gedacht worden aan buurthuizen die vrijwilligerswerk aanbieden, bedrijven die werk of stages aanbieden of scholen waar een opleiding of cursus gevolgd kan worden. Het gaat hierbij niet alleen om het welzijn van de persoon, maar door maatschappelijk te participeren kan er op grotere schaal voordeel gehaald worden, voor bijvoorbeeld buurtbewoners of werkgevers.

In dit onderzoek wordt eerst gekeken naar de aanleiding en opzet van het traject *Beweging naar Werk*. Vervolgens wordt de wetenschappelijke literatuur uiteengezet, die gebruikt wordt in deze studie. Daarna komt de onderzoeksopzet aan bod, die uit de vraagstelling, belang van het onderzoek, methode van realistisch evalueren, data verzameling, respondenten, operationaliseren van de variabelen en data analyse bestaat. Aansluitend worden de resultaten gepresenteerd. Het onderzoek sluit af met een conclusie, discussie en beleidsadvies.

2. Stadsdeel Zuid traject *Beweging naar Werk*

2.1 Aanleiding

Januari 2013 is het traject *Beweging naar Werk* van start gegaan in de Marathonbuurt. De aanvang ligt echter eerder, in 2010 is er het meerjarenbeleidsplan omtrent participatie opgesteld. Vanwege bezuinigingen binnen Dienst Werk en Inkomen (DWI) is er in het meerjarenbeleidsplan vastgesteld dat alleen trede 3 en 4 klanten aanspraak maken op re-integratietrajecten. Sociale of maatschappelijke activeringsplaatsen en loonkostensubsidies kunnen niet meer gefinancierd worden.

In de inleiding is al ter sprake gekomen dat trede 1 en 2 klanten ver van de arbeidsmarkt afstaan en problematiek kennen op verschillende fronten, zodat het terugstromen naar werk bemoeilijkt wordt. Aan de hand van een jaarlijks gesprek met de klantmanager van DWI en een zelfredzaamheidsmatrix wordt bepaald welke klant in welke trede belandt. De zelfredzaamheidsmatrix is opgesteld door de Gemeentelijke Gezondheidsdienst (GGD) en aangepast door DWI. Door samen de vragenlijst in te vullen, wordt achterhaald of de klant zelfredzaam is en wordt er in kaart gebracht wat de risico's zijn indien het activeringsaanbod wordt stopgezet na verloop van tijd.

Stadsdeel Zuid heeft een participatiecentrum opgericht als reactie op deze ontwikkelingen. Het participatiecentrum richt zich uitsluitend op trede 1 en 2 klanten.

2.2 Marathonbuurt in perspectief

In maart 2012 is het participatiecentrum begonnen met het oproepen van klanten uit trede 1 en 2 voor oriënterende gesprekken. Het betrof klanten die wonen in de Marathonbuurt die onderdeel is van de Stadionbuurt. In Tabel 3 zijn alle beschikbare data uiteengezet over het percentage minimahuishoudens, werklozen en bijstandsgerechtigden op vier verschillende niveaus, namelijk Amsterdam, Amsterdam Zuid, Stadionbuurt en Marathonbuurt.

In 2011 zijn er 2119 minimahuishoudens in de Stadionbuurt. Dit betekent dat 27,2 procent van de huishoudens een minimahuishouden is. In heel Amsterdam Zuid ligt dit percentage op 12,6. Dit geeft aan dat de Stadionbuurt veel minimahuishoudens bevat (Bureau Onderzoek en Statistiek [O+S], 2012). Wordt er gekeken naar het percentage werklozen in de Stadionbuurt dan ligt dit percentage hoger dan gemiddeld in Amsterdam Zuid en Amsterdam, respectievelijk 8,2 procent, 5,1 procent en 6,3 procent. Dit geldt eveneens voor het aantal bijstandsgerechtigden. In de Stadionbuurt leeft 14,2 procent van de potentiële

beroepsbevolking van een bijstandsuitkering. In Amsterdam Zuid ligt dit percentage op 4,6 procent en in Amsterdam op 5,7 procent (O+S, 2012). Hier dient wel een kanttekening geplaatst te worden. In de Stadionbuurt is een dak- en thuislozen centrum, waardoor het aantal bijstandsgerechtigden hoog ligt. De dak- en thuislozen hebben als postadres dit centrum opgegeven. Worden deze mensen buiten beschouwing gelaten dan is er nog sprake van 458 huishoudens die van de bijstand leven (DWI, 2011). Het gecorrigeerde percentage ligt dan op 4,8 procent.

De bijstandsgerechtigden zijn niet evenredig verdeeld over de Stadionbuurt. In de Marathonbuurt ligt het percentage bijstandsgerechtigden namelijk hoger dan in de Stadionbuurt, respectievelijk 9,3 procent en 4,8 procent. Van de 458 huishoudens die leven van de bijstand, zijn 336 huishoudens afkomstig uit de Marathonbuurt. Driekwart van deze huishoudens (253) is bestempeld als trede 1 of 2 klanten.

Tabel 3

Percentage Minimahuishoudens, Werklozen en Bijstandsgerechtigden in Amsterdam, Amsterdam Zuid, Stadionbuurt en Marathonbuurt in 2011.

	Minimahuishoudens (%)	Werklozen (%)	Bijstandsgerechtigden (%)
Amsterdam	-	6,3	5,7
Amsterdam Zuid	12,6	5,1	4,6
Stadionbuurt	27,2	8,2	4,8*
Marathonbuurt	-	-	9,3

* Gecorrigeerd percentage waarbij dak- en thuislozen buiten beschouwing zijn gelaten

Iets meer vrouwen zitten in trede 1 of 2 (54,2 procent). Verder is ruim 60 procent ouder dan 49 jaar, is bijna driekwart alleenstaand en is 15,8 procent een alleenstaande ouder. Tot slot heeft circa tweederde van trede 1 of 2 klanten al vijf jaar of langer een bijstandsuitkering. Slechts 17,4 procent maakt korter dan twee jaar aanspraak op een bijstandsuitkering (DWI, 2011).

2.3 Opzet van het traject

In 2012 was het doel om voor tweehonderd klanten een activiteit te vinden. Uit de gesprekken met de klanten kwam echter naar voren dat een gedeelte gemotiveerd was om te werken. Wel

waren er problemen op het gebied van sollicitatievaardigheden, werknemersvaardigheden en de Nederlandse taal. Als reactie hierop heeft Stadsdeel Zuid het traject Beweging naar Werk opgestart. Er waren 34 alleenstaande moeders geselecteerd voor dit traject dat zeventien weken in beslag nam. De keus voor deze doelgroep is ontstaan doordat het een kwetsbare groep betreft waar DWI zich voor wil inzetten. Uit onderzoek is gebleken dat alleenstaande moeders vaker aangeven dat hun gezondheid slecht is, waardoor ze minder vaak werkzaam zijn. Daarnaast hebben ze minder kwalificaties en behoren ze tot de lage inkomens. Alleenstaande moeders hebben vaak op jonge leeftijd een kind gekregen. De gezondheid van hun kinderen lijkt eveneens slechter beoordeeld te worden door de moeders dan de gezondheid van kinderen die opgroeien met twee ouders (Maplethorpe, Chanfreau, Philo & Tait, 2010). Door preventief te werk te gaan en hulp te bieden aan deze klanten, worden de kansen van hun kinderen vergroot.

Het traject Beweging naar Werk kende twee componenten: fysiek en mentaal. Aan de ene kant werden de klanten geactiveerd om twee keer in de week te sporten. Aan de andere kant waren er mentale trainingen die drie dagdelen in de week plaatsvonden. De bedoeling van deze componenten is dat de klanten zich ontwikkelen, zodat ze stappen kunnen zetten naar de arbeidsmarkt. Het doel van het traject, geformuleerd door Stadsdeel Zuid is dat 75 procent van trede 1 en 2 klanten na het afronden van het project door kunnen stromen naar een hogere trede op de participatieladder. Dit houdt in dat de problematiek rondom de klant verminderd is en dat de zelfredzaamheid vergroot is. Indien ze doorstromen naar trede 3, wordt er een re-integratietraject aangeboden door DWI zodat de vrouwen een stap dichterbij werk komen.

Om dit doel te behalen en een succesvol traject neer te zetten, is Stadsdeel Zuid een samenwerkingsverband aangegaan met Ergo Control en twee trainers. Daarnaast wil Stadsdeel Zuid een samenwerkingsverband aangaan met bedrijven door ze in te zetten voor stage- en werkplekken. Andere manieren van maatschappelijk betrokken ondernemen kunnen eveneens een bijdrage leveren aan de participatie van bijstandsgerechtigden, hierbij kan gedacht worden aan sollicitatietrainingen. Uiteindelijk zijn er geen bedrijven geweest die een bijdrage hebben geleverd aan het traject Beweging naar Werk.

Het sportgedeelte werd verzorgd door een sociaal re-integratiebureau (Ergo Control) dat door middel van sporten de mentale en fysieke belastbaarheid naar werk wil vergroten. Er werd gekeken wat de klant kan in plaats van dat de aandacht gaat naar de belemmeringen. Het

programma begon met een intake gesprek om te achterhalen hoe de fysieke en mentale toestand van de klant is door middel van een vragenlijst en fysieke testen. Elke klant had een eigen sportschema gebaseerd op de eigen doelen, bij aanvang geformuleerd. De trainingen zelf bestonden uit drie onderdelen: fitness, theorie en sport- en spelactiviteiten. Bij fitness lag de nadruk vooral op lichamelijke bevordering. Bij de theorie gingen de klanten aan de slag met een werkmap met onderdelen als voeding, lichaam, trainingsleer, hart- en vaatziekten, doelen stellen en keuzes maken. Het derde onderdeel speelde zich buiten het sportlokaal af, voorbeelden hiervan zijn midgetgolfen, bowlen, squashen en wandelen. Aan het einde van het traject werd de vragenlijst en fysieke testen opnieuw afgenomen om de resultaten te bepalen van de trainingen. De sporttrainingen waren er bij dit traject op gericht om de klanten te empoweren, het sociale netwerk te vergroten en werknemersvaardigheden aan te leren.

De mentale trainingen bestonden uit drie thema's. Thema één richtte zich op de vraag 'Wie ben ik?', thema twee op 'Wat wil ik?' en thema drie op 'Wat kan ik?'. Deze drie onderdelen waren gebaseerd op de doelen sociale activering, participatie en empowerment. Bij thema één onderzochten de klanten wie ze zijn, wat hun geschiedenis is, wat hen belemmert, welke valkuilen ze hebben en in welke situatie ze nu zitten. Bij thema twee kwam ter sprake wat voor kwaliteiten en capaciteiten de klanten hebben en hoe vaardigheden op verschillende manieren ingezet kunnen worden. Het laatste thema richtte zich op werken, waarbij de klanten aangespoord werden om na te denken wat ze in de toekomst willen. En er werd een CV gemaakt voor de klanten. Bij de trainingen kregen de klanten een werkmap waarin ze opdrachten maakten tijdens het traject, maar er moest ook huiswerk worden gemaakt.

3.Theorie

Vanwege het scala aan theorieën die te vinden zijn in de wetenschappelijke literatuur is er een selectie gemaakt voor dit onderzoek. Aan de hand van de gesprekken met de beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager is achterhaald welke theorieën relevant zijn in de context van het traject *Beweging naar Werk*. Hierbij kwam naar voren dat de trainingen gericht zijn op het vergroten van het sociale netwerk, het wegnemen van belemmeringen en vergroten van empowerment. Behalve de trainingen zouden bedrijven eveneens een bijdrage kunnen leveren aan deze onderdelen. Een selectiecriteria voor het deelnemen aan het traject was de motivatie van de klanten, daarom is dit aspect meegenomen in de analyse. Er is in deze studie voor een interdisciplinaire benadering gekozen. Door aan de ene kant sociologische aspecten te betrekken, zoals het sociale netwerk van een individu en aan de andere kant psychologische aspecten, zoals motivatie kan het probleem vanuit verschillende invalshoeken bekeken worden.

3.1 Motivatie

Onderzoek heeft aangetoond dat motivatie de mate van participatie beïnvloedt (Van Echtelt & Guiaux, 2012; Uitermark, Gielen & Ham, 2012), want als er geen motivatie is zal het gedrag hier niet naar zijn, zodat het doel niet bereikt wordt. Het verplichten tot participeren zou echter een negatieve invloed hebben op participatie (Bramsen, Tomesen, Voorham & Miedema, 2011). Het slagen van een traject dat participatie bevordert, is afhankelijk van de motivatie van de klant (Bouwman-Van 't Veer, Knijn & Van Berkel, 2011). Motivatie komt tot stand door de ideeën die individuen hebben over de opbrengsten en zelfredzaamheid. Een voordeel voor een individu om te participeren kan bestaan uit geld, persoonlijke ontwikkeling of sociale steun. Behalve dat een individu gemotiveerd kan worden door de opbrengsten, dient het individu overtuigd te zijn dat deze opbrengsten ook haalbaar zijn met de eigen capaciteiten. Deze mate van zelfredzaamheid is nodig om gemotiveerd te zijn om de gewilde opbrengsten te behalen (Bouwman-Van 't Veer et al., 2011).

Uit ander onderzoek komt echter naar voren dat motivatie geen rol zou spelen, maar dat de arbeidsmarktsituatie van belang is (Nordenmark, 1999). Nordenmark (1999) onderzocht een groep werklozen en het effect van motivatie op de tijd die het vinden van een baan kost. In het onderzoek van Bramsen et al. (2011) wordt er aan een groep bijstandsgerechtigden een fysiek en mentaal programma aangeboden onder verplichte condities. Dit ligt dicht bij het traject *Beweging naar Werk* dan de onderzoekspopulatie in het onderzoek van Nordenmark. In het onderzoek van Bouwman-Van 't Veer et al. (2011)

wordt onderzoek gedaan naar bijstandsgerechtigden en activeringsprogramma's. Hypothese 1 is daarom gebaseerd op het onderzoek van Bouwman-Van 't Veer et al. (2011) en Bramsen et al (2011). Hypothese 1 luidt: *Motivatie om deel te nemen aan activeringstrajecten leidt tot meer participatie van bijstandsgerechtigden.*

3.2 Sociaal netwerk

Een sociaal netwerk kan bestaan uit familie, vrienden en kennissen. Deze contacten kunnen ingezet worden om te achterhalen waar er vraag naar werk is en om de persoon aan te bevelen (Bosch et al., 2013; Farhat, 2012; Gore & Hollywood, 2009). Hiervoor is het van belang dat het sociale netwerk divers is, zodat het bereik groter is en de kans op participatie bevordert wordt. Sociale netwerken bestaan vaak uit homogene groepen. Dit wil zeggen dat werklozen vaak in contact staan met andere werklozen, zodat het vinden van een baan via het sociale netwerk weinig zal opleveren (Russell, 1999). Verder kan het sociale netwerk ingezet worden voor sociale steun. Hierbij kan zowel gedacht worden aan emotionele steun als aan praktische steun. Uit onderzoek blijkt dat vooral vrouwen gebruik maken van dit soort steun (Gore & Hollywood, 2009; Russell, 1999). Zo is het voor moeders lastig om werk en zorgtaken met elkaar te combineren (Stähli, Le Goff, Levy & Widmer, 2009). Via het sociale netwerk kan er een oplossing gezocht worden voor de opvang van de kinderen. Het sociale netwerk heeft twee voordelen: het ontvangen van sociale steun en participatie bevorderen door middel van informatie verschaffen. Hypothese 2 luidt: *Sociale contacten leiden tot meer participatie van bijstandsgerechtigden via het verkrijgen van sociale steun en door middel van informatieverschaffing over werk.*

3.3 Belemmeringen

Uit onderzoek komt naar voren dat gezondheidsproblemen participatie belemmeren (Minton, Pickett & Dorling, 2012). Een fysieke beperking zorgt er voor dat een individu minder participeert (Van Campen & Iedema, 2007), evenals psychische problemen (Waghorn, Chant, Lloyd & Harris, 2009). Behalve dat gezondheid er voor zorgt dat een persoon niet participeert, kan het niet participeren er voor zorgen dat de gezondheid verslechtert. Deze twee aspecten versterken elkaar (Röjdalen, Gelin & Ivergard, 2005). Met behulp van activeringsprogramma's kan participatie wel bevordert worden (Schellekens, 2003; Waghorn et al., 2009). Door een fysiek component toe te voegen aan de interventie zouden bijstandsgerechtigden meer participeren doordat hun gezondheid verbetert. Daarnaast levert het sporten nog andere voordelen op, zoals structuur krijgen in het leven, uitbreiden van

sociale contacten en het vormen van een identiteit en status (Schellekens, 2003). Dit effect lijkt echter dubieus, want uit ander onderzoek komt naar voren dat gezondheid en participatie niet worden bevorderd (Mackenbach et al., 2009). De onderzoeksgroep in de studie van Mackenbach et al. (2009) bestaat uit langdurig werklozen die een programma volgden met een fysiek en mentaal onderdeel, evenals het traject *Beweging naar Werk*. Schellekens (2003) onderzocht arbeidsongeschikten die alleen een fysiek programma aangeboden kregen. Het onderzoek van Mackenbach et al. (2009) sluit beter aan, zodat de hypothese hierop gebaseerd is. Hypothese 3 luidt: *Gezondheidsbelemmeringen wegnemen door middel van sporten leidt niet tot meer participatie.*

Verder is er nog de belemmering van taal voor allochtonen. Een slechte beheersing van de Nederlandse taal zorgt voor een verslechtering van participatie in de maatschappij (Keuzenkamp & Merens, 2006). Het kunnen lezen, schrijven en praten van de Nederlandse taal wordt vaak als wenselijk gezien om te kunnen werken. Een taalachterstand kan dus gezien worden als een belemmering. Hypothese 4 luidt: *Het niet beheersen van de Nederlandse taal leidt niet tot meer participatie van bijstandsgerechtigden.*

3.4 Klantcontacten

Het activeringsbeleid van Duitsland en Denemarken is succesvol, vanwege het belang dat ze hechten aan klantcontacten. Klantcontacten verhogen de participatiegraad, doordat de rechten en plichten in beeld gebracht worden. Het is wel noodzakelijk dat er op regelmatige basis contact is tussen de klant en de begeleider. Naast frequentie gaat het ook om de kwaliteit van het contact (Uitermark et al., 2012). Kwaliteit van contact bestaat uit verschillende aspecten: begrip en empathie (Bouwman-Van 't Veer et al., 2011; Van Heijst, 2005; Krikilion, 2006; McCabe & Priebe, 2004), wederzijds respect en acceptatie (Bouwman-Van 't Veer et al., 2011; Krikilion, 2006; Lang & van der Molen, 2003; McCabe & Priebe, 2004), emotionele en praktische steun (Kuis, Knoope & Goossensen, 2010), openheid en transparantie (Kluis et al., 2010; Lang & van der Molen, 2003) en deskundigheid (Krikilion, 2006; McCabe & Priebe, 2004). Dit alles kost zowel tijd als geld, maar participatie zal toenemen onder de bijstandsgerechtigden door het contact met de begeleider. Daarnaast leidt het tot een beter zelfbeeld en groter zelfvertrouwen (SISWO, 2006). Hypothese 5 luidt: *Klantcontacten leiden tot meer participatie van bijstandsgerechtigden als er sprake is van voldoende contact, begrip, respect, steun, openheid en deskundigheid.*

3.5 Empowerment

Een gebied van beleid waar men zich op richt om participatie te bevorderen betreft empowerment (Bosch et al., 2013). Dit houdt in dat mensen het idee hebben dat ze controle hebben over hun eigen leven, ze zelfstandig keuzes kunnen maken, ze vertrouwen hebben in hun eigen vaardigheden en ze hun eigen krachten gaan ontdekken en ontwikkelen (Van Regenmortel, 2009). Om een project succesvol te laten zijn, dient de nadruk te liggen op het herkennen en erkennen van de problemen, het zoeken naar rust en onderlinge afhankelijkheid. Oplegging van een autonoom leven werkt niet bevorderend. Het eigen sociale netwerk kan juist emotionele en praktische hulp bieden. (Van Hal, Meershoek, Nijhuis & Horstman, 2012; Kulik & Megidna, 2011). Empowerment bestaat uit drie delen: intrapersoonlijk, interactief en gedragsdomein (Zimmerman, 1995). Intrapersoonlijk empowerment betreft vertrouwen hebben in jezelf, geloven in jezelf en weten waar je kwaliteiten liggen. Het gaat hierbij om dat een individu het gevoel heeft dat het controle heeft over het eigen leven. Het tweede domein houdt rekening met de context. Deze vorm van empowerment gaat er over of een individu op de hoogte is van de mogelijkheden en beperkingen die de context met zich mee brengt. Een individu dient te weten wat er ingezet moet worden om het beoogde doel te halen. Bij het laatste domein wordt empowerment ingezet. Het gaat niet meer alleen om weten, maar empowerment wordt toegepast. Hypothese 6 luidt: *Empowerment leidt tot meer participatie van bijstandsgerechtigden.*

3.6 Houding werkgevers

Het succes van een activeringsprogramma blijkt af te hangen van de samenwerkingsverbanden met bedrijven (Ray, Hoggart, Taylor, Vegeris & Campbell-Barr, 2009). In Denemarken blijken de goede samenwerkingsverbanden met het bedrijfsleven tot resultaten te leiden. Op lokaal niveau worden er programma's opgezet waarbij bedrijven participeren, zodat de participatiegraad van bijstandsgerechtigden toeneemt (Lindsay & Mailand, 2009). Een reden voor een bedrijf om uitkeringsgerechtigden op te nemen in het bedrijf betreft het imago (Danson & Gilmore, 2009). In de praktijk blijkt dit echter lastig te zijn, omdat werkgevers redeneren uit economisch belang. Het kost tijd en geld om uitkeringsgerechtigden te laten werken voor het bedrijf. Bovendien blijven ze vaak niet bij het bedrijf hangen. Bij het aannemen van werknemers zijn communicatievaardigheden van belang. Zelfverzekerdheid, initiatiefrijk en een goede motivatie zijn eveneens aspecten die meespelen (Danson & Gilmore, 2009). Hypothese 7 luidt: *Indien de baten zwaarder wegen*

dan de kosten voor een werkgever om bijstandsgerechtigden aan te nemen, neemt de participatie van bijstandsgerechtigden toe.

4. Onderzoeksopzet

4.1 Vraagstelling

De vragen die centraal komen te staan luiden: *Welke factoren bepalen het succes van het traject Beweging naar Werk? Welke factoren bepalen het falen van het traject Beweging naar Werk?*

Zoals eerder naar voren is gekomen, is het doel van het traject Beweging naar Werk, dat de klanten meer zullen gaan participeren in de maatschappij. Het traject kan als een succes worden gezien, als de alleenstaande moeders stappen hebben gezet in de richting van maatschappelijke participatie door een trede hoger op de participatieladder te komen. Het traject heeft gefaald als het geen resultaten geboekt heeft op het gebied van maatschappelijke participatie en onvoldoende klanten doorstromen naar een hogere trede.

De bijbehorende deelvragen:

- *In hoeverre leidt motivatie van alleenstaande moeders in de bijstand tot deelname aan het traject en maatschappelijke participatie?*
- *In hoeverre leidt het sociale netwerk van alleenstaande moeders in de bijstand tot maatschappelijke participatie?*
- *In hoeverre leidt het wegnemen van belemmeringen voor alleenstaande moeders in de bijstand tot deelname aan het traject en maatschappelijke participatie?*
- *In hoeverre leiden klantcontacten tot deelname aan het traject en maatschappelijke participatie?*
- *In hoeverre leidt empowerment van alleenstaande moeders in de bijstand tot maatschappelijke participatie?*
- *Welke rol spelen werkgevers voor de maatschappelijke participatie van alleenstaande moeders in de bijstand?*

4.2 Belang van het onderzoek

In het licht van de crisis is er veel geschreven over beleidsimplementaties om mensen zelfredzaam te maken en niet meer afhankelijk van een uitkering. Elk land en zelfs elke gemeente kent zijn eigen ideeën omtrent het stimuleren van arbeidsdeelname. Het is context afhankelijk welke aspecten binnen interventies werkzaam zijn en welke niet (Pawson & Tilley, 1997). Generaliserende uitspraken over welke onderdelen werken in dit soort trajecten,

kunnen niet gemaakt worden. Er zal daarom onderzocht worden welke factoren in de context van het traject *Beweging naar Werk* een rol spelen.

In de samenleving heerst de norm dat deze vrouwen geholpen moeten worden, omdat ze leven met minimale inkomsten (Van Echtelt & Guiaux, 2012). Ze kennen veel problemen op allerlei vlakken, zoals geldproblemen, gezondheidsproblemen en psychische problemen. De gemeente heeft de taak op zich genomen om deze klanten zelfstandiger te maken, zodat ze beter voor zichzelf kunnen zorgen. Hierdoor krijgen de klanten een sociaal acceptabele levensstandaard en worden ze minder afhankelijk van hun omgeving en de overheid (DWI, 2010). Ze kunnen hun eigen geld verdienen, zodat de overheidskosten gedrukt kunnen worden in deze economisch slechte tijden. Verder heeft het positieve gevolgen voor het gezin, omdat deze vrouwen meer toekomst kunnen bieden aan hun kinderen door de extra financiële middelen die ze tot hun beschikking hebben.

Tot slot wordt er een gevolg gegeven aan het project, zodat het zinvol is om te weten welke factoren een rol spelen bij de bevordering van de participatie van alleenstaande moeders en in hoeverre het traject *Beweging naar Werk* een positieve bijdrage kan leveren.

Pawson en Tilley (1997) hebben een methode ontwikkeld om beleid te evalueren: realistisch evalueren. Deze manier wordt nog weinig in de praktijk uitgevoerd. Het voordeel van realistisch evalueren is dat alle belanghebbenden meegenomen worden in het onderzoek om een juist beeld te vormen van de interventie en antwoord te kunnen geven op de onderzoeksvraag. Realistisch evalueren houdt zich bezig met de vraag wat voor wie werkt in welke omstandigheden en waarom. De volgende paragraaf zal dieper ingaan op deze methode.

4.3 Realistisch evalueren

Met behulp van realistisch evalueren zal er antwoord gegeven worden op de onderzoeksvraag. Dit is een belangrijke onderzoeksmethode in het evalueren van beleid. Realistisch evalueren kenmerkt zich door belang te hechten aan de context. Men wil achterhalen wat werkt voor wie in welke omstandigheden en waarom. Hierdoor is het onmogelijk om te generaliseren, zoals bij andere onderzoeksmethoden gewoon is. De nadruk van realistisch evalueren ligt op het openen van de zogeheten 'black box'. Dit houdt in dat het bij een evaluatie er om gaat te weten te komen waarom iets werkt. Zowel interne als externe processen beïnvloeden bestaande situaties en kunnen veranderingen teweeg brengen (Pawson & Tilley, 1997).

Niet alle kenmerken van realistisch evalueren worden meegenomen, omdat het vaak om een tijdrovende activiteit gaat. Het is niet mogelijk om alle belanghebbenden meerdere keren te spreken. In dit onderzoek zijn er zoveel mogelijk belanghebbenden geïnterviewd voor een goede beeldvorming, dit zal later in het hoofdstuk ter sprake komen. De belangrijkste kenmerken van realistisch evalueren zullen hieronder kort uiteengezet worden.

4.3.1 Inbedding

Acties van individuen of van groepen individuen komen tot stand, omdat ze zijn ingebed in bepaalde culturele, sociale en economische omstandigheden. Een sociaal programma kan niet los gezien worden van de context. Het gedrag van individuen wordt niet alleen veranderd door een sociaal programma, maar andere factoren spelen eveneens een rol (Pawson & Tilley, 1997).

4.3.2 Mechanismen

Mechanismen tonen aan op welke wijze een interventie wel of niet werkt. Mechanismen bevatten keuzes en capaciteiten van individuen, die beperkt zijn door de omstandigheden. De mechanismen bieden een verklaring voor hoe iets werkt (Pawson & Tilley, 1997). In het hoofdstuk 'Theorie' zijn de mechanismen uiteengezet van dit onderzoek: motivatie, sociaal netwerk, belemmeringen, klantcontacten, empowerment en de houding van werkgevers. Deze aspecten op zich vormen niet de mechanismen, maar de manier waarop de belanghebbenden omgaan met deze begrippen. De strategieën die de beleidsmedewerker, participatieadviseur, klantmanager, trainers, sporttrainers, klanten en werkgevers hanteren, zijn de mechanismen waar naar er gezocht wordt in dit onderzoek. Bij elk onderdeel kan er een verschillende strategie toegepast worden.

4.3.3 Context

Mechanismen en uitkomsten zijn afhankelijk van de context, de causale relatie hangt af van de specifieke context. Onder context kan zowel de fysieke omgeving als normen en waarden bedoeld worden. De context bepaalt welke mechanismen tot stand komen die zullen leiden tot een sociaal probleem (Pawson & Tilley, 1997). In dit onderzoek zal de positie van de klanten gezien worden als context. Elke stakeholder kijkt anders tegen de positie van de klanten aan. De beleidsmedewerker, participatieadviseur, klantmanager, trainers en sporttrainers hebben een eigen beeld gevormd over de klanten. Dit beeld zorgt ervoor dat ze specifieke strategieën

zullen gebruiken om de regelmatigheid te veranderen. Ook de klanten hebben een visie over hun eigen situatie, die wordt in het hoofdstuk ‘Resultaten’ uiteengezet.

4.3.4. *Regelmatigheid en uitkomsten*

Met regelmatigheid wordt het sociale probleem bedoeld dat ontstaat door een wisselwerking tussen context en mechanismen (Pawson & Tilley, 1997). Het sociale probleem volgens Stadsdeel Zuid is dat deze vrouwen niet participeren, terwijl ze wel mogelijkheden hebben hiervoor.

Zijn regelmatigheid, context en mechanismen achterhaald, dan kan er onderzocht worden hoe dit proces veranderd kan worden. Dit gebeurt aan de hand van een ‘blocking mechanisme’ dat ingezet wordt om bestaande mechanismen uit te schakelen, zodat de uitkomst verandert. Er kunnen verschillende ‘blocking mechanismen’ ingezet worden om het sociale probleem op te lossen, aangezien er ook verschillende mechanismen aan het sociale probleem ten grondslag kunnen liggen (Pawson & Tilley, 1997). Stadsdeel Zuid heeft het traject *Beweging naar Werk* ingezet als ‘blocking mechanisme’. De klanten zullen hierdoor geactiveerd worden om te gaan deelnemen in de maatschappij. Door het toe te passen zullen de uitkomsten veranderen. Er zijn verschillende gewenste uitkomsten geformuleerd door de beleidsmedewerker, participatieadviseur, klantmanager, trainers en sporttrainers. Het gaat hierbij om het krijgen van gemotiveerde klanten, het wegnemen van belemmeringen, het vergaren van meer sociale contacten, het vergroten van empowerment en een goede verstandhouding tussen trainers, sporttrainers en de klanten. Al deze uitkomsten tezamen zouden weer moeten leiden tot een stijging op de participatieladder. In Tabel 4 is een voorbeeld van een ‘Context’ ‘Mechanism’ ‘Outcome’ configuratie weergegeven.

Tabel 4

Voorbeeld van een CMO Configuratie.

Context	+	Mechanismen	=	Uitkomst
Trede 1 en 2 klanten hebben een beperkt sociaal netwerk	+	Door samen te sporten ontmoeten ze nieuwe mensen	=	Het sociale netwerk van trede 1 en 2 klanten wordt uitgebreid

4.3.6 *Teacher-learner functie*

Met alle belanghebbenden worden er gesprekken gehouden om mechanismen, context en uitkomsten te achterhalen. De theorieën die wellicht van toepassing zijn op het traject

Beweging naar Werk zullen aan bod komen tijdens deze gesprekken. De belanghebbenden kunnen dan de theorie falsificeren, bevestigen of een wijziging aangeven. De hypothesen die geformuleerd zijn door de onderzoeker, zullen niet ter sprake komen. Door de vraag open te houden, kan de stakeholder zelf invulling geven in hoeverre de theorie van toepassing is in de praktijk (Pawson & Tilley, 1997).

4.4 Data verzameling

Om antwoord te geven op de onderzoeksvragen worden er interviews gehouden. Hier is voor gekozen, omdat het om een explorerend onderzoek gaat. Verder is het van belang om verschillende belanghebbenden te horen en daarvoor zijn interviews het geschiktst. Om de werkzame mechanismen te kunnen achterhalen, is het nodig om interviews te gebruiken als methode. De interviews zijn semi-structureerd, zodat er een goede wisselwerking ontstaat tussen onderzoeker en belanghebbenden. Op die manier kan er doorgevraagd worden naar de werking van de mechanismen in het traject Beweging naar Werk. Daarnaast kan de respondent goed aangeven aan welke aspecten al dan niet belang gehecht dient te worden. In het hoofdstuk 'Bijlage' zijn de topic vragenlijsten te vinden die gebruikt zijn tijdens de interviews met de verschillende belanghebbenden. De topic vragenlijsten zijn gebaseerd op de wetenschappelijke literatuur en worden getoetst door de respondenten impliciet naar deze theorieën te vragen. De hypothesen zelf worden niet besproken, maar er wordt besproken wat de visie is van de belanghebbenden en hoe ze daar mee om gaan.

Door de groepsbijeenkomsten bij te wonen werd er contact gelegd met de klanten. Daar werd er uitleg gegeven over het onderzoek en de rol die de klanten hierin spelen. Daarnaast hebben de trainers eveneens klanten geworven om deel te nemen aan het onderzoek. De selectie van de klanten is dus afhankelijk van de bereidwilligheid om mee te werken. Hierdoor bestaat er een kans dat een bepaalde groep niet gehoord wordt. Dit wordt in de volgende paragraaf besproken.

4.5 Respondenten

De respondenten bestaan uit de klanten die het traject Beweging naar Werk volgen, de beleidsmedewerker, participatieadviseur, klantmanager, trainers, sporttrainers en werkgevers. Een algemene profielschets van de klanten wordt kort uiteengezet. Aan het begin van het traject zijn er 34 klanten geselecteerd om deel te nemen, waarvan twintig klanten het traject volbracht hebben. Van de klanten die eerder met het traject zijn gestopt, hebben twee klanten een betaalde baan gevonden. Een andere veelvoorkomende reden om af te vallen, had te

maken met psychologische problemen. Zeven klanten die zijn afgevallen, zijn blijven steken op dezelfde participatietrede en één klant is een trede gedaald.

In Tabel 5, 6 en 7 zijn de algemene achtergrondkenmerken uiteengezet, uitgesplitst naar respondenten en alle klanten die deelnamen aan het traject. Van de twintig klanten zijn elf klanten geïnterviewd.

Tabel 5

Geboortejaar naar Aantal Klanten.

	Jaren '50	Jaren '60	Jaren '70	Jaren '80
Respondenten	0	5	5	1
Totaal	1	8	10	1

Tabel 6

Opleidingsniveau naar Aantal Klanten.

	Geen	Basis- onderwijs	Mavo/Mulo /VMBO	Lager beroeps- onderwijs	MBO	Havo	HBO
Respondenten	0	0	5	2	2	1	1
Totaal	1	1	5	4	6	1	2

Bij een vergelijking tussen de groepen komt naar voren dat er een lichte oververtegenwoordiging is van respondenten met een Marokkaanse afkomst. Tevens is er een lichte onderverteenwoordiging van andere etniciteiten dan Nederlands of Marokkaans. Verder ligt de leeftijd tussen de groepen dicht bij elkaar, er is een lichte oververtegenwoordiging van jongere respondenten in dit onderzoek. Er is een oververtegenwoordiging van respondenten met een Mavo/VMBO/Mulo diploma en een onderverteenwoordiging van respondenten met een MBO diploma. Het gemiddelde aantal jaren werkervaring van alle klanten die meededen met het traject is circa negen jaar. Het gemiddelde aantal jaren werkervaring van de respondenten in dit onderzoek is bijna tien jaar. Hier is weer sprake van een lichte oververtegenwoordiging van respondenten die meer werkervaring hebben. Tot slot zijn er van de vier klanten die in trede 1 zitten, drie respondenten geïnterviewd waardoor er een oververtegenwoordiging van trede 1 klanten is.

Tabel 7

Geboorteland van Respondent naar Aantal Klanten.

	Nederland	Marokko	Spanje	Turkije	Egypte	Suriname	Urugay	Dominicaanse Republiek
Respondenten	4	4	1	0	0	2	0	0
Totaal	7	6	1	1	1	2	1	1

Verder volgen er gesprekken met verschillende trainers die het traject verzorgen. Er zijn totaal vijf trainers: drie trainers van Ergo Control, waarbij één trainer de hoofdverantwoordelijke is en twee trainers die de mentale bijeenkomsten verzorgen. Een gesprek met de hoofdverantwoordelijke van Ergo Control vindt plaats en er zijn interviews gehouden met de andere twee trainers. Tot slot zijn er werkgevers benaderd, omdat Stadsdeel Zuid veel belang hecht aan een samenwerkingsverband met het bedrijfsleven. Het uitgangspunt is om vijf bedrijven te benaderen om deel te nemen aan dit onderzoek, slechts twee bedrijven hebben meegedaan.

4.6 Operationaliseren concepten

In het interview met de klanten komt hun motivatie aan bod, waarbij de opbrengsten die het traject met zich mee kunnen brengen en zelfredzaamheid ter sprake komen. Verder is er aandacht voor het sociale netwerk van de klanten bij aanvang van het traject en hoe dat veranderd is door het traject. Er wordt onderscheid gemaakt in emotionele steun, praktische steun en informatieverschaffing over werk. Daarnaast komt het programma-aanbod ter sprake met zijn positieve kanten en verbeterpunten volgens de klanten. De relatie met de trainers, sporttrainers en klantmanagers komt verder naar voren met de focus op begrip, betrokkenheid, deskundigheid, openheid, frequentie, respect en steun. Tot slot geven de klanten zelf aan wat het traject heeft opgeleverd.

De vragen voor de trainers en sporttrainers gaan over de opzet van het programma en de relatie met de klanten. Er is aandacht voor de opvattingen die de trainers en sporttrainers hebben over werkzame onderdelen in hun programma, zoals empowerment. Verder komt er aan bod hoe zij zijn omgegaan met problemen die ze zijn tegen gekomen, zoals belemmeringen en weerstand. Er is ingegaan op de onderdelen van het programma, hun gewenste resultaten en in hoeverre deze zijn behaald.

In de interviews met de beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager is er ingegaan op de selectieprocedure en de samenwerkingsbanden met het bedrijfsleven. Het belang van deze aspecten staan centraal. Daarnaast komt het contact tussen de klantmanagers en de klanten aan bod. Tot slot is er aandacht voor het belang van empowerment en het wegnemen van belemmering bij deze vrouwen.

Er is tijdens de gesprekken met werkgevers ingegaan op maatschappelijk betrokken ondernemen en het belang hiervan. Wat de redenen zijn om al dan niet mee te werken met sociale trajecten, zoals Beweging naar Werk. Één werkgever hield zich wel bezig met

maatschappelijk betrokken ondernemen, maar de andere werkgever had nog geen actie genomen op dit gebied.

4.7 Data analyse

De interviews met alle respondenten zijn opgenomen met een voice recorder, waarna ze zijn getranscribeerd. Er is hiervoor gekozen, zodat er geen informatie verloren gaat. Om op een gestructureerde manier de interviews te analyseren, is het computerprogramma Nvivo 10 gebruikt voor dit onderzoek. Dit is een programma speciaal gemaakt voor kwalitatief onderzoek. Met Nvivo10 kunnen op overzichtelijke wijze alle interviews geanalyseerd worden door middel van het toekennen van codes. Deze codes komen overeen met de theorieën die besproken zijn in het hoofdstuk 'Theorie'. Verder zijn de codes gebaseerd op de inbreng van de respondenten. De interviews met de verschillende belanghebbenden zijn uit elkaar gehouden, zodat er een overzicht ontstond over de visies van elke groep belanghebbenden. Daarna konden de verschillende visies met elkaar vergeleken worden. Voor een overzicht van de codes zie 'Bijlage Codeboom'.

5. Resultaten

5.1A Positie – Motivatie

5.1.1 Beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager

Het is bij wet vastgesteld dat er plichten opgelegd kunnen worden aan bijstandsgerechtigden. De beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager hebben van deze regeling gebruik gemaakt om het traject verplicht te stellen.

“Ja het is vrijwillig [...] Maar nadat ze hebben gekozen om het traject te volgen dan is het traject [...] wel verplicht”. (Participatieadviseur)

De beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager verwachtten dat het voor de klanten een grote stap is, omdat ze niet gewend waren om activiteiten te ondernemen. De klanten staan ver van de arbeidsmarkt af, waardoor er weinig trajecten opgestart worden voor deze doelgroep. Door de vele beperkingen die de klanten hebben, werd er eerder minder in ze geïnvesteerd.

Het beeld dat de beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager van de klanten hadden, is dat ze wel graag willen, maar dat er veel drempels voor hen waren, zodat er enige weerstand is om deel te nemen aan het traject.

5.1.2 Trainers en sporttrainers

De trainers zagen de motivatie van de klanten die de beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager veronderstelden in eerste instantie niet. Er was veel weerstand onder de klanten volgens de trainers. De weerstand was voornamelijk psychisch van aard. Dit zal later uitgebreider aan bod komen bij de paragraaf ‘Belemmeringen’. Verder gaven de trainers aan dat de klanten niet gewend waren om activiteiten te ondernemen, waardoor ze twijfelden aan hun mogelijkheden. Daarnaast zouden de klanten niet inzien welk voordeel ze uit het traject konden halen.

“Goed er zit weerstand, maar als je ze kenbaar kan maken wat het hun kan opleveren dan gaat het misschien wel lukken.” (Trainer 1)

Bij het sporten was er eveneens grote weerstand onder verschillende klanten en was de motivatie ver te zoeken. De sporttrainers zagen dat de klanten met onzekerheid binnen kwamen in een voor hun onbekende situatie. In het begin moesten ze gemotiveerd worden.

“Ze moeten naar vertrouwen en plezier gaan. Van moeten naar willen. Dat omslagpunt moet bereikt worden”. (Sporttrainer)

Het beeld dat de trainers en sporttrainers van de klanten hadden, is dat ze aan het begin veel weerstand hebben, maar door de inzet van de trainers zelf zien de klanten in dat ze wat kunnen leren van het traject. In tegenstelling tot de beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager die wel motivatie zagen bij de klanten.

5.1.3 Klanten

Het beeld van de trainers en sporttrainers dat er weerstand was onder de klanten, bleek gegrond. In het begin hadden vele klanten geen zin om deel te nemen aan het traject. Sommige klanten gaven aan dat ze het idee hadden dat ze niet tot de geschikte doelgroep behoorden.

“In het begin had ik zoiets van wat doe ik hier. Weet je ik hoor hier niet.” (Klant 3)

Anderen zagen geen voordeel in het volgen van het traject.

“Ik ga mijn tijd daar verdoen.” (Klant 10)

Behalve de negativiteit naar het traject toe, waren er ook klanten die al direct geënthousiasmeerd waren om deel te nemen aan het traject. Het beeld van de beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager over de motivatie onder klanten lijkt voor deze groep wel te kloppen. Hun enthousiasme kwam tot stand doordat ze zichzelf wilden ontwikkelen op het gebied van sociale contacten, taal en werknemersvaardigheden. Het traject bood hen iets nieuws.

“[...] ik kwam hier om wat te leren”. (Klant 6)

5.1B Strategie – Motivatie

Vanwege de grote weerstand bij aanvang van het traject zetten de trainers dreiging in als strategie om de aanwezigheid van de klanten te garanderen. Vanuit DWI konden er sancties opgelegd worden aan klanten die niet op kwamen dagen. Afwezige klanten werden door hun klantmanagers aangesproken op hun gedrag.

“[...] dan wordt er met de betrokkenen over gesproken waarom niet en wat we dan moeten inzetten.” (Klantmanager)

Het gevolg van het veelvuldig niet komen opdagen, is het inkorten van de uitkering. Dit middel leidde er toe dat veel klanten toch naar de training gingen. Ze legden zich er bij neer en probeerden het beste te maken van het traject.

“Ik had ook zoiets van ja ik ben hier en maak er het beste van.” (Klant 1)

Daarnaast zetten de trainers persoonlijke gesprekken in. Tijdens die gesprekken werd er aandacht besteed aan de voordelen die het traject heeft en werd er naar de weerstand van de klant geluisterd. Door in te spelen op een goede relatie, ontstond er een vertrouwensband en werden de klanten gemotiveerd. Dit zal verder ter sprake komen in de paragraaf ‘Klantcontacten’. De sporttrainers hadden eveneens ingezet op communicatie. Door te tonen wat er ging gebeuren en wat er werd verwacht van de klanten, namen de sporttrainers aan dat de klanten gemotiveerd raken. De opbrengsten die verondersteld werden door de trainers, sporttrainer, beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager, werden overgenomen door de klanten. Echter dienden sommige verwachtingen die de klanten hadden, bijgesteld te worden. Het leren van de Nederlandse taal was beperkt tijdens het traject, of het leren van bepaalde werknemersvaardigheden kwam niet aan de orde. De klanten hebben geprobeerd om zelf opbrengsten te creëren die het traject voor hen in petto had. Vooral het opdoen van sociale contacten werd als groot voordeel gezien van het traject, maar dat zal later aan bod komen in de paragraaf ‘Sociaal netwerk’.

5.1C Resultaat – Motivatie

De trainers hebben dus enerzijds door middel van dreiging en anderzijds door middel van een persoonlijke benadering getracht er voor te zorgen dat de klanten op kwamen dagen en gemotiveerd werden om deel te nemen aan het traject. Verschillende klanten zagen het nut in

van de sancties die opgelegd waren door DWI, omdat de klanten anders niet aanwezig zouden zijn bij het traject. Alleen hebben sommige klanten het als vervelend ervaren hoe er met de sancties zijn omgegaan door de trainers. De klanten die bij aanvang gemotiveerd waren om deel te nemen, hebben voornamelijk last gehad van het dreigen van de trainers. De visie van de trainers kwam niet overeen met sommige klanten, waardoor de gehanteerde strategie van dreiging voor deze klanten niet nodig was en als kwalijk werd gezien.

“De dreiging die de hele tijd boven je hoofd hangt. [...] onprettig om dat dan weer te moeten horen.” (Klant 6)

De persoonlijke gesprekken van zowel de trainers als sporttrainers en de openheid van zaken door de sporttrainers hebben er uiteindelijk voor gezorgd dat toen de klanten eenmaal kwamen opdagen, ze gemotiveerd werden om zich in te zetten. De strategie van de trainers en sporttrainers heeft een positief effect op de klanten. De klanten legden zich neer bij de situatie en haalden opbrengsten uit het traject. De motivatie van de klanten is vergroot doordat ze inzagen dat het traject wel voordeel voor ze had. Over zelfredzaamheid zeggen de klanten minder, maar belemmeringen kunnen eveneens een onderdeel zijn van zelfredzaamheid. Dit zal later onderzocht worden in de paragraaf ‘Belemmeringen’.

5.2A Positie – Sociaal netwerk

5.2.1 Beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager

De beleidsmedewerker en participatieadviseur hadden van te voren als subdoel het vergroten van het sociale netwerk van de klanten. De klanten zitten in trede 1 of 2 en dat betekent dat ze zich vaak in een sociaal isolement bevinden of dat ze een beperkt sociaal netwerk hebben.

“En een subdoel, dat was eigenlijk belangrijker geweest dan ik verzonnen had van te voren, is dat ze ook onderling mekaar gingen helpen”. (Participatieadviseur)

Het beeld dat de beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager van de klanten hebben, is dat ze een klein sociaal netwerk hebben en dat het vergroot kan worden door het traject.

5.3.2 Trainers en sporttrainers

Het beeld van de beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager over het sociale netwerk van de klanten is overgenomen door de trainers en sporttrainers. Van bovenaf is er namelijk het doel opgelegd dat de sociale contacten vermeerderd dienden te worden, omdat ze in een sociaal isolement zitten.

“Het gaat er om dat het sociale netwerk wordt vergroot [...] dat is het doel.” (Sporttrainer)

Het beeld dat de trainers en sporttrainers van de klanten hebben, is dat ze een klein sociaal netwerk hebben en dat dit vergroot dient te worden door het traject.

5.3.3 Klanten

De visies van de beleidsmedewerker, participatieadviseur, klantmanager, trainers en sporttrainers komen niet geheel overeen met de klanten, want de sociale contacten van de klanten lopen erg uiteen. Sommige klanten geven aan dat ze wel degelijk een sociaal netwerk hebben dat uit vrienden, familie, oude collega's en buurtgenoten bestaat.

“[...] met bepaalde vrouwen had ik al contact buiten het traject. We waren vriendinnen. Maar nu zijn er andere bijgekomen.” (Klant 10)

Andere klanten geven wel aan dat ze weinig of vluchtige contacten hadden of zelfs in een sociaal isolement zaten, zoals verondersteld werd.

“Mijn reden is geweest om weer sociale contacten te hebben. [...] Weer onder de mensen komen zeg maar. En ja even uit de isolement.” (Klant 3)

5.2B Strategie – Sociaal netwerk

Doordat de trainers en sporttrainers er vanuit gingen dat de klanten weinig contacten hadden, hebben ze een strategie ingezet om het sociale netwerk te vergroten. Door middel van herkenning en het delen van ervaringen zou er een vertrouwensband tussen de klanten onderling ontstaan. De trainers wilden bewerkstelligen dat de klanten elkaar opzoeken, helpen en ondersteunen door het gevoel van saamhorigheid, dat gecreëerd wordt.

“[...] ze zien iets in elkaar wat ze zelf natuurlijk ook hebben. En ze kunnen daardoor elkaar ook wel weer motiveren.” (Trainer 2)

Behalve het inzetten van dit instrument, heeft een trainer er voor gekozen om een buddy systeem in te voeren. Klanten werden aan elkaar gekoppeld, zodat ze bij vragen of moeilijkheden eerst elkaar om hulp vragen. De trainers gingen er vanuit dat op deze manier de klanten eerder contact met elkaar zoeken.

“Als ze me bellen dan zeg ik: heb je iemand van de groep gebeld. [...] Je hebt toch een maatje of je hebt een buddy, schakel die dan in.” (Trainer 1)

Hoewel de trainers strategieën inzetten, bleek dat er contacten onderling ontstonden, omdat de klanten met elkaar geconfronteerd werden. Ze werden samen in een traject gezet, waarbij ze ook samen moesten sporten.

“Weet je het zijn toch mensen die je niet zelf hebt uitgezocht. Maar omdat je bij ze in de groep zit. We kunnen heel goed met elkaar overweg.” (Klant 4)

Alle klanten komen uit dezelfde buurt en dat heeft er eveneens voor gezorgd dat er een band ontstond tussen de klanten. Behalve dat ze elkaar tegen kwamen tijdens het traject, zagen ze elkaar ook op straat. Doordat ze elkaar op verschillende plekken konden ontmoeten, werd het contact uitgebreid. Het werd daarnaast makkelijker voor de klanten om activiteiten met elkaar te ondernemen, omdat ze zo dicht bij elkaar wonen.

“En we zien elkaar en af en toe we op de straat een praatje te maken.” (Klant 5)

Daarnaast geven sommige klanten aan dat de openheid naar elkaar toe aan het begin bijgedragen heeft aan het contact dat ze nu hebben. Het gevoel dat je niet alleen bent en dat je allemaal in dezelfde situatie zit, leidde er toe dat er een vertrouwensband ontstond tussen de klanten onderling.

“En toen zijn we zo open naar elkaar geweest. Hele leven kwam op tafel van iedereen. Dat heeft er eigenlijk voor gezorgd dat er meteen heel vertrouwd aanvoelde met elkaar zo dit aan te gaan.” (Klant 6)

Vanuit de klanten kan er geconcludeerd worden dat vanwege het sociale netwerk wat verschillende klanten al hadden er weinig actie werd ondernomen om nieuwe contacten op te doen. Vanwege het feit de klanten samengebracht werden en elkaar frequent zagen in het traject, is het sociale netwerk van de klanten vergroot. De strategie van de trainers lijkt geen effect te hebben, omdat de visies niet overeenkomen. Verschillende klanten hadden het opdoen van sociale contacten niet als doel. Desalniettemin heeft de openheid die de trainers aan het begin hebben gecreëerd er wel toe bijgedragen dat er in korte tijd een hechte band ontstond tussen de klanten. Met elkaar geconfronteerd worden, lijkt echter de belangrijkste factor bij het vergroten van het sociale netwerk. Herkenning en openheid versnellen het proces en zorgen voor een hechte band tussen de klanten.

5.2C Resultaat – Sociaal netwerk

De vraag blijft echter bestaan welk voordeel dit heeft voor de klanten. De klanten geven zelf aan dat hun sociale netwerk uitgebreid is. Op emotioneel vlak heeft het traject zeker een steentje bijgedragen. De klanten maken plezier samen en ondernemen activiteiten buiten het traject om. Daarnaast hebben ze veel steun aan elkaar en ze voelen zich niet meer alleen.

“Iedereen maakt zorgen om iedereen. Iedereen is gewoon betrokken met elkaar.” (Klant 10)

Uit de gesprekken met de klanten valt op dat ze allemaal veel belang hechten aan de nieuwe contacten die ze hebben opgedaan met het traject. Woorden die vallen als er over wordt gesproken: ‘prettig’, ‘ander mens geworden’, ‘geluk met zo’n groep mensen’, ‘heeft me goed gedaan’, ‘net familie’, ‘heel goede band’, ‘vertrouwen’ en ‘missen als het voorbij is’. Op basis hiervan kan er gesteld worden dat het traject *Beweging naar Werk* een bijdrage heeft geleverd aan het bevorderen van het sociale netwerk op het gebied van sociale steun.

Naast de emotionele steun die de klanten ondervinden door het traject, hebben ze eveneens voordeel van het uitbreiden van hun sociale netwerk op praktisch vlak. Tijdens en na de trajecttijden helpen de klanten elkaar onderling met aan het traject gerelateerde vraagstukken. Sommige klanten beheersen de Nederlandse taal niet goed, maar zij worden bijgestaan door de andere klanten.

“Het is dat we wel bellen voor iets [...] elkaar bijstaan met huiswerk of vragen.” (Klant 6)

Op het gebied van kinderopvang wordt de praktische steun niet ingezet.

“[...] heel vaak heb ik geen oppas.” (Klant 2)

De praktische steun zou daarom uitgebreid kunnen worden. Zoals klant 4 het formuleert: *“Nou het is nu vooral gezellig koffie drinken. [...] nu zijn we zo aan elkaar gewend dat het nu pas gaat ontplooien.”*

Het traject lijkt niet een voordeel voor de klanten op te leveren op het gebied van werk. De klanten zijn zelf allemaal werkloos, zodat ze elkaar niet kunnen helpen met het vinden van werk. De klanten die werk hebben gevonden tijdens het traject, zijn hier voornamelijk aan gekomen door oud-collega's. Het netwerk van de trainers en sporttrainers kan wel ingezet worden voor maatschappelijke participatie.

“Wij hebben hier ook een groot netwerk in Amsterdam. Om ze op die manier zelf uit te stromen”. (Trainer 2)

Het vergroten van het sociale netwerk draagt niet direct bij aan het vinden van een baan, omdat de klanten allemaal zonder werk zitten en elkaar dus niet in contact kunnen brengen met werkgevers. De klanten halen echter wel veel steun uit het traject. Dit kan indirect positieve gevolgen hebben voor de participatie van de klanten. De klanten voelen zich minder alleen, zijn uit hun sociale isolement gehaald, hebben nieuwe vrienden waarmee ze activiteiten ondernemen en helpen elkaar met kleine vraagstukken en opdrachten.

5.3A Positie – Belemmeringen

5.3.1 Beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager

De participatieadviseur en klantmanager hebben van te voren rekening gehouden met de belemmeringen die de klanten kunnen ervaren. Klanten met zware psychische problemen, met schulden, die geen kinderopvang hadden en met medische problemen konden niet mee doen met het traject. Lichamelijke klachten hoefden niet direct een belemmering te zijn om deel te nemen aan het traject. Het idee was juist om inactieve klanten weerbaarder te maken door ze te laten sporten.

“[...] heel veel klanten zijn ook lichamelijk inactief, dus sporten is goed voor hun gezondheid, maar is ook mentaal goed”. (Beleidsmedewerker)

Het beeld dat de beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager van de klanten hebben is dat ze belemmeringen hebben, maar dat ze dusdanig van kleine aard zijn dat ze overwonnen kunnen worden.

5.3.2 Trainers en sporttrainers

Ondanks dat de participatieadviseur en klantmanagers de klanten gefilterd hadden op hun belemmeringen, kwamen de trainers alsnog problemen tegen op dit gebied. De belemmeringen waren vooral van mentale aard. De klanten legden zichzelf beperkingen op die er volgens de trainers niet waren en waardoor ze de mogelijkheden niet meer zagen. Belemmeringen die de trainers bij de klanten constateerden gingen over het moederschap, niet willen of geen inzet tonen, taalachterstand en psychisch er niet aan toe zijn om activiteiten te ondernemen.

“[...] twaalf uur is voor hen echt een fulltime baan. En de belemmering om überhaupt ergens op tijd te zijn, überhaupt ergens aan deel te nemen [...]”. (Trainer 2)

De sporttrainers ondervonden eveneens psychische belemmeringen van de klanten. De klanten moeten uit hun vertrouwde omgeving komen en in een onbekende situatie participeren.

“Alles is eigenlijk onbekend voor ze [...] Ze zetten echt de hakken in het zand.” (Sporttrainer)

Het beeld dat de trainers en sporttrainers van de klanten hebben, is dat ze zich vasthouden aan hun psychische belemmeringen en daardoor de mogelijkheden niet meer zien. Net als de participatieadviseur en klantmanager gaan ze er vanuit dat de belemmeringen die de klanten ervaren te overwinnen zijn.

5.3.3 Klanten

In de gesprekken met de klanten komt naar voren dat er op drie vlakken belemmeringen ondervonden worden, in plaats van alleen psychische belemmeringen zoals de trainers en

sporttrainers veronderstelden. De klanten kennen verscheidene lichamelijke problemen, zodat deelname aan het traject werd bemoeilijkt.

“Er zijn ook lichamelijke belemmeringen dus ik kan ook niet heel veel doen”. (Klant 4)

Op psychisch gebied ervaren sommige klanten eveneens belemmeringen. Weinig energie, isolement, stress, zorgen en concentratieproblemen komen naar voren als belemmeringen in de gesprekken met de klanten. Deze belemmeringen zorgen er voor dat het lastig is voor de klanten om actie te ondernemen.

“Alleen ik zat zo in een cocon. Dat je op een gegeven moment ook denkt dat het niet kan”.
(Klant 6)

Daarnaast ondervonden enkele klanten taalbelemmeringen. Niet alle klanten waren de Nederlandse taal machtig, waardoor het volgen van het traject lastig voor ze werd. Ze snapten niet alles wat er gezegd werd en wat ze moesten doen.

“[...] Nederlandse taal is echt nodig voor mij. Soms maak ik veel fouten of begrijp ik niet zo goed.” (Klant 8)

5.3B Strategie – Belemmeringen

Doordat de trainers wisten dat de klanten belemmeringen hadden, hebben ze strategieën ontwikkeld. Door over de belemmeringen van de klanten te communiceren en er geen taboe van te maken, wilden de trainers de belemmeringen in kaart brengen en in samenwerking met de klanten onderzoeken hoe de belemmeringen aangepakt kunnen worden. Zo werd er een begin gemaakt met het empoweren van de klanten. Dus een combinatie van empowerment en communicatie werd ingezet om belemmeringen weg te nemen.

“We hebben ook geprobeerd om dat bespreekbaar te maken. [...] veel open communicatie en naarmate de tijd vorderde, zagen ze ook dat die belemmeringen niet echt waren.” (Trainer 2)

Daarnaast werd herkenning als methode gebruikt. De trainers gingen ervan uit dat het delen van ervaringen en belemmeringen van de klanten met elkaar voor herkenning zou

zorgen, wat leidt tot zelfreflectie. Door de herkenning zijn de klanten eerder geneigd om zich in te zetten voor het traject.

“En doordat ze die ervaringen met elkaar konden delen, was het voor hen op een gegeven moment ook duidelijk [...] ik ben niet de enige die allerlei belemmeringen heeft ondervonden.” (Trainer 1)

De sporttrainers hanteerden eenzelfde strategie, namelijk communicatie en empowerment. Door middel van een luisterend oor probeerden de sporttrainers de psychische belemmeringen weg te nemen. Daarnaast is het vergroten van het zelfvertrouwen belangrijk om de belemmering weg te nemen.

“Als eerste gaat het om zelfvertrouwen, dat ze weten hoe alles werkt.” (Sporttrainer)

Vanwege het beeld dat de trainers en sporttrainers hadden over de klanten en hun belemmeringen, hebben ze vooral ingezet op het wegnemen van psychische belemmeringen. Er was nauwelijks aandacht voor de praktische belemmeringen als lichamelijke beperkingen en taalproblemen, hoewel de klanten deze belemmeringen wel ondervonden. Dit heeft als gevolg gehad dat sommige klanten vaak afwezig waren bij het sporten of dat ze minder konden mee doen met het sporten. De reactie van de klanten was hun afwezigheid.

“[...] ik heb veel lichamelijke beperkingen [...] waardoor ik niet meer kan gaan sporten.”
(Klant 3)

Anderen voelden zich genoodzaakt om wel op te komen dagen vanwege de eventuele sancties, zodat ze wel naar het sporten gingen, maar daar weinig uitvoerden.

“Nu moet ik toch wel [...] maar ik ga alleen maar om te zitten. Om te laten zien kijk hier ben ik.” (Klant 5)

Opvallend genoeg werd sport juist vaak ingezet om psychische belemmeringen weg te nemen. Enkele klanten gaven aan dat ze door het sporten hun hoofd leeg konden maken en hun problemen konden vergeten of juist oplossingen zich aandroegen.

“En dat sport [...] ben beter in mijn vel gaan zitten. Krijg meer energie [...].” (Klant 6)

Tot slot waren er nog de taalbelemmeringen. Sommige klanten hadden graag een taalcursus willen volgen, maar dit was niet mogelijk, omdat ze eerst dit traject dienden te volgen. Om toch om te gaan met de taalproblemen, werden er veel vragen gesteld aan de trainers of klanten.

“Het is stukje moeilijker voor mij, omdat ik kan niet verstaan alles. Maar ik stel vragen heel af en toe [...] want ik kan hun niet volgen. (Klant 5)

De klanten met taalproblemen gaven aan dat ze ondanks de hulp van de trainers en andere klanten het traject niet volledig konden volgen en dat hun Nederlands nog steeds niet voldoende is.

“[...] taal maakt voor mij beetje benauwd. En achter.” (Klant 8)

5.3C Resultaat – Belemmeringen

De strategieën van de verschillende trainers en de reactie van de klanten komen niet overeen, omdat de trainers en sporttrainer alleen psychische belemmeringen van de klanten erkenden. Communicatie en empowerment zouden moeten leiden tot het wegnemen van de psychische belemmeringen. Herkenning wordt verder ingezet om de belemmeringen weg te nemen. Dit leidt echter niet tot zelfreflectie bij de klanten, maar tot het verkrijgen van een groter sociaal netwerk. Met de strategie van de trainers konden de meeste belemmeringen niet weggenomen worden. Sommige klanten gaan na dit traject alsnog een taalcursus doen, omdat hun Nederlands niet toereikend is. De psychische problemen zijn wel aangepakt, dit komt tot uiting in de empowerment van de klanten. In de paragraaf ‘Empowerment’ zal dit verder besproken worden. Hiernaast heeft het sporten gezorgd voor het wegnemen van psychische belemmeringen. Door het wegnemen van de psychische belemmeringen staan de klanten meer open om in de maatschappij te gaan participeren.

5.4A Positie – Klantcontacten

5.4.1 Beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager

Uit de gesprekken met de klantmanager komt naar voren dat de klantmanagers het erg druk hebben, waardoor er niet voor elke klant evenveel tijd is. Ze zijn wel bereikbaar voor vragen of hulp. De klantmanagers gaan ervan uit dat de klant zelf initiatief neemt bij problemen.

“Met sommigen helemaal niet en met sommige mensen die wat meer vragen hebben of wat meer dingen hebben wekelijks.” (Klantmanager)

5.4.2 Trainers en sporttrainers

De trainers geven aan dat ze een goede band hebben opgebouwd met de klanten en dat er sprake is van wederzijds vertrouwen. De trainers ervaren verder geen persoonlijke problemen met de klanten.

“Ik heb geen probleem met geen een van de vrouwen.” (Trainer 2)

5.4B Strategie – Klantcontacten

De contacten die de klanten hadden met de klantmanager, trainers en sporttrainers zullen afzonderlijk van elkaar behandeld worden.

- Klantmanager

De klanten geven aan dat ze weinig contact hebben met hun klantmanager, maar dit wordt echter niet als negatief ervaren. Sommigen hebben geen behoefte aan contact. Anderen geven aan dat als het nodig is, ze contact zoeken. En een derde groep heeft een intensief contact.

“Het had gekund, maar ik had niet nodig gehad.” (Klant 7)

Sommige klanten hebben hun twijfels bij de openheid van de klantmanager, zowel de aanvang van het traject als het vervoltraject is niet goed gecommuniceerd naar de klanten.

“[...] had ons ietsje uitgebreider uitgelegd. [...] de dingen werden ook heel anders verteld dan ze achteraf gezien waren.” (Klant 2)

De strategie van de klantmanagers om in te zetten op eigen initiatief werkt, want de klanten nemen deze strategie over. Waar er wel een gebrek aan is, is openheid van de klantmanagers naar de klanten toe over het traject. Dit is een aspect dat de klanten missen.

- Sporttrainers

Vrijwel alle klanten waren erg te spreken over de sporttrainers. Ze toonden begrip en respect voor de beperkingen en klachten van de klanten. Ze waren betrokken bij de klanten, gaven goede begeleiding en wisten de klanten te motiveren. Doordat de sporttrainers inzetten op deze aspecten, ontstond er een goede verstandhouding tussen de sporttrainers en de klanten.

“Ik moet zeggen de sporttrainers zijn echt hartstikke lief, erg betrokken, houden ook rekening met klachten.” (Klant 1)

- Trainers

Bij de trainers zal er een verschil gemaakt worden tussen trainer 1 en trainer 2, omdat elke trainer een eigen groep had en daar intensiever contact mee heeft gehad. Bij trainer 1 komt naar voren dat de klanten veel steun aan haar hebben gehad. Ze was voor de klanten gemakkelijk te bereiken.

“Je kan altijd bij haar aankloppen als er wat is. Luisteren. Ze geeft je veel aandacht.” (Klant 10)

Klanten die trainer 2 hadden zijn positief over deze trainer. Vaak wordt er door de klanten genoemd dat ze altijd terecht konden bij trainer 2.

“Altijd! Wat er ook is. Buiten, 's avonds, als er wat was”. (Klant 3)

De klanten gaven verder aan dat trainer 2 aandacht voor ze heeft. Ze toont begrip, motiveert en luistert, maar ze is ook open en eerlijk. Door sommige klanten wordt dit wel gewaardeerd. Andere klanten hadden hier meer moeite mee en voelden zich gepasseerd daardoor.

“Ja ze is heel direct en ze komt in je inner space. [...] Ik kon wel om haar lachen. Heel open”. (Klant 1)

Al met al kan er gezegd worden dat het contact tussen klanten en trainers goed is verlopen. Op het gebied van frequentie en steun scoren beiden trainers hoog. Alleen op het gebied van openheid is er een kanttekening te plaatsen.

5.4C Resultaat – Klantcontacten

Er zijn weinig conflicten geweest met de klanten en de klantmanagers, sporttrainers of trainer 1 en 2. Vanwege tijdsgebrek zetten de klantmanagers in op eigen initiatief van de klanten, dat goed werkt. De klanten geven zelf aan dat ze niet veel contact nodig achten en indien wel dat ze dan actie zullen ondernemen. Waar het echter wel aan schort is de openheid van de klantmanagers. Bij aanvang van het traject hebben de participatieadviseur en klantmanagers het traject slecht of anders gecommuniceerd naar de klanten toe. Hierdoor ontstonden er andere verwachtingen onder de klanten.

“Je weet niet wat er gaat gebeuren [...] wat precies de bedoeling van het hele verhaal was.”
(Klant 2)

Op het einde werd de openheid van de klantmanager eveneens gemist. De klanten wilden graag weten wat er met ze gaat gebeuren na het traject. De onzekerheid voelde niet prettig voor de klanten. Dit zal verder besproken worden in paragraaf ‘Uitkomsten’.

“[...] is het niet duidelijk of houden ze het gewoon voor ons achter.” (Klant 1)

Er kan gezegd worden dat op alle fronten de relatie tussen de sporttrainers en de klanten goed verliep. De klanten hebben geen klachten over deze relatie.

“Die hebben heel aardige mensen op de sport. Hun begrijpen mij situatie. [...] En laten mij gewoon rustig sporten, want hun weten wat kan niet, ja kan gewoon niet.” (Klant 5)

Bij trainer 1 komt naar voren dat de klanten veel steun krijgen. Verder vinden de klanten het erg fijn dat trainer 1 te bereiken is zelfs buiten de trajecttijden om. De klanten ondervinden een grote betrokkenheid.

De klanten die vielen onder trainer 2 kregen veel begrip, steun en respect. Verder werd vaak aangehaald dat er veel contact was met trainer 2, wat erg gewaardeerd werd. Het enige punt waar geen overeenstemming over is onder de klanten is de openheid van trainer 2. Sommige klanten hadden moeite met het directe karakter. Deze klanten hadden daardoor hun twijfels over de professionaliteit van trainer 2.

Kortom er kan gezegd worden dat er vooral op het gebied van de klantmanagers een betere verstandhouding kan ontstaan met de klanten door meer openheid van zaken te creëren. Er dient een onderscheid gemaakt te worden in het begrip openheid, want de openheid van trainer 2 vonden sommige klanten lastig. Klanten hadden behoefte aan openheid over de verwachtingen en inhoud van het traject, oftewel zakelijke informatie. De trainer hanteerde meer een persoonlijke aanpak en daarmee hadden de klanten moeite.

“[...] zo kan je denken voor jezelf of delen met een collega, maar dit zeg je niet in de groep.”
(Klant 1)

5.5A Positie – Empowerment

5.5.1 Beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager

Het empowerment van de klanten dient vergroot te worden, omdat het nu erg laag is, wat zich uit in weinig zelfvertrouwen. Door de aandacht te richten op de klant zelf en te kijken naar de mogelijkheden, kwaliteiten en wensen wordt het empowerment vermeerderd en zo de kans op werken vergroot.

“Het belangrijkste doel is eigenlijk heel kort samengevat dat ze met veel meer zelfvertrouwen en kracht kunnen gaan solliciteren”. (Participatieadviseur)

Het beeld dat de beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager van de klanten hebben, is dat ze geen zelfvertrouwen hebben en daardoor niet weten wat ze willen en kunnen, zodat het vinden van een baan lastig voor hen is.

5.5.2 Trainers en sporttrainers

Net als de beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager zien de trainers een lage mate van empowerment bij de klanten. Ze kennen weinig initiatief en hebben een laag zelfvertrouwen. De sporttrainers zien bij verschillende klanten dat ze in een slachtofferrol zitten en dat ze een lage mate van zelfvertrouwen en empowerment hebben.

“Het overkomt me en ik kan er niks aan doen. Maar wat kan je betekenen voor de maatschappij.” (Sporttrainer)

Het beeld dat de trainers en sporttrainers van de klanten hebben, is dat ze geen zelfvertrouwen hebben en weinig initiatief tonen, zodat het moeilijk voor hen is om te participeren.

5.4.3 Klanten

Vele klanten geven aan dat hun zelfbeeld niet goed was. Dat ze weinig zelfvertrouwen hebben, moeilijk grenzen aan kunnen geven, gesloten zijn, niet voor zichzelf opkomen, niet weten wie ze zijn, wat ze kunnen en wat ze willen.

“Je hebt geen kwaliteit meer, omdat je heel lang hebt thuisgezeten.” (Klant 9)

Het beeld dat de beleidsmedewerker, participatieadviseur, klantmanager, trainers en sporttrainer hadden over het empowerment van de klanten, komt overeen met het beeld dat de klanten van zichzelf hebben.

5.5B Strategie – Empowerment

De trainers hebben veel tijd gestoken in het verhogen van het niveau van empowerment van de klanten. Ten eerste hebben ze aandacht geschonken aan de belemmeringen van de klanten en het wegnemen daarvan. Dit is ook al ter sprake gekomen bij de paragraaf ‘Belemmeringen’. Het bleek vooral zijn vruchten af te werpen op psychisch vlak. Het traject is gebaseerd op de vragen: ‘Wie ben ik?’, ‘Wat kan ik?’ en ‘Wat wil ik?’. Door hier op te focussen wordt eigen verantwoordelijkheid, initiatief nemen, zelfmanagement en omgaan met problemen aangeleerd. Er wordt door de trainers op zoek gegaan naar de mogelijkheden. De kansen van de klanten worden achterhaald door te bekijken waar de kwaliteiten en capaciteiten liggen. De trainers vragen dus een grote inzet en zelfreflectie van de klanten om te ontdekken wie ze zijn, wat ze kunnen en wat ze willen. De trainers creëren een bewustzijn bij de klanten. Er wordt door de trainers ingespeeld op de noodzaak dat de klanten zelf het heft in handen moeten nemen, want de omgeving zal dat niet doen.

“Als je niks doet met het beeld dat ze hebben over hun eigen leven, dan verandert er nooit iets.” (Trainer 2)

De sporttrainers gaan op zoek naar de sterke kanten van de klant. De nadruk komt te liggen op de kwaliteiten van een klant die vertaald worden naar werknemersvaardigheden.

“Elke keer staat een andere competentie centraal. Samenwerking, communicatie, doorzettingsvermogen.” (Sporttrainer)

Ten tweede laten de sporttrainers zien wat de kwaliteiten van een klant zijn door ze te toetsen en is er aandacht voor het individu. Er wordt tijdens het sporten besproken wie de klant is, wat de klant drijft, wat er bij de klant past en hoe dat vormgegeven kan worden in de toekomst. De sporttrainers hanteren een zelfde strategie als de trainers dat de klanten zelf na moeten denken en keuzes maken.

“Een realistisch zelfbeeld geven met zelfvertrouwen is wat we doen.” (Sporttrainer)

Tijdens het traject werden de klanten zich bewust van hun situatie. De spiegel die de trainers voorhielden, werd door de klanten aangenomen. Ze gingen nadenken over hun problematiek, kwaliteiten en toekomst.

“Bewuster zijn waar je bent op het moment en waar je naar toe wilt.” (Klant 1)

Hun empowerment is vergroot, doordat ze een bewustzijn creëerden en zich open opstelden om iets te leren. Het interactieve domein blijft echter achter, verschillende klanten blijven passief.

“Dat wacht ik af. Ik weet het niet. [...] Wat mij zal brengen, ik zal dat volgen.” (Klant 7)

5.5C Resultaat – Empowerment

Alle belanghebbenden hadden dezelfde visie over de mate van empowerment van de klanten. De strategie die de trainers en sporttrainer hanteerden, namelijk het creëren van bewustzijn, sloeg aan bij de klanten. Hierdoor konden er grote stappen op het gebied van empowerment gezet worden. Er zijn vorderingen gemaakt op het intrapersonlijke domein door het zelfvertrouwen te vergroten en de kwaliteiten van de klanten bloot te leggen. Er is ook gewerkt aan het interactieve domein waarbij er gekeken wordt wat de klanten moeten inzetten om hun doelen te behalen. Sommige klanten zijn echter nog steeds passief en hebben een afwachtende houding wat betreft de toekomst.

“Nu na het traject, ik voel het. Ik wil ook iets voor mezelf doen.” (Klant 8)

5.6A Positie – Houding werkgevers

Uit de interviews met de twee werkgevers van verschillende bedrijven komt allereerst naar voren dat er vooroordelen bestaan over alleenstaande moeders die ver van de arbeidsmarkt afstaan. De werkgevers zijn zich terdege bewust van dat ze die vooroordelen kennen. Het gevolg hiervan is dat deze doelgroep van alleenstaande moeders in de bijstand niet gewild is onder werkgevers. De werkgevers hebben zowel twijfels op het gebied van opleidingsniveau als motivatie.

“[...] als je kijkt naar het profiel van onze werknemers daar zitten toch wel meer HBO’ers en hoogopgeleiden tussen. Dit zou toch veel meer telefoon opnemen zijn en zelfs dan verwachten we al een bepaald kwaliteitsniveau.” (Werkgever 2)

“[...] neem nou deze alleenstaande werkloze moeder die niet wil mag ik niet zeggen, maar die niet staat te trappelen. Dus die staat ook niet te trappelen om bij ons te komen werken.”
(Werkgever 1)

De aspecten die genoemd worden door de werkgevers zorgen er voor dat ze deze doelgroep niet aan zullen nemen in hun bedrijf. Daarnaast komt er in het gesprek naar voren dat werkgevers een kosten- batenanalyse maken.

“Maar die doelgroep [...] dan moet ik gaan offeren. Ik kan niet zo goed bedenken waarom ik in mijn organisatie tegen een leidinggevende moet zeggen: neem nou deze alleenstaande werkloze moeder.” (Werkgever 1)

Als er gekeken wordt naar wat voor voordeel deze doelgroep zou kunnen leveren aan een bedrijf, wordt er al snel gedacht dat deze klanten weinig capaciteiten hebben. De werkgevers gaan er vanuit dat het aannemen van klanten uit deze doelgroep geen winst oplevert voor het bedrijf, in welke vorm dan ook. De kosten zijn groter dan de baten volgens de werkgevers.

“En de bijstandsmoeder dat doen we alleen maar om goed te doen. Daar zit geen winst voor ons in. Winst niet in geld hè, maar ergens iets. [...] En dat kan je niet alleen beargumenteren met nou dat kun je lekker in je duurzaamheidsverslag zetten.” (Werkgever 1)

“Het kost je een middag in het kwartaal misschien. Dat is gewoon tijd die je nodig hebt om je eigen business te runnen. En dat heeft een hogere prioriteit.” (Werkgever 2)

Het beeld dat de werkgevers hebben is dat de doelgroep van alleenstaande moeders in de bijstand weinig vaardigheden, inzet en motivatie hebben om te werken. De baten zijn hierdoor gering voor de werkgevers. Daarnaast zien de werkgevers het alleen maar als een kostenpost, omdat ze er veel tijd en energie in moeten steken, terwijl de baten uiteindelijk alsnog minimaal zijn. Vanwege de visie die ze hebben over alleenstaande moeders in de bijstand en de kosten- batenanalyse die de werkgevers hanteren, zijn ze niet bereidwillig om deel te nemen aan activeringstrajecten, zoals het traject *Beweging naar Werk*.

5.7A Geplande resultaten

5.7.1 Beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager

In het plan van aanpak staat geformuleerd dat 75 procent van de klanten die het traject *Beweging naar Werk* volgen, dienen door te stromen naar een trede hoger op de participatieladder. De beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager zijn het er over eens dat er gekeken moet worden wat haalbaar is per persoon. De vervolgstap voor een klant kan dan vrijwilligerswerk zijn, een betaalde baan of het volgen van een opleiding of taalcursus.

5.7.2 Trainers en sporttrainers

Voor de trainers was het niet duidelijk waar ze op moesten aansturen. In eerste instantie kregen zij te horen dat het doel was om de klanten een trede hoger te begeleiden. Dit doel werd echter volgens de trainers veranderd in de loop van het traject. De nadruk kwam toen meer te liggen op het doorstromen naar een betaalde baan.

“In eerste instantie was het eigenlijk zo van: nou ze moeten richting trede 3. Toen was het op een gegeven moment van ja er moet toch wel gezorgd worden dat ze niet alleen maar vrijwilligerswerk, maar toch echt richting werk of naar Pantar hè.” (Trainer 1)

5.7.3 Klanten

Doordat er geen consensus is tussen de beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager en de trainers had dit tot gevolg dat het voor de klanten eveneens onduidelijk

was waar er naar toe werd gewerkt. Zo veronderstelden sommigen dat het niet mogelijk was om vrijwilligerswerk te doen.

“Vrijwilligerswerk was geen optie. [...] Het was toch de bedoeling werken. [...] Maar opzet was geen vrijwilligerswerk. Echt toch wel arbeid.” (Klant 1)

Anderen daarentegen ondernamen wel activiteiten om vrijwilligerswerk te vinden. Zij hadden dus niet het idee dat vrijwilligerswerk niet geaccepteerd zou worden door de trainers of klantmanagers.

Al deze belanghebbenden zijn van mening dat de klanten een stap verder dienen te komen op de participatieladder. Tijdens het project is de invulling hiervan echter veranderd, waardoor er onduidelijkheid oprees over de doelstelling en de klanten zelf niet meer wisten wat er van ze verwacht werd. Het is wenselijk dat de trainers beter geïnformeerd worden over het uiteindelijke doel, zodat de trainers dit ook weer duidelijk door kunnen geven aan de klanten. Op deze manier wordt de onzekerheid over de toekomst weggenomen bij de klanten.

5.7B Behaalde resultaten

Van de 34 klanten die gestart zijn met het traject *Beweging naar Werk*, hebben twintig klanten het gehele traject doorlopen. Van de veertien klanten die zijn afgevallen, zijn zes klanten een trede hoger op de participatieladder gekomen, doordat ze werk hebben gevonden of naar RBA zijn doorgestroomd. Slechts één klant is een trede gedaald en volgt nu een psychologisch traject. Van de twintig klanten die het volledige traject hebben gevolgd, zijn zestien klanten een trede hoger geklommen op de participatieladder. Dit komt er op neer dat 80 procent doorgestroomd is naar de volgende trede. De overige vier klanten blijven in dezelfde trede zitten. Vier klanten hebben zelfs één of meerdere treden overgeslagen. Twee klanten hebben werk gevonden en één klant doet nu vrijwilligerswerk. Verder hebben vijf van de elf geïnterviewde klanten aangegeven dat ze blijven sporten. Het doel van de beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager om 75 procent van de klanten door te laten stromen naar de volgende trede is hiermee geslaagd. Wordt er echter gekeken naar alle klanten die begonnen zijn met het traject dan is slechts circa 65 procent doorgestroomd naar een hogere trede op de participatieladder. Hieruit kan geconcludeerd worden dat een betere selectie aan de poort gewenst is, aangezien verschillende klanten zijn afgevallen

vanwege psychische belemmeringen. Dit zal verder besproken worden in het hoofdstuk ‘Beleidsadvies’.

5.7.1 Trainers en sporttrainers

De trainers en sporttrainers zijn erg tevreden met de resultaten. Er is een duidelijk verschil te zien tussen de klanten bij aanvang en het einde van het traject.

“Maar het verschil tussen de dames die we eerst hadden en het verschil tussen de dames die er nu zijn, wat dezelfde dames zijn, maar niet dezelfde dames zijn.” (Trainer 2)

Op allerlei fronten vinden de trainers en sporttrainers het geslaagd. Het zelfvertrouwen is vergroot, ze zijn meer bewust van hun situatie en lichaam, ze hebben sociale contacten opgedaan en ze zijn er qua gezondheid op vooruit gegaan.

5.7.2 Klanten

Tijdens de interviews komt naar voren dat de sociale contacten die de klanten hebben opgedaan als groot voordeel van het traject wordt gezien door de klanten. Daarnaast geven ze aan dat ze veel hebben geleerd op het gebied van empowerment. Tot slot zijn ze bewuster van hun situatie geworden en weten ze beter wat ze willen.

5.7C Toekomst

5.7.1 Trainers en sporttrainers

De trainers maakten zich zorgen om het vervolgtraject. Er was weinig bekend over de invulling. Vooral de angst dat er niet direct een vervolgtraject plaats zou vinden, baarden de trainers zorgen. Ze hadden het gevoel dat hun werk daardoor teniet zou worden gedaan en de klanten weer terug bij af zouden zijn.

“In principe is het zo dat een aantal naar Pantar gaan. Maar hoe dat dan zal gaan en hoe die ondersteuning zal zijn en wie en wat, geen idee. En dat baart mij wel zorgen.” (Trainer 1)

De trainers gaven aan dat de klanten zelf ook deze gevoelens delen.

“En goed ze geven ook zelf aan van ja dat ze bang zijn dat ze in een gat vallen.” (Trainer 2)

5.7.2 Klanten

Onder de klanten is er onrust, onvrede, onzekerheid, spanning en passiviteit vanwege de onduidelijkheden naar de toekomst toe, zoals de trainers meenden. De klanten wisten niet waar ze aan toe waren en hadden hierdoor geen controle over het eigen leven, waardoor hun empowerment werd aangetast.

“Maar ik vind het toch een beetje, ja. Ik weet niet wat er hierna komt. Of het wel gaat gebeuren dat je een baan gaat vinden en zo.” (Klant 4)

Empowerment gaat er juist over dat men rust en vertrouwen vindt en zelfstandig keuzes kan maken. Doordat de klanten niet weten waar ze aan toe zijn, maakt hen dat afhankelijker. Bij empowerment ga je de eigen kracht ontdekken en benutten, maar de onwetendheid maakt hen onzeker. Behalve dat dit niet ten goede komt aan het intrapersoonlijke domein van empowerment, heeft het eveneens negatieve invloed op het interactieve domein. Door de onzekere toekomst kunnen de klanten niet inschatten hoe de nieuwe context zal zijn en wat er van hen verwacht wordt. Voor het behoud van empowerment onder de klanten is het van belang dat er duidelijk naar de klanten en trainers gecommuniceerd wordt over het vervolgtraject.

6. Conclusie en discussie

In dit onderzoek is het traject *Beweging naar Werk* bestudeerd met als doel het participatieniveau van de alleenstaande moeders in trede 1 of 2 te verhogen. De vragen die centraal hierbij stonden, luiden: *Welke factoren bepalen het succes van het traject *Beweging naar Werk*? En welke factoren bepalen het falen van het traject *Beweging naar Werk*?* Door middel van deelvragen geformuleerd aan de hand van bestaande theorieën is er getracht antwoord te geven op de vraagstelling.

In hoeverre leidt motivatie van alleenstaande moeders in de bijstand tot deelname aan het traject en maatschappelijke participatie?

In het onderzoek van Bramsen et al. (2011) werd er verondersteld dat sancties een negatieve uitwerking hebben op de motivatie bij het volgen van activeringstrajecten. In deze studie komt echter naar voren dat sancties noodzakelijk lijken om er voor te zorgen dat de klanten deelnemen aan het traject aangezien de motivatie laag was onder sommige klanten. De persoonlijke gesprekken van de trainers hebben er voor gezorgd dat de klanten gemotiveerd raakten. Het inzetten op het aantonen van de opbrengsten van het traject voor de klanten is effectief, omdat de klanten bij aanvang de opbrengsten niet inzagen. Motivatie heeft er toe geleid dat de klanten deel bleven nemen aan het traject en een trede stegen op de participatieladder. Het heeft geen direct effect gehad op maatschappelijke participatie.

In hoeverre leidt het sociale netwerk van alleenstaande moeders in de bijstand tot maatschappelijke participatie?

Gore en Hollywood (2009) toonden al aan dat vrouwen veel belang hechten aan en gebruik maken van sociale steun. Doordat de klanten met elkaar geconfronteerd werden en door openheid te creëren, werden er in korte tijd contacten opgedaan. Het opdoen van nieuwe contacten heeft er toe geleid dat de klanten meer ondernemen en van elkaar leren. De sociale steun is voornamelijk gericht op traject gerelateerde zaken, maar breidt zich steeds verder uit. Informatieverschaffing over werk is nihil onder de klanten, zoals Russell (1999) al eerder bewezen had. Opdoen van nieuwe sociale contacten hebben niet tot meer maatschappelijke participatie geleid, maar het heeft er wel voor gezorgd dat de klanten meer ontspannende activiteiten met elkaar ondernemen.

In hoeverre leidt het wegnemen van belemmeringen voor alleenstaande moeders in de bijstand tot deelname aan het traject en maatschappelijke participatie?

Er werden verschillende belemmeringen gesteld die een negatieve invloed konden hebben op de participatiegraad en die ook gevonden zijn in deze studie. Het traject heeft alleen de psychische belemmeringen kunnen aanpakken, in tegenstelling tot wat Mackenbach et al. (2009) beweerden, door middel van onder andere sporten. De praktische belemmeringen, zoals lichamelijke beperkingen en taalproblemen werden niet aangepakt, zodat het traject niet volledig benut werd. Sommige belemmeringen die de klanten ondervonden leiden er toe dat deelname aan het traject niet altijd mogelijk was en vermoeilijken maatschappelijke participatie.

In hoeverre leiden klantcontacten tot deelname aan het traject en maatschappelijke participatie?

Het contact tussen de klanten en de klantmanager, trainers en sporttrainers verliep over het algemeen goed. De klanten hebben veel steun ondervonden van de verschillende trainers, dat er voor heeft gezorgd dat de klanten doorzetten. Uitermark et al. (2012) gaven aan dat frequentie van belang is. Dit wordt onderschreven door deze studie met een kleine kanttekening, namelijk dat een ieder zijn eigen invulling geeft hieraan. Vanwege de geringe transparantie van het traject voor de klanten, waren er soms problemen, terwijl te veel openheid van een trainer een averechts effect kan hebben. Openheid, waar Kuis et al. (2010) en Lang en Van der Molen (2003) voor staan, kan dus een negatief effect hebben als het persoonlijk gericht is. Desalniettemin hebben klantcontacten er voor gezorgd dat de klanten deelnamen aan het traject en door kunnen stromen naar een hogere trede op de participatieladder.

In hoeverre leidt empowerment van alleenstaande moeders in de bijstand tot maatschappelijke participatie?

Het traject heeft een grote bijdrage geleverd op het gebied van intrapersonlijk empowerment (Zimmerman, 1995). De klanten zijn zich meer bewust geworden van hun willen en kunnen. Op het interactieve terrein van empowerment kan meer ingezet worden, want verschillende klanten zijn nog passief. Empowerment heeft tot een stijging op de participatieladder geleid en tot maatschappelijke participatie van sommige klanten.

Welke rol spelen werkgevers voor de maatschappelijke participatie van alleenstaande moeders in de bijstand?

Werkgevers blijken een kosten- batenafweging te maken, zoals Danson en Gilmore (2009) beweerden. Door de vooroordelen die bestaan onder werkgevers, worden de baten vrijwel nihil verondersteld met als gevolg dat bedrijven minder willen samenwerken met dit soort trajecten, waardoor er minder kansen zijn tot maatschappelijke participatie.

6.1 Reflectie op het onderzoek

Voor deze studie is er gekozen om gebruik te maken van realistisch evalueren, zodat de achterliggende mechanismen van het traject Beweging naar Werk bloot gelegd worden in deze specifieke context. Verschillende belanghebbenden zijn geïnterviewd om de context, mechanismen en gewenste uitkomsten te achterhalen. Een voordeel hiervan is dat de klanten gehoord zijn hoe zij zijn omgegaan met de strategieën van de trainers en sporttrainers. Door de aandacht te richten op de klanten kon er achterhaald worden welke strategieën zinvol waren, zodat de participatie bevorderd werd. Daarnaast heeft er een terugkoppeling plaatsgevonden met de trainers en sporttrainers. Met de sporttrainer is er na het kennismakingsgesprek nogmaals een gesprek geweest om verduidelijking te vragen over bepaalde aspecten binnen theorieën. Alle trainers hebben verder aan kunnen geven of hun visies en acties correct weergegeven zijn.

Er zijn echter ook enkele kanttekeningen te plaatsen bij deze interviews. Ten eerste konden de klanten zich op vrijwillige basis opgeven om deel te nemen aan dit onderzoek. De geïnterviewde groep zou op verschillende aspecten af kunnen wijken van de gehele groep, waardoor de uitspraken die er gedaan zijn niet goed weergeven hoe de mechanismen werken. Het gaat hierbij om andere aspecten dan achtergrondkenmerken die ter sprake zijn gekomen bij het hoofdstuk ‘Onderzoeksopzet’, zoals bijvoorbeeld persoonsgebonden karakteristieken. Ten tweede was er geen mogelijkheid meer om in gesprek te gaan met de klanten die in een vroeg stadium stopten met het traject. Op deze manier zouden er wellicht nieuwe inzichten kunnen komen op de werkzame mechanismen bij motivatie en belemmeringen. Ten derde is er pas in een laat stadium duidelijkheid gekomen over de rol van de sporttrainers. Er is een kennismakingsgesprek geweest met de sporttrainers van Ergo Control, nadat de data verzameling al was afgesloten. Belangrijke informatie over hun taken en doelen zijn toen pas naar voren gekomen. De vragen over het sporten in het interview met de klanten zijn hierdoor minder gericht en kunnen informatie missen. Tot slot was er getracht om verschillende werkgevers te spreken over maatschappelijk betrokken ondernemen. Er zijn slechts twee werkgevers gevonden die mee wilden werken aan dit onderzoek. Een derde werkgever had

zich wel aangediend, maar heeft nadien nooit meer wat van zich laten horen. Uitspraken op basis van twee respondenten is erg gering, waardoor er geen goed beeld geschetst kan worden over de houding van werkgevers omtrent activeringsprogramma's.

6.2 Vervolgonderzoek

Zoals net ter sprake is gekomen zijn er verschillende beperkingen geweest aan dit onderzoek. Voor vervolgonderzoek is het wenselijk dat deze beperkingen weggenomen worden, zodat het onderzoek beter uitgevoerd kan worden. Daarnaast worden er nu andere aanbevelingen gedaan voor vervolgonderzoek

Observatie is een onderzoeksmethode die een extra bijdrage kan leveren aan dit onderzoek. Deze methode voegt iets toe, doordat de interactie met de trainers zichtbaar wordt. Hierdoor kunnen nieuwe inzichten opgedaan worden over de werkzame mechanismen en is er minder kans op sociaal wenselijke antwoorden.

Daarnaast is dit onderzoek context afhankelijk, dit houdt in dat de resultaten niet vertaald kunnen worden naar andere activeringstrajecten. Het is daarom interessant om dit onderzoek te herhalen in een andere context. Zo kan er achterhaald worden welke mechanismen daar werkzaam zijn en hoe de context hierin een rol speelt.

Verder is het interessant om de theorie omtrent openheid bij klantcontacten verder te onderzoeken. Uit dit onderzoek is naar voren gekomen dat deze factor een dubbel karakter kent. Klanten zijn op zoek naar openheid, maar tegelijkertijd werkt te veel openheid averechts. Er dient meer aandacht uit te gaan naar de verschillende facetten binnen het begrip openheid.

Een andere toevoeging die gedaan kan worden aan dit onderzoek is om het vervolgtraject dat de klanten nu volgen eveneens mee te nemen. Uit deze studie is namelijk naar voren gekomen dat er erg veel twijfels en onzekerheden zijn over de toekomst (zie paragraaf 'Toekomst' in het hoofdstuk 'Resultaten'). Door de klanten te blijven monitoren in hun vervolgtraject, kan er onderzocht worden hoe de aansluiting is tussen de twee trajecten. Het vervolgtraject kan inzichten tonen over de ontwikkeling die de klanten maken richting werk. De aspecten die opgedaan zijn bij het traject Beweging naar Werk kunnen achterhaald

worden op hun groei, stagnatie of krimpings tijdens het vervolgetraject en de periode daarna. Het is interessant om te onderzoeken welke stappen de klanten nemen na het traject en waartoe deze stappen leiden. Een longitudinaal onderzoek is een mooie aanvulling op het huidige onderzoek. Op deze manier kan er eveneens achterhaald worden hoe de kosten zich verhouden tot de baten. Het maken van een kosten- batenanalyse is moeilijk, omdat financiën vergeleken worden met persoonlijke ontwikkeling. Dit is een afweging die lastig te onderbouwen is. Indien de klanten voor langere periode gevolgd worden, kan er achterhaald worden welke klanten daadwerkelijk uitstromen en een baan vinden. Zo kan er een afweging gemaakt worden tussen de kosten en baten van het traject Beweging naar Werk, aangezien dit traject het begin is richting werk.

7. Beleidsadvies

Op een aantal punten wordt er advies gegeven aan de verschillende belanghebbenden hoe het traject *Beweging naar Werk* verbeterd kan worden, zodat de klanten meer gaan participeren.

7.1 Advies voor beleidsmedewerker, participatieadviseur en klantmanager

Zoals eerder ter sprake is gekomen, zijn de praktische belemmeringen nauwelijks afgenomen bij de klanten. Het is gewenst dat klanten met een taalachterstand eerst een taal cursus gaan volgen, aangezien hun beperkte kennis van de Nederlandse taal er voor heeft gezorgd dat ze niet alles begrepen. Op dit moment wordt het niet mogelijk geacht om zowel een taal cursus als het traject *Beweging naar Werk* te volgen. Er kunnen oplossingen gezocht worden om voor klanten met een taalachterstand een speciaal traject aan te bieden. Voor een selecte groep is deze combinatie een uitweg, indien het huidige traject minder intensief is. Anderhalve dag kan er een taal cursus gevolgd worden, anderhalve dag de mentale trainingen en daarnaast nog anderhalve dag sporten. Hoe de verhoudingen van deze combinatie het meest optimaal zijn, dient uitgezocht te worden met een vervolgonderzoek.

Daarnaast is het wenselijk om bij de selectieprocedure goed te kijken naar de belemmeringen van de klanten. Uit dit onderzoek is naar voren gekomen dat verschillende klanten eerder zijn afgevallen vanwege psychische belemmeringen. Een enkeling had daarnaast lichamelijke klachten, zodat sporten niet mogelijk was. Door in eerste instantie de klanten beter te selecteren door goed in kaart te laten brengen wat de psychische en lichamelijke beperkingen zijn van een klant, is de kans op uitval kleiner en het succes voor het traject *Beweging naar Werk* groter.

“Wat ik wel vind, is dat ze veel beter mensen moeten filteren. Er zitten mensen tussen waarvan ik meteen al zeg wat doen die hier? Eentje die totaal bijna geen Nederlands spreekt. [...] of iemand die geestelijk met veel problemen zit, die is nog niet klaar voor zo 'n training. [...] Dat is weggegooid geld.” (Klant 6)

Met de ervaring die de participatieadviseur en klantmanagers nu hebben opgedaan, kunnen ze in het vervolg een betere inschatting maken welke belemmeringen niet te overwinnen zijn. Hierbij dient er gelet te worden op psychische en lichamelijke klachten en motivatie.

“Ze zeggen wel dat ze zin hebben om te sporten, maar komen ondertussen niet. Dan denk ik ja je roept het naar DWI om gewenst gedrag te tonen.” (Sporttrainer)

In dit onderzoek is naar voren gekomen dat er onder de klanten vraag is naar meer openheid van de klantmanagers. Dit kan bewerkstelligd worden door de informatiebijeenkomst bij aanvang van het traject te verbeteren. Klanten wisten van te voren niet wat ze konden verwachten en wat er van hen verwacht werd. Door dit expliciet te noemen bij de informatiebijeenkomst kan er al meer duidelijkheid verkregen worden. Behalve dat het genoemd dient te worden tijdens de informatiebijeenkomst, kan het voor de klanten fijn zijn informatie over het traject en de bijbehorende verwachtingen zwart op wit te hebben. De klanten kunnen de korte beschrijving op papier over waar ze aan beginnen en wat er van ze verwacht wordt thuis nog eens rustig doornemen. De tekst dient niet te lang te zijn, want anders nodigt het niet uit tot lezen. Aangezien er een kans bestaat dat niet alle klanten het thuis zullen doornemen, omdat ze bijvoorbeeld de taal niet machtig zijn, is het een idee om op individueel niveau de verwachtingen uit te spreken. Bij aanvang van het traject worden alle klanten opgeroepen door de klantmanagers en participatieadviseur om door te nemen wat er verwacht wordt van de klant, wat het traject inhoudt en biedt. De klanten kunnen direct vragen stellen en opheldering vragen aan de eigen klantmanager of participatieadviseur. Zo worden de klanten goed op de hoogte gesteld en biedt het de klanten de kans om aan te geven wat hun verwachtingen zijn. De klantmanager en participatieadviseur kunnen aangeven of de verwachtingen gegrond zijn.

“Nou ik vind dat ze beter per persoon een gesprek moeten gaan en uitleggen hoe en wat [...] Dat ze uitleggen wat ze willen doen, wat ze van plan zijn, hoe ze het van plan zijn.” (Klant 3)

De informatievoorziening naar de klanten zou op drie manieren moeten gebeuren: via de informatiebijeenkomst, schriftelijk en individuele gesprekken.

Behalve dat de aanvang van het traject niet duidelijk naar de klanten gecommuniceerd is, werd er op het einde ook gevraagd naar meer openheid van zaken. Lang bleef het voor velen onzeker hoe het vervolg er uit kwam te zien, dat leverde onrust op. Om deze onrust weg te halen is het noodzakelijk dat de trainers zelf duidelijk voor ogen hebben wat er staat te gebeuren. Stadsdeel Zuid of DWI dient een bijeenkomst te organiseren met de trainers en een medewerker van RBA om de overgang van het ene traject met het andere traject te bespreken.

Tijdens deze bijeenkomst is het van belang dat het helder wordt hoe het vervolgtraject er uit komt te zien. Daarnaast is het wenselijk dat er een afstemming komt tussen beiden trajecten, zodat de klanten zonder moeilijkheden door kunnen stromen in het vervolgtraject. Zodra het voor de trainers helder is wat er gaat gebeuren na afloop van het traject, ook wat betreft de tijd die er tussen beide trajecten zit, kunnen ze dit bespreekbaar maken met de klanten. Behalve dat de trainers een aanspreekpunt zijn voor de klanten over het vervolgtraject, zou de medewerker van RBA waar de klanten straks mee te maken krijgen een middag langs kunnen komen om uitleg te geven. De klanten kunnen direct met hun vragen en onzekerheden terecht bij de RBA medewerker. De RBA medewerker kan tijdens deze middag uitleg geven over wat het traject inhoudt, wat er van de klanten verwacht wordt en wat de klanten van het traject kunnen verwachten.

Om het interactieve domein van empowerment van de klanten beter te activeren dragen de trainers zelf aan om een kort vervolgtraject te geven.

“Liefst had ik ze zelf nog een stukje begeleid [...] na de training. [...] dat je nog iets van contact hebt om die motivatie ook te blijven houden.” (Trainer 1)

“Het allermooist zou zijn als ze aansluitend aan dit project een sollicitatietraining zouden krijgen. [...] En die vrouwen zouden wij heel graag zelf oppakken. Gewoon nog één dag in de week voor zes weken een sollicitatietraining geven.”

Dit traject richt zich op solliciteren waarbij vragen aan de orde komen als ‘Waar kan er gezocht worden naar (vrijwilligers)werk?’, ‘Is het noodzakelijk om cursussen te volgen en wat zijn daarvoor de mogelijkheden bij DWI?’ en ‘Hoe presenteer je jezelf?’. Dit traject is niet voor iedereen geschikt, maar een selecte groep zou hiervoor in aanmerking komen. Dit zou een goede oplossing zijn om de klanten die nog passief zijn te activeren. Door met deze groep doelgericht aan de gang te gaan en een bewustzijn te creëren dat ze actie moeten ondernemen, kunnen ze uit hun passieve houding getrokken worden. Stap voor stap kan er onderzocht worden wat de klanten moeten ondernemen om (vrijwilligers)werk te kunnen doen.

Tot slot zal er iets aan de beeldvorming gedaan moeten worden van werkgevers, voordat ze maatschappelijk betrokken zullen ondernemen. Dit kan tot stand komen door

positieve verhalen naar buiten te brengen. Uit onderzoek blijkt dat goed voorbeeld doet volgen (Bosch et al., 2013). Werkgevers achten de kosten hoger dan de baten bij maatschappelijk betrokken ondernemen. Door het tegendeel te bewijzen door middel van voorbeelden uit de praktijk, kunnen de werkgevers positiever tegenover dit soort trajecten komen te staan. Het beeld dat de werkgevers hebben over de klanten kan op deze manier aangepast worden, omdat ze zien dat alleenstaande moeders kwaliteiten hebben en gemotiveerd zijn.

Een andere manier om het bedrijfsleven te betrekken bij activeringstrajecten is door middel van subsidies, zodat de kosten dalen voor de werkgevers. Eerdere onderzoeken hebben al bewezen dat loonkostensubsidies positieve invloed hebben op het bevorderen van de participatiegraad. De kosten voor werkgevers worden verlaagd, omdat het salaris gedeeltelijk aangevuld wordt door de overheid of overheidsinstellingen (Uitermark et al., 2012). De kosten- batenafweging die de werkgevers nu maken, is in het voordeel van uitkeringsgerechtigden. Er is echter wel een kanttekening te plaatsen, door de bezuinigingen worden steeds meer loonkostensubsidies afgeschaft, omdat het voor de overheid een te grote kostenpost wordt (Uitvoeringsplan Amsterdam, 2011).

7.2 Advies voor trainers en sporttrainers

Verschillende klanten gaven aan dat ze de houding van de trainers ten opzichte van de sancties niet prettig vonden. Desondanks lijken de sancties noodzakelijk om de klanten te activeren om deel te nemen aan het traject. De manier waarop het gebracht werd, kan echter wel aangepast worden. De trainers kunnen op individueel niveau wijzen op de plichten van de klanten om te participeren in plaats van groepsgewijs. Zo worden de klanten die gemotiveerd zijn, niet geconfronteerd met de negativiteit van de sancties. Één op één gesprekken met klanten die vaak afwezig zijn, bieden een oplossing voor de dreiging die de klanten nu voelen ondanks dat het niet aan hen gericht is.

Daarnaast kan er meer nadruk gelegd worden op de opbrengsten van het traject, want verschillende klanten hebben het idee dat er weinig voor hen te leren valt.

“Die stof is voor mij heel erg bekend.” (Klant 7)

“Sommige dingen waren een beetje open deur voor mij.” (Klant 1)

“Voor mij is het gewoon herkenbaar wat ik nu zit te leren.” (Klant 9)

De sporttrainers kiezen er voor om bij aanvang fysieke doelen op te stellen. De klanten stellen voor zichzelf een doel op, zodat ze gemotiveerd raken om deel te nemen. De trainers kunnen eveneens met de klanten doelen opstellen, waarbij de trainers kunnen helpen welke doelen gehaald kunnen worden in het traject. Elke klant formuleert zijn eigen doel, zodat het voor de klant concreet wordt welk voordeel er uit het traject gehaald kan worden. Op deze manier neemt de motivatie onder de klanten om deel te nemen aan het traject toe en hoeft er minder gedreigd te worden met sancties.

Hoewel de sporttrainers rekening hielden met de lichamelijke beperkingen van de klanten, gaven de klanten vaak aan dat ze het lastig vonden om met hun beperkingen om te gaan bij het sporten. Dit werkt niet bevorderend voor hun empowerment. Andere vormen van sport kunnen een uitkomst bieden, bijvoorbeeld sporten die minder belastend zijn voor het lichaam, zoals zwemmen, yoga of fietsen.

Uit de resultaten van dit onderzoek komt naar voren dat praktische steun nog niet voldoende wordt benut. De trainers kunnen de klanten aanmoedigen hierin door meer op de achtergrond te treden. Het buddy-systeem dat een trainer al in gebruik heeft, kan hierin een rol spelen en verder uitgebreid worden. Er kunnen meer opdrachten gemaakt worden in groepsverband, zodat de klanten inzien dat ze van elkaar kunnen leren en elkaar kunnen helpen. Klanten die met problemen bij de trainers komen, kunnen doorverwezen worden naar andere klanten die bekend zijn met deze problematiek. Sommige klanten hebben ervaring hiermee die ze kunnen delen met andere klanten. Zo wordt de praktische steun uitgebreid onder de klanten.

“Het was ook wel interessant om te zien dat je met heel veel verschillende dames met verschillende achtergronden toch een beetje in hetzelfde schuitje zit. En hoe iedereen zich daarin redt.” (Klant 1)

Een andere manier om de praktische steun te bevorderen is om een middag te wijden aan dit onderwerp. Het creëren van een bewustzijn bij de klanten is een goede strategie, zoals eerder naar voren is gekomen in het hoofdstuk ‘Resultaten’. Door met de klanten te onderzoeken op welke gebieden ze praktische steun kunnen gebruiken, kan er achterhaald worden hoe de klanten elkaar kunnen helpen. Om een goede match te maken tussen hulp vragen en hulp aanbieden, is het effectief om met de klanten te bespreken wat de kwaliteiten

van een klant zijn en hoe die kwaliteiten ingezet kunnen worden om anderen te helpen. Er dient wel aandacht te zijn voor het feit dat er geen misbruik gemaakt wordt van elkaar. Door met de klanten te achterhalen wat misbruik is, hoe je het herkent en hoe je het tegen kan gaan, wordt er zorg voor gedragen dat er geen misbruik plaatsvindt, terwijl er tegelijkertijd gewerkt wordt aan empowerment van de klanten. Het is van belang dat de klanten zich bewust worden van de hulp die om hen heen aanwezig is en hoe ze daar mee kunnen om gaan. Bewustzijn staat centraal bij het leren over praktische steun.

Voor de klanten is het empowerment op het intrapersonlijke domein vergroot. Er kunnen in het traject daarnaast nog stappen worden ondernomen om het interactieve domein te activeren. Het gaat er hierbij om dat de klanten weten wat ze moeten inzetten om hun doelen te halen. Sommige klanten hebben meer zelfvertrouwen gekregen door het volgen van het traject, maar zijn nog passief in het ondernemen van actie. Door aandacht te schenken aan wat ze moeten doen, kunnen de klanten zich blijven ontwikkelen op het gebied van empowerment. Het is al even naar voren gekomen dat de klanten bij aanvang doelen kunnen opstellen die ze met dit traject willen halen. Deze doelen kunnen eveneens ingezet worden om het interactieve domein te activeren. De trainers en klanten kunnen samen onderzoeken welke stappen ondernomen moeten worden om het gewenste doel te behalen. Zo worden de doelen concreet gemaakt en leren de klanten met welke middelen ze hun doelen kunnen behalen. Tussentijds kan er een evaluatie plaatsvinden met de trainer of klantmanager en klant om te bekijken in hoeverre de doelen al behaald zijn, of er nieuwe doelen geformuleerd dienen te worden en of het stappenplan dat leidt tot het gewenste doel aangepast dient te worden. Door actief met deze zaken bezig te zijn, leren de klanten hoe ze hun eigen capaciteiten kunnen inzetten om iets te bereiken.

8. Literatuurlijst

Aa, P. van der & Berkel, R. van (1998). *Sociale activering. Ervaringen van Rotterdamse deelnemers*. Van Arkel: Utrecht.

Bosch, L., Ritzen, W. & Xanten, H. van (2013). *Vernieuwing in arbeidsmatige dagbesteding. Voorbereid op de transitieve AWBZ-WMO*. Vilans en Movisie.

Bouwman-Van 't Veer, M., Knijn, T. & Berkel, R. van (2011). *Activeren door participeren. De meerwaarde van de Wet maatschappelijke ondersteuning voor re-integratie van mensen in de bijstand*. Movisie.

Bramsen, I., Tomesen, I., Voorham, T. & Miedema, H. (2011). Activating welfare recipients with health complaints: reasons for failure of a cognitive training programme. *Journal of Social Intervention: Theory and Practice*, 20(1): 57-75.

Bureau Onderzoek en Statistiek (2012). *Evaluatie Marathonbuurt 2012*. Bureau Onderzoek en Statistiek: Gemeente Amsterdam. Verkregen op 15 maart 2013 via www.zuid.amsterdam.nl/wonen_en/buurten-zuid/stadionbuurt/.

Bureau Onderzoek en Statistiek (2012). *De staat van de buurten in Zuid. Stadionbuurt*. Bureau Onderzoek en Statistiek: Gemeente Amsterdam. Verkregen op 15 maart 2013 via www.zuid.amsterdam.nl/wonen_en/buurten-zuid/stadionbuurt/.

Campen, C. van & Iedema, J. (2007). Are persons with physical disabilities who participate in society healthier and happier? Structural equation modelling of objective participation and subjective well-being. *Qual Life Res*, 16: 635-645.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2012). *Personen met een uitkering per gemeente*. Centraal Bureau voor de Statistiek: Den Haag/Heerlen. Verkregen op 15 februari 2013 via www.cbs.nl/menu/thema's/arbeid-sociale-zekerheid/cijfers/extra/personen-uitkering.htm

Danson, M. & Gilmore, K. (2009). Evidence on employer attitudes and EQUAL opportunities for the disadvantaged in a flexible and open economy. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 27: 991-1007.

Dienst, Werk en Inkomen (2010). Meedoen en meewerken. Meerjarenbeleidsplan Participatie 2011-2014. Dienst, Werk en Inkomen: Amsterdam. Verkregen op 15 maart 2013 via www.amsterdam.nl/gemeente/organisatie-diensten/dwi/dwi-corporate/verslagen-plannen/index/meerjarenbeleidsplan-1/.

Dienst, Werk en Inkomen (2011). Dienst, Werk en Inkomen: Amsterdam. Factsheet. Verkregen op 15 maart 2013.

Echtelt, P. van & Guiaux, M. (2012). *Verzorgd uit de bijstand: De rol van gedrag, uiterlijk en taal bij de re-integratie van bijstandsontvangers*. Sociaal Cultureel Planbureau: Den Haag.

Farhat, D. (2012). Bookworms and party animals: an artificial labour market with human and social capital accumulation. *Journal of Education and Work*, 1-42.

Gore, T. & Hollywood, E. (2009). The role of social networks and geographical location in labour market participation in the UK coalfields. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 27: 1008-1021.

Hal, L.B.E. van, Meershoek, A., Nijhuis, F. & Horstman, K. (2012). The 'Empowered Client' in Vocational Rehabilitation: The Excluding Impact of Inclusive Strategies. *Health Care Anal*, 20: 213-230.

Heijst, A. van (2005). *Menslievende zorg: een ethische kijk op professionaliteit*. Kampen: Klement.

Jager-Vreugdenhil, M. (2011). Spraakverwarring over participatie. *Journal of Social Intervention: Theory and Practice*, 20(1): 76-99.

Keuzenkamp, S. & Merens, A. (2006). *Sociale atlas van vrouwen uit etnische minderheden*. Sociaal Cultureel Planbureau: Den Haag.

Krikilion, W. (2006). *De therapeutische relatie*. Antwerpen: Garant.

- Kuis, E., Knoope, A. & Goossensen, A. (2010). Evaluatie van relatievorming in de laagdrempelige verslavingszorg. *Journal of Social Intervention*, 19(4), 82-99.
- Kulik, L. & Megidna, H. (2011). Women empower women: volunteers and their clients in community service. *Journal of Community Psychology*, 39(8): 922-938.
- Lang, G. & Molen, H.T. van der (2003). *Psychologische gespreksvoering: een basis voor hulpverlening*. Soest: Nelissen.
- Lindsay, C. & Mailand, M. (2009). Delivering employability in a vanguard 'active' welfare state: the case of Greater Copenhagen in Denmark. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 27: 1040-1054.
- Maplethorpe, N., Chanfreau, J., Philo, D. & Tait, C. (2010). Families with children in Britain: Findings from the 2008 Families and Children Study (FACS). Department for Work and Pensions Research Report No. 656.
- McCab, R. & Priebe, S. (2004). The therapeutic relationship in the treatment of severe mental illness: a review of methods and findings. *International Journal of Social Psychiatry*, 50(2), 115-128.
- Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid (2011). *Nieuwe Wet werk en bijstand*. Verkregen op 25 februari 2013 via www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/brochures/2011/12/23/de-nieuwe-wet-werk-en-bijstand.html.
- Minton, J.W., Pickett, K.E. & Dorling, D. (2012). Health, employment and economic change, 1973-2009: repeated cross sectional study. *BMJ*, 340: 1-9.
- Nordenmark, M. (1999). Non-financial employment motivation and well-being in different labour market situations: a longitudinal study. *Work, Employment & Society*, 13(4): 601-620.
- Pawson, R. & Tilley, N. (1997). *Realistic Evaluation*. London/New Delhi: Thousand Oaks/Sage Publications.

Ray, K., Hoggart, L., Taylor, R., Vegeris, S. & Campbell-Barr, V. (2009). Rewarding responsibility? Long-term unemployed men and the welfare-to-work agenda. *Environment and Planning C: Government and Policy*, 27: 975-990.

Regenmortel, T. van (2009). Empowerment als uitdagend kader voor sociale inclusive en moderne zorg. *Journal of Social Intervention: Theory and Practice*, 18(4): 22-42.

Rijksoverheid (2011). *Kredietcrisis*. Verkregen op 25 februari 2013 via www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/kredietcrisis

Rijksoverheid (2013). *Wanneer heb ik recht op bijstand?* Verkregen op 3 april 2013 via www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/bijstand/vraag-en-antwoord/wanneer-heb-ik-recht-op-bijstand.html

Röjdalen, G., Gelin, G. & Ivergard, T. (2005). Self-assessed changes in mental health and employment status as a result of unemployment training. *Applied Ergonomics*, 36: 145-155.

Russel, H. (1999). Friends in Low Places: Gender, Unemployment and Sociability. *Work, Employment & Society*, 13(2): 205-224.

Schellekens, J.M.H. (2003). *Beweging als warming-up voor re-integratie*. Rijksuniversiteit Groningen.

Schokkaert, E. & Sweeney, J. (1999). Social Exclusion and Ethical Responsibility: Solidarity with the Least Skilled. *Journal of Business Ethics*, 21: 251-267.

SISWO/Social Policy Research (2006). *Sociale activering in Zuid. De evaluatie van de trajectbemiddeling door United Restart 2003-2005*.

Stähli, M.E., Le Goff, J.M., Levy, R. & Widmer, E. (2009). Wishes or Constraints? Mothers' Labour Force Participation and its Motivation in Switzerland. *European Sociological Review*, 25(3): 333-348.

Uitermark, J., Gielen, A.J. & Ham, M. (2012). *Wat werkt nu werkelijk? Politiek en praktijk van sociale interventies*. Van Genneep.

Uitvoeringsplan Participatiecentrum (2011). Verkregen op 25 januari 2013.

Waghorn, G., Chant, D., Lloyd, C. & Harris, M.G. (2009). Labour market conditions, labour force activity and prevalence of psychiatric disorders. *Soc Psychiatry Psychiatr Epidemiol*, 44: 171-178.

Zimmerman, M.A. (1995). Psychological empowerment: Issues and illustrations. *American Journal of Community Psychology*, 23: 581-599.