

Amsterdam University of Applied Sciences

Resultaten corona onderzoek

enquête-onderzoek naar de gevolgen van Covid-19 op de schuldhulpverlening

Telli, Sibel; van Geuns, R.C.

Publication date

2021

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Telli, S., & van Geuns, R. C. (2021). *Resultaten corona onderzoek: enquête-onderzoek naar de gevolgen van Covid-19 op de schuldhulpverlening*. Hogeschool van Amsterdam, Maatschappij en Recht.

General rights

It is not permitted to download or to forward/distribute the text or part of it without the consent of the author(s) and/or copyright holder(s), other than for strictly personal, individual use, unless the work is under an open content license (like Creative Commons).

Disclaimer/Complaints regulations

If you believe that digital publication of certain material infringes any of your rights or (privacy) interests, please let the Library know, stating your reasons. In case of a legitimate complaint, the Library will make the material inaccessible and/or remove it from the website. Please contact the library: <https://www.amsterdamuas.com/library/contact/questions>, or send a letter to: University Library (Library of the University of Amsterdam and Amsterdam University of Applied Sciences), Secretariat, Singel 425, 1012 WP Amsterdam, The Netherlands. You will be contacted as soon as possible.



RESULTATEN CORONA ONDERZOEK

Enquête-onderzoek naar de gevolgen van Covid-19
op de schuldhulpverlening

Lectoraat Armoede Interventies / Amsterdams Kenniscentrum voor
Sociale Innovatie
2021

RESULTATEN CORONA ONDERZOEK

Enquête-onderzoek naar de gevolgen van Covid-19
op de schuldhulpverlening

AUTEUR

Sibel Telli
Roeland van Geuns

AFDELING

Lectoraat Armoede Interventies / Amsterdams Kenniscentrum voor Sociale
Innovatie

DATUM

4 januari 2021

VERSIE

2.0

© Hogeschool Amsterdam

Overname van informatie uit deze publicatie is toegestaan onder voorwaarde van een volledige bronvermelding.

Inhoudsopgave

1.	Inleiding.....	4
2.	Resultaten	5
3.	Tabellen- en figurenoverzicht	9
3.1	Achtergrondinformatie	9
3.2	Gevolgen voor caseload en contact.....	10
3.3	Nieuwe klanten / aanmeldingen	13
3.3.1	Aantallen en manier van aanmelden.....	13
3.3.2	Soort klanten	14
3.3.3	Soort vragen	14
3.4	Stress en werkdruk.....	15
3.5	Effect op overleggen	16
3.6	Benodigheden van organisatie.....	17

1. Inleiding

Sinds de start van de intelligente lockdown medio maart 2020 is het (werk)leven in heel Nederland veranderd. Het lectoraat Armoede Interventies van de Hogeschool Amsterdam is benieuwd wat de gevolgen hiervan zijn voor de werkzaamheden van professionals binnen de schuldhulpverlening en wat er vanuit de organisaties zelf gedaan kan worden om professionals bij hun werkzaamheden te ondersteunen.

Om hierachter te komen, heeft het lectoraat twee korte online vragenlijsten opgesteld en verspreid onder de professionals van verschillende schuldhulporganisaties: de eerste vragenlijst (T1) is verspreid in het voorjaar van 2020, de tweede vragenlijst (T2) in het najaar van 2020. De T1 geeft daarmee een beeld van de korte termijn effecten van de corona-situatie en de T2 vragenlijst de effecten op de iets langere termijn.

Doordat de data niet gekoppeld is (de mensen die beide vragenlijsten hebben ingevuld hoeven niet dezelfde mensen te zijn), is het niet mogelijk om de antwoorden van beide meetmomenten één-op-één met elkaar te vergelijken.

Onze dank gaat uit naar de NVVK die een actieve rol heeft gehad in de verspreiding van de vragenlijst. Bovendien gaat onze dank natuurlijk uit naar alle professionals die de moeite hebben genomen de vragenlijst in te vullen. Zonder hun medewerking zou dit rapport er niet liggen.

2. Resultaten

Hieronder volgt een samenvatting van de meest relevante en opvallende resultaten. Daarna volgt een overzicht van alle tabellen en figuren.

Opmerkingen vooraf:

- De 'n' staat voor aantal.
- Bij vragen met 'meerdere antwoorden mogelijk' als antwoordoptie, kan het totaal aantal gegeven antwoorden optellen tot boven de 100%.
- Er is sprake van meer spreiding qua werklocatie (ten opzichte van de T1). Het voordeel is dat de huidige steekproef representatiever is, het nadeel is dat het slecht te vergelijken is met de antwoorden van respondenten van T1 waar een groot deel van de respondenten bij Kredietbank Limburg en in de regio Amsterdam werkte.
- De respondenten (n=32) die bij vraag 1 aangaven dat hun werkzaamheden sinds de corona situatie onveranderd is, zijn uit de vragenlijst geleid en hebben daarmee de rest van de vragenlijst (over de inhoud van de veranderingen) niet gezien.

Achtergrondinformatie

- In totaal hebben 330 respondenten de tweede vragenlijst (T2) ingevuld tussen 6 oktober 2020 en 12 november 2020. Deze vragenlijst gaat over de effecten van de corona-situatie op de wat langere termijn. Voor de analyses hebben we gebruik kunnen maken van de data van 312 respondenten. De gegevens van de rest (18 respondenten) zijn verwijderd omdat ze niet meer dan de eerste drie vragen hebben beantwoord of omdat ze niet binnen onze onderzoeksgroep vallen (o.a. managers).
- Ongeveer de helft (53%) van alle respondenten is schuldhulpverlener en ongeveer een vijfde (19%) is bewindvoerder.
- Een relatief groot deel (30%) van de respondenten heeft de naam van de organisatie waar hij/zij voor werkzaam is niet genoemd. De rest van de respondenten werkt voor verschillende organisaties. Buiten Plangroep (11%) is er geen enkele organisatie waar meer dan 10% van de respondenten werkzaam is. Met andere woorden: er is een redelijk goede spreiding qua organisatie.
- Net als bij de T1 is ruim vier op de vijf van de respondenten langer dan drie jaar werkzaam binnen schuldhulpverlening.

Gevolgen corona-situatie op caseload en contact

- Negen op de tien respondenten zeggen dat de werkzaamheden zijn veranderd door de corona-situatie, een kwart zegt zelfs dat het helemaal is veranderd.
- Een derde van de respondenten zegt dat de caseload ten opzichte van vorig jaar gelijk is gebleven, voor 23% is het een beetje gedaald en voor 25% is het een beetje gestegen. Hele sterke dalingen of stijgingen worden dus niet genoemd.
- De manier waarop de communicatie met de klanten plaatsvindt, is (nog steeds) anders dan voor de corona-situatie: ongeveer twee derde van de respondenten (67%) zegt dat het face-to-face contact veel minder is geworden en voor 23% procent is het een beetje minder. In plaats daarvan wordt er nu "veel meer gebeld" (57% van de respondenten noemt dit) en "veel meer gemaïld" (39% noemt dit). Chatten en beeldbellen worden relatief vaak *niet* ingezet als extra communicatiemiddel

(respectievelijk 36% en 32% van de respondenten zegt bij deze communicatiemiddelen 'niet van toepassing'). Netto gezien is er geen toe- of afname in het contact per post.

Face-to-face klantcontact

- Ondanks dat het face-to-face contact (veel) minder plaatsvindt, zegt ongeveer twee derde van de respondenten op het moment van enquêtering (weer) face-to-face gesprekken te voeren. Alle soorten gesprekken worden genoemd, maar eruit springend zijn de intakegesprekken (77% van de respondenten noemt dit), crisisgesprekken (58% noemt dit) en tussentijdse gesprekken (53% noemt dit).

Ondersteuning huidige klanten

- Ruim driekwart (78%) van de respondenten zegt dat bepaalde type klanten minder goed te ondersteunen zijn sinds de corona-situatie. De volgende doelgroepen worden het vaakst genoemd: klanten met multiproblematiek (70% van de respondenten noemt deze groep), klanten met een migratieachtergrond (57% van de respondenten noemt deze groep) en oudere klanten (37% van de respondenten noemt deze groep). Mkb'ers en klanten met een baan worden het minst vaak genoemd (beide groepen worden door 7% van de respondenten genoemd als minder goed te ondersteunen doelgroep).
- Uit de open antwoorden van de respondenten blijkt dat veel schuldhelpverleners hun werkzaamheden hebben aangepast om moeilijk te bereiken doelgroepen zo goed als mogelijk te kunnen bereiken. Zo bellen schuldhelpverleners veel vaker (na), leggen ze huisbezoeken af of wandelen ze samen met de klant door de wijk of het park, zijn er speciale corona-proof spreekkamers ingericht om dringende en complexe zaken op te kunnen pakken, wordt er veel nauwer samengewerkt met andere hulpverleners (bijvoorbeeld wijkteams, thuiszorg), zijn de openingstijden verruimd, wordt het contact onderhouden via whatsapp/sms en worden er tolken ingezet voor klanten die de Nederlandse taal niet goed beheersen. De meeste hulpverleners vinden een dergelijke actieve aanpak prettig werken.

Nieuwe klanten

- Het lijkt erop dat het aantal klanten is toegenomen: ongeveer een kwart zegt dat de caseload gelijk is gebleven, 20% zegt dat het een beetje is gedaald en 44% zegt dat het een beetje tot sterk is toegenomen.
- De respondenten (n=87) die hebben aangegeven dat het aantal nieuwe aanmeldingen (sterk) afgenomen is, geven aan dat de nieuwe klanten zich vooral telefonisch (59% van de respondenten noemt dit) en via het contactformulier op de website aanmelden (55% van de respondenten noemt dit). Ruim een kwart (28%) komt binnen via doorverwijzingen van samenwerkings- en/of ketenpartners.
- Ruim twee derde (69%) van de respondenten zegt dat sinds de corona-situatie meer zzp'ers aanmelden. Ongeveer een derde (36%) ziet ook meer mkb'ers en klanten met een baan binnenkomen.
- Volgens ongeveer een derde (31%) van de respondenten hebben nieuwe klanten sinds de corona-situatie andere soort vragen: er komen meer vragen binnen over inkomensregelingen van de gemeente (62% van de respondenten noemt dit) en ook meer vragen over betalingsachterstanden (56% van de respondenten noemt dit).

Nieuwe klanten (aanvullende analyses)

Ondernemers

Respondenten die meer zzp'ers tegenkomen in hun praktijk, noemen ook vaker mkb'ers als nieuwe doelgroep. Het lijkt er dus op dat enkel bepaalde professionals / organisaties beide ondernemerstypen (kunnen) ontvangen. Dit komt overeen met de antwoorden die gegeven zijn bij andere open vragen: bijv. inrichting van extra loketten voor ondernemers bij bepaalde locaties.

Amsterdam vs. andere gemeenten

Verder zien professionals die werkzaam zijn in de gemeente Amsterdam vaker nieuwe doelgroepen binnenkomen (59% zegt dit) dan professionals buiten Amsterdam (33% zegt dit).

Note: vanwege de kleine n is het niet mogelijk om extra analyses te doen. Bijvoorbeeld: welke soort professionals zien meer zzp'ers / mkb'ers in hun werkpraktijk?

Stress en werkdruk

- Ruim de helft van de respondenten geeft aan dat de werkdruk sinds de corona-situatie een beetje tot sterk is toegenomen. Dat is iets meer dan het aandeel respondenten op de T0.
- Er is een duidelijk verschil tussen de genoemde oorzaken van respondenten met betrekking tot de toegenomen werkdruk. Bij de T0 werd de stress voornamelijk toegeschreven aan meer logistieke en praktische zaken als: de onduidelijkheid omtrent de werkinrichting, afwezigheid van de juiste tools om het thuiswerken te faciliteren. In de T1 noemen respondenten een ander type oorzaken. Zo zien ze vaker dat de stemming onder klanten wat grimmiger is geworden, dossiers complexer en de communicatie met (externe) collega's minder goed vanwege het minder op kantoor aanwezig zijn. De oorzaken voor meer stress zijn dus verschoven van tijdelijke aanpassingsproblemen naar meer structurele problemen die samenhangen met de omstandigheden. Daarmee vragen ze dus om een ander soort oplossing.

Overige opmerkingen en benodigdheden

- Op de T1 noemden respondenten zowel voor- als nadelen van het thuiswerken. Het minder fysiek (kunnen) vergaderen, de afwezigheid van kletsmomentjes met collega's leek voor meer concentratie en productiviteit te zorgen. Professionals konden zo het achterstallige werk inhalen. Ook hadden ze (als organisatie) ontdekt dat het online vergaderen soms net zo efficiënt kon zijn als fysiek vergaderen en werd de rust van het niet op en neer moeten reizen als positief gewaardeerd. Dit verhaal was wel negatiever voor respondenten met kleine kinderen; die waren, in combinatie met het ontbreken van kinderopvang, minder enthousiast over het thuiswerken.
- Die eerste euforie lijkt nu voor heel veel respondenten weggezaakt te zijn. Op de T2 worden veel meer negatieve aspecten van het thuiswerken genoemd. Opvallend is dat nog altijd het ontbreken van de juiste tools om het thuiswerken mogelijk te maken veelvuldig wordt genoemd. Vooral de afwezigheid van een goede printer/scanner wordt als knelpunt ervaren. Enkele respondenten geven aan dat ze voor elkaar printen op dagen dat ze op kantoor zijn (en de ander niet). Ze doen dit graag voor elkaar, maar geven ook aan dat het tijdsverlies is.
- Veel organisaties hebben inmiddels (enkele) corona-proof spreekkamers ingericht. Volgens veel respondenten is dit echter niet voldoende. Zij ervaren het gebrek aan duidelijke richtlijnen en

protocollen omtrent contact met klanten als knelpunt. Ook zouden sommige professionals veel vaker klanten in de corona-proof spreekkamers willen ontvangen.

- Tot slot: een aantal professionals pleit voor een combinatie van het thuiswerken en het werken op kantoor voor de toekomst.

3. Tabellen- en figurenoverzicht

3.1 Achtergrondinformatie

Tabel 1: Wat is uw functie? (n=312)

	Percentage (n)
Maatschappelijk werker	3% (8)
Schuldhelpverlener	53% (164)
Sociaal raadsman/-vrouw	4% (13)
Bewindvoerder	19% (58)
Budgetcoach/-beheer	5% (17)
Anders*	17% (52)

* Onder andere: Assistent bewindvoering (7x), teamleider / coördinator (7x), stagiaire schuldhulpverlening (4x), preventiemedewerker (4x), administratief medewerker (3x), curator (1x).

Tabel 2: Op welke locatie bent u werkzaam? (n=312)

	Percentage (n)
PLANgroep	11% (34)
Gemeente	8% (25)
Combiwel	4% (14)
Doras	4% (14)
PuurZuid	4% (13)
Centram	3% (9)
OBIN	3% (9)
Bewindvoederskantoor (naam niet gespecificeerd)	2% (7)
Kwadraad	2% (6)
SEZO	2% (6)
Kredietbank Limburg	2% (5)
Zuidweg & Partners	1% (4)
Andere organisaties ¹ (1 tot 3 keer genoemd)	23% (58)
<i>Niets ingevuld</i>	30% (93)

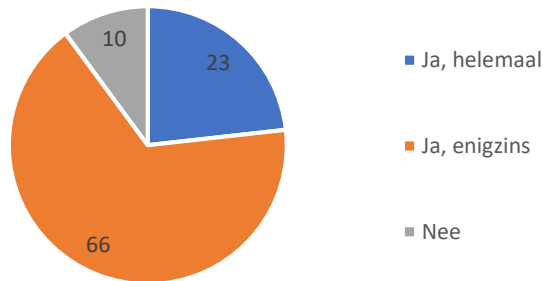
¹ Inclusief bewindvoederskantoren met naam.

Tabel 3: Hoe lang werkt u al in dit veld? (n=312)

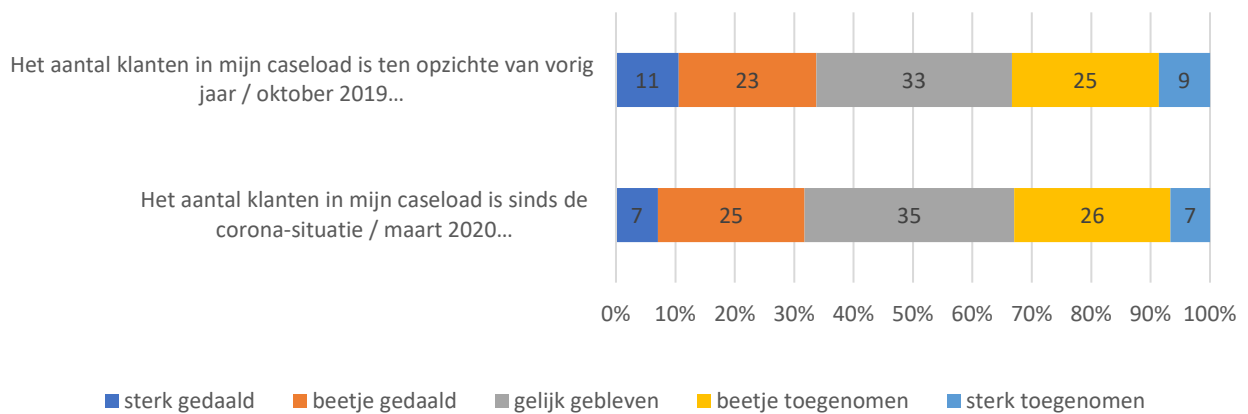
	Percentage (n)
< 1 jaar	8% (24)
1-2 jaar	11% (35)
3-5 jaar	22% (69)
> 5 jaar	59% (184)

3.2 Gevolgen voor caseload en contact

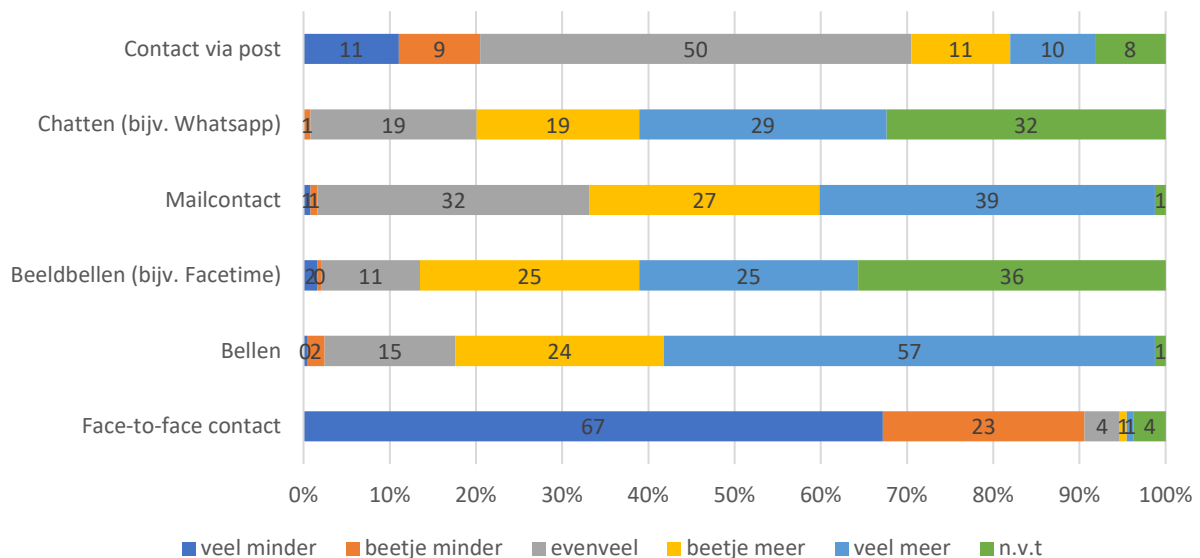
Figuur 1: Ziet uw werk er op het moment anders uit dan voor de corona-situatie? (n=312)



Figuur 2: Verandering in caseload (n=255)



Figuur 3: Sinds de corona-situatie vindt het klantcontact vooral op afstand plaats. Geef aan of u nu meer of minder gebruik maakt van onderstaande communicatiemethoden dan voor de corona-situatie (n=244)



Figuur 4: Heb je op dit moment face-to-face gesprekken met klanten? (n=244)



Circa twee derde (65%) van de respondenten voert op het moment (weer) face-to-face gesprekken met klanten

Indien JA ingevuld (n=159): welke gesprekken? (meerdere antwoorden mogelijk)	Percentage respondenten dat dit noemt (n)
Intakegesprekken	77% (122)
Tussentijdse gesprekken	53% (84)
Nazorg gesprekken	21% (34)
Inloopsgesprekken / spreekuur	20% (32)
Crisisgesprekken	58% (93)
Anders*	19% (30)

* Antwoorden die onder andere zijn genoemd: gesprekken die op afstand niet goed te voeren zijn of niet goed zullen aankomen (5x), huisbezoeken / voordeurgesprekken (3x), aanmelding voedselbank (1x), invullen van papieren (1x), plan van aanpak opstellen (1x), preventieve deurwaarderstraject (1x)

Figuur 5: Merkt u dat een bepaalde type klant sinds de corona-situatie minder goed te ondersteunen is? (n=242)



Volgens 78% van de respondenten is een bepaalde type klant sinds de corona-situatie minder goed te ondersteunen

Indien JA ingevuld (n=181): welke doelgroep? (meerdere antwoorden mogelijk)	Percentage respondenten dat dit noemt (n)
Zzp'ers	14% (27)
Mkb'ers (kleine ondernemers)	7% (13)
Ouderen	37% (70)
Jongeren	17% (32)
Klanten met een baan	7% (14)
Klanten met multiproblematiek	70% (133)
Klanten met een migratieachtergrond	57% (107)
Anders*	21% (40)

* Klanten met een LVB (14x), klanten met psychische problematiek (4x), laaggeletterden (4x), digibeten of mensen zonder digitale middelen (3x), klanten met een lage zelfredzaamheid (2x). Plus nog wat losse antwoorden zoals: daklozen (1x), expats (1x), klanten met een lage motivatie (1x), hulpmijders (1x).

Aan de 189 respondenten die hebben aangegeven dat (een) bepaald(e) doelgroep(en) niet goed ondersteund of bereikt kunnen worden, is de volgende vraag gesteld: 'Kunt u ons wat meer vertellen over hoe het bereiken of ondersteunen van deze type klant(en) in de praktijk vormgegeven wordt en wat vindt u van deze aanpak?' De antwoorden van de respondenten zijn hieronder gebundeld weergegeven, gesorteerd naar aantal keer genoemd.

Huisbezoeken



- Huisbezoeken worden veruit het vaakst genoemd als alternatieve aanpak;
- Volgens respondenten hebben huisbezoeken vooral voordelen. Zo kunnen ze achter de voordeur kijken en werkt het efficiënter. Enkele respondenten noemen de reisafstand (tijdsintensief) en het gevaar op besmetting als nadeel;
- Een paar respondenten doet de huisbezoeken niet zelf; dat wordt gedaan door vrijwilligers van bijvoorbeeld het Eropaf Team of schuldhulpmaatjes;
- Ook andere, creatieve alternatieven voor huisbezoeken worden genoemd: met de klant wandelen, of 'deurbezoeken'. De gesprekken vinden dan buiten bij de deur plaats. Kanttekening hierbij is wel dat sommige zaken te privacy gevoelig zijn om buiten bij de deur of op een bankje te bespreken.

Face-to-face gesprekken op kantoor



- Volgens alle respondenten werken face-to-face gesprekken altijd beter dan andere vormen van communicatie (zoals beeldbellen en mailen);
- Face-to-face gesprekken worden voornamelijk aangeboden wanneer daar vanuit de klant behoefte aan is of wanneer de hulpverlener dit als beste optie acht (bijv. in het geval van complexe dossiers en bij dringende situaties);
- Face-to-face gesprekken vinden vaak op afspraak plaats. Er worden speciale corona-proof spreekkamers ingericht (bijv. met plastic scheidingswanden) om klanten op kantoor te kunnen ontvangen.

Intensievere samenwerking en doorverwijzing



- Vaker doorverwijzen naar andere professionals die dichterbij de klant zitten (bijvoorbeeld wijkteams, huisartsen, schuldhulpmaatjes);
- Meer samenwerking met andere hulpverleners waar de klant mee te maken heeft. Bijvoorbeeld informatie inwinnen bij de thuishulp of de wijkcoach.

Herhaaldelijk contact opnemen



- Respondenten bellen hun klanten vaker na, gebruiken vaker Whatsapp of SMS als communicatietool, sturen folders.

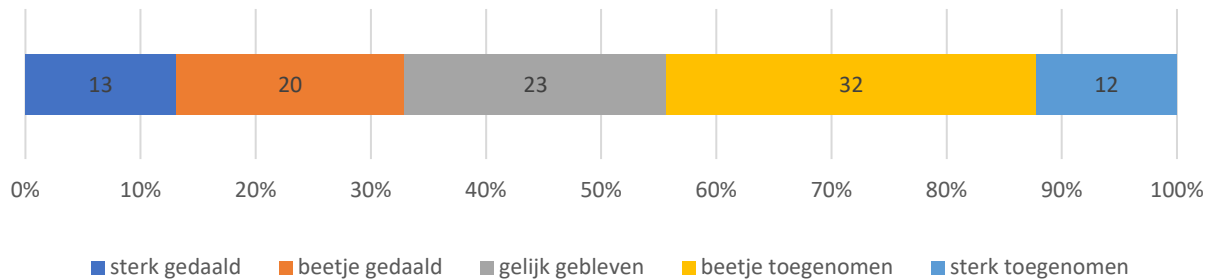
Enkele losse antwoorden

Ruimere openingstijden (3x genoemd), inzet tolken bij klanten met een migratieachtergrond (1x), telefoondienst ingevoerd (1x), ondernemersloket ingericht (1x).

3.3 Nieuwe klanten / aanmeldingen

3.3.1 Aantallen en manier van aanmelden

Figuur 6: Het aantal nieuwe klanten dat zich sinds de corona-situatie met vragen over financiële problemen heeft aangemeld is... (n=237)



Tabel 4: [Aansluitend op vraag in Figuur 6] U heeft aangegeven dat het aantal aanmeldingen een beetje of sterk gedaald is. Op welke manier melden nieuwe klanten zich op dit moment aan? (meerdere antwoorden mogelijk) (n=78)

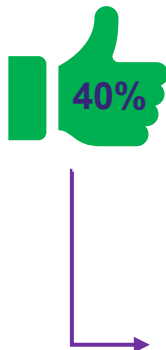
	Percentage respondenten dat dit noemt (n)
Via een contactformulier op de website	55% (43)
Telefonisch	59% (46)
Doorverwijzing via samenwerkingspartner*	31% (24)
Dat weet ik niet	10% (8)
Anders**	28% (22)

* De antwoorden die respondenten gaven bij de categorie 'anders' zijn samengevoegd onder deze categorie. Voorbeelden van genoemde samenwerkingspartners zijn: voedselbank, bewindvoerder, wijkteams, gemeente.

** Antwoorden die gegeven zijn: via de email (9x), via vroegsignalering (3x), via de balie of inlooppreekuren (3x), via regulier aanvraagformulier (2x). Voorbeelden van losse antwoorden: toewijzing WSNP via rechtbank (1x), via contacten LinkedIn (1x).

3.3.2 Soort klanten

Figuur 7: Meldt zich sinds de corona-situatie een ander type klanten aan? (n=234)



Volgens **40%** van de respondenten melden andere type klanten zich aan sinds de corona-situatie

Welke soort klant betreft dit (n=95) (meerdere antwoorden mogelijk)	Percentage respondenten dat dit noemt (n)
Meer zzp'ers	69% (65)
Meer mkb'ers (kleine ondernemers)	36% (34)
Meer ouderen	4% (4)
Meer jongeren	26% (24)
Meer klanten met een baan	36% (34)
Meer klanten met multiproblematiek	15% (14)
Meer klanten met een migratieachtergrond	17% (16)
Anders*	13% (12)

* Voorbeelden van gegeven antwoorden: mensen met een flex-/nul-/tijdelijk contract (3x), expats (1x), mensen die werkzaam zijn in de horeca (1x), taxichauffeurs (1x), mensen met zwak sociaal netwerk (1x), mensen met hoge (1x) of juist lage schulden (1x).

3.3.3 Soort vragen

Figuur 8: Is het soort vragen van nieuwe klanten sinds de corona-situatie veranderd? (n=233)



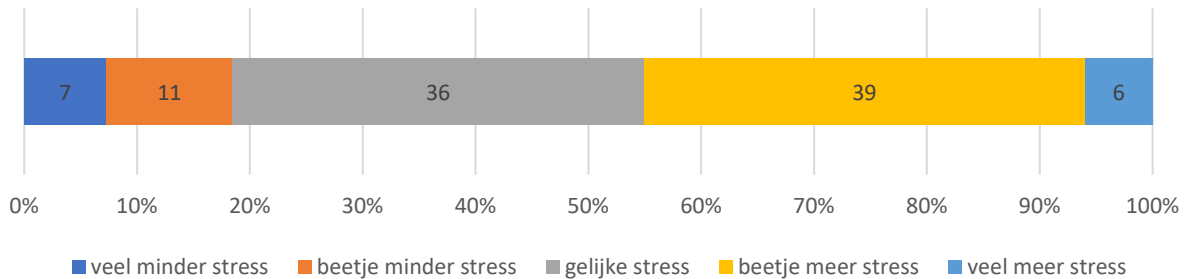
Volgens **31%** van de respondenten is het soort vragen van nieuwe klanten sinds de corona-situatie veranderd

Welke soort vragen betreft dit (n=73) (meerdere antwoorden mogelijk)	Percentage respondenten dat dit noemt (n)
Meer vragen over betalingsachterstanden	56% (41)
Meer vragen over leningen	14% (10)
Meer vragen over huisuitzettingen	16% (12)
Meer vragen over afsluiting energie	14% (10)
Meer vragen over niet betalen zorgverzekering	12% (9)
Meer vragen over inkomensregelingen van de gemeente	62% (45)
Meer vragen over huur-/ en of zorgtoeslag	12% (9)
Meer vragen over (opdringerige) schuldeisers	25% (18)
Meer vragen over iets anders*	37% (27)

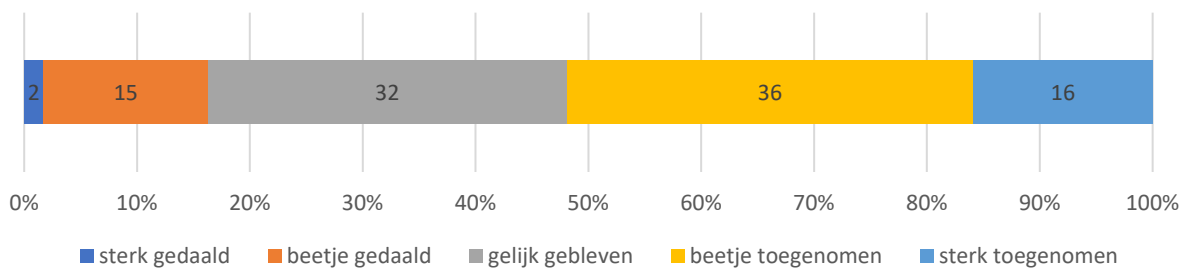
* Voorbeelden van antwoorden: verzoeken voor extra geld voor corona-gerelateerde zaken als mondkapjes (5x), vragen over inkomensverlies (4x), vragen van (ex)ondernemers over bijvoorbeeld faillissementen (4x), vragen over (tijdelijke) uitkeringen (3x). Voorbeeld losse antwoorden: vragen over bereikbaarheid, vragen over mogelijke achterstanden in de toekomst.

3.4 Stress en werkdruk

Figuur 9: De nieuwe manier van werken (telefonisch, chatten, Zoom- of Teams-besprekingen, etc.) geeft mij... (n=233)



Figuur 10: Sinds de corona-situatie is de werkdruk... (n=233)



Aan 37 respondenten die op de vorige vraag 'sterk toegenomen' hebben geantwoord, is de volgende vraag gesteld: 'U heeft aangegeven dat de werkdruk sinds de corona-situatie sterk is toegenomen. Heeft u hier een verklaring voor?'. Eén respondent antwoordde 'dat weet ik niet'. De antwoorden van de 36 andere respondenten die 'ja' zeiden, zijn hieronder weergegeven:

Stemming doelgroep, complexe dossiers, communicatie, praktisch

(minstens vier keer genoemd)

- Cliënten zijn agressiever / depressiever / eenzamer;
- Dossiers worden ingewikkelder: klanten hebben vaker geen inkomsten meer, er is sprake van een crisissituatie, klant is (ex-)ondernemer;
- Korte lijntjes met samenwerkingspartner mist / organisaties of instanties zijn minder goed te bereiken waardoor het allemaal wat langer duurt;
- Minder goed / efficiënt contact met de klant zelf. Niet iedereen is even digitaal vaardig;
- Klanten bellen vaker (soms alleen om te kletsen). Daardoor kan er minder werk verricht worden.
- Digitaal organiseren kost tijd (bijvoorbeeld niet kunnen printen).

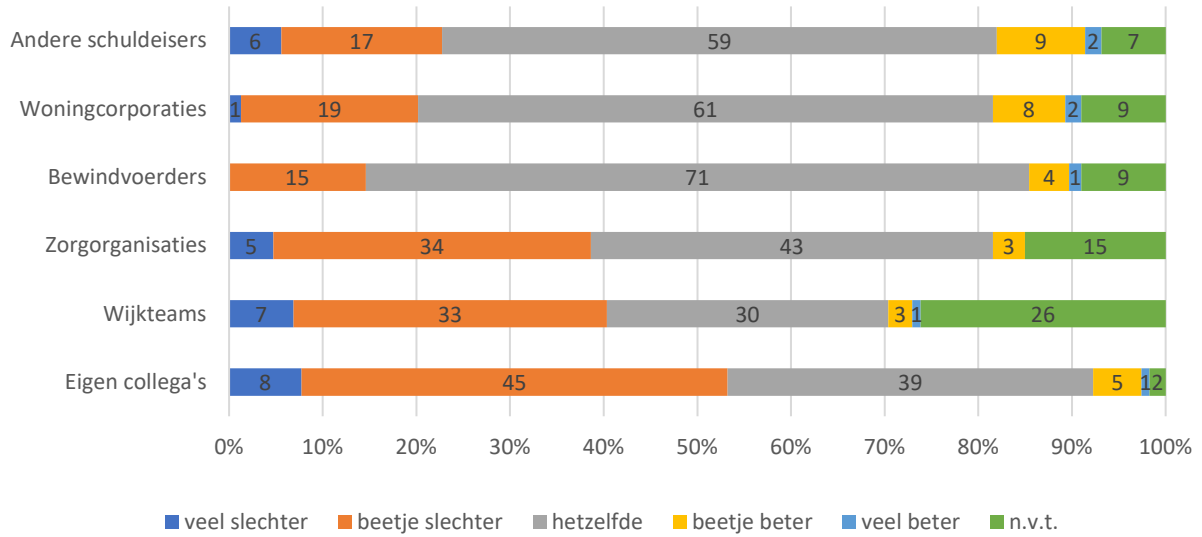
Overige zaken

(twee tot drie keer genoemd)

- Caseload van zieke collega's overnemen;
- Werk wordt continue opnieuw ingericht;
- Verminderde concentratie bij thuiswerken (met kleine kinderen).

3.5 Effect op overleggen

Figuur 11: Wat zijn de effecten van de nieuwe manier van werken op de kwaliteit van afstemming en overleg met professionals bij andere organisaties? (n=233)



3.6 Benodigdheden van organisatie

Op de vraag 'Wat heeft u van uw organisatie nodig om uw werkzaamheden tijdens de corona-situatie goed uit te kunnen voeren?' hebben 134 respondenten / 57% van de respondenten gezegd iets nodig te hebben (de rest zei niks nodig te hebben). De gegeven antwoorden zijn hieronder gebundeld weergegeven. De dikgedrukte antwoorden zijn meer dan 20 keer genoemd.

Praktische ondersteuning gericht op digitaal thuiswerken



- **Oplossingen om ook thuis te kunnen inscannen, printen etc.;**
- Andere praktische tools om het thuiswerken te faciliteren, bijvoorbeeld: ARBO goedgekeurde stoelen etc.;
- Online coaching over bijvoorbeeld timemanagement in coronatijd;
- Betere ICT-ondersteuning

Praktische ondersteuning gericht op face-to-face contact



- **Meer corona-proof ruimtes op kantoor (bijvoorbeeld afgeschermdde spreekkamers, voldoende ventilatie) om klanten te kunnen ontvangen;**
- Heldere communicatie en richtlijnen over gebruik van deze ruimtes;
- **Mogelijkheid om collega's fysiek te zien voor een beter teamgevoel.**

Overige zaken



- **Begrip en waardering vanuit de organisatie (maar ook van klanten) voor de huidige werksituatie;**
- Meer personele bezetting / medewerkers. Vooral nu bij uitval van collega's vanwege corona-verzuim worden dossiers niet goed verdeeld;