



Ouders ontmoeten elkaar

Onderzoek naar
ontmoetingsactiviteiten voor
ouders met jonge kinderen

Onderzoek en Business Intelligence



Gemeente Rotterdam

Colofon

Gemeente Rotterdam, afdeling Onderzoek en Business Intelligence (OBI)

Datum: 2 april 2020

Auteur(s): C.L. de Haan, J.M. Anschutz

Vragen: onderzoek@rotterdam.nl



Inhoudsopgave

1	Inleiding	6
1.1	Operationalisatie 'ontmoetingsactiviteit'	6
1.2	Doelgroep van ontmoetingsactiviteiten	7
1.3	Ondersteuning door de gemeente	7
1.4	Doel onderzoek en onderzoeksvragen	7
1.5	Methode	8
1.6	Opzet van het rapport	8
2	Organisatie en uitvoering van ontmoetingsactiviteiten	10
2.1	Historie	10
2.2	De organisatie van ontmoetingsactiviteiten	10
2.3	Doelgroep en werving van ouders	11
2.4	Financiering	14
2.5	Leren en deskundigheidsbevordering	15
2.6	Conclusie	15
3	Ervaringen van initiatiefnemers met de ontmoetingsactiviteiten	17
3.1	Doel en doelgroep	17
3.2	Werving en behouden van ouders	19
3.3	De inhoud van het programma	21
3.4	Het stimuleren van ontmoeting	22
3.5	Ruimte en locatie	25
3.6	De inzet van vrijwilligers	26
3.7	Samenwerking	27
3.8	Sterke punten en knelpunten	28
3.9	Conclusie	30
4	Tevredenheid van en ervaren effecten op ouders	32
4.1	Effecten op ouders volgens initiatiefnemers	32
4.2	Tevredenheid ouders	35
4.3	Hulp bij de opvoeding	37
4.4	Ervaren effecten	38
4.5	Tips van ouders voor verbetering	39
4.6	Conclusie	40

5	Ondersteuning door de gemeente	41
5.1	Wat is 'ondersteuning'?	41
5.2	Het stappenplan	41
5.3	Kennis uit het social marketing- onderzoek	42
5.4	. Netwerkbijeenkomsten	43
5.5	Behoeften aan ondersteuning door de gemeente	44
5.6	Conclusie	45
6	Conclusies en aanbevelingen	47
6.1	Inleiding	47
6.2	Kernconclusies	47
6.3	Aanbevelingen	48
6.4	Conclusies: Kenmerken van ontmoetingsactiviteiten en werkzame elementen	50
6.5	Conclusies: Tevredenheid van ouders en ervaren effecten	53
6.6	Conclusies: Ondersteuning door de gemeente	54
	Bijlage A Vragenlijst initiatiefnemers	55
	Bijlage B Vragenlijst ouders	57

1 Inleiding

Afdeling Jeugd, Cluster Maatschappelijke Ontwikkeling, heeft OBI benaderd met een vraag over zogenaamde ontmoetingsactiviteiten, initiatieven die zich richten op ontmoeting van ouders met jonge kinderen (0-4 jaar). Deze initiatieven zijn onderdeel van het actieprogramma Stevige Start (2016-2020). Het programma Stevige Start heeft als doel om meer gezonde geboortes te bevorderen en meer kinderen een veilige en kansrijke plek te bieden om op te groeien, als basis om zich later optimaal te kunnen ontwikkelen.

Volgens het programma Stevige Start¹:

Voor ouders met jonge kinderen en een klein sociaal netwerk bieden we ontmoetingsactiviteiten in de wijk, zoveel mogelijk in aansluiting op de Huizen van de Wijk. Hier kunnen ze samen met hun kinderen ontspannen, andere ouders of gezinnen leren kennen en ervaringen uitwisselen. Op deze manier bieden ouders elkaar steun bij de alledaagse opvoeding. In het kotercafé kunnen professionals van het CJG of andere partners in de wijk aansluiten voor het laagdrempelig geven van informatie en advies.

In het vervolg spreken we van “ontmoetings-activiteiten voor ouders”. In het programma Stevige Start staat de doelstelling om in elke wijk een ontmoetingsactiviteit voor ouders met kinderen van 0 tot 4 jaar op te zetten.

In de bestekken voor welzijn hebben welzijnsorganisaties de opdracht gekregen om ontmoetingsactiviteiten op te zetten.

Hierbij kunnen zij aansluiten bij bestaande structuren (zoals de Huizen van de Wijk of reeds bestaande initiatieven) of ze kunnen nieuwe initiatieven opzetten, als deze nog niet bestaan. In dit rapport gebruiken wij de term ‘welzijnsorganisaties’ voor organisaties die de gemeente Rotterdam in 2018

gecontracteerd heeft om welzijnswerk uit te voeren in de gebieden.

1.1 Operationalisatie ‘ontmoetingsactiviteit’

OBI stelt ten behoeve van het onderzoek de volgende (voorlopige) operationalisatie van de term “ontmoetingsactiviteit” voor:

Een ontmoetingsactiviteit is een activiteit voor ouders met kinderen van 0 tot 4 jaar, die als doel ontmoeting voor ouders heeft en met enige frequentie plaatsvindt. Het gaat om een plek, waar ouders op laagdrempelige wijze kunnen binnenlopen om te kletsen, koffie te drinken of vragen te stellen. In de ontmoetingsactiviteit vinden activiteiten plaats voor kinderen en (soms) voor ouders. Zowel professionals (betaalde krachten) als ouders zelf (vrijwilligers) kunnen activiteiten organiseren.

Sociale steun en ontmoetingsactiviteiten voor ouders
De afdeling Jeugd heeft een onderzoek laten uitvoeren naar de doelgroep vanuit een social marketing blik, door W&I Group BV. Daarbij zijn ook enige bestaande ontmoetingsactiviteiten bezocht. In het social marketing onderzoek van W&I Group is een beperkt literatuuronderzoek opgenomen naar sociaal netwerk, sociale steun en laagdrempelige ontmoetingsactiviteiten voor ouders.

Uit deze literatuur komt naar voren dat het bij een sociaal netwerk draait om duurzame relaties. Het opbouwen van deze duurzame relaties is het uiteindelijke doel van de ontmoetingsactiviteit. Een sterk sociaal netwerk van ouders zorgt voor minder opvoedproblemen. Tevens heeft een sterk sociaal netwerk een positief effect op het zelfvertrouwen en een ontspannen opvoeding.² Vanuit de literatuur brengt W&I Group vier categorieën in kaart op het gebied van een klein sociaal netwerk. De meeste kans ligt voor de ontmoetingsactiviteiten op de groep eenzamen en sociaal geïsoleerden. De eenzamen hebben voldoende contacten in het netwerk, maar weten niet goed hoe zij hier optimaal gebruik van kunnen

¹ Gemeente Rotterdam. Actieprogramma Stevige Start 2016-2020.

² Idem.

maken. De sociaal geïsoleerden hebben weinig contacten binnen het netwerk, en zou deze graag willen vergroten. Daarbij lopen ouders met een (licht) verstandelijke beperking, alleenstaande ouders, ouders met een laag inkomen, ouders met een laag opleidingsniveau en ouders met opvoedstress vaker risico op een klein sociaal netwerk.³

De ontmoetingsactiviteiten zouden volgens het gemeentelijk beleid moeten bijdragen aan 'het vergroten van sociale steun onder ouders met kinderen tussen de 0 en 4 jaar.'

Uit sociale relaties kan sociale steun worden verkregen (Glanz, Rimer & Viswanath, 2008). Sociale steun kan verschillende functies hebben. Glanz, Rimer & Viswanath (2008) beschrijven de volgende vier functies:

1. Emotionele steun
2. Instrumentele steun
3. Informatieve steun
4. Reflectieve steun

De emotionele steun richt zich op vertrouwen, liefde, empathie en zorg. Instrumentele steun gaat over materiële steun en een beroep op mensen kunnen doen. Het gaat vooral over praktische zaken zoals bijvoorbeeld hulp bij een klus in huis of een oppas. Adviezen, suggesties en informatie die helpen om een probleem op te lossen vallen onder informatieve steun. De laatste vorm, reflectieve steun, bevat informatie die een bijdrage kan leveren aan zelfevaluatie. Dit kan bijvoorbeeld feedback zijn (Glanz et al., 2008).

Om sociale steun van ouders te vergroten is het van belang dat de ontmoetingsactiviteiten inspelen op de verschillende soorten sociale steun

OBI gaat uit van dit concept van vier functies van sociale steun.

1.2 Doelgroep van ontmoetingsactiviteiten

Uit het social marketingonderzoek van W&I Group komt naar voren dat de ontmoetingsactiviteiten het beste zouden aansluiten bij bepaalde typen ouders, moeders uit de zogeheten segmenten 7, 8 en 9.

Deze ouders omvatten laagopgeleide moeders met een strakke opvoedstijl (7), met een evenwichtige opvoedstijl (8) en met een losse opvoedstijl (9). Dit zijn met name risicogroepen als het aankomt op sociaal netwerk en sociale steun. Binnen deze segmenten bevinden zich moeders met een migratieachtergrond, multiproblematiek, een laag opleidingsniveau, een licht verstandelijke beperking en een aversie tegen professionele hulp. Uit het literatuuronderzoek van W&I Group blijkt dat mensen met een van deze achtergronden vaak een minder sterk sociaal netwerk hebben en minder sociale steun ervaren.

Om het doel 'versterken van sociale steun' te bereiken, is het van belang dat initiatieven vooral deze groepen weten te bereiken.



1.3 Ondersteuning door de gemeente

De afdeling Jeugd biedt aan de initiatiefnemers ondersteuning aan in de vorm van kennis en advies uit het sociaal marketingonderzoek. De gemeente vertaalt dit onderzoek in een zogenaamd stappenplan (en een toelichting op het stappenplan). Ook is er een format voor een flyer beschikbaar gesteld. Daarnaast heeft de gemeente netwerkbijeenkomsten georganiseerd voor alle initiatieven.

1.4 Doel onderzoek en onderzoeksvragen

De afdeling Jeugd wil graag zo goed mogelijk inzicht krijgen in initiatieven voor ontmoetingsactiviteiten voor ouders met jonge kinderen in Rotterdam, welke doelgroep bereiken zij en welke succesfactoren en

³ Idem.

knelpunten zij tegenkomen. Ook wil de afdeling Jeugd weten wat de effecten zijn die ouders ervaren van de activiteiten, met name of zij meer sociale steun dan wel versterking van hun sociale netwerk ervaren door de ontmoetingsactiviteiten. Tot slot wil de afdeling Jeugd graag weten hoe de gemeente de ondersteuning het best kan inrichten. Oftewel hoe de initiatiefnemers de ondersteuning van de gemeente waarderen en gebruiken.

Doel van het onderzoek is:

1. Om ervaringen, “best practices” en knelpunten van de ontmoetingsactiviteiten voor ouders met jonge kinderen in Rotterdam te identificeren;
2. Om inzicht te verwerven in de ervaringen van de initiatiefnemers met de gemeentelijke ondersteuningstools; en
3. Om inzicht te verwerven in de ervaren effecten van de ontmoetingsactiviteiten door ouders, met name op sociale steun.

Onderzoeksvragen

1. Welke ontmoetingsactiviteiten voor ouders met jonge kinderen bevinden zich in Rotterdam en welke kenmerken hebben ze?
2. Welke succesfactoren en knelpunten ervaren de initiatiefnemers?
3. Wat vinden ouders van de ontmoetingsactiviteit en welke effecten van het bezoek aan de ontmoetingsactiviteit ervaren de ouders?
4. Wat zijn werkzame elementen van de ontmoetingsactiviteiten om het bereik te vergroten en om sociale contacten van ouders te versterken?
5. Hoe ervaren de initiatiefnemers de ondersteuningstools vanuit de gemeente (het stappenplan, de toelichting op het stappenplan, de persona's en de formats voor flyer of poster)?

1.5 Methode

Het onderzoek is uitgevoerd door middel van:

1. Interviews

Er zijn interviews gehouden met 11 verschillende initiatieven (verspreid over de stad en verschillende soorten initiatiefnemers). In de interviews is gevraagd

naar de opzet van het initiatief en naar de succes- en knelfactoren.

2. Observatie van 8 initiatieven

Bij 8 verschillende initiatieven is geobserveerd. Observaties vonden plaats in de periode van 4 april tot en met 17 oktober 2019. Met observaties is het mogelijk om een meer direct beeld te krijgen van interactie en effecten. De initiatieven die zijn geobserveerd vonden verspreid over de stad plaats en werden georganiseerd door verschillende soorten instellingen (welzijn en niet-welzijn). De initiatieven die zijn geobserveerd zijn grotendeels dezelfde als degenen die geïnterviewd zijn.

Onderwerpen voor de observaties:

- Interactie ouders-begeleider
- Interactie tussen ouders
- Indicaties van sociale steun geven/ontvangen

3. Oudervragenlijsten

Bij de initiatieven die zijn geobserveerd, is aan de ouders gevraagd of zij een vragenlijst wilden invullen. Uiteindelijk hebben 31 ouders een lijst ingevuld. Ouders die dat niet zelf konden, vanwege taalproblemen, zijn geholpen met invullen of vertalen.

Onderwerpen van de enquête:

- Oordeel over de ontmoetingsactiviteiten (o.a. communicatie, locatie, begeleiding, frequentie, dag/tijdstip, invulling programma)
- Ervaren effecten van de ontmoetingsactiviteiten voor de ouders en voor het kind
- Ervaren effect op sociale steun van de ouders

4. Netwerkbijeenkomsten

Er zijn drie netwerkbijeenkomsten georganiseerd (oktober 2018 en mei en november 2019). Tijdens de tweede netwerkbijeenkomst is de aanwezigen gevraagd een kort vragenlijstje in te vullen met daarin gegevens over hun initiatief. In een andere netwerkbijeenkomst zijn uitkomsten van het onderzoek getoetst.

1.6 Opzet van het rapport

Het volgende hoofdstuk gaat in op de organisatie en uitvoering van de ontmoetingsactiviteiten (hoofdstuk 2). Hoofdstuk 3 beschrijft de ervaringen van initiatiefnemers met de ontmoetingsactiviteiten. In

hoofdstuk 4 staat de tevredenheid van en de effecten op ouders centraal. Hoofdstuk 5 gaat in op de ondersteuning door de gemeente. Elk hoofdstuk sluit af met een conclusie. In hoofdstuk 6 vatten wij de belangrijkste bevindingen samen en doen wij, op basis daarvan, een aantal aanbevelingen.

2 Organisatie en uitvoering van ontmoetingsactiviteiten

Dit hoofdstuk bevat inzicht in de kenmerken van de organisatie en uitvoering van de ontmoetingsactiviteiten voor ouders met jonge kinderen in Rotterdam. Het geeft antwoord op Onderzoeksvraag 1:

Welke ontmoetingsactiviteiten voor ouders met jonge kinderen bevinden zich in Rotterdam en welke kenmerken hebben ze?

Dit hoofdstuk is gebaseerd op een analyse van 14 formulieren over ontmoetingsactiviteiten die initiatiefnemers hebben ingevuld bij een netwerkbijeenkomst in mei 2019. Dit is aangevuld met feitelijke informatie uit interviews met 11 initiatiefnemers en aanvullende informatie van websites van de organisaties.

Dit hoofdstuk bevat volgende onderwerpen:

- Historie
- De organisatie van ontmoetingsactiviteiten
- Doelgroep en werving ouders
- Uitvoering
- Financiering
- Leren en deskundigheidsbevordering

2.1 Historie

Historie

Sommige initiatieven voor ontmoetingsactiviteiten bestaan al heel lang. Zo is er een initiatief uit de kinderopvang/VVE dat al 24 jaar groepen ouders en kinderen samenbrengt, ooit gestart met Marokkaanse ouders in Delfshaven. Doel van dit initiatief is weliswaar samen spelen en het bevorderen van de ontwikkeling van kinderen (en dus niet ontmoeting), maar ontmoeting is wel een neveneffect van het initiatief.

De meeste initiatieven, vooral de welzijnsinitiatieven, zijn van de laatste paar jaar (2016-2018). Enkele zijn opgezet in de periode 2010-2012. Zo dateert het oudste initiatief van een welzijnsorganisatie uit 2010. Een enkel initiatief was nog van plan te starten in voorjaar 2019.

Gemiddeld bestaan de initiatieven 4 jaar, met een minimum van een half jaar en een maximum van 9 jaar (het initiatief vanuit de kinderopvang dat al 24 jaar bestaat, is hierbij buiten beschouwing gelaten).

2.2 De organisatie van ontmoetingsactiviteiten

Aantal initiatieven

In het onderzoek zijn wij zo'n 13 organisaties in Rotterdam tegengekomen die zich bezighouden bezig met ontmoeting van ouders met jonge kinderen en opvoedingsactiviteiten, waarbij ontmoeting een hoofddoel of neven doel is. Deze activiteiten vinden plaats in totaal op bijna 40 locaties in de stad.

Deze initiatieven gaan uit van welzijnsorganisaties, kinderopvang en peuterspeelzalen, een organisatie voor opvoedondersteuning, een speeltuinvereniging, een buurtorganisatie, een zorginstelling, de bibliotheek, en het onderwijs. Het CJG is kennispartner en toeleider, maar organiseert zelf geen ontmoetingsactiviteiten. Daarnaast zijn er commerciële initiatieven. Deze laatste maken geen deel uit van het onderzoek.

Acht van de 11 geïnterviewde initiatieven zijn de laatste paar jaar gestart (2016-2018), maar er zijn ook initiatieven die al meer dan 20 jaar bestaan.

De ontmoetingsactiviteiten hebben verschillende namen, die vaak met het doel en de doelgroep samenhangen: Mama's Garden, Mama's café, Mama's actief, Mamasalon, Moedergroep, Ouders voor elkaar, Ukkiegroep, Dreumestijd, Babytijd, Slimme baby's, Babybabbels, Kotercafé, Kind & Koffie, Ouder&Kindcafé, Ouder-kindgroep, Samenspeelochtend, speelinstuif.

Locatie, dag en tijdstip

Ontmoetingsactiviteiten voor ouders met jonge kinderen bevinden zich in verschillende gebieden in Rotterdam, met name in gebieden met veel inwoners met lage inkomens, zoals Delfshaven, Charlois, IJsselmonde en Feijenoord. Dit komt met name

doordat het initiatief van de bibliotheek, het initiatief vanuit het onderwijs en een initiatief vanuit de kinderopvang/VVE veel ontmoetingsactiviteiten organiseren in deze gebieden. Op basis van de interviews, de formulieren en websitegegevens komen we op het volgende overzicht gepresenteerd in Tabel 1, per december 2019.

Tabel 1 Aantal activiteiten voor ontmoeting van ouders naar gebied, Rotterdam, december 2019

Gebied	Aantal activiteiten
Delfshaven	7
Charlois	5
IJsselmonde	5
Feijenoord	4
Kralingen-Crooswijk	4
Prins Alexander	3
Noord	2
Hoogvliet	2
Hillegersberg-Schiebroek	2
Overschie	1
Centrum	1
Pernis	1
Hoek van Holland	1
Overig	2
Totaal	40

Bron: Formulieren netwerkbijeenkomst 27 mei 2019, interviews, websites van initiatieven.

Het gaat hierbij zowel om initiatieven die door de gemeente worden gefinancierd als initiatieven die geen financiering van de gemeente ontvangen.

Welzijnsorganisaties⁴ organiseren ongeveer een derde van de ontmoetingsactiviteiten (12 van de 40).

Het merendeel van de 40 ontmoetingsactiviteiten vindt plaats in Huizen van de Wijk, maar ook zijn er veel ontmoetingsactiviteiten in basisscholen, peuterspeelzalen of kinderopvanglocaties en in bibliotheken, en soms in het gebouw van het CJG. Eén initiatief richt zich op jonge moeders in ROC's en houdt daar ook bijeenkomsten.

De meeste ontmoetingsactiviteiten vinden wekelijks plaats, sommige maandelijks. De meeste zijn open groepen die onbeperkt doorgaan. Slechts bij één organisatie is sprake van een beperkte duur (10 weken). Dit is in feite een cursus van 10 weken met een vaste groep.

De meeste ontmoetingsactiviteiten vinden plaats op woensdag, donderdag of vrijdag, bijna altijd in de ochtend. Een bijeenkomst duurt gemiddeld 1,5 tot 2,5 uur. Voor het tijdstip houdt men rekening met de wensen ouders en bijvoorbeeld schooltijden en schoolvakanties.

2.3 Doelgroep en werving van ouders

Doelgroep

Uit de interviews en formulieren blijkt dat de initiatieven met hun ontmoetingsactiviteiten een gemengde groep bereiken, qua opleidingsniveau en culturele achtergrond. Bij de observaties kwamen we ouders tegen uit Nederland, Marokko, Syrië, Spanje, de VS, China, Pakistan en Indonesië. Volgens de initiatieven komen er vluchtelingen en expats. Sommige initiatieven bereiken alleen middelbaar of hoogopgeleide ouders.

Uit de interviews blijkt dat de werving van de meeste initiatieven niet expliciet gericht is op lager opgeleide ouders, ook niet bij welzijnsorganisaties. Uit de interviews (en uit de enquête onder ouders) blijkt dat initiatieven laagopgeleide ouders slechts beperkt bereiken. De initiatieven vanuit de kinderopvang/peuterspeelzalen richten zich wel specifiek op lageropgeleide ouders, als deze gelieerd zijn aan de Voor- en Vroegschoolse Educatie (VVE).

In de praktijk kiezen de meeste initiatieven niet voor een doelgroep ouders, maar voor een doelgroep kinderen, namelijk een bepaalde leeftijdsgroep (0-2 jaar, 0-4 jaar, etc). Tijdens de observaties zagen we dat de meeste kinderen tussen de 0 en 2 jaar waren (50 van in totaal 67 kinderen); de andere kinderen

⁴ Met 'welzijnsorganisaties' bedoelen we de door de gemeente gecontracteerde organisaties voor welzijnswerk in de gebieden.

waren 2-4 jaar. Enkele initiatieven richten zich expliciet op moeders, maar zeker niet alle.

De formulieren en de observaties laten zien dat er vooral moeders komen bij de ontmoetingsactiviteiten. Soms komen er vaders, oma's of opa's met de kinderen mee.

Bij de observaties telden we in totaal 53 moeders, 5 vaders, 3 oma's, 1 opa en 1 oppas. Er is sprake van een mix van opvoedstijlen volgens de initiatiefnemers.

Volgens de formulieren zijn er bij de meeste initiatieven tussen 5-10 ouders aanwezig bij een ontmoetingsactiviteit. Er is één uitschieter, een ontmoetingsplek waar 35 ouders op af komen, maar dit is een uitzondering. Bij de observaties zagen we twee drukbezochte initiatieven (26 en 17 ouders/verzorgers). Bij twee andere ontmoetingsactiviteiten waren er bij elk 5 ouders, bij de overige 4 activiteiten waren er bij elk 2 of 3 ouders aanwezig tijdens de geobserveerde bijeenkomst.

Werving van ouders

Voor de werving van ouders gebruiken de initiatieven een persoonlijke benadering van ouders, werving via professionals en met flyers. Daarnaast werven ze via hun website en sociale media, zoals Facebook en Instagram.

Tabel 2 Wervingsmethoden ten behoeve van ontmoetingsactiviteiten

Werving van ouders	Aantal initiatieven (n=14)
Professionals werven ouders door hen persoonlijk te benaderen	13
Ouders werven via professionals van CJG, school, peuterspeelzaal, etc.	13
Ouders werven via flyer	12
Ouders werven ouders	9
Ouders werven via social media, Facebook, etc.	9
Ouders werven via website eigen organisatie	8

Bron: Formulieren netwerkbijeenkomst 27 mei 2019

Initiatieven maken weinig gebruik van extra 'lokkertjes' voor de werving. Voorbeelden van die extra lokkertjes zijn: een fotoshoot aanbieden voor moeder en kind, een poppentheatervoorstelling, kortingen, aanwezigheid van een reality tv-persoonlijkheid. De initiatieven maken de bijeenkomsten vooral aantrekkelijk met een interessante spreker, thema of activiteit.

Begeleiding van de ontmoetingsactiviteiten

Betaalde krachten zijn meestal verantwoordelijk voor het organiseren en begeleiden van de ontmoetingsactiviteiten. Uit de interviews blijkt dat bij de welzijnsorganisaties vaak kinderwerkers de ontmoetingsactiviteiten organiseren. Een aantal initiatiefnemers geeft aan dat deze medewerkers doorgaans wel ervaring met kinderen hebben, vooral met kinderen in de basisschoolleeftijd, maar minder met ouders en met jongere kinderen.

Soms werkt een welzijnsorganisatie samen met een organisatie die meer kennis heeft van de ontwikkeling van jonge kinderen, bijvoorbeeld het CJG of een andere organisatie. Zij vullen dan gezamenlijk de ontmoetingsactiviteit in en zijn beide aanwezig bij de ontmoetingsactiviteiten. Soms schakelen de initiatiefnemers het CJG en/of een opvoedorganisatie op meer incidentele basis in.

Zoals eerder genoemd hebben volgens de interviews de welzijnswerkers vaak minder ervaring met de leeftijdsgroep 0-4 jaar, dus zij vinden het prettig om een professional met pedagogische kennis over deze groep bij de ontmoetingsactiviteit te betrekken:

"En wij hebben de contacten gelegd met Centrum Jeugd en Gezin en een opvoedorganisatie en die zijn bereid om themabijeenkomsten te organiseren samen met ons. Voor het komende seizoen gaan wij dus een jaarplanning maken dat er ook regelmatig een professional met meer inhoudelijke kennis aansluit, want dat missen wij natuurlijk. Wij kunnen wel meepraten uit ervaring. (...), vanuit onze ervaring gewoon met de kinderen zelf, maar we merken toch wel dat het CJG en opvoedorganisaties, die hebben natuurlijk wel echt meer inhoudelijke kennis daarover."

Bij een initiatief vanuit de kinderopvang zijn het pedagogisch medewerkers die de ontmoetingsactiviteiten uitvoeren. Bij een ander initiatief zijn studenten Social Work standaard betrokken en werken studenten van andere opleidingen mee in bepaalde aspecten van de ontmoetingsactiviteit, zoals werving en het verzorgen van de inhoud van de bijeenkomst. Deze brengen zelf pedagogische kennis in.

Vrijwilligers en stagiaires spelen een ondersteunende rol bij veel initiatieven. Ouders die deelnemer van de ontmoetingsactiviteit zijn, geven ook wel eens een inleiding over een bepaald onderwerp of een workshop.



Samenwerking

Initiatiefnemers van ontmoetingsactiviteiten werken vaak samen met andere organisaties in de uitvoering van de ontmoetingsactiviteiten, als sprekers voor informatieoverdracht en voor de werving van ouders.

Het CJG is de belangrijkste samenwerkingspartner voor veel initiatieven. Daarnaast werken de initiatieven samen met een diversiteit aan organisaties: opvoedorganisaties basisscholen, kinderdagverblijven, peuterspeelzalen, verloskundigen, wijkteams, buurtorganisaties en religieuze organisaties. Soms zijn er relaties met migranten- of vluchtelingenorganisaties of werven de initiatieven ouders via taallessen. Ook hebben GGZ-instellingen soms inbreng in de vorm van voorlichting.

Initiatiefnemers geven aan dat Ouderkamers op basisscholen en ouderconsulenten een goede samenwerkingspartner voor de werving kunnen zijn, maar dat deze niet overal (meer) aanwezig zijn.

Programma en thema's

De initiatieven hebben veelal een divers aanbod aan activiteiten en thema's, met veel variatie. Dit maakt

het aantrekkelijk voor ouders, volgens de initiatiefnemers. Sommige initiatieven zijn meer op voorlichting gericht en lijken daarmee sterk op opvoedcursussen. Andere initiatieven hebben een meer vrij programma, waar meer ruimte is voor ontmoeting. Deze verdeling loopt dwars door welzijn en niet-welzijn heen. Het lijkt met de doelstelling van de activiteit samen te hangen. Als het hoofddoel ontmoeting is, kiest men eerder voor een meer vrij programma.

Meestal bestaat het programma uit een deel inhoud (bijvoorbeeld een voorlichting, of een thema om over te praten) en een deel vrij (spelen voor de kinderen, praten en koffiedrinken voor de ouders), met een eet- en drink moment erin. Een voorbeeld van een programma:

“Ik heb een standaard programma, het is een beetje een inloop. Het begint om half tien, maar ze komen meestal tussen half tien en tien uur. Rond tien uur, kwart over tien gaan de stagiaires het fruit snijden (...). En dan om half elf gaan we aan een grote ronde tafel en dan zingen we “Smakelijk eten”. Kinderen krijgen fruit, ouders krijgen koffie of thee. En dan blijven we meestal een halfuurtje praten tot elf uur. Dan gaan de kinderen langzaam terug naar het speelhoekje, zeg maar. En dan tot half twaalf is het ook een beetje vrij spelen. En wordt er veel gezongen, ruimen we samen op en dan blijven ze nog heel lang hangen [lacht]. Maar dat vind ik niet erg. Als zij daar behoefte aan hebben dan-“

Voorbeelden van thema's zijn:

- Opvoedthema's die met jonge kinderen te maken hebben (zoals voeding, slapen, zindelijkheid, peuterpuberteit, omgaan met broertjes en zusjes, mondhygiëne, babygebaren, draagdoeken, etc)
- Stimuleren van de ontwikkeling van kinderen (bijv. het belang van voorlezen, het belang van spelen, meertalig opvoeden)
- Aanbod van voorzieningen (zoals kinderyoga, kinderfysiotherapie, ergotherapie, logopedie)
- Algemene opvoedings-/gezinszaken (bijv. EHBO, hechting, hoogsensitiviteit bij

- kinderen, mindfulness, mediawijsheid, brandveiligheid van het huis, etc)
- Seizoenen en feesten

De sprekers zijn geregeld externen, van buiten de eigen organisatie, of soms zijn het collega's met een bepaalde expertise. De inzet van deskundigen hangt samen met de thema's die op de agenda staan.

Soms is er een creatief deel en knutselen de medewerkers met de ouders. Vaak gebruiken de begeleiders muziek, liedjes en/of versjes tijdens de bijeenkomsten. Af en toe ondernemen de initiatieven ook uitstapjes met de groep, zoals naar de kinderboerderij, de speeltuin of een peuterconcert.

De begeleiders kiezen de thema's meestal aan de hand van vragen van ouders. Soms brengen professionals zelf thema's in. Ook gedrag van ouders tijdens de ontmoeting kan een aanleiding zijn voor een thema. Met name voeding is soms een aanleiding, zoals onderstaand voorbeeld laat zien:

“(...) vaak thema's naar aanleiding van dingen die, of wij hadden gezien. Soms als je hier zit, en je ziet een moeder haar koffie uit een fles geven aan een baby, dan denk je, god, hier moet ik toch iets mee [lacht]. Dus dat soort dingetjes, dat pakten we dan op en dat bespraken we dan tijdens zo'n [naam ontmoetingsactiviteit].”

Een enkel initiatief geeft ouders iets mee om thuis nog mee aan de slag te gaan. Een initiatief vanuit de kinderopvang geeft ouders regelmatig een tas mee met een puzzel, een boekje of iets creatiefs rond het thema. Het initiatief vanuit de bibliotheek geeft aan ouders die nog geen lid zijn, een Boekstartkoffertje mee met boekjes en voorleestips.

Methodiek tijdens de ontmoetingen

Uit de interviews blijkt dat de initiatieven weinig methodieken gebruiken die uitwisseling tussen ouders en ontmoeting bevorderen. Het is niet helemaal duidelijk waardoor dit komt. Een mogelijke verklaring is dat zij denken dit vanzelf ontstaat als je ouders bij elkaar brengt in een ruimte. Een andere mogelijke verklaring is dat ontmoeting geen duidelijk doel van de activiteit is, dus dat er daarom weinig aandacht is voor methodieken om dit te bevorderen.

De initiatieven gebruiken vaak wel een methodiek om met de kinderen te spelen cq hun ontwikkeling te bevorderen.

Een uitzondering is een initiatief die voor de benadering van de ouders de 'presentiebenadering' van Andries Baart gebruikt. Dit is een manier van werken die de relationele afstemming tussen zorggever/ondersteuner en cliënt als basis voor hulp en steun ziet. Volgens deze benadering ontstaat goede zorg en ondersteuning vanuit het zorgvuldig aansluiten bij en afstemmen op de ander, en op wat hij of zij nodig heeft.⁵ Een andere uitzondering is een initiatief dat spelvormen zoals een opvoedspel gebruikt om het gesprek op gang te brengen.

In het stappenplan richt zich op stappen om activiteiten op te zetten. Het bevat geen informatie over methodieken die uitwisseling en ontmoeting bevorderen.

2.4 Financiering

De meeste initiatiefnemers van ontmoetingsactiviteiten ontvangen een vorm van financiering van de gemeente (of het Rijk). Vaak gaat het hierbij om een algemene brede financiering voor activiteiten. Het geld is vaak niet geoormerkt voor de ontmoetingsactiviteiten. Daardoor hebben de initiatiefnemers niet altijd een beeld van het budget dat beschikbaar is. Welzijnsorganisaties betalen de begeleiding van de ontmoetingsactiviteiten uit de algemene gemeentelijke opdracht voor welzijn. De bibliotheek betaalt het uit de algemene subsidies van de gemeente en het Rijk. De initiatieven uit de kinderopvang/VVE en opvoedondersteuning ontvangen voor de ontmoetingsactiviteiten wel apart subsidie van de gemeente, voor Voor- en Voegschoolse Educatie (VVE) en voor opvoedondersteuning. Bij VVE valt het onder activiteiten voor 'ouderbetrokkenheid'. Het initiatief uit het onderwijs verwerft subsidie via fondsen.

Slechts enkele initiatieven vraagt een financiële bijdrage van de ouders. De meeste zijn terughoudend hiermee, om minder draagkrachtige ouders niet buiten te sluiten. Twee initiatieven vragen 50 cent per keer, een derde initiatief vraagt ouders om fruit mee te nemen. Weer een ander initiatief dat

⁵ <http://www.presentie.nl/wat-is-presentie>

hogeropgeleide ouders bereikt, is van plan om in de toekomst een bijdrage van ouders te gaan vragen.

2.5 Leren en deskundigheidsbevordering

Leren en deskundigheidsbevordering heeft niet altijd een prominente plek binnen de initiatieven. Sommige initiatieven leren van de ouders, door een vragenlijst aan ouders voor te leggen, of door in gesprekken feedback van ouders te vragen. Enkele initiatiefnemers hebben andere initiatieven met ontmoetingsactiviteiten bezocht om ervan te leren. De focus lijkt daarbij meer te liggen op de inhoud van het programma en de inrichting van de ruimte, dan op de manier van werken en het bevorderen van ontmoeting tussen ouders. De initiatiefnemers geven aan ook te leren van de netwerkbijeenkomsten die de gemeente organiseert.

Bij enkele initiatieven (onderwijs, kinderopvang/VVE) die al wat langer bestaan en meerdere locaties omvatten, fungeert de teamleider of projectleider als coach voor de medewerkers en stagiaires. Ook bieden deze organisaties trainingen aan hun medewerkers, op het gebied van onder meer werving.

Een medewerker van het onderwijsinitiatief:

Aan de andere kant is het voor ons natuurlijk vooral van belang ook dat de studenten in de praktijk leren dat ze in contact komen met moeders, hoe maak je nu contact, wat kun je wel of niet vragen. Hoe zorg je dat moeders komen, werving. Dus de studenten, die moeten echt alle facetten doen, ook zodat ze straks als ze professional zijn weten van, oké ik kan wel ergens op een kamertje gaan zitten, maar dan komt er niemand. Ik moet echt de straat op, ik moet mensen aanspreken. Hoe doe je dat op een goede manier, hoe bereik je die mensen?

2.6 Conclusie

Ontmoetingsactiviteiten voor ouders met jonge kinderen zijn niet nieuw, vergelijkbare initiatieven zijn er in het verleden geweest en sommige bestaan al

jaren. De meeste initiatieven van welzijnsorganisaties zijn de laatste drie jaar gestart.

De ontmoetingsactiviteiten zijn in bijna alle gebieden van Rotterdam te vinden op zo'n 40 plekken, vooral in lagere inkomenswijken en -gebieden, zoals Delfshaven, Charlois, IJsselmonde en Feijenoord. Dit komt met name doordat het initiatief van de bibliotheek, het initiatief vanuit het onderwijs en een initiatief vanuit de kinderopvang/VVE veel ontmoetingsactiviteiten organiseren in deze gebieden. Dus naast welzijnsorganisaties, zijn deze organisaties belangrijke spelers wat betreft de ontmoetingsactiviteiten. Welzijnsorganisaties organiseren ongeveer een derde van de ontmoetingsactiviteiten.

Uit de interviews blijkt dat de doelgroepkeuze is gebaseerd op de leeftijd van het kind, niet op het type ouders. De interviews en de formulieren laten zien dat de werving slechts bij enkele initiatieven expliciet gericht is op lageropgeleide ouders.

Ouders werven gebeurt vooral door een persoonlijke benadering van ouders, via professionals en door middel van flyers.

Volgens de interviews zijn de betrokken professionals zijn merendeels gewend om met kinderen te werken, ze hebben vaak minder ervaring met ouders. Vrijwilligers en stagiaires vervullen vaak ondersteunende taken bij de ontmoetingsactiviteiten.

Initiatiefnemers van ontmoetingsactiviteiten werken vaak samen met andere organisaties in de uitvoering van de ontmoetingsactiviteiten (vooral met opvoedkennis), als sprekers voor informatieoverdracht en voor de werving van ouders. Het CJG is de belangrijkste samenwerkingspartner voor veel initiatieven.

Sommige initiatieven zijn meer op voorlichting gericht en lijken daarmee sterk op opvoedcursussen. Andere initiatieven hebben een meer vrij programma, waar meer ruimte is voor ontmoeting tussen ouders. Deze verdeling loopt dwars door welzijn en niet-welzijn

heen. Het lijkt met de doelstelling van de activiteit samen te hangen. Als het doel ontmoeting is, kiest men eerder voor een meer vrij programma.

De initiatieven gebruiken weinig methodieken die uitwisseling tussen ouders en ontmoeting bevorderen. Het is niet helemaal duidelijk waardoor dit komt. Methodieken zijn eerder gericht op (de ontwikkeling van) de kinderen. In het stappenplan is tot nu toe geen aandacht voor methodieken die uitwisseling en ontmoeting bevorderen.

De meeste financiering van de ontmoetingsactiviteiten komt uit de algemene financiering die zij ontvangen van de gemeente, een enkele keer van fondsen of het Rijk. De gemeentelijke financiering is meestal niet geoormerkt voor de ontmoetingsactiviteiten.

Leren en deskundigheidsbevordering van begeleiders heeft niet altijd een prominente plek binnen de initiatieven.

3 Ervaringen van initiatiefnemers met de ontmoetingsactiviteiten

In dit hoofdstuk bespreken we de ervaringen van initiatiefnemers van ontmoetingsactiviteiten voor ouders met jonge kinderen in Rotterdam. Basis daarvoor zijn interviews met 10 initiatiefnemers, aangevuld met observaties.

In dit hoofdstuk staan onderzoeksvragen 2 en 3 centraal:

Welke succesfactoren en knelpunten ervaren de initiatiefnemers?

Wat zijn werkzame elementen van de ontmoetingsactiviteiten om het bereik te vergroten en om sociale contacten van ouders te versterken?

In de interviews hebben de initiatiefnemers hun ervaringen gedeeld met de uitvoering van de ontmoetingsactiviteiten. Deze ervaringen richten zich op:

- Doel en doelgroep
- Werving van nieuwe ouders
- Het behouden van ouders
- Ervaringen met de inhoud van het programma
- Ervaringen met het stimuleren van ontmoeting
- Ruimte en locatie
- Ervaringen met de inzet van vrijwilligers
- Ervaringen met samenwerking

3.1 Doel en doelgroep

Doel van de ontmoetingsactiviteiten

De meeste initiatiefnemers benoemen de volgende doelen voor hun ontmoetingsactiviteiten voor ouders met jonge kinderen:

- Het bevorderen van de (taal)ontwikkeling van kinderen
- Het bevorderen van samen spelen tussen ouders en kinderen
- Opvoedondersteuning, inhoudelijke kennis over opvoeding vergroten

In mindere mate hebben de initiatieven als (neven)doel:

- Het stimuleren van uitwisseling en onderlinge steun tussen ouders
- Het vergroten van het zelfvertrouwen van ouders, bevorderen van 'capabel ouderschap'

Een enkel initiatief noemt het toeleiden naar peuterspeelzaal/kinderopvang of het signaleren van problematiek bij kinderen als neven doel.

De initiatiefnemers die geen welzijnsorganisatie zijn, hebben nog andere motieven om een ontmoetingsactiviteit op te starten, die met hun organisatiebelang te maken hebben. Bij de bibliotheek speelt het bevorderen van het lezen en bevorderen van bibliotheekgebruik mee, bij een onderwijsinstelling het bevorderen van een leeromgeving voor studenten en bij de kinderopvang het bevorderen van ouderbetrokkenheid.

Veel initiatiefnemers, ook uit het welzijnswerk, richten zich met de ontmoetingsactiviteiten in de praktijk op opvoedondersteuning en de ontwikkeling van kinderen. Ontmoeting is vaak niet het primaire doel. Om sociale steun te versterken is bij deze activiteiten wenselijk (ook vanuit Stevige Start) dat er aandacht is voor ontmoeting tussen ouders onderling.

De volgende initiatiefnemers zijn een uitzondering, omdat zij verwoorden wat het verschil is tussen ontmoetingsactiviteiten en bijeenkomsten die meer op kennisoverdracht rond opvoeding en de ontwikkeling van kinderen gericht zijn.

Een welzijnswerker:

“Vroeger op woensdagmorgen kwam een opvoedorganisatie twaalf cursussen geven. Maakten ze gebruik van onze doelgroep en de ruimte en ik zat er dan bij een beetje te bemiddelen. Toen had ik dat stuk van jullie [de gemeente] gelezen en toen dacht ik, nee, het gaat om toch iets anders. En toen dacht ik, ja, dat is iets wat we wel kunnen bieden, want dat is eigenlijk

ook wat Huizen van de wijk moeten zijn, vind ik.”

Deze welzijnsprofessional vindt dat de ontmoetingsactiviteiten goed aansluiten bij de welzijnsopdracht om kwetsbare mensen te ondersteunen en bij de ontmoetingsfunctie van Huizen van de Wijk.

Een andere initiatiefnemer weet uit eigen onderzoek dat ouders juist behoefte hebben aan ontmoetingsactiviteiten:

“En daar [uit dit onderzoek] kwam dus uit naar voren dat echte ontmoetingen, dat moeders daar behoefte aan hadden. Dus dat er wel genoeg plekken zijn waar ze of opvoedcursussen kunnen doen of trainingen. Maar elkaar ontmoeten dat dat eigenlijk niet, nou ja behalve dan natuurlijk in speeltuinen of zo, maar dan zit toch iedereen weer bij zijn eigen groepje, maar waar iedereen gewoon samen kan zijn. Maar waar ook wat extra's kan worden geboden, dus het is- De behoefte was vooral in eerste instantie de ontmoeting. En vragen delen over het moederschap”.

Beoogde doelgroep

De initiatieven maken vaak geen expliciete keuze voor een doelgroep ouders. Wel kiezen ze vaak voor een leeftijdsgroep van de kinderen (0-2 jaar, 2-4 jaar of 0-4 jaar). Een enkel initiatief houdt het open voor alle moeders die behoefte aan contact hebben, ongeacht de leeftijd van de kinderen.

De meeste initiatiefnemers zien ouders met een klein netwerk of gebrek aan sociale steun als doelgroep. Ze zouden graag ouders met hun eerste kind willen bereiken, want die hebben nog niet veel netwerk, is het idee. Deels bereiken ze ouders met een eerste kind ook.

Als de kinderen eenmaal naar de peuterspeelzaal en basisschool gaan, dan hebben ouders minder behoefte aan een ontmoetingsplek, is de ervaring van geïnterviewden.

Een welzijnswerker:

“(…) mensen missen natuurlijk wel, als je net zeventien, achttien, twintig, in de twintig bent en je eerste kind hebt, dan is

er eigenlijk niks voor die mensen om eens een keer op terug te vallen, dan ben je afhankelijk van je ouders om daar advies te vragen maar niet van je kan delen met derden of zo, hè.”

Een andere professional:

“En dan echt op het jonge kind, omdat... dan hebben moeders sowieso heel veel vragen. Als je kind nog niet naar school gaat, heb je een veel beperkter netwerk. Zodra kinderen naar de basisschool gaan, zie je dat moeders minder komen ook of niet meer, omdat ze al in die basisschool organisatie zitten.”

Bereikte doelgroep

De meeste initiatieven richten zich niet expliciet op lageropgeleide ouders. De doelgroep die de initiatieven daadwerkelijk bereiken komt weinig overeen met de twee doelgroepen die de gemeente voor ogen heeft, die naar voren kwamen uit het social marketingonderzoek (lageropgeleide ouders met strakke of een losse opvoedstijl).

Een van de argumenten om zich niet op lageropgeleide ouders te richten is dat hogeropgeleide ouders ook behoefte hebben aan ondersteuning:

“Die moeders die de [eerdere ontmoetingsactiviteit] trokken, dat waren ook hogeropgeleide dames en mensen die het theater bezoeken, hè, dat zijn ook niet de doorsnee wat hier in de wijk woont eigenlijk. Dus wij noemden het altijd een beetje de bakfietsmoeders, was dat eigenlijk een beetje automatisch door de dames die het trokken. Dus eigenlijk alle moeders die hier komen, die hebben gewoon ook een baan en die hadden een opleiding en dus dat is wel best wel een bijzondere groep in die zin. (...) En toen hebben we het natuurlijk weleens over, zijn dat dan de moeders die het nodig hebben? Maar hè, aan de andere kant, iedere moeder die heeft opvoedvragen en problemen en- (...) De behoefte is er ook aanwezig, hè.”

Twee initiatieven richten zich wel op lageropgeleide ouders. Eén initiatief vanuit de kinderopvang heeft zeer veel locaties. Hier komen alleen lageropgeleide ouders, vrijwel allemaal met een migratieachtergrond, vanwege de criteria voor de voor- en vroegschoolse educatie (VVE). Een ander initiatief vanuit een welzijnsorganisatie heeft een doelgroep van lageropgeleide migrantenmoeders.

Een andere initiatiefnemer (geen welzijnsorganisatie) geeft aan ouders met minder kansen te willen bereiken dan dit initiatief nu bereikt, maar dit is een uitzondering:

” (...) Ik ben toch echt ook op zoek naar alle ouders die niet gewend zijn om te praten met het kind, om boekjes te gebruiken. Want het is voor mij echt, dat meen ik echt, ik wil echt die taalachterstand van kinderen verhelpen. Dat ze niet op de basisschool komen en een achterstand hebben en het nooit meer inhalen. Ik wil echt alle kinderen gelijke kansen bieden, dat vind ik zo belangrijk.’

Bij de ontmoetingsactiviteiten komen bijna alleen moeders, soms wat oma's of opa's, een enkele vader. Sommige initiatieven richten zich expliciet op moeders. De meesten laten het open, maar krijgen in de praktijk vrijwel alleen moeders binnen, behalve de bibliotheek die ook regelmatig vaders trekt.

Slechts een initiatiefnemer geeft aan dat vaders een heel aparte doelgroep is, die een andere benadering vraagt (wat ook terugkwam in het onderzoek naar ontmoetingsactiviteiten van de W&I Group):

“Vaders zijn wel welkom, maar je merkt gewoon dat vaders behoefte hebben aan een ander soort- Die gaan niet bij elkaar zitten en kletsen. En dat is een hele andere bijeenkomst en wij hebben ons echt bewust gericht nu op de moeders. (...) Die vaders is natuurlijk wel een hele interessante groep, maar sowieso zou iemand anders dat gewoon moeten gaan opzetten, omdat het heel anders is. En het is ook een hele lastige doelgroep. Iedereen zoekt daarnaar hoe dat- En ik denk ook dat sowieso een vader dat zelf beter kan doen.

Dat je dan als vrouw, moeder weer gaat zeggen van, dit moeten jullie zo doen.”



3.2 Werving en behouden van ouders

Werving van nieuwe ouders

Werving is een van de lastigste aspecten van de ontmoetingsactiviteiten, en iets wat terugkerend aandacht vraagt, volgens de initiatiefnemers. Een continue instroom van ouders is nodig, omdat er een natuurlijk verloop is, als kinderen met 4 jaar naar school gaan en ouders verhuizen. Er is een initiatief die geen probleem heeft met de werving, omdat zij de ontmoetingsactiviteit aanbieden aan ouder die op de wachtlijst staan voor de peuterspeelzaal/voorschool.

Uit de interviews komt naar voren dat de beste manier van werven mond tot mond reclame is, naast ouders persoonlijk aanspreken. Het is belangrijk dat ouders een goede ervaring met de ontmoetingsactiviteit hebben, dan komen ze terug en nemen anderen mee. Zij zorgen voor mond-tot-mond reclame.

Veel begeleiders hebben moeite met het aanspreken van ouders in de openbare ruimte, toch een vorm van 'koude acquisitie'. Hierop coachen teamleiders bij sommige initiatieven.

De eerste stap is voor ouders het moeilijkst, volgens een initiatiefnemer, en in dat eerste contact moet een initiatief flink investeren:

“Als ze dan eenmaal zien, oké, die mensen zijn er, wat er gebeurt en een beetje gevoel erbij hebben, dan merk je wel dat ze terugkomen. We krijgen ook best wel wat berichtjes via Facebook waar we dan

meteen op antwoorden. En we geven ook heel vaak ons nummer erbij van, bel maar als je wat wilt weten. Of app ons.”

Het stappenplan besteedt aandacht aan werving, maar deze beide aspecten van werving (mond tot mond reclame en een persoonlijke benadering) worden niet expliciet genoemd.

Andere aspecten die helpen om ouders te werven zijn: een afwisselend aanbod, iets te eten of drinken aanbieden en investeren in relaties met samenwerkingspartners.

Een initiatief dat fruit aanbiedt:

(...) hebben we sinds een paar weken dat we een fruitmoment hebben gemaakt. Dan hebben we gewoon wat fruit. Kinderen vinden het heerlijk allemaal. Ik denk ja, je geeft het voorbeeld, gezonde voeding hè, we hadden het toen ook over voeding gehad. En denk ik, nou dat hebben ze even binnen. En ik merk in deze wijk, eten is altijd wel een trekker. Als je zou zeggen, we ontbijten hier met z'n allen, dan zat het hier vol.

De initiatieven merken dat ouders soms andere verwachtingen hebben van de ontmoetingsactiviteit. Sommige ouders denken dat de ontmoetingsactiviteit een vorm van kinderopvang is. Ze haken af op het moment dat dit niet het geval is. De naam van de ontmoetingsactiviteit kan daarbij helpen cq belemmeren. Bij initiatieven waarbij in de naam al duidelijk is dat het voor moeders bedoeld is, is er minder verwarring met kinderopvang. Bij één initiatief komen sommige moeders zelfs alleen. Die zien de ontmoetingsactiviteit als ‘mummy time’.

Aandacht voor de relatie met samenwerkingspartners lijkt een andere succesfactor te zijn voor de werving. De initiatieven die goed lopen, investeren hier veel in, door presentaties te geven, persoonlijk contact te leggen met samenwerkingspartners en deze relaties ook goed te onderhouden. Ook het leggen van relaties met andere medewerkers en activiteiten van de welzijnsorganisatie, zoals taallessen, kan helpen om ouders te werven.

Een teamleider van een welzijnsorganisatie:

“(...) vanuit de collectieve activiteiten die er zijn, leiden we ouders toe, bijvoorbeeld naar de [naam ontmoetingsactiviteit]. Vaak is de eerste insteek dan schulddienstverlening of eenzaamheid of toevallig nemen ze deel bijvoorbeeld aan de activiteiten hier. Taal- en computerlessen, noem maar op. Dus dat is dan vaak de ingang.”

Het behouden van ouders

Het grootste verschil tussen initiatieven die goed lopen en initiatieven die minder goed lopen, d.w.z. die het lukt relatief meer ouders te werven en vast te houden, lijkt samen te hangen met de aandacht voor de relatie van begeleiders met ouders, de aandacht voor de ontmoeting tussen ouders en voor de wensen en behoeften van ouders.

Succesfactor voor het behouden van ouders is het aandacht besteden aan de benadering van ouders, hoe het gesprek tussen ouders en de ontmoeting te stimuleren en hoe een veilige sfeer tussen ouders onderling te creëren, zodat zij in gesprek durven gaan en open durven zijn over hun eventuele vragen. Uit de interviews blijkt dat continuïteit in de personen die de ontmoetingsactiviteiten begeleiden belangrijk is voor veel ouders. Deze personen vormen de vaste en daarmee vertrouwde gezichten van het initiatief. Als zo'n persoon er (regelmatig) niet is, dan merken de ouders het en is er een risico dat ze afhaken. Bijvoorbeeld, bij een initiatief dat langzaam steeds minder goed liep, was de professional ziek en was steeds minder aanwezig. Vrijwilligers konden de rol niet goed overnemen. Een welzijnswerker:

“Toen dachten we nou, dat zou eigenlijk best moeten gaan. Maar dat ging dus niet. Omdat vrijwilligers het wel heel leuk vinden om met een paar ouders te praten en dingen te doen met die kinderen, maar het niet leuk vinden om dagstructuur aan te brengen, om- Weet je wel? Om dingen te doen, dus het werd eigenlijk een beetje chaotisch. (...) Nou, en als je die structuur dus loslaat, dan zie je toch dat ouders gaan afhaken. En die ouders die afhaken, die krijg je heel moeilijk weer terug.”

De initiatieven die het lukt om ouders te behouden, investeren ook veel in relaties met de ouders buiten de ontmoetingsactiviteit om. Dat betekent een herinnering sturen voor een bijeenkomst,

communiceren via de groepsapp, Facebookpagina's up-to-date houden, nabellen, onthouden wat er speelde bij de ouders, etc.

Daarnaast lijkt het structureel aandacht hebben voor de wensen en behoeften van ouders een succesfactor voor het behouden van ouders. Dit betekent regelmatig navragen in welke onderwerpen de ouders geïnteresseerd zijn en wat ze van de ontmoetingsactiviteit vinden. Sommigen doen dit tijdens de bijeenkomsten, anderen zetten elk half jaar een enquête uit onder de ouders.

3.3 De inhoud van het programma

Bij de geobserveerde initiatieven hebben de meeste activiteiten wel iets van een programma voorbereid. Soms bestaat dat uit een thema waar actief iets mee gedaan wordt (bijvoorbeeld eieren zoeken rond Pasen) of een voorlichting (bijvoorbeeld een brandweerman die een presentatie geeft over het brandveilig maken van je huis of een tandartspraktijk die iets komt vertellen over mondhygiëne). Een combinatie hiervan is ook mogelijk; na de presentatie over mondhygiëne mogen de kinderen de tanden van een pluchen knuffel poetsen. Andere activiteiten hebben een 'vrij programma'; bij hen bestaat het programma meer uit vaste onderdelen (bewegen, samen eten, spelen). Bij één activiteit is er een thema voorbereid ('reizen'), maar wordt dat uiteindelijk niet uitgevoerd doordat er maar twee kinderen aanwezig zijn, van wie één baby voor wie het programma niet geschikt is. Bij een andere activiteit is er een uitje naar de bibliotheek voor een rondleiding daar.

De initiatiefnemers geven in de interviews aan dat zij vaak de ouders volgen in de themakeuze. Ze vragen de ouders welke moeilijkheden in de opvoeding ze tegenaan lopen en welke onderwerpen ze willen bespreken.

Een initiatief inventariseert de vragen van ouders:

"Dus we zijn ook nog heel erg aan het inventariseren wat zijn de thema's. Dus iedere bijeenkomst hebben we dat ook besproken. Hebben we op tafel gegooid bij de ouders die tot nu toe komen van wat speelt er in de ontwikkeling en opvoeding waar je tegenaan loopt, waar je onzeker over bent? Dus daar hebben we nu een

lijst van en we doen iedere week een evaluatie, dus daar hebben we dat netjes bijgehouden."

De meeste initiatiefnemers gebruiken thema's en activiteiten als trekker om ouders te werven en behouden. Een initiatief dat vooral hogeropgeleide ouders bereikt:

"Het is vooral dat we merken dat ouders hier graag komen als het gaat om de ontwikkeling van hun kind. Niet per se dat zij zelf ondersteuning nodig hebben van of bij de opvoeding of iets dergelijks. Uiteindelijk praten ze daar wel over natuurlijk met andere ouders, maar je merkt dat vooral de activiteiten die we doen, waarbij de ontwikkeling van hun kind daar iets mee wordt gedaan, dat ze dat het fijnst vinden."

Soms kan de aanwezigheid van een spreker of extern persoon tot meer ouders leiden. Zo nodigde één initiatief een tv-persoonlijkheid uit en kreeg meteen een veel groter aantal ouders over de vloer. De sprekers zijn overigens meestal professionals met een bepaalde expertise.

De frequentie van het uitnodigen van externe sprekers verschilt. Sommige initiatieven nodigen elke maand een spreker uit, sommige elke week. De initiatieven die meer op de ontmoeting tussen ouders gericht zijn, nodigen minder vaak sprekers uit. Zij benadrukken dat ouders vooral behoefte hebben aan onderling gesprek.

Een initiatief dat op ontmoeting gericht is:

"Maar, het is echt een informele organisatie. Dus daar willen we ook echt op inzetten. Dus op die toegankelijke..., op de ontmoeting en niet op- Kijk, we nodigen weleens een professional uit van het CJG of van een opvoedorganisatie, of als er behoefte is bij de moeders- We kijken heel erg naar de vraag van de moeders, van wat willen zij, op welk moment."

Bij een initiatief dat al wat langer loopt, is de opzet veranderd: van een wekelijkse voorlichting naar het maandelijks uitnodigen van een inhoudelijk expert (bijv. het CJG) en het veel meer ruimte geven voor onderlinge gesprekken tussen ouders:

“(…) ik merkte heel erg dat er een taboe op zit voor de ouders, als ze het gevoel hadden dat ze voor henzelf kwamen. Ik doe dit niet voor mijzelf, ik doe dit voor mijn kinderen. Dus toen heb ik het een beetje afgenomen met wekelijkse voorlichtingen en heb ik er een beetje routine ingezet van, bibliotheek komt een keer langs, het CJG komt een keer in de maand langs en voor de rest is het gewoon een beetje vrij met elkaar in gesprek gaan.

En ik merk dat ze daar meer behoefte aan hebben dan dat er iemand werkelijk voorlichting komt geven, hoe het wel en niet moet.”



Met het CJG zijn de ervaringen gemengd. Als samenwerkingspartner voor de werving waarderen de initiatieven het CJG. Een voorlichting door het CJG werkt vaak minder goed, volgens de interviews. Soms lijkt een voorlichting door het CJG zelfs ouders af te schrikken, volgens de interviews.

Een begeleider:

“Want ik merk ook wanneer er een professional op zit, zoals als ik het CJG aankondig, ze komen eraan, dan krijg ik minder ouders bij [naam ontmoetingsactiviteit].”

Een aantal initiatiefnemers kiest ervoor om het CJG te laten aanschuiven bij de ontmoetingsactiviteiten, letterlijk, aan tafel. Dan kunnen ouders, indien gewenst, vragen stellen of onderwerpen bespreken. Hierover zijn de initiatiefnemers positief in de interviews.

“Dus ik heb met CJG afgestemd dat (...) het niet met een voorlichting is, maar dat

ze gewoon erbij komt zitten (...). Ze komt even langs, ze gaat even bij je zitten tijdens het koffiemomentje. En dan gaat ze een beetje in gesprek. En als ouders daar behoefte aan hebben, kunnen ze met vragen bij haar terecht, zo niet dan drinkt ze haar koffie of thee op en dan gaat ze weer terug. En dat werkt wel, merk ik.”

Bij de geobserveerde initiatieven is in drie gevallen het CJG aanwezig. De moeders maken daar geen gebruik van. De CJG-medewerker zit bijvoorbeeld aan de zijkant en doet mee met de activiteit (ze luistert bijvoorbeeld naar de voorlichting), maar de moeders benaderen haar niet en stellen geen vragen aan haar.

Dus de reacties van ouders op de aanwezigheid van het CJG verschillen blijkt uit observaties en interviews. In het algemeen lijkt een meer interactieve en toegankelijke opstelling van het CJG tijdens ontmoetingsactiviteiten beter te werken dan puur een voorlichtende rol.

Mogelijk hangen de verschillende reacties van ouders op het CJG samen met verschillen in opvoedstijlen van ouders. De ouders met een strakke opvoedstijl hebben waarschijnlijk behoefte aan contact met het CJG, terwijl ouders met een meer losse opvoedstijl meer hun eigen weg zoeken en meer weerstand voelen bij opvoedprofessionals zoals het CJG.

3.4 Het stimuleren van ontmoeting

De interviews laten zien dat de ontmoeting en contact tussen ouders via drie ingangen bevorderd kan worden:

- De groep
- De rol van de begeleider
- Inzet van specifieke methodieken

De groep

Uit de interviews blijkt dat het belangrijk is dat er een veilige sfeer ontstaat onder de ouders om uitwisseling tot stand te brengen. Volgens de interviews moet de groep ouders daarvoor niet te groot zijn. Ouders komen in een kleine groep eerder met hun vragen en komen eerder in gesprek dan bij een (grootschaliger) voorlichting.

Het hebben van een meer homogene groep kan ook helpen om de ontmoeting te stimuleren. Zo heeft een initiatief vanuit een welzijnsorganisatie een doelgroep van migrantenmoeders die onder meer praten over de rol van mannen en vrouwen in de opvoeding. De gedeelde achtergrond en het feit dat er alleen vrouwen komen, is een voordeel. Dit creëert een veilige omgeving om gevoelige onderwerpen te bespreken.

De rol van de begeleider

Verder is het de rol van de begeleiders om ervoor te zorgen dat ouders zich op hun gemak voelen en durven praten over hun vragen en onzekerheden. Dit vergt, zo blijkt uit de interviews, goede sociale vaardigheden en gespreksvaardigheden van de begeleiders en een gelijkwaardige houding. Het gaat erom dat begeleiders in gesprek gaan met de ouders, hen hun verhaal te laten doen en dan daarop inspelen, zonder dat dat zij het gevoel hebben dat hun iets opgelegd wordt of de begeleider het beter weet.

Een initiatief dat al langer bestaat, geeft aan dat de ontmoetingsactiviteit verschillende vaardigheden en kennis vraagt van de begeleiders, waaronder sociale vaardigheden voor het groepsproces, kennis over opvoeding, en structuur kunnen aanbrengen in een bijeenkomst:

“Het is niet alleen maar, o ja, een [naam ontmoetingsactiviteit], leuk, moeder en kind spelen. Je bent met een groepsproces bezig, je bent met opvoeden bezig, je bent met structuur bezig, je ben inhoudelijk bezig.”

Een begeleider van een ander initiatief geeft aan dat haar rol tijdens gesprekken tussen de ouders vooral faciliterend is:

“Ja, de ouders het gevoel geven dat ze er gewoon mogen zijn, dat ze hun mening mogen delen. (...) En met elkaar in gesprek kunnen gaan en het [gesprek] voornamelijk leiden, dat dat in goede banen gaat. Ik ben eigenlijk meer een beetje een voorzitter volgens mij.”

Veel begeleiders hanteren een informele benadering van de ouders tijdens de ontmoetingsactiviteit. Deze informele benadering uit zich op drie manieren:

- Benadrukken dat ze geen hulpverleners zijn

- Laagdrempelig het gesprek aangaan tijdens een activiteit
- Niet te veel vragen stellen aan de ouders, zeker niet in het begin van het contact.

Een initiatief gaf aan zich niet gelijk te richten op eventuele problemen van ouders, maar wil voor de ouders vooral een plek zijn voor een kopje koffie, ontmoeting en gesprek:

“Ik denk dat het bij ons vooral gaat om het opbouwen van de relatie met. Wij richten ons niet gelijk op wat voor problemen de ouders ook zouden kunnen hebben, nee, in eerste instantie mogen ze hier gewoon komen voor een kopje koffie, kopje thee, heb je vragen aan ons, wil je ergens hulp bij, dan gaan we dat voor je regelen, maar in eerste instantie hoeft dat nog niet.”

Bij het initiatief vanuit het onderwijs benadrukken de begeleiders dat zij geen hulpverleners zijn:

“Want wij zijn geen hulpverleners en dat maken we ook heel erg duidelijk. Als je echt hulpvragen hebt, dan moet je hier en hier naartoe of dan kun je hier en hier... Onze studenten kunnen een keer mee gaan, als je dat fijn vindt. En we hebben ook weleens moeders gehad die hebben we direct naar [naam hulpverlener] doorgestuurd van, wij kunnen niks voor jullie betekenen.”

Aan de hand van vragen van ouders of tijdens een activiteit zoeken de begeleiders op een laagdrempelige manier een opening om het gesprek aan te gaan met de ouders over een onderwerp. Een voorbeeld:

“We hebben het een keer over hechting gehad. Hoe die kinderen met de moeders omgingen. Dus gewoon tijdens het spelen eigenlijk kijken we wat voor opening is er, en dan gaan we er op die manier heel ‘low’ op in. En dat je dan ook merkt inderdaad, daar hebben ze dan een moeder bij, die herkende dat heel erg bij een van de kinderen, van nou ja, wat kan je er dan mee, enzovoort. En dan andere moeders die daar dan op reageren. Dus op

die manier, heel onofficieel, proberen we er wel elke keer weer een thema, een opvoedonderdeel in te zetten. Dat is onze expertise. Wat wij inzetten.”

Het initiatief vanuit het onderwijs leert studenten vertrouwen op te bouwen in het contact met de ouder, door niet meteen veel vragen te stellen. In eerste instantie is het vooral belangrijk om ervoor te zorgen dat de ouders zich op hun gemak voelen, omdat ze dan vaak terugkomen:

“Dus dat studenten ook leren van, oké hoeveel moet je van iemand weten, in welke situatie is dat handig om te weten, dat het belangrijk is om het vertrouwen van iemand te winnen. Dus bij ons geval dan, om iemand zich op zijn gemak te laten voelen. Zorgen dat iemand terugkomt. En dan merk je dat de moeder ook steeds meer gaat vertellen en dat je ze ook misschien beter kunt helpen. “

Uit de interviews komt naar voren dat ouders soms terughoudend zijn om te praten. Bijvoorbeeld door taalbarrières of omdat ouders uit andere culturen minder gewend zijn om een mening te geven, vooral lageropgeleide ouders met een migratieachtergrond. Ook heerst er onzekerheid over de opvoeding bij veel ouders.

“Maar daar vinden ze het ook wel lastig om dat echt te doen [vragen te stellen], zeg maar, (...). Die vrouw van het CJG, die doet een half uur van tevoren haar jas aan, want dan gaan ze pas vragen stellen.”

Inzet methodieken voor ontmoeting

Zoals gezegd, zijn er weinig initiatieven die ontmoeting tussen ouders bewust met methodieken stimuleren. De initiatieven die dat wel doen, gebruiken de volgende manieren om ouders aan het praten te krijgen en de ontmoeting tussen ouders te bevorderen:

- Creatieve activiteiten tijdens de ontmoeting
- Aanbieden van iets te eten en drinken
- Gebruik van spellen en interactieve werkvormen

Een initiatief heeft bewust een creatief deel in de ontmoeting, waar ouders iets kunnen maken, omdat dit de ontmoeting bevordert:

“En we hebben dan een creatief deel, dat is meer om- Ja, het is soms gewoon makkelijker als je met iets bezig bent om met elkaar in gesprek te komen. Zeker als je nog niemand kent, dan kun je een beetje met je handen bezig zijn, terwijl je praat. Dan hoef je niet zo recht tegenover iemand te zitten.”

Ook het aanbieden van iets te eten en te drinken helpt om de sfeer goed te houden, onderling contact te stimuleren en de bijeenkomst aantrekkelijk te maken. Een initiatiefnemer:

“Het is juist dat we niet een te lang programma willen hebben. Maar dat ze ook nog tijd hebben om gewoon zelf te kletsen met elkaar en dus ze hoeven ook niet gelijk weg. We hebben dan altijd die tafel daar staan met koffie en thee. En lange vingers en rijstwapels voor baby's en dat soort dingen, of soepstengels. Dus kunnen ze gewoon nog lekker koffie en thee pakken en weer hier gaan zitten. Het gaat er mij echt om dat het zo laagdrempelig mogelijk is.”

Een derde manier om het ijs te breken is het gebruik van spellen en interactieve werkvormen, zoals een initiatiefnemer vertelt:

“En gewoon gaande gesprekje's die we voeren en we doen ook een soort van spelvormen soms. We hebben zo'n kletsput met kaartjes en vorige week hebben we het opvoedspel nog gespeeld, dus dan komen er echt wel dingen boven.”

Observaties: interactie tussen ouders

Bij de geobserveerde initiatieven valt op dat er (uiteeraard) meer interactie is tussen de ouders in de groepen waar de ouders elkaar kennen of zelfs goed kennen. Ook is er meer interactie in de groepen waar er geen voorlichting gegeven wordt, omdat er dan ook meer ruimte is voor interactie.

Eén van de grote groepen is te groot voor interactie en het programma is niet gericht op interactie tussen ouders. In de andere grote groep is meer interactie; veel ouders kennen elkaar, doordat hun kinderen bij elkaar op de peuterspeelzaal of dagopvang zitten. Er ontstaan daardoor subgroepjes. Eén van de activiteiten heeft echt een vaste groep trouwe bezoekers; de ouders daar kennen elkaar en elkaars kinderen erg goed. Er is daar een vrij programma en des te meer interactie. Bij een andere activiteit kennen de meeste moeders elkaar ook vrij goed. Ook daar is een vrij programma, maar wel een gesprek aan tafel en een gezamenlijk ontbijt. Ook dat bevordert de interactie tussen ouders. Dat ervaren de moeders zelf ook zo.

Uit een observatie:

“De begeleiders kennen alle kinderen en de moeders goed. De kinderen rennen als begroeting op de begeleiders af en de begeleiders benaderen de moeders door te refereren aan en te vragen naar zaken die vorige keer besproken zijn. De kinderen kennen elkaar ook; ze spelen met elkaar en rennen achter elkaar aan. Al die tijd praten de moeders met de begeleiders en met elkaar. Soms één-op-één, soms in een groepje. De begeleider gaat alle moeders af voor een een-op-een praatje”.

Er zijn niet veel activiteiten waarbij de begeleiders de ouders actief met elkaar in contact brengen of ontmoeting tussen de ouders stimuleren. Soms valt het stil tijdens een activiteit of zitten moeders ieder op hun eigen telefoon te kijken.

Begeleiders lijken soms makkelijker om te kunnen gaan met de kinderen dan met de ouders. Uit een van de observaties:

“Er is nauwelijks interactie tussen de begeleiders en ouders. De begeleider praat bij de ingang met de ouders, als ze binnenkomen. Zij is meer een soort gastvrouw. De pedagoog houdt zich vooral met de kinderen bezig. Ze praat vrijwel niet met de ouders”.

Het uitwisselen van nummers of contactgegevens tussen ouders wordt eigenlijk maar bij één activiteit waargenomen. Twee moeders spreken af om samen naar een andere activiteit te gaan. Sommige

activiteiten hebben een Whatsapp-groep, dus die ouders hebben elkaars gegevens al.

Observaties: interactie tussen begeleiders en kinderen

Bij de observaties zagen we dat sommige begeleiders zich vooral op de ouders richten, terwijl anderen zich juist vooral op de kinderen richten. Bij degenen waarbij een voorlichting gegeven wordt, zijn de begeleiders minder met de kinderen bezig en is er dus ook minder interactie met hen. In die gevallen is er een stagiair die de kinderen bezighoudt of doet de ouders dat tijdens het luisteren zelf. Ook in de grote groepen is er weinig interactie tussen de begeleiders en de kinderen. De kinderen van de ene grote groep kennen de begeleider en durven wel wat aan haar te vragen (drinken, eten, servetje o.i.d.), maar verder dan dat gaat het niet. In de groepen waar men elkaar goed kent, is er uiteraard ook veel interactie tussen de begeleiders en de kinderen.

Observaties: interactie tussen begeleiders en ouders
Hiervoor geldt hetzelfde als voor de interactie tussen begeleider en kinderen. Sommige begeleiders zijn vooral op ouders gericht en anderen juist op kinderen. Bij voorlichting is er interactie tussen de begeleiders en ouders over het onderwerp. In de grote groepen is er weinig interactie tussen de begeleiders en ouders. En in de groepen waar men elkaar goed kent, is er veel interactie (als de begeleiders niet alleen gericht zijn op de kinderen). In een van de groepen, gaat de begeleider bijvoorbeeld alle ouders af voor een praatje.

3.5 Ruimte en locatie

Een belangrijk knelpunt dat de initiatiefnemers aangeven is de ruimte voor de ontmoetingsactiviteiten. Met name de initiatiefnemers onder de welzijnsorganisaties vinden de ruimte in de Huizen van de Wijk die zij gebruiken vaak niet geschikt. Het zijn vaak multifunctionele ruimtes, die niet ingericht zijn voor baby's en peuters.

De initiatiefnemers ervaren ruimtes regelmatig als te groot, er is te weinig mogelijkheid om speelgoed op te bergen en zij ervaren het meubilair en de ruimte als minder geschikt en minder veilig voor kinderen, omdat bijvoorbeeld tafels scherpe hoeken hebben of deuren makkelijk open kunnen. De begeleiders zoeken een oplossing door een deel van de ruimte af te schermen en met speelgoed een knusse hoek te

creëren. Het kost tijd en moeite om elke week de ruimte geschikt te maken en in te richten, bijvoorbeeld door tafels op zijn kant leggen om trappen, keukens of deuren af te sluiten. Ook is de staat van onderhoud van sommige Huizen van de Wijk niet altijd heel goed, volgens de interviews, bijvoorbeeld qua schilderwerk of vloerbedekking.

Een welzijnswerker:

“En een Huis van de Wijk is niet ingesteld op het ontvangen van kleine kinderen. (...). Je hebt geen kleine wc's, je hebt een hoop dingen- Tuurlijk, je hebt speelgoed, maar je hebt ook een hoop dingen niet. Zoals in een crèche heb je gewoon veilige deuren. Hier, die kinderen, die kunnen soms de deur openmaken, je moet echt snel zijn, want ze lopen zo onder de balie door, naar buiten.”

Een aantal initiatieven zoekt aansluiting bij een peuterspeelzaal vanwege de ruimteproblematiek. Aan de andere kant twijfelen initiatiefnemers daarover, omdat ze bang zijn dat dan de drempel hoger wordt. In een Huis van de Wijk kunnen mensen makkelijker binnenlopen en is er meer interactie met de wijk, omdat er allerlei activiteiten met en voor wijkbewoners zijn.

Een ruimte in een bibliotheek die goed voldoet volgens de initiatiefnemer:

“Het is gewoon een hele fijne ruimte, je zit in de bieb. Maar je hebt echt een apart hoekje waar je kunt zitten, waar ook de kinderboekjes liggen en er is een soort van knutselwerkruimte. (...) Speelgoed is er ook aanwezig, ja. Wij nemen ook altijd spulletjes mee, maar daar kunnen we heel veel gebruiken wat daar al staat.”

In de kinderopvang maken de ontmoetingsactiviteiten gebruik van bestaande ruimtes die voor kleine kinderen zijn ingericht, op hun eigen locaties, bij basisscholen of het CJG. Die ruimtes voldoen goed volgens de initiatiefnemers.

Het helpt als het CJG of het wijkteam in hetzelfde gebouw aanwezig is, omdat dit zorgt voor een natuurlijke inloop voor ouders. Ouders komen toch al naar het CJG en zien dan ook de ontmoetingsactiviteit:

“Ik weet niet of het zo succesvol zou zijn, als dat het is, als het CJG niet in hetzelfde pand zat. Dat moet ik wel zeggen, ja. (...) want het heeft wel een imago van een ouderencomplex, zeg maar. (...) Ze weten waar het is. (...) De drempel is kleiner, als je al een paar keer binnen bent geweest.”

Observaties: de ruimte

Van de acht geobserveerde initiatieven zijn er twee activiteiten met ruimtes die al ingericht zijn voor kinderen. Eén daarvan is specifiek ingericht voor de doelgroep kinderen van 0-4 jaar. Deze ruimte is kleurrijk, er is speelgoed, op de vloer liggen zachte speelkleden, er hangen vrolijke posters aan de muur en er is een lage bank, waar kinderen makkelijk op kunnen klimmen. De andere ruimte is een grote ruimte met faciliteiten voor kinderen (een ingerichte speelhoek, een lage wasbak met kraantje, een speelkeukentje en voldoende speelgoed), maar is gericht op iets oudere kinderen (het is een BSO-ruimte). De overige activiteiten die geobserveerd zijn, gebruiken ruimtes die niet echt geschikt lijken voor een bijeenkomst met kleine kinderen. De ruimtes zijn kaal, in ongezellige kleuren (grijs of betonkleur) en het is vaak een beetje behelpen met tafels en stoelen aan de kant schuiven en keukens of trappen afschermen met tafels op hun kant of met kasten. Andere problemen zijn dat de deur niet dicht kan.



3.6 De inzet van vrijwilligers

Uit de interviews en formulieren komt naar voren dat veel initiatieven werken met vrijwilligers. De geïnterviewde initiatiefnemers geven aan dat vrijwilligers in een ondersteunende rol waardevol kunnen zijn voor een ontmoetingsactiviteit, bijvoorbeeld als gastvrouw of als hulp voor

praktische zaken. Echter, de ontmoetingsactiviteit helemaal laten overnemen door een vrijwilliger werkt meestal niet goed. Daar zijn weinig goede ervaringen mee, volgens de interviews. Het ontbreekt daarvoor vaak aan een bepaald kennisniveau en pedagogisch inzicht bij de vrijwilligers. Verder is persoonlijke problematiek van vrijwilligers soms een knelpunt, waardoor ze regelmatig uitvallen.

Een initiatiefnemer:

“En dan zouden we gastvrouwen zoeken, maar we hebben ook (...) een vrijwilligersmakelaar, dus die zou de vacature uitzetten voor twee gastvrouwen. Maar gaandeweg, ten eerste kwamen er wel dames op af, maar niet dat we die echt geschikt vonden om het helemaal aan hun over te laten. En er zijn nu weer twee dames maar ja, die ene heeft allerlei klachten, die heeft het dan meer over zichzelf hè, dan soms over- En die andere dame belt dan weer vaak af weet je, dus het is ook- “

In één geval is een vrijwilliger zelf bijeenkomsten gaan organiseren, maar dit is een uitzondering:

“Ja, we hebben wel ook vrijwilligers. We hebben nu afgelopen jaar twee moeders gehad. Eentje is zelf bijeenkomsten gaan organiseren. Die heeft een huis met een gemeenschappelijke woonkamer. En die kwam altijd als moeder bij ons en die zei, ja ik vind het eigenlijk wel leuk om zelf ook vanuit onze locatie... (...) Dus dat is heel leuk. En zij heeft nu een andere baan, dus vanaf september kan ze daar niet meer mee doorgaan helaas. En een andere, dat is een Syrische moeder, die heeft zich bij ons aangemeld. Die wilde oefenen met Nederlands. En dus die heeft ook een aantal maanden meegedraaid.”

Sommige initiatieven stimuleren deelnemende moeders om vrijwilliger te worden of een actieve rol in de ontmoetingsactiviteiten te nemen, maar dit lukt meestal niet zo goed.

Van de geobserveerde initiatieven maken drie activiteiten gebruik van een vrijwilliger; bij twee activiteiten zorgen zij voor het eten en drinken. Bij de

derde activiteit is de vrijwilliger inhoudelijk betrokken. Zij heeft een professionele achtergrond in het werken met oudergroepen en gaat zelf het gesprek aan met de ouders en geeft advies.

Bij sommige initiatieven zorgen begeleiders ervoor met de inzet van stagiaires of vrijwilligers, dat de ouders ‘ontzorgd’ worden, zodat ze niet de hele tijd op de kinderen hoeven te letten en daardoor makkelijker contact kunnen leggen met de andere ouders.

3.7 Samenwerking

Initiatiefnemers van ontmoetingsactiviteiten werken vaak samen met andere organisaties. Er zijn drie vormen van samenwerking:

- Samenwerking in de uitvoering van de ontmoetingsactiviteiten
- Samenwerking in het kader van kennisoverdracht
- Samenwerking voor de werving van ouders

Wat betreft werving, is het zo dat samenwerkingspartners ouders flyers over de ontmoetingsactiviteit geven en/of hen persoonlijk aanmoedigen om erheen te gaan. Vooral het CJG is een belangrijke partner voor het doorverwijzen van ouders naar de ontmoetingsactiviteiten.

Daarnaast werken initiatieven samen met wijkteams, kinderopvang en peuterspeelzalen, basisscholen en Ouderkamers, en andere opvoedorganisaties. Sommige initiatieven in het welzijnswerk leggen ook een relatie met andere activiteiten van de welzijnsorganisatie, zoals taallessen, en proberen via deze activiteiten ouders te werven. Eén initiatief laat studenten om de zoveel tijd een inventarisatie van de sociale kaart in de wijk maken, om de banden met andere organisaties aan te halen.

Uit de interviews komt naar voren dat bij ouders waar meer problematiek speelt, die bijvoorbeeld sociaal geïsoleerd zijn, een warme overdracht belangrijk is, dat wil zeggen dat de doorverwijzende hulpverlener de eerste keer meegaat naar de ontmoetingsactiviteit. Ouders die doorverwezen worden door het wijkteam, komen vaak niet aan bij de ontmoetingsactiviteit, tenzij de hulpverlener meegaat. Een dergelijke samenwerking met wijkteams heeft potentie, omdat onder hun cliënten zich sociaal geïsoleerde ouders

bevinden, die zij kunnen koppelen aan de ontmoetingsactiviteiten.

Wat betreft samenwerking in de uitvoering, zijn er een aantal initiatieven van welzijnsorganisaties die samenwerken met een organisatie met meer pedagogische kennis van de leeftijdsgroep 0-4 jaar. De rol van de welzijnsprofessionals is hierbij meestal faciliterend: het regelen van de ruimte, het werven van ouders, maar ook doorverwijzing naar andere instanties. De rol van de pedagogische professional is meestal gericht op kennisoverdracht en het beantwoorden van vragen van ouders. Bij de welzijnsorganisaties zijn de begeleiders vaak kinderwerkers die wel ervaring met kinderen hebben, maar minder met ouders en opvoeding.

De rolverdeling tijdens de ontmoetingsactiviteit verschilt. Soms houdt de ene professional zich bezig met de kinderen, de ander met de ouders. Soms spelen stagiaires of vrijwilligers met de kinderen, terwijl de ouders met elkaar en met de professionals in gesprek gaan.

R1: Jullie [partnerorganisatie] zijn erg gefocust inderdaad op taal, ontwikkeling van de taal. Dat jij ook inderdaad echt met ze in spel gaat, met die taal. En dat wij het stukje ouders oppakken.

R2: En hun hulpvragen die daaruit voortkomen. Dus [de rol van welzijn is]: faciliteren, werven, hulpvragen op pedagogisch vlak en hulpvragen op medisch vlak.

Wat betreft samenwerking in het kader van kennisoverdracht, zijn de initiatiefnemers positief over de samenwerking met het CJG en een opvoedorganisatie.

Sommige initiatieven zoeken naar win-win situaties in de samenwerking, zoals deze initiatiefnemer:

“Ik probeer altijd uit te gaan van de samenwerking. Dus altijd inzetten op samenwerking en op elkaar versterken, denk ik. Dus als je al een groep hebt die koffie komt drinken, kijk dan ook of die een keer kunnen aansluiten bij [naam ontmoetingsactiviteit]. En andersom als de moeders bij [naam ontmoetingsactiviteit] zijn, stuur ze dan door naar de taal cursus

die wordt gegeven in het Huis van de Wijk.”

3.8 Sterke punten en knelpunten

Sterke punten

Gevraagd naar de sterke punten van hun ontmoetingsactiviteit, noemen de initiatiefnemers:

- Vertrouwen van de ouders, de veilige sfeer
- Duurzaamheid in de samenwerkingsrelaties
- Een vast groepje ouders dat komt

Wat initiatiefnemers het meest noemen is vertrouwen en een ‘veilige sfeer’ tussen de ouders als een sterk punt. Met ‘veilige sfeer’ bedoelen zij dat ouders open durven zijn over hun vragen en eventuele moeilijkheden, naar elkaar toe en ook naar de begeleider toe. Vooral de initiatieven die een vast groepje ouders trekken, benoemen dat. Het gaat daarbij om het vertrouwen dat tussen de ouders ontstaan is en het vertrouwen dat zij als begeleiders genieten.

“En dan ouders ook op Facebook gewoon echt reacties geven van, dat ze zich zo welkom voelen en dat ze gewoon het idee hebben van, o, ik kan dingen delen en dat daar zo ook de openheid is om dat te doen. Dat is wel heel fijn.”

Goede en langdurige relaties met samenwerkingspartners vinden sommige initiatiefnemers ook een sterk punt. Sommige welzijnsorganisaties werken al lang in een bepaald gebied. Doordat ze bekend zijn, verwijzen bijvoorbeeld wijkteams ouders aan hen door. Continuïteit in de wijk en in het personeel is volgens sommigen ook belangrijk om het vertrouwen van ouders te winnen.

“Kijk, de Hillegersbergmoeder die googelt wel iets en die loopt wel naar het volgende. Maar dit is echt een wijk, zeker voor dit soort dingen, moet er vertrouwen zijn. Moeten de moeders elkaar vertrouwen. Inderdaad, als die moeders komen, kom ik niet. Ze moeten gewoon vertrouwen hebben in het product, en dat heb je door gewoon ergens een tijdje te blijven. Door

inderdaad vaste gezichten. Dat heeft hier vooral met personen te maken.”

Als er een vast groepje ouders komt, geeft dat de initiatiefnemers het idee dat ze goed bezig zijn en dat ze voorzien in een behoefte.

I: “En waar ben je het meest trots op?
R: Dat we zo'n grote opkomst hebben en dat het in zo'n behoefte voorziet. (...) En ja, dat weet ik ook wel, hoor, van ouders dat ze hier zo blij mee zijn. Want voor de rest ja, je kan naar zwemmen met je kindje, je kan naar- Maar dat er echt niet veel is om samen te komen en dat ze daarom zo blij zijn met [naam ontmoetingsactiviteit]. Maar ja, ik ben er echt heel trots op.”

Knelpunten

De belangrijkste knelpunten bij de ontmoetingsactiviteiten die de initiatiefnemers noemen zijn:

- De ruimte, die niet kindvriendelijk is
- De werving, voldoende ouders en kinderen binnenkrijgen
- Wisselingen in personeel en privacywetgeving die samenwerking bemoeilijken

Zoals al eerder beschreven, zijn veel initiatiefnemers niet tevreden over de ruimte die ze gebruiken. De Huizen van de Wijk zijn multifunctioneel, maar de ruimtes zijn daarmee niet altijd kindvriendelijk, onder meer omdat meerdere organisaties ze gebruiken.

Het tweede grote knelpunt, werving van ouders, blijft een lastig punt, iets waar de meeste initiatieven in moeten blijven investeren. Veel begeleiders vinden het lastig om ouders in de openbare ruimte aan te spreken, terwijl dit vaak een effectieve manier van werven is.

Een initiatiefnemer:

“Maar je kan ook als je een moeder ziet, met een folder, ook een moeder aanspreken. Nou, daar hebben dus heel veel leidsters moeite mee.”

Verder is het zo dat ouders die het wijkteam of een andere instelling doorverwijst naar de ontmoetingsactiviteit, niet altijd aankomen. De eerste stap is vaak het grootst. Een warme overdracht is

essentieel. Een welzijnswerker kreeg aanmeldingen vanuit het wijkteam die vervolgens niet aankwamen:

“Drie situaties vanuit het wijkteam. Eén dame is drie weken geleden via het CJG hier gekomen. (...) De begeleider [van het CJG] is toen meegekomen. Dus één op de drie komt hier, even over de afgelopen periode gekeken. Maar dan het daarna terugkomen, dat is nul. (...) Dus wij moeten nu even contact opnemen met haar [van het CJG], van joh, hoe zit dat? En hoe gaan we dit ondervangen?”

Het initiatief van het onderwijs kreeg ook een verwijzing van het wijkteam van een moeder die vervolgens niet naar de ontmoetingsactiviteit is gekomen:

“We hadden toevallig vorige week nog, kwam iemand van het wijkteam langs. (...) En die zei, zijn jullie er vanmiddag? Nou ja, we zijn er. Ja, want ik heb een Eritrese moeder, die is zwanger en die wilde allemaal- Ik zeg, stuur haar maar door. Die is dus niet geweest en toen heb ik haar nog even gebeld. Ik zeg, ja, ze is niet geweest. Ik zeg, maar zeg nou volgende keer dat een student haar ook thuis kan ophalen, als ze dat prettig vindt. Soms is het ook weer een te grote stap om alleen ergens naartoe te gaan.”

Soms is de locatie waar de ontmoetingsactiviteit plaatsvindt niet op kinderen gericht. Dan zijn alle activiteiten gericht op volwassenen en lijkt er weinig om op aan te haken voor de ontmoetingsactiviteit. Dit bemoeilijkt de werving.

Het speelt bij twee locaties waar de opkomst van ouders achterblijft:

“(…) Wat hier vooral plaatsvindt, is veel taallessen voor volwassenen, heel veel dingen eigenlijk voor volwassenen. Ik ben sinds juli hier voor het kinderwerk aangenomen, ja, ik vind het gewoon eigenlijk heel weinig op dit moment.”

Het laatste knelpunt betreft de samenwerking met andere partijen. Wisselingen in personeel bij samenwerkingspartners bemoeilijken de samenwerking soms:

“En dan is de sociale kaart heel belangrijk. Wat ik ook kan zeggen is dat door al die nieuwe veranderingen, krijg ik elke keer weer nieuwe namen, nieuwe organisaties. Dus soms is die drempel te hoog, maar gaat ze naar een persoon, maar die bestaat niet meer, want die heeft de aanbesteding niet meer gekregen.”

Ook lopen sommige initiatieven ertegenaan, wanneer zij of het CJG zich zorgen maken over een bepaalde ouder of kind, dat uitwisseling van gegevens van ouders en kinderen lastig is vanwege de privacywetgeving:

“Dat had ik ook precies met de ouder waar ik het net over had. Het CJG kwam langs en die vroeg aan mij van, hoe heet ze? Ja, dat weet ik niet. Dat mag ik ook niet vragen of registreren. Ik weet wel dat ze het kind een bepaalde naam noemde en dan ging zij daarmee aan de slag in de hoop dat ze het in haar systeem kon vinden, wie dan die moeder is. Want volgens mij liep het ook niet helemaal lekker bij hun. Maar ja, moeder komt niet meer, ik heb nergens geregistreerd staan de naam of een telefoonnummer, dus ik hoop eigenlijk ergens dat het CJG het wel heeft kunnen vinden.”

De meeste initiatieven registreren weinig gegevens van de ouders en kinderen, juist om de ontmoetingsactiviteiten laagdrempelig te houden. Als er echter iets aan de hand lijkt met een ouder, en de begeleider signaleert dat en wil het doorgeven aan bijvoorbeeld het CJG, dan kan dat niet zomaar, vanwege de AVG.

3.9 Conclusie

De meeste initiatieven voor ontmoetingsactiviteiten hebben als doel opvoedondersteuning, het bevorderen van de (taal)ontwikkeling van kinderen en/of het bevorderen van samen spelen.

Als nevendoeel hebben de initiatieven soms het uitwisselen van ervaringen, ontmoeting en het bevorderen van onderlinge steun tussen ouders. Er

zijn slechts enkele initiatieven die zich expliciet op ontmoeting richten als hoofddoel. Ook het vergroten van zelfvertrouwen rondom het ouderschap is bij deze laatste initiatieven meestal een doel.

In theorie willen de initiatieven wel ouders met een klein netwerk/gebrek aan sociale steun bereiken, maar het is niet duidelijk of ze die ook bereiken. De doelgroep die bereikt wordt, is een mix van opleidingsniveau en culturele achtergrond. De werving van de meeste initiatieven zijn niet expliciet gericht op lager opgeleide ouders.

De inhoud van de ontmoetingsactiviteiten is heel gevarieerd, waarbij ook externe organisaties een rol spelen. Sommige initiatieven zijn meer gericht op een inhoudelijk programma (voorlichting), anderen meer op ontmoeting (met een meer vrij programma, geen voorlichting). De initiatieven die meer op de ontmoeting tussen ouders gericht zijn, nodigen minder vaak sprekers uit.

Succesfactoren voor het behouden van ouders zijn volgens de interviews aandacht besteden aan de relatie van begeleiders met ouders en aandacht voor de ontmoeting tussen ouders (hoe het gesprek tussen ouders te stimuleren en hoe een veilige sfeer te creëren). Ook het aansluiten op wensen en behoeften van ouders wat betreft het tijdstip, de locatie, de vorm van de bijeenkomsten en de thema's is een succesfactor voor het behouden van ouders.

De interviews laten zien dat ontmoeting en contact tussen ouders via drie ingangen bevorderd kan worden:

- Door niet te grote groepen, die zo homogeen mogelijk zijn (eenzelfde achtergrond).
- Door een focus op sociale vaardigheden en een informele benadering van begeleiders en een faciliterende rol van begeleiders bij gesprekken tussen ouders.
- Door inzet van specifieke methodieken voor ontmoeting of het creëren van een goede sfeer, zoals spelvormen, creatieve activiteiten of de beschikbaarheid van eten en drinken.

Bij de welzijnsorganisaties zijn de begeleiders vaak kinderwerkers die wel ervaring met kinderen hebben, maar minder met kinderen van 0-4 jaar en met ouders en opvoeding. Samenwerkingspartners zorgen vaak voor de pedagogische kennis. Er zijn positieve ervaringen met vrijwilligers in een

ondersteunende rol in de ontmoetingsactiviteiten, maar vrijwilligers zijn meestal niet in staat om zelfstandig een ontmoetingsactiviteit te begeleiden of over te nemen, volgens de interviews.

Bij de werving van ouders werkt mond-tot-mond reclame, een persoonlijke benadering en werving via samenwerkingspartners zoals het CJG goed. Begeleiders hebben moeite met een persoonlijke benadering van ouders. Een warme overdracht is bij verwijzingen essentieel.

Initiatieven maken weinig gebruik van extra 'lokkertjes' voor de werving. De initiatieven maken de bijeenkomsten vooral aantrekkelijk met een interessante spreker, thema of activiteit.

Zowel voor het werven en behouden van ouders is goed 'relatiemanagement' belangrijk; het opbouwen van vertrouwen en beter leren kennen van ouders en ook het ontwikkelen en onderhouden van goede relaties met samenwerkingspartners. Dit zijn dan ook werkzame elementen om het bereik te vergroten. In het stappenplan is wel aandacht voor samenwerkingspartners, maar nog onvoldoende voor dit belang van relatiemanagement ten aanzien van ouders en samenwerkingspartners.

Een knelpunt is voor veel initiatieven de ruimte en locatie. De meeste Huizen van de Wijk hebben geen geschikte ruimte voor dit soort ontmoetingsactiviteiten. De locatie is beter vindbaar voor ouders, als er andere organisaties gericht op kinderen en ouders al aanwezig zijn in het gebouw.



4 Tevredenheid van en ervaren effecten op ouders

In dit hoofdstuk bespreken we de ervaringen van de initiatiefnemers voor wat betreft het effect van de ontmoetingsactiviteit op ouders (uit de interviews) en de resultaten van de oudervragenlijsten die zijn afgenomen onder 31 bezoekers van de ontmoetingsactiviteiten.

In die oudervragenlijsten is gewerkt met stellingen over de verschillende soorten steun. We gaan uit van vier soorten sociale steun:

1. Emotionele steun (vertrouwen, liefde, empathie, zorg, onderdeel zijn van een groep)
2. Informatieve steun (advies, kennis over opvoeding, opvoedingsvaardigheden)
3. Reflectieve steun (zelfevaluatie, feedback, leren van de opvoedstijlen van anderen)
4. Instrumentele steun (praktische hulp, elkaar zien buiten de ontmoetingsactiviteiten om, weten waar je terecht kunt voor advies en hulp)

Respondenten konden aangeven in hoeverre ze het met de stellingen over de verschillende soorten steun eens waren (zie ook bijlage 2).

In dit hoofdstuk staat met name onderzoeksvraag 3 centraal:

Wat zijn werkzame elementen van de ontmoetingsactiviteiten om het bereik te vergroten en om sociale contacten van ouders te versterken?

Maar ook onderzoeksvraag 2 komt aan bod:
Welke succesfactoren en knelpunten ervaren de initiatiefnemers?

4.1 Effecten op ouders volgens initiatiefnemers

In hoeverre helpen de ontmoetingsactiviteiten bij het vergroten van sociale steun van ouders? Emotionele steun en informatieve steun komen het meest naar voren uit de interviews met initiatiefnemers. Bij de initiatieven die zich meer op ontmoeting richten, komt emotionele steun meer naar voren. Daarentegen

benoemen initiatieven die zich meer op opvoedondersteuning en ontwikkeling van kinderen richten, eerder informatieve steun.

Initiatiefnemers hebben niet altijd zicht op de effecten van de ontmoetingsactiviteit op ouders. Sommige initiatieven zijn te recent gestart om iets te kunnen zeggen over effecten op ouders.

Emotionele steun

Een aantal initiatiefnemers geeft aan dat ouders vooral behoefte hebben aan emotionele steun. Er is weinig voor de ouders met kinderen in de leeftijd van 0-4 jaar. Ouders zijn op zichzelf aangewezen, zeker als familie wat verder weg woont of niet beschikbaar is. Er is vaak nog geen netwerk van een basisschool.

Even je hart luchten, gezelligheid, 'mummy time', is voor veel ouders belangrijk:

“En dan terwijl ze spelen, praten ze met elkaar. En dan gaat het over dat ze moe zijn, wat hun kind wel niet doet en de schoonfamilie of, noem het- Het kan ook over hartstikke privé gaan en dat niks met kinderen te maken heeft. Dat willen we ook, want volgens mij is dit voor hun een beetje mummy time, zeg maar, en niet, je krijgt nu voorlichting te horen hoe je het beste je kind kunt masseren of tandenpoetsen of-“

De moeders zitten in dezelfde situatie en kunnen elkaar daardoor steunen. Zo organiseert het initiatief van het onderwijs bijeenkomsten voor jonge moeders op het MBO:

“Daar brachten we ook moeders van verschillende klassen samen. Dan zat er bijvoorbeeld een meisje van 17 en een meisje van 24. En dat meisje van 17 was dan net zwanger en worstelde heel erg met haar ouders of met hoe ze alles ging organiseren. En die van 24 die was inmiddels zwanger van haar tweede en die

zei, ja, toen ik 17 was heb ik precies hetzelfde gehad als jij. Komt allemaal wel goed en, weet je wel, dus ze vinden daar heel erg steun in ook bij elkaar.”

Een ander initiatief geeft het voorbeeld van een overspannen moeder die bang was om naar buiten te gaan. De ontmoetingsactiviteit stimuleerde haar om toch die stap te zetten:

“Kijk, [zegt die moeder] elke week, “moet” ik naar buiten toe voor [naam ontmoetingsactiviteit], voor mijn kind, terwijl ik eigenlijk niet durf. Maar ze zegt, ik doe het wel. Had ik [naam ontmoetingsactiviteit] niet, dan was ik thuisgebleven. (...) En ben ik enkel op [naam ontmoetingsactiviteit], heb ik leuke gesprekken met andere moeders, met de leidsters. Hè, dus ze zegt, dit is een soort therapie, een soort medicijn voor mij, anders zit ik maar thuis op die bank en dat is ook niet goed voor mijn kind.”

Het uitwisselen van ervaringen tussen ouders gebeurt bij de meeste ontmoetingsactiviteiten:

“Of elkaar te versterken, want wat ik net al zei, soms nemen ze het van professionals niet aan, maar van elkaar wel. En dan hoeft het niet het juiste te zijn, maar dan voelen ze zich meer gesteund, denk ik. Ik denk dat het meer om steun gaat daarin. Ik had afgelopen week een moeder die moest huilen, omdat zij het gevoel had dat ze een slechte moeder was, maar ze hoorde hoe andere moeders ook aan het worstelen waren met het moederschap en ze voelde zich zo gesteund alleen daardoor. Dus ze was heel dankbaar, dat dit er was.”

De begeleiders van de ontmoetingsactiviteit proberen het zelfvertrouwen van de ouders te versterken door hen bevestiging te geven. Ook geeft een initiatief de ouders de kans om een workshop te geven, of een activiteit te organiseren.

Informatieve steun

De meeste ontmoetingsactiviteiten hebben een onderdeel waarin ze voorlichting geven, soms met behulp van een externe spreker. Een deel van de ouders stelt dat op prijs. Een professional uitnodigen bij de ontmoetings-activiteit kan de drempel verlagen voor ouders om over hun problemen te praten:

(...) Als je merkt dat er thuis iets aan de hand is, praat met die moeder en misschien kan je iemand, een externe, uitnodigen om daar een soort voorlichting over te geven. Stel huiselijk geweld. Kijk, je kan niet zeggen: ga maar daar naartoe, want die moeder doet dat niet. Maar dat je in het algemeen iemand dan uitnodigt om daar meer over te vertellen en dat ze er zijn en dat je daar en daar naartoe kan gaan. Om zo die moeder ook erin te ondersteunen. Dat vind ik belangrijk. Dat heel veel moeders gewoon niet durven, niet mogen hulp zoeken en dat er dan wel iemand is. En nodig die persoon een paar keer uit.

Reflectieve steun

Er zijn wat voorbeelden genoemd in de interviews van reflectieve steun, dat ouders van elkaar leren en leren door het ervaren van andere opvoedstijlen.

“Dus ik denk dat dat [de opvoedstijlen] wel heel wisselend is. Van alles wat. Dat maakt het juist zo leuk voor die moeders, om hier aan de praat te raken hè. Van inderdaad: ‘Ze willen niet naar bed, nou hoe doe jij dat dan?’ En dat die moeders ook betrokken waren, zeker ook naar die Chinese moeder. Van: ‘Goh wat lastig’. En herkenning.”

Soms nemen ouders ook dingen van elkaar over, waar professionals het niet mee eens zijn. Professionals confronteren hen dan met andere zienswijzen, maar ouders staan niet altijd open voor adviezen van professionals:

“En ze leren van elkaar. Want ik merkte dat bijvoorbeeld toen die moeder het had over hoe slecht vaccineren wel niet was, dat er een andere moeder het had overgenomen en die had haar kind niet

gevaccineerd. Ik had natuurlijk wel weer verteld van joh, er zijn daar onderzoeken nog over en ze zouden dat echt niet doen als het zo schadelijk is, je moet zelf kijken wat je doet. Maar ik vind het- In alle opzichten nemen ze het van elkaar meer over dan van een professional, die het dan komt vertellen hoe het wel en niet moet. En dat is, laag opgeleid, hoog opgeleid, dat maakt niet uit.”

Instrumentele steun

De begeleiders bieden de ouders soms praktische steun. Begeleiders verwijzen ouders regelmatig door naar instanties of hulpverleners, ook voor oudere kinderen, als dit hen nuttig lijkt. Het komt voor dat ouders elkaar onderlinge praktische steun bieden, volgens de interviews, maar de begeleiders geven aan dat ze dit niet altijd merken.

Eén initiatief werkt met studenten; die hebben meer tijd voor praktische steun dan professionals:

“Maar je merkt dat er bijvoorbeeld ook heel veel praktische vragen zijn waar helaas een hulpverlener gewoon helemaal geen tijd voor heeft. Die heeft geen tijd om met een moeder te gaan kijken naar babyspullen of (...). Nu is er een moeder die zegt ik wil graag een fotografie cursus doen. En dan gaat de student mee naar de [naam instelling]. Die gaan samen zoeken van, oké wat is er dan. Hoe kan je je daarop aanmelden. Zijn er regelingen waar je gebruik van kunt maken. Dus er zijn gewoon heel veel praktische vragen die...”

Er is dus wel een behoefte aan praktische steun onder ouders.

Sommige ouders zien elkaar ook buiten de ontmoetingsactiviteit om, hoewel dit niet veel genoemd is:

“Waardoor ik denk van, het is succesvol, ze zoeken elkaar ook op na [naam ontmoetingsactiviteit], dus buiten speeltijd- (...) Ze hebben elkaars telefoonnummers, bellen elkaar, waarom ben je er niet? Terwijl ze elkaar daar hebben ontmoet. En

dat vind ik dus het leuke ervan. Afgelopen vrijdag is er een meisje vier geworden (...) en heb ik een filmpje van haar gekregen en ze filmde zo al die mensen die er waren, het waren allemaal ouders van [naam ontmoetingsactiviteit].”

Ook noemt een initiatiefnemer een ervaring van een paar jaar geleden, dat een groep moeders van de ontmoetingsactiviteit samen is gaan sporten.

Andere effecten:

Soms noemen initiatiefnemers andere effecten die niet direct met sociale steun te maken hebben, maar wel met het vergroten van de wereld van kinderen, ouders en begeleiders.

Een initiatiefnemer merkt dat de ontmoetingsactiviteit de drempel verlaagt voor ouders om hun kind naar een peuterspeelzaal of kinderopvang te brengen.

“Ik merk dat er een drempel is [om hun kind naar de peuterspeelzaal of kinderopvang te brengen] voor de ouders die constant met hun kind zijn. Kind vindt het moeilijk om moeder los te laten en andersom. En dan merk ik dat bij [naam ontmoetingsactiviteit], nadat ze een paar weken zijn geweest, dan zien ze dat hun kind vanzelf de afstand ook een beetje opzoekt, met andere kinderen in gesprek gaat, of spelen of wat dan ook. En dat het dan makkelijker is voor de moeder om een stap te nemen om hun kind werkelijk achter te laten bij een peuterspeelzaal bijvoorbeeld “

Bij één initiatief leidt de ontmoetingsactiviteit tot contact tussen ouderen en ouders met jonge kinderen in het Huis van de Wijk:

“En er is ook wel een leuke verbinding tussen oud en jong natuurlijk. En ze hebben op de donderdagochtend, hebben ze ook spelletjesochtend. En dan zitten ze te Scrabbelen en weet ik wat allemaal. Maar ze vinden het hartstikke leuk en de kinderen vinden de oudjes ook leuk. Dus dat is wel grappig. (...) Als wij gaan zingen, dan zingen ze ook soms vrolijk “In de maneschijn” mee en zwaaien ze naar elkaar, enzovoort. En sommige ouderen

vinden het wel vervelend als de kinderen aan hun rollator zitten bijvoorbeeld. (...) De ene kan het hebben en de andere niet. Maar we hebben voornamelijk dat ze het hartstikke leuk vinden. En het is het Huis van de Wijk, dus ze moeten wel.”

Studenten die stagelopen bij de ontmoetings-activiteiten doen praktijkervaring op, bijvoorbeeld over niet te moeilijk taalgebruik of over werving van ouders. Ook maken ze kennis met andere leefomstandigheden en andere groepen dan ze soms van huis uit gewend zijn.

4.2 Tevredenheid ouders

In deze paragraaf bespreken we de resultaten uit de vragenlijsten die door 31 ouders van 8 verschillende activiteiten zijn ingevuld. Onderstaande uitkomsten gelden voor deze activiteiten en kunnen niet veralgemeniseerd worden naar het totale aanbod van activiteiten.

Achtergrond kenmerken ouders

Onder de respondenten van de oudervragenlijst waren 29 ouders, 1 opa of oma en 1 oppas. De vragenlijsten zijn afgenomen bij 8 verschillende activiteiten, die allemaal in de ochtend plaatsvonden. De activiteiten waren veelal gericht op ouders met kinderen in de leeftijd van 0-4 jaar (5 van de 8, de andere drie richtten zich op ouders met kinderen in de leeftijd van 0-2 jaar).

Er is de respondenten gevraagd of zij voor het eerst de activiteit bezochten of dat ze dat al vaker hadden gedaan. De meeste respondenten hadden de activiteit al vaker bezocht (81%); gemiddeld waren ze al 11 keer geweest (met een minimum van 2 keer en een maximum van 40 keer).

Alle respondenten waren vrouwen. De helft daarvan heeft één kind, 35% heeft twee kinderen, de rest heeft er 3 of meer. De helft van alle respondenten (51,6%) spreekt alleen Nederlands thuis; 10% heeft deze vraag niet ingevuld en de rest spreekt thuis Nederlands en nog een andere taal (Arabisch, Armeens, Bosnisch, Koerdisch, Marokkaans, Urdu, Kaapverdiaans, Surinaams, Papiament, Spaans, Engels). De meeste respondenten (63%) hebben een de havo, het vwo, het hbo of de universiteit als

opleiding. Iets meer dan de helft van de ouders (53,6%) geeft aan in het afgelopen jaar geen moeite te hebben gehad om rond te komen. Ruim een kwart (28,6%) heeft dat ook niet, maar moet wel opletten met de uitgaven. En 17,9% heeft enige of grote moeite om rond te komen (stedelijk gezien heeft 17% moeite met rondkomen).

Tabel 3 Achtergrondkenmerken respondenten

Onderwerp	%
Geslacht:	
Man	0
Vrouw	100
Aantal kinderen	
Eén	50
Twee	34,6
Drie of meer	15,4
Opleidingsniveau	
Laag	11,1
Midden	25,9
Hoog	63
Moeite met rondkomen	
Geen moeite met rondkomen	53,6
Opletten met uitgaven	28,6
Enige of grote moeite met rondkomen	17,9



De laag- en middenopgeleide ouders bezoeken veelal een activiteit van een welzijnsinstelling. De hoogopgeleiden bezoeken vaak een activiteit van een niet-welzijnsinstelling (tabel 4).

Ook voor wat betreft het rondkomen is er een verschil tussen de verschillende soorten organisaties te zien. Degenen met enige of grote moeite met rondkomen bezoeken veelal een activiteit van een welzijnsinstelling. Degenen die geen moeite hebben met rondkomen bezoeken vaker een activiteit van een niet-welzijnsinstelling (tabel 5).

Tabel 4 Opleidingsniveau naar soort organisatie (%)

	Welzijn	Niet-welzijn
Laag	100	0
Midden	86	14
Hoog	35	65

Tabel 5 Moeite met rondkomen naar soort organisatie (%)

	Welzijn	Niet-welzijn
Geen moeite met rondkomen	33	67
Geen moeite met rondkomen, wel opletten met uitgaven	87,5	12,5
Enige of grote moeite met rondkomen	80	20

Communicatie

De meeste respondenten hebben via iemand anders van de ontmoetingsactiviteit gehoord (57%), meestal van een professional (CJG of school; 65%) en soms van een andere ouder (35%). De overige respondenten hebben het ergens gelezen (40%); soms op de flyer (27%), maar meestal op social media (73%). Degenen die het ergens gelezen hadden, vonden de informatie die gegeven werd duidelijk (9 van de 10 die deze vraag hebben ingevuld).

Reden

Er is ook gevraagd naar de reden om naar de ontmoetingsactiviteit te komen. 'Leuk en gezellig' wordt het meest genoemd. De meest genoemde reden daarna is het contact met andere ouders. Ouders noemen ook vaak een combinatie van redenen.

Twee derde van de respondenten heeft wel eens een andere ouder over deze ontmoetingsplek verteld.

Tabel 6 Reden om naar een activiteit te komen

Reden	%
Leuk/gezellig voor de kinderen	47
Voor het contact met andere ouders	37
Informatie	10
Overig	6

Sfeer en inrichting

Op de vraag of men zich welkom voelt bij de ontmoetingsactiviteit, antwoordt iedereen bevestigend. Ook het contact met de begeleiders wordt positief beoordeeld (voor beiden geldt: driekwart zeer mee eens, de rest mee eens). Van alle respondenten vindt 83% de inrichting van de ruimte prettig (de overige respondenten hebben daar geen uitgesproken mening over; 'soms mee eens en soms mee oneens'). De meeste respondenten geven aan dat er voldoende geschikt speelgoed is voor hun kind (86%). 7% is het niet mee eens en vindt dus dat er onvoldoende geschikt speelgoed is. Bijna iedereen (97%) vindt het gezellig bij de ontmoetingsactiviteit. De meeste mensen (86%) vinden de ruimte veilig, 7% twijfelt en de overige 7% is het daar niet mee eens en vindt het niet veilig.

Respondenten konden opmerkingen geven bij dit onderwerp. De antwoorden daarop (N=11) zijn divers. Sommige mensen vinden de ruimte te klein (4 van de 11). Qua veiligheid gaat het vaak om het gemis van een traphekje of een hekje naar de keuken. Sommige ouders missen speelgoed voor de kleinsten en anderen juist weer voor de oudere kinderen.

Praktisch

In de oudervragenlijst is ook gevraagd naar de praktische kant van de ontmoetingsactiviteiten; is men tevreden over de bereikbaarheid, de tijd van de activiteit, de dag en de frequentie. In het algemeen is men tevreden met deze praktische zaken. De frequentie scoort het minst hoog qua tevredenheid. In het opmerkingenveld is te zien dat dat vooral te maken heeft met de wens om de activiteiten vaker te laten plaatsvinden (9 van de 15 opmerkingen). Degenen die lage scores gaven voor de frequentie, bezochten zowel activiteiten die één keer per week plaatsvonden als één keer per maand.

Een respondent vulde in:

“Ik dacht dat het alleen voor ouders was, dus zonder kinderen. Ik ben 24/7 alleen met mijn vier kinderen, dus daar zou ik wel behoefte aan hebben”.

Tabel 7 Percentage tevredenheid praktische zaken

	Bereikbaarheid	Tijd	Dag	Frequentie
(zeer) mee eens	89,6	90,0	86,7	60
soms mee eens/soms mee oneens	10,3	6,7	10	16,7
(zeer) niet mee eens	0	3,3	3,3	23,3

Programma/activiteiten

Er is aan de ouders gevraagd in hoeverre het programma hen aanspreekt en in hoeverre het programma hun kind aanspreekt. De meeste ouders geven aan dat het programma hen aanspreekt. De ouders die hebben ingevuld ‘niet van toepassing’ bezochten een activiteit met een ‘vrij programma’. Een vrij programma, is gericht op ontmoeting, er is geen thema of voorlichting. Wel zijn er vaste onderdelen die elke keer in dezelfde volgorde gedaan worden (inloop, samen fruit eten, samen iets drinken, spelen). Ouders die hier ‘niet van toepassing’ invulden, hebben dit niet als een programma ervaren.

De percentages voor de kinderen zijn lager (zie tabel 8). Sommige kinderen zijn nog erg klein, bij hen is nog niet te zeggen of het programma hen aanspreekt en soms is het programma gericht op oudere kinderen (bijvoorbeeld bij talige programma's). Bij sommige activiteiten is het programma meer gericht op de ouders dan op de kinderen en ook hier weer zijn er ouders die ‘niet van toepassing’ hebben ingevuld bij de activiteiten met een ‘vrij programma’ (omdat ze een ‘vrij programma’ niet als programma ervaren).

Tabel 8 Percentage ouders/kinderen dat het programma aansprekend vindt

	Programma spreekt ouders aan	Programma spreekt kind aan
(Zeer) mee eens	80,6	64,5
Soms mee eens/soms mee oneens	6,5	12,9
(Zeer) mee oneens	-	-
Niet van toepassing	6,5	12,9

Ouders geven verschillende tips/opmerkingen over het programma. Sommige opmerkingen hangen meer samen met de praktische kant van de activiteiten (meer dingen aanschaffen, vaker een activiteit organiseren, ook iets voor baby's doen). Een paar ouders geven aan graag iets fysiekers te willen (meer dansactiviteiten bijvoorbeeld), omdat hun kind niet zo lang stil kan zitten. Een ander wil meer informatie van professionals. Weer een ander oppert om de taalcursus en informaticacursus ook in het programma op te nemen.

4.3 Hulp bij de opvoeding

De meeste ouders ervaren de opvoeding van hun kind als ‘niet makkelijk en niet moeilijk’ (54,8%). Bijna een kwart geeft aan de opvoeding als ‘makkelijk’ te ervaren (22,6%). Een paar ouders vinden de opvoeding van hun kind ‘moeilijk’ (6,5%). De rest heeft de vraag niet ingevuld.

De meeste ouders krijgen vaak of regelmatig hulp bij de verzorging en opvoeding van hun kind (51,8%). Deze ouders zijn tevreden over de hoeveelheid hulp die zij krijgen. Het percentage ouders dat zelden of nooit hulp krijgt en dit onvoldoende vindt, is 3,7%.

Deze vragen zijn ook gesteld aan Rotterdamse ouders van 0- tot 4-jarigen in de vragenlijst van de Gezondheidsmonitor 2018. Stedelijk gezien ervaart de helft van de ouders de opvoeding als ‘makkelijk’ (50%) en ervaart 4% de opvoeding als ‘moeilijk’.

Onder de ouders die een vragenlijst hebben ingevuld bij een ontmoetingsactiviteit zijn er dus ongeveer de helft minder ouders die de opvoeding als 'makkelijk' ervaren. Wel geven ze aan genoeg hulp te krijgen.

Het percentage dat vaak of regelmatig hulp krijgt bij de verzorging en opvoeding van hun kind is stedelijk 49% (dat komt overeen met het percentage van de ouders uit het ontmoetingsactiviteiten onderzoek).

Tabel 9 Percentage dat hulp krijgt en deze hulp al dan niet voldoende vindt

		Vindt u deze hulp voldoende?			
		Ja	Nee	NVT	Totaal
Krijgt u hulp bij de verzorging en het opvoeden van uw kind?	Ja, vaak of regelmatig	51,8	0	0	51,8
	Ja, af en toe	14,8	0	0	14,8
	Nee, Zelden of nooit	3,7	3,7	25,9	33,3
Totaal		70,3	3,7	25,9	100

Ook kunnen de meeste ouders met vrienden of familie praten over de opvoeding van hun kind (55,5% vaak of regelmatig en 18,5% af en toe) en vinden zij deze hoeveelheid steun voldoende. Stedelijk gezien geeft 70% aan dat zij altijd of meestal met iemand kunnen praten over problemen in de opvoeding. Dit percentage ligt hoger dan dat van de ouders uit dit onderzoek.

De uitkomsten tonen aan dat de ouders die de ontmoetingsactiviteiten bezoeken, geen opvoedingsproblemen ervaren en dat zij voldoende hulp krijgen. Ze geven echter in vergelijking met de stedelijke cijfers minder vaak aan dat ze de opvoeding makkelijk vinden. Sociaal wenselijk antwoorden kan bij deze vragen een rol hebben gespeeld.

4.4 Ervaren effecten

Emotionele steun

De meeste ouders geven aan dat zij met andere ouders over hun kinderen praten op de ontmoetingsactiviteit, dat zij de andere ouders beter leren kennen en dat ze leren van de ervaringen van andere ouders. Degenen die het niet met deze stellingen eens waren, bezochten een activiteit die gericht was op voorlichting. Er was daardoor minder uitwisseling tussen ouders.

Van alle typen steun geven ouders op stellingen over deze soort steun het meest aan dat ze het ermee eens zijn. Ouders ervaren het meest een effect van de ontmoetingsactiviteiten op de emotionele steun.

Tabel 10 Percentage ervaren emotionele steun

	(Zeer) mee eens	Soms mee eens/mee oneens	(Zeer) mee oneens
Ik praat hier met andere ouders over mijn kinderen	62,9	33,3	3,7
Ik leer hier andere ouders (beter) kennen	74	14,8	11,1
Ik leer hier van de ervaringen van andere ouders	70,3	18,5	11,1

Informatieve steun

Voor wat betreft het vergroten van kennis, zijn de meningen verdeeld. De meeste ouders zijn het eens met de stellingen en leren meer over opvoeden door de ontmoetingsactiviteit of door de opvoedtips van andere ouders. Ook passen zij thuis toe wat ze bij de ontmoetingsactiviteit leren. Ruim een kwart van de ouders is het daar niet mee eens. Dit zijn allemaal hoogopgeleide ouders.

Tabel 11 Percentage ervaren informatieve steun

	(Zeer) mee eens	Soms mee eens/mee oneens	(Zeer) mee oneens
Ik leer meer over opvoeden en het omgaan met mijn kind door de activiteiten hier	50	19,2	30,7
Ik pas thuis toe wat ik hier heb geleerd	42,3	30,8	26,9
Ik krijg hier opvoedtips van andere (mede)opvoeders	38,4	34,6	26,9

Reflectieve steun

Ook voor wat betreft het nadenken over de opvoeding zijn de meningen verdeeld. De meeste ouders denken door de ontmoetingsactiviteit wel meer na over opvoeden en ze leren van ouders die hun kinderen op een andere manier opvoeden, maar ze praten er niet makkelijker over met anderen. Ook dit waren veelal hoogopgeleide ouders.

Tabel 12 Percentage ervaren reflectieve steun

	(Zeer) mee eens	Soms mee eens/mee oneens	(Zeer) mee oneens
Door deelname aan de activiteiten hier denk ik meer na over opvoeden.	46,1	5,4	38,4
Door hier te zijn praat ik makkelijker over opvoeding en opvoedingsproblemen met anderen.	40,7	14,8	44,4
Ik leer hier van ouders die hun kinderen op een andere manier opvoeden.	44,4	40,7	14,8

Instrumentele steun

Er waren twee stellingen over dit type steun. De antwoorden op deze stellingen ontlopen elkaar niet veel. Ouders ervaren niet zo'n duidelijk effect van de ontmoetingsactiviteiten op dit type steun. Dat het wel

voorkomt (elkaar ontmoeten buiten deze activiteit), blijkt uit een opmerking die een van de ouders maakte in het opmerkingenveld van de vragenlijst:

“Ik groet de andere ouders op straat als we elkaar tegenkomen in de buurt. Dan kletsen we even. Soms gaan we door de welzijnsinstelling ook samen naar andere activiteiten, zoals het theater”.

Tabel 13 Percentage ervaren instrumentele steun

	(Zeer) mee eens	Soms mee eens/mee oneens	(Zeer) mee oneens
Door deelname aan de activiteiten hier weet ik waar ik terecht kan met opvoedvragen.	37	22,2	40,7
Ik zie/spreek/ontmoet de andere ouders ook buiten deze activiteit.	42,3	19,2	38,4

4.5 Tips van ouders voor verbetering

Er is de ouders gevraagd om tips ter verbetering van de ontmoetingsactiviteiten. Vijf ouders hebben deze vraag beantwoord. Twee daarvan gaan over de werving; ouders geven als tip om de werving niet alleen via Facebook te doen, omdat niet alle ouders daarop zitten. Werving via het CJG wordt als tip gegeven. Een andere tip gaat over het aankopen van spulletjes voor kleinere kinderen (een kinderstoel en een aankleedkussen bijvoorbeeld). Een andere ouder wil vaker een groepsgesprek over dingen waar je als ouder tegenaan loopt.

Opmerkingen

In het opmerkingenveld konden ouders nog hun laatste ingevingen kwijt. Zeven ouders hebben dat gedaan. Daarin wordt onder andere de samenwerking met het CJG als sterk punt en succesfactor van de ontmoetingsactiviteit genoemd.

Een paar ouders roemen de gezelligheid en noemen nogmaals dat het wel vaker of langer georganiseerd mag worden:

“En ook voor mij als moeder om zo in contact te komen met andere ouders”.

Een paar ouders noemen de goede begeleiding door en hulp van de begeleiders.

4.6 Conclusie

De respondenten (n=31) waren vooral vrouwen, vaak met één kind. De meesten zijn hoogopgeleid en geven aan geen moeite te hebben gehad om rond te komen in het afgelopen jaar.

Laag- en middenopgeleide ouders bezoeken veelal een activiteit van een welzijnsinstelling. De hoogopgeleiden bezoeken vaak een activiteit van een niet-welzijnsinstelling.

De ouders komen vooral voor het ontmoeten van andere ouders en veel minder voor het ontvangen van informatie.

Er is een behoefte aan ontmoetingsactiviteiten; veel ouders zouden willen dat het vaker georganiseerd wordt.

De meeste ouders ervaren de opvoeding van hun kind als ‘niet makkelijk en niet moeilijk’. In vergelijking met stedelijke cijfers zijn er minder ouders die de opvoeding als ‘makkelijk’ ervaren, maar ze geven aan voldoende hulp te krijgen.

Van alle typen steun geven ouders op stellingen over emotionele steun het meest aan dat ze het ermee eens zijn. Ouders ervaren het meest een effect van de ontmoetingsactiviteiten op de emotionele steun.

Naast de effecten op de vier verschillende soorten sociale steun, zijn er ook andere effecten die die niet direct met sociale steun te maken hebben, maar wel met het vergroten van de wereld van kinderen, ouders en begeleiders. Zo kan het bezoeken van een ontmoetingsactiviteit de drempel voor ouders verlagen om hun kind naar een peuterspeelzaal of kinderdagverblijf te brengen.

5 Ondersteuning door de gemeente

In de interviews is gevraagd aan de initiatieven naar hun mening over de ondersteuning door de gemeente en specifiek naar hun ervaringen met het door de gemeente ontwikkelde stappenplan en de kennis vanuit het social marketingonderzoek. Ook hebben we gevraagd naar hun behoeften aan ondersteuning. Deze onderwerpen komen in dit hoofdstuk aan bod, waarbij we als bron de interviews en verslagen van de netwerkbijeenkomsten gebruiken.

In dit hoofdstuk geven we antwoord op onderzoeksvraag 5:

Hoe ervaren de initiatiefnemers de ondersteunings-tools vanuit de gemeente (het stappenplan, de toelichting op het stappenplan, de persona's en de formats voor flyer of poster)?

5.1 Wat is 'ondersteuning'?

We hebben de initiatieven gevraagd naar hun ervaringen met ondersteuning vanuit de gemeente voor de ontmoetingsactiviteiten in brede zin, dus niet alleen hun ervaringen met het stappenplan, maar ook met de netwerkbijeenkomsten die de gemeente heeft georganiseerd.

Het woord 'ondersteuning' is niet altijd helder, bleek uit de interviews. De meeste initiatiefnemers interpreteren het woord 'ondersteuning door de gemeente' als financiële ondersteuning of subsidie. De vraag naar de ervaringen met de ondersteuning door de gemeente is eerst breed gesteld en daarna is specifiek doorgevraagd naar het gebruik van het stappenplan, toepassing van de kennis uit het social marketingonderzoek en de ervaringen met de netwerkbijeenkomsten.

5.2 Het stappenplan

De initiatiefnemers hebben volgens eigen zeggen weinig gebruik gemaakt van het stappenplan dat de gemeente heeft laten ontwikkelen voor de ontmoetingsactiviteiten. Sommigen kennen het

stappenplan niet. Dit heeft onder meer met interne communicatie te maken, dat collega's het vergeten te delen. Als ze het stappenplan wel kennen, vinden ze het over het algemeen handig als achtergronddocument of naslagwerk en als herinnering aan belangrijke onderdelen van de aanpak, zoals evaluatie.

Eén initiatiefnemer geeft aan het stappenplan gebruikt te hebben voor het opzetten van een ontmoetingsactiviteit. Een teamleider bij een ander initiatief dat niet zo goed loopt, wil het wel gebruiken om het initiatief weer vlot te trekken.

Een welzijnswerker:

I: Want je hebt dan het stappenplan en zo ontvangen? En die formats voor die flyer, poster, en dat soort dingen. Heb je daar iets van gebruikt?

R: Nou, die flyer niet, want die hadden we. Maar ik vind dat stappenplan, vind ik wel heel goed.

I: Ja?

R: Ja, prettig. En dan denk ik, het is niet nieuw, maar als je het weer eens zo ziet staan, denk je oké verhelderend. Zeker omdat je vaak, het stukje evaluatie en zo, vergeet je. Ja, ik vond het een prettig format.

Voor een andere welzijnswerker bracht het stappenplan niet veel nieuws:

“Maar op zich, die handvatten, ik denk dat dat ook wel, sommige dingen..., als het al loopt, weet je wel dat je die voorwaarden moet hebben om het goed te laten lopen.”

Voor sommigen komen het stappenplan en de flyers voor hun gevoel te laat, omdat hun ontmoetingsactiviteit al opgezet is. Bij het opzetten van een nieuw initiatief zegt men het stappenplan te zullen gebruiken.

Als suggestie voor verbetering van het stappenplan geven initiatiefnemers aan om er één document van

de maken en geen grote documenten als bijlage toe te voegen. Ook is de suggestie om meer gebruik te maken van de kennis opgedaan in bestaande ontmoetingsactiviteiten en opvoedcursussen voor jonge ouders.

Ook van de flyers is weinig gebruik gemaakt.

5.3 Kennis uit het social marketing-onderzoek

Uit de interviews blijkt dat de initiatiefnemers de social marketing kennis weinig gebruiken tot nu toe. De meeste initiatieven richten zich niet expliciet op lageropgeleide ouders. Gevraagd naar de indeling naar opleidingsniveau en opvoedingsstijl uit het social marketingonderzoek geven de initiatiefnemers aan dat ze die niet herkennen in hun praktijk. Geen van de initiatiefnemers geeft aan de kennis uit het social marketing onderzoek te hebben gebruikt voor het ontwerp van de flyers.

De redenen dat initiatieven zich niet richten op de twee doelgroepen uit het social marketingonderzoek zijn volgens de interviews:

1. Andere focus dan sociale steun: De meeste initiatieven focussen zich in de praktijk niet op onderlinge steun van ouders, maar op opvoedondersteuning of (taal)ontwikkeling van de kinderen.
2. Geen keuze voor een specifieke doelgroep ouders: De meeste initiatieven hebben bij de start geen doelgroep ouders voor ogen en stemmen daar ook hun communicatie niet op af. Ze hebben soms, naar eigen zeggen, ook weinig zicht op de populatie jonge ouders in de wijk.
3. Nadruk op bepaalde ouders sluit anderen buiten: De meeste initiatiefnemers willen dat de ontmoetingsactiviteit open is voor iedereen en hebben het idee dat ze ouders buiten sluiten als ze voor een van de groepen kiezen.
4. Oneens met de focus op lageropgeleide ouders: Het idee leeft bij sommige initiatiefnemers dat hogeropgeleide ouders lageropgeleide ouders kunnen ondersteunen. Ook zien initiatieven hogeropgeleide ouders die weinig sociale

steun hebben. Dus willen zij zich niet beperken tot lageropgeleide ouders.

Een initiatiefnemer: : “Maar ik geloof juist heel erg in die kracht van dat je mensen allemaal samenbrengt. Dat je dus die wat sterkere moeders, dat die ook weer juist die wat zwakkere, of ja, mag je dat zeggen, zwakkere moeders. Dat die elkaar juist kunnen versterken. Daar geloof ik heel erg in. En het is wel moeilijk die groep samen te brengen, hoor. Maar je ziet wel dat het toch wel kan. (...) Als je alleen maar mensen met klein sociaal netwerk bij elkaar zet, dan is het ook weer moeilijk om sneller een sociaal netwerk op te bouwen”.

5. Weinig begrip van de relatie doelgroep, communicatie en bereik: Voor sommige initiatiefnemers is onduidelijk dat er een relatie is tussen de keuze van een doelgroep, het daarop aansluiten met de communicatie en het bereik van een ontmoetingsactiviteit.

Zeker welzijnsorganisaties vinden het lastig om onderscheid naar doelgroep te maken. Ze willen toegankelijk zijn voor iedereen en dat verhoudt zich slecht tot denken in doelgroepen. De stap om zich expliciet op moeders te richten (en niet op ‘ouders’ in het algemeen) stuit al op weerstand.

Een welzijnsprofessional:

“Nee, als je echt de missie en visie van [naam organisatie] volgt, dan zijn we voor heel de buurt, voor iedereen van nul tot honderd. Dus, ja, in die zin maken we geen onderscheid van wie wel, wie niet. Als mensen willen deelnemen, dan zijn ze welkom.”

en andere professional:

“Ja, nou ja, als je echt bewust een bepaalde doelgroep wilt werven, dan heb je er wat aan [aan de social marketing kennis]. Maar wij hadden juist gezegd, nou ja, goed, uiteindelijk hebben we het besproken met [naam partnerorganisatie] toen al, en toen hadden we zoiets van, wij willen het toch iets meer vrijlaten. (...) We laten het open. We zijn er voor alle moeders die er behoefte aan hebben, die zijn welkom. Dus we houden het echt voor alle moeders die zelf behoefte hebben aan contact.”

Kortom, het hele idee van social marketing (je richten op een bepaalde groep met bepaalde waarden, gedrag en behoeften, waar je je communicatie op richt) lijkt niet geland te zijn. In de eerste netwerkbijeenkomst is een presentatie gegeven over het social marketing onderzoek. Ook is het stappenplan met daarin de social marketing kennis gedeeld met de initiatieven en kort gepresenteerd tijdens een netwerkbijeenkomst. Desondanks doen de initiatieven weinig met deze kennis. We denken dat dit mogelijk met factoren zowel aan de zijde van de (welzijns)organisaties als aan de zijde van de gemeente te maken heeft.

Aan de kant van de organisaties, constateren wij, op basis van de interviews en netwerkbijeenkomsten, dat het social marketing denken niet goed lijkt aan te sluiten bij de huidige manier van denken en werken van de (welzijns)organisaties. Wat betreft de manier van denken, de waarden van toegankelijkheid en inclusiviteit zijn belangrijk voor de initiatieven, met name voor welzijnsorganisaties, zoals blijkt uit bovenstaande citaten. Dit maakt dat er weerstand is tegen de focus op een doelgroep, omdat dit andere ouders zou buitensluiten.

Wat betreft de manier van werken, uit de interviews en netwerkbijeenkomsten komt eerder een ‘aanbod’ gerichte strategie van de initiatieven naar voren, dan een ‘vraag’ gerichte strategie, vanuit de doelgroep, zoals het social marketing denken aanbeveelt. Dat aanbod gerichte bleek uit de interviews met de initiatiefnemers en tijdens de netwerkbijeenkomsten. Initiatiefnemers gaven daar aan eerder te starten vanuit een bepaalde locatie, met bepaalde medewerkers, met bepaalde samenwerkingspartners, in plaats van te redeneren vanuit de doelgroep. Aan de kant van de gemeente bleek tijdens de netwerkbijeenkomsten de sturing en de communicatie vanuit de gemeente niet altijd eenduidig, wat betreft doel en doelgroep van de ontmoetingsactiviteiten. De keuze voor een doel en doelgroep is grotendeels overgelaten aan de organisaties zelf.

5.4 . Netwerkbijeenkomsten

De initiatiefnemers waarderen vrijwel unaniem de netwerkbijeenkomsten die de gemeente heeft georganiseerd. Ze noemen ze ‘nuttig’, ‘functioneel’, ‘goed geregisseerd’. De meeste zijn bij een of twee bijeenkomsten aanwezig geweest. De initiatiefnemers waarderen vooral de mogelijkheid om met elkaar in gesprek te gaan en ervaringen te delen.

Een initiatiefnemer:

“En ik vond die bijeenkomst ook heel nuttig, hoor. (...). Ik heb het gevoel dat de gemeente er ook iets mee doet, met onze input. En ik heb er zelf ook altijd veel aan. Gewoon omdat je, al is het maar

het feit dat je hoort dat de anderen tegen hetzelfde aanlopen.”

De communicatie over de netwerkbijeenkomsten richting uitvoerend medewerkers kan nog beter, blijkt uit de interviews. Niet alle betrokkenen weten van de bijeenkomsten.



5.5 Behoeften aan ondersteuning door de gemeente

De initiatiefnemers hebben vooral behoefte aan ondersteuning door de gemeente in een faciliterende rol. Het gaat daarbij om het faciliteren van:

- Een (fysiek) overzicht van alle ontmoetingsactiviteiten in Rotterdam
- Ondersteuning bij het vinden van de doelgroep
- Ondersteuning en methodieken voor het stimuleren van ontmoeting
- Ontwikkelen van beeldmateriaal, zoals filmpjes, en inzet van bloggers
- Het vinden en verbinden met andere initiatieven en actoren in een wijk
- Leren van andere initiatieven en gelegenheid om elkaar te leren kennen
- Financiële ondersteuning, met name voor het huren van ruimte

Een (fysiek) overzicht van alle ontmoetingsactiviteiten

De initiatiefnemers hebben behoefte aan een fysiek overzicht van alle initiatieven rond ontmoetingsactiviteiten voor ouders met jonge

kinderen in Rotterdam. Dan kunnen zij makkelijker de samenwerking opzoeken en van elkaar leren.

Vinden van de doelgroep

Een enkele initiatiefnemer geeft aan hulp te willen bij het vinden van moeilijker bereikbare doelgroepen zoals tienermoeders, lageropgeleide moeders. Ze heeft behoefte aan advies van de gemeente hoe de doelgroep te vinden.

Ondersteuning en methodieken voor het stimuleren van ontmoeting

In de netwerkbijeenkomsten lijkt er bij de initiatieven meer begrip te zijn ontstaan voor het stimuleren van ontmoeting en uitwisseling. Wel vragen de initiatiefnemers om concrete methodieken en handvatten om hiermee aan de slag te gaan.

Ontwikkelen van beeldmateriaal, zoals filmpjes, en inzet van bloggers

Wat betreft de 'tools', geven de initiatieven aan dat flyers niet alle doelgroepen aanspreken. Zij hebben meer behoefte aan filmpjes in verschillende talen. Ook werken met bekende vlotte bloggers die opvoedkwesties bespreekbaar maken, is een suggestie.

Verbinden met andere actoren in de wijk

De gemeente kan initiatieven nog meer met elkaar verbinden, volgens de interviews, en zorgen dat men van elkaar weet wat er in een wijk is. De initiatiefnemers weten niet altijd wat er aanwezig is in een wijk en het verandert ook vanwege aanbestedingen, nieuwe pilots, etc. De gemeente kan hier nog actiever in opereren, volgens de interviews.

Leren van andere initiatieven

De initiatiefnemers hebben vooral behoefte aan het delen van kennis met andere initiatieven en willen van anderen leren. De gemeente zou dit door middel van netwerkbijeenkomsten kunnen bevorderen, maar mogelijk ook op andere manieren.

I: “Stel dat ze [de gemeente] dat breder in de stad willen uitrollen, wat het idee is. Wat zouden ze dan vooral moeten doen?”

R: Nou, kijken wat er al is, dat uitbreiden. Maar ook die samenwerking, dus mensen bij elkaar brengen. Dus wat [naam gemeentelijke beleidsadviseur] heeft gedaan, is heel goed hè, om mensen ook

bij elkaar te brengen van, hoe doe jij dit?
Hoe zou het anders kunnen? En dat hè,
ook de samenwerking.”

Financiële ondersteuning

Enkele initiatieven die geen of beperkt financiële ondersteuning krijgen, zouden dit wel meer willen, voor het financieren van eten en drinken, sprekers, en vooral voor de huur van ruimte. Organisaties die geen welzijnsorganisatie zijn, hebben soms moeite om betaalbare ruimte te vinden voor de ontmoetingsactiviteiten. Huizen van de Wijk hanteren voor hen te hoge huurprijzen.

Algemene randvoorwaarden

Verschillende initiatiefnemers geven aan dat het belangrijk is dat de gemeente voldoende tijd en ruimte geeft om te experimenteren. Vaak is minstens een jaar nodig om uit te proberen wat werkt en hoe de doelgroep het beste te bereiken is, hoe het initiatief verbeterd kan worden. Initiatiefnemers vragen hiervoor aandacht en voldoende ruimte en tijd, ook wat betreft financieringsvoorwaarden:

“Wij hebben ook één jaar subsidie gehad vanuit de gemeente, een opstartsubsidie. Dat is gewoon te kort. Het kost gewoon echt tijd om dingen te testen en te doen. We zaten ook in [naam wijk]. Dat liep voor geen meter. Waarom, geen idee, maar dat hebben we ook een half jaar, een jaar ongeveer geprobeerd. Nou, toen hadden we echt zoiets, nee, dit werkt gewoon niet. We moeten hier gewoon mee stoppen. Maar dan moet je wel die ruimte hebben om daar te kunnen blijven, om te kunnen kijken, oké, wat werkt dan wel.”

Ook is het belangrijk dat de gemeente duidelijk de meerwaarde aangeeft van een nieuw idee zoals de ontmoetingsactiviteiten ten opzichte van andere interventies. Er is behoefte aan een helder onderscheid van de ontmoetingsactiviteiten ten opzichte van opvoedcursussen en andere preventieve jeugdinterventies. Een eenduidige definitie van ontmoetingsactiviteiten zou bij dit onderscheid helpen. Ook zou het nuttig zijn als de gemeente haar verwachtingen expliciteert ten aanzien van de verschillende typen initiatieven. Is het de bedoeling dat alleen welzijnsorganisaties zich op lageropgeleide ouders en ontmoeting richten? Of verwacht de gemeente dit ook van

opvoedorganisaties, van VVE gerelateerde initiatieven en van de bibliotheek?

5.6 Conclusie

De initiatiefnemers zijn vooral positief over de netwerkbijeenkomsten die de gemeente heeft georganiseerd. Dit ervaren zij als ondersteuning. Zij gebruiken de gemeentelijke ‘tools’, het stappenplan, de toelichting bij het stappenplan en de flyer, weinig. Sommigen zien het stappenplan als handig naslagwerk.

Uit de interviews en netwerkbijeenkomsten blijkt dat de initiatieven de kennis uit social marketingonderzoek nauwelijks gebruiken, zoals de informatie over lageropgeleide ouders met een strakke en losse opvoedstijl. Veel initiatieven werken niet met een scherp gedefinieerde doelgroep en een daarop gebaseerde wervingsstrategie. Initiatiefnemers zeggen zich te richten op ouders met een klein sociaal netwerk, maar wat dat betekent voor de werving blijft onduidelijk.

Er lijkt weerstand te zijn bij veel initiatieven tegen de focus op een doelgroep, omdat het idee leeft dat dit andere ouders zou buitensluiten. De waarden van toegankelijkheid en inclusiviteit zijn belangrijk voor met name welzijnsorganisaties. Daarnaast lijkt het hele idee van social marketing (je richten op een bepaalde groep met bepaalde waarden, gedrag en behoeften, waar je je communicatie op richt) niet geland te zijn. De stap om zich expliciet op moeders te richten (en niet op ‘ouders’ in het algemeen) stuit al op weerstand. Bestaande initiatieven vinden het lastig om hun focus aan te passen richting lageropgeleide moeders, en richten zich dus ook niet op een bepaalde opvoedstijl.

Bij de initiatieven lijkt er wel begrip te zijn voor het (meer) stimuleren van ontmoeting en uitwisseling en de oproep om daar meer aandacht aan te besteden, op basis van de tussentijdse resultaten van het onderzoek.

Wat betreft de rol van de gemeente geven de initiatiefnemers aan vooral behoefte te hebben aan:

- Een (fysiek) overzicht van alle ontmoetingsactiviteiten die er zijn in Rotterdam
- Ondersteuning bij het vinden van de doelgroep

- Ondersteuning en methodieken voor het stimuleren van ontmoeting
- Ontwikkelen van beeldmateriaal, zoals filmpjes, en inzet van bloggers
- Het vinden en verbinden met andere initiatieven en actoren in een wijk
- Leren van andere initiatieven en gelegenheid om elkaar te leren kennen
- Financiële ondersteuning, met name voor het huren van ruimte

In het algemeen vragen de initiatieven van de gemeente voldoende tijd om ontmoetingsactiviteiten op te zetten en continuïteit te garanderen.

Ook is er behoefte aan een helder onderscheid van de ontmoetingsactiviteiten ten opzichte van opvoedcursussen en andere preventieve jeugdinterventies

6 Conclusies en aanbevelingen

6.1 Inleiding

In dit rapport vindt u de resultaten van een onderzoek naar ontmoetingsactiviteiten voor ouders van jonge kinderen. In dit hoofdstuk treft u de conclusies aan. Het onderzoek is gestart met de volgende onderzoeksvragen

1. Welke ontmoetingsactiviteiten voor ouders met jonge kinderen bevinden zich in Rotterdam en welke kenmerken hebben ze?
2. Welke succesfactoren en knelpunten ervaren de initiatiefnemers?
3. Wat zijn werkzame elementen van de ontmoetingsactiviteiten om het bereik te vergroten en om sociale contacten van ouders te versterken?
4. Wat vinden ouders van de ontmoetingsactiviteit en welke effecten van het bezoek aan de ontmoetingsactiviteit ervaren de ouders?
5. Hoe ervaren de initiatiefnemers de ondersteuningstools vanuit de gemeente (het stappenplan, de toelichting op het stappenplan, de persona's en de formats voor flyer of poster)?

Gebruikte methoden bij dit onderzoek waren interviews met 11 initiatiefnemers, observaties bij 8 initiatieven, vragenlijsten die onder ouders zijn afgenomen (N=31), en informatie uit de bijeenkomsten (oktober 2018 en mei en november 2019). De dataverzameling vond grotendeels plaats in de periode maart-juli 2019.

Hierna presenteren we de conclusies van het onderzoek aan de hand van de volgende onderwerpen:

- Kenmerken van ontmoetingsactiviteiten en werkzame elementen (onderzoeksvraag 1 en 3)
- Succesfactoren en knelpunten (onderzoeksvraag 2)

- Tevredenheid van ouders en ervaren effecten (onderzoeksvraag 4)
- Ondersteuning door de gemeente (onderzoeksvraag 5)

In paragraaf 6.2 worden de kernconclusies beschreven, met daaruit volgend de aanbevelingen in paragraaf 6.3. In de paragrafen daarna staan de meer specifieke conclusies over de kenmerken en werkzame elementen van ontmoetingsactiviteiten (6.4), de tevredenheid van ouders en de ervaren effecten (6.5) en de ondersteuning door de gemeente (6.6).

6.2 Kernconclusies

Zo'n 13 organisaties organiseren ontmoetingsactiviteiten op bijna 40 locaties in Rotterdam georganiseerd. Welzijnsorganisaties organiseren een derde van de ontmoetingsactiviteiten, terwijl andere maatschappelijke organisaties twee derde voor hun rekening nemen.

Uit het social marketing onderzoek kwam naar voren dat degenen voor wie deze activiteiten het meest van belang zijn, laagopgeleide ouders zijn met een strakke of een losse opvoedstijl. De initiatiefnemers van de activiteiten gebruiken deze informatie niet of nauwelijks bij de werving. De meeste initiatiefnemers maken geen keuze voor een doelgroep ouders. De werving is daarom niet expliciet gericht op een van de groepen uit het social marketing onderzoek. De groep ouders die bereikt wordt met de ontmoetingsactiviteiten is dan ook heel divers; een mix qua opleidingsniveau en culturele achtergronden.

Het doel van de activiteiten is meestal opvoedondersteuning, bevorderen van (taal)ontwikkeling of samen spelen. Veel minder vaak is het doel 'ontmoeting'. Een activiteit met als doel 'opvoedondersteuning', bestaat vaak uit een

inhoudelijke voorlichting. Een activiteit met als doel 'ontmoeting' heeft vaker een vrij programma met vaste onderdelen als spelen en eten/drinken, maar met daarnaast voldoende ruimte voor ontmoeting.

Voor de geënquêteerde ouders is juist ontmoeting belangrijk. Ouders geven aan vooral te komen voor het contact met andere ouders. Als gekeken wordt naar de vier soorten steun en de door ouders ervaren effecten van de activiteiten, is te zien dat ouders vooral emotionele steun ervaren en in mindere mate informatieve steun. Ook dit geeft aan dat ontmoeting voor de ouders belangrijker is dan kennisuitwisseling. Er is dus sprake van een discrepantie tussen wat ouders zoeken en wat de initiatieven bieden.

Het stimuleren van ontmoeting tussen ouders is iets waar initiatiefnemers moeite mee hebben. De initiatiefnemers gebruiken weinig methodieken die uitwisseling tussen ouders bevorderen.

Initiatieven die ontmoeting als doel hebben en die bewust bezig zijn met de omgang met ouders, het stimuleren van gesprekken tussen ouders en het creëren van een veilige sfeer, lijken het beter te doen dan de initiatieven die vooral op de inhoud van het programma focussen. Ouders geven die initiatieven een hogere waardering en er is vaker een vaste groep ouders die komen.

Het stappenplan van de gemeente wordt weinig gebruikt bij het opzetten van de activiteiten. Initiatiefnemers waarderen de bijeenkomsten die worden georganiseerd door de gemeente.

6.3 Aanbevelingen

Algemene aanbevelingen/ onderwerpen van gezamenlijk gesprek gemeente en initiatieven

Opzet:

- Bekijk het doel en de mogelijkheden voor het ontwikkelen van beeldmateriaal, zoals filmpjes, en inzet van bloggers.

Bekijk de mogelijkheden voor een geschiktere ruimte.

Werving:

- Bied praktische tools voor het werven van lager opgeleiden (bijvoorbeeld informatie over vindplaatsen, samenwerkingspartners die benaderd kunnen worden, hoe om te gaan met barrières die ouders kunnen hebben om een ontmoetingsactiviteit te bezoeken).

Ontmoeting bevorderen:

- Besteed aandacht aan methodieken voor het bevorderen van ontmoeting. Bespreek het belang van sociale vaardigheden en gespreksvaardigheden en hoe deze bevorderd kunnen worden.
- Bespreek en ontwikkel methoden voor relatiemanagement (tussen ouders en begeleiders, maar ook tussen ouders onderling).

Verbinding in de wijk:

- Zorg voor meer verbinding met andere initiatieven en actoren in een wijk. Wellicht kan de gebiedsadviseur daar een rol bij spelen. Haak de initiatiefnemers van de ontmoetingsactiviteiten aan bij dingen die voor de wijk georganiseerd worden (bijvoorbeeld nieuwsbrieven of bijeenkomsten).

Voor initiatieven:

Opzet:

- Laat ontmoeting het hoofddoel zijn. Voorlichting geven is niet verkeerd of 'fout', maar niet het hoofddoel van een ontmoetingsactiviteit. Zorg voor voldoende onderscheid met de opvoedcursussen.
- Wees ervan bewust dat het werken met ouders andere vaardigheden vraagt dan het werken met kinderen. Schakel voor het

begeleiden van de ontmoetingsactiviteit dus ook een begeleider in die die kwaliteiten heeft. Eventueel in samenwerking met een kinderwerker.

Doelgroep en werving:

- Maak een keuze voor een doelgroep en richt daar ook je werving op (bij voorkeur laagopgeleiden, omdat die een grotere kans op een klein sociaal netwerk hebben).
- Probeer de omgeving van de ontmoetingsactiviteit in kaart te brengen; wat voor mensen wonen daar in de wijk. Welke doelgroep is er te vinden?

Ontmoeting bevorderen:

- Zorg dat je methodieken inzet om ontmoeting te stimuleren.
- Als er voorlichting gegeven wordt; laat het dan een interactieve manier zijn waarbij men met de ouders in gesprek gaat over het onderwerp. Maak er een tafelgesprek van. Vermijd een zedende manier van voorlichting geven.
- Ontzorg de ouders (schakel bijvoorbeeld een stagiaire in die met de kinderen kan spelen), zodat de ouders contact met elkaar kunnen leggen.

Begeleiding:

- Zorg voor continuïteit in de begeleiding; bij voorkeur vaste begeleiders op de groep.
- Train vrijwilligers op hun taken.

Bevorder het leren:

Ga bij elkaars initiatief kijken om van elkaar te leren of leer van elkaar door een coaching systeem op te zetten, waarbij goedlopende initiatieven startende initiatieven coachen.

Voor de gemeente:

Opdrachtverstrekking:

- Communiceer duidelijk in de opdracht naar de initiatieven over het doel en de doelgroep van de activiteiten. En daarbij dus ook over de verwachtingen die de gemeente heeft van de activiteiten.

Gebruik stappenplan en social marketing kennis:

- Ga met initiatieven het gesprek aan over de wenselijkheid van het stappenplan. Is het nodig om aanpassingen te doen of hebben initiatieven ergens anders behoefte aan?
- Als er aanpassingen aan het stappenplan gedaan worden, maak dan van het stappenplan en de toelichting op het stappenplan één document (geen twee en geen bijlagen).
- Ga met initiatieven het gesprek aan over de kennis die uit het social marketingonderzoek komt. Wat willen en kunnen initiatieven daarmee?
- Als initiatieven aan de slag willen met de informatie uit het social marketingonderzoek, ondersteun ze daar dan bij. Geef bijvoorbeeld een partij een advies- of coachingsrol voor initiatieven.

Bevorder het leren:

- Stimuleer leren van andere al bestaande initiatieven en creëer gelegenheden om elkaar te leren kennen. Geef daartoe een fysiek overzicht van alle ontmoetingsactiviteiten in Rotterdam.

Sturing:

- Twee derde van de activiteiten wordt georganiseerd door een niet-welzijnsorganisatie. Hierbij is directe sturing vanuit contractering niet mogelijk.

Verken daarom de mogelijkheden tot meer horizontale vormen van sturing (Governance principes, netwerksturing⁶).

6.4 Conclusies: Kenmerken van ontmoetingsactiviteiten en werkzame elementen

Kenmerken:

De ontmoetingsactiviteiten worden vooral georganiseerd in lagere inkomenswijken en -gebieden. De welzijnsorganisaties organiseren ongeveer een derde van de ontmoetingsactiviteiten.

In het onderzoek zijn wij zo'n 13 organisaties in Rotterdam tegengekomen die zich bezighouden bezig met ontmoeting van ouders met jonge kinderen en opvoedingsactiviteiten waarbij ontmoeting een neven doel is. Deze activiteiten vinden plaats in totaal op bijna 40 locaties in de stad.

Deze initiatieven gaan uit van welzijnsorganisaties, kinderopvang en peuterspeelzalen, een organisatie voor opvoedondersteuning, een speeltuinvereniging, een buurtorganisatie, een zorginstelling, de bibliotheek, en het onderwijs. Het CJG is kennispartner en toeleider, maar organiseert zelf geen ontmoetingsactiviteiten. Daarnaast zijn er commerciële initiatieven. Deze laatste maken geen deel uit van het onderzoek. Welzijnsorganisaties organiseren ongeveer een derde van de ontmoetingsactiviteiten. Andere maatschappelijke organisaties zijn dus ook belangrijk, maar werken in een ander sturingskader of geen sturingskader.

De ontmoetingsactiviteiten hebben verschillende namen (die vaak met het doel en de doelgroep samenhangen) en bevinden zich in verschillende gebieden in Rotterdam, met name in gebieden met veel inwoners met lage inkomens, zoals Delfshaven, Charlois, IJsselmonde en Feijenoord. De ontmoetingsactiviteiten vinden merendeels plaats in Huizen van de Wijk, maar ook in basisscholen en in bibliotheken, een enkele keer in het CJG.

De meeste initiatieven zijn de laatste paar jaar gestart (2016-2018), maar er zijn ook initiatieven die al meer dan 20 jaar bestaan.

De meeste ontmoetingsactiviteiten vinden wekelijks plaats, sommige maandelijks. De meeste zijn open groepen die onbeperkt doorgaan. Slechts bij één organisatie is sprake van een beperkte duur (10 weken).

Doel:

Het doel is meestal opvoedondersteuning, taal of spelen. Minder vaak is het doel ontmoeting.

De meeste initiatieven voor ontmoetingsactiviteiten hebben als doel opvoedondersteuning, het bevorderen van de (taal)ontwikkeling van kinderen en/of het bevorderen van samen spelen (ouders met kinderen).

Als neven doel hebben de initiatieven soms het uitwisselen van ervaringen, ontmoeting en het bevorderen van onderlinge steun tussen ouders, terwijl ontmoeting hetgeen is waar ouders behoefte aan hebben. Er zijn slechts enkele initiatieven die zich expliciet op ontmoeting richten als hoofddoel. Ook het vergroten van zelfvertrouwen rondom het ouderschap is bij deze laatste initiatieven meestal een doel. Daarnaast hebben sommige initiatieven eigen organisatiedoelen.

Bij de initiatieven waarbij ontmoeting het doel is, worden minder vaak sprekers uitgenodigd, zodat er ook meer ruimte is voor ontmoeting en uitwisseling. Bij de initiatieven die zich meer op ontmoeting richten, ervaren ouders vooral emotionele steun (bij voorlichting is dat informatieve steun).

Doelgroep:

Geen expliciete keuze voor een doelgroep qua ouders en dus geen expliciete werving, waardoor laagopgeleide ouders beperkt worden bereikt.

Uit social marketingonderzoek komt naar voren dat de ontmoetingsactiviteiten het beste zouden aansluiten bij bepaalde typen ouders; de laagopgeleide moeders met een strakke of een losse opvoedstijl.

⁶ Zie ook: F. Wester & M. van Biene (2013). Sturing in de Wmo-praktijk. Op weg naar nieuwe sturingsmodellen in de Wmo. Movisie.

De initiatieven maken vaak geen expliciete keuze voor een doelgroep. In de praktijk kiezen de meeste initiatieven alleen voor een leeftijdsgroep van de kinderen (0-2 jaar, 0-4 jaar, etc).

Uit de enquête en interviews blijkt dat de initiatieven met hun ontmoetingsactiviteiten een gemengde groep bereiken, qua opleidingsniveau en culturele achtergrond. Sommige bereiken alleen middelbaar of hoogopgeleide ouders.

Vaak is de werving van de initiatieven niet expliciet gericht op lager opgeleide ouders, ook niet bij welzijnsorganisaties. Als gevolg hiervan bereiken slechts enkele initiatieven laagopgeleide ouders. De VVE gerelateerde initiatieven richten zich wel specifiek op laagopgeleide ouders, degenen met een taalachterstand (doelgroep Voor- en Vroegschoolse Educatie).

Werving:

Werving is niet op een van de twee groepen ouders gericht. De ervaring van de initiatiefnemer is dat mond tot mond reclame het best werkt. Ook een persoonlijke benadering werkt goed, maar begeleiders hebben vaak moeite met het aanspreken van ouders in de openbare ruimte.

Voor de werving van ouders gebruiken de initiatieven hun website, sociale media, flyers en een persoonlijke benadering van ouders. Wat qua werving het beste werkt, volgens hen, is:

- Mond-tot-mond reclame (onderling, tussen ouders)
- Persoonlijke benadering en outreachend werken
- Werving via samenwerkingspartners zoals het CJG

De persoonlijke benadering en het opbouwen van een band met de ouders werkt als een 'tam tam'. Zowel voor het werven en behouden van ouders is goed 'relatiemanagement' belangrijk; het opbouwen van vertrouwen en beter leren kennen van ouders en ook het ontwikkelen en onderhouden van goede relaties met samenwerkingspartners. Dit zijn dan ook werkzame elementen om het bereik te vergroten. Hiervoor is in het stappenplan nog onvoldoende aandacht.

Initiatieven maken weinig gebruik van extra 'lokkertjes' voor de werving: foto's maken, kortingen,

aanwezigheid van een reality tv-persoonlijkheid, een ontbijt aanbieden.

Samenwerking:

Met name bij ouders die sociaal geïsoleerd zijn, is na doorverwijzing door een externe organisatie een warme overdracht naar de ontmoetingsactiviteit belangrijk.

Initiatiefnemers van ontmoetingsactiviteiten werken vaak samen met andere organisaties in de uitvoering van de ontmoetingsactiviteiten, als sprekers voor informatieoverdracht en voor de werving van ouders.

Het CJG is de belangrijkste samenwerkingspartner voor veel initiatieven. Daarnaast werken de initiatieven samen met andere opvoedorganisaties, basisscholen, kinderdagverblijven, verloskundigen, wijkteams, buurtorganisaties en religieuze organisaties. Soms zijn er relaties met migranten- of vluchtelingenorganisaties of werven de initiatieven ouders via taallessen. Ouderkamers op basisscholen en ouderconsulenten kunnen een goede samenwerkingspartner zijn, maar deze zijn niet overal (meer) aanwezig.

Met name bij ouders die sociaal geïsoleerd zijn, is na doorverwijzing door een externe organisatie een warme overdracht naar de ontmoetingsactiviteit belangrijk.

Begeleiding van de ontmoetingsactiviteiten:

De bijeenkomsten worden begeleid door betaalde krachten die vooral ervaring hebben met het werken met (oudere) kinderen. Continuïteit is daarbij belangrijk. Vrijwilligers kunnen worden ingezet om de begeleiders te ondersteunen.

Betaalde krachten zijn meestal verantwoordelijk voor het organiseren en begeleiden van de ontmoetingsactiviteiten. Bij welzijnsorganisaties zijn dit vaak kinderwerkers die wel ervaring met kinderen hebben, maar minder met ouders en minder met de doelgroep 0-4-jarigen. De begeleiding is dan ook soms minder gericht op de ouders en juist meer op de kinderen.

Vrijwilligers en stagiaires spelen een ondersteunende rol bij veel initiatieven. Meestal missen de vrijwilligers de benodigde vaardigheden en kennis om ontmoetingsactiviteiten zelf te kunnen leiden. Wel kunnen ze de ouders ontzorgen tijdens de ontmoetingsactiviteit, zodat die zich op zichzelf kunnen richten.

Sociale vaardigheden en gespreksvaardigheden zijn belangrijk om ontmoeting te bevorderen en ouders te werven en te behouden. Leren en deskundigheidsbevordering hebben niet altijd een prominente plek binnen de initiatieven.



Programma/Methodieken:

Ontmoeting tussen ouders komt niet vanzelf tot stand; dat vergt methodieken en een specifieke rol van begeleiders. In kleinere groepen en bij een vrij programma is er de meeste ruimte voor ontmoeting.

De initiatieven hebben veelal een divers aanbod aan activiteiten en thema's, met veel variatie. Dit maakt het aantrekkelijk voor ouders. Sommige initiatieven zijn meer op voorlichting gericht en lijken daarmee sterk op opvoedcursussen. Andere initiatieven hebben een meer vrij programma, waar meer ruimte is voor ontmoeting. Bij sommige initiatieven zorgen begeleiders ervoor met de inzet van stagiaires of vrijwilligers, dat de ouders 'ontzorgd' worden, zodat ze niet de hele tijd op de kinderen hoeven te letten en daardoor makkelijker contact kunnen leggen met de andere ouders.

De initiatieven gebruiken weinig methodieken die uitwisseling tussen ouders en ontmoeting bevorderen. Veel ontmoetingsactiviteiten richten zich op informatieoverdracht, in plaats van op het stimuleren van ontmoeting, mogelijk omdat dit laatste geen duidelijk doel van de activiteit is. In het stappenplan is geen aandacht voor methodieken die uitwisseling en ontmoeting bevorderen.

Uit de observaties blijkt dat als er veel (groeps)voorlichting wordt gegeven, er minder uitwisseling is tussen ouders. In heel grote groepen is er ook minder uitwisseling onderling. Er is meer uitwisseling in groepen waar de ouders elkaar lijken

te kennen, maar dit werkt ook andersom: als ouders meer uitwisselen, leren ze elkaar beter kennen. Ook is er meer uitwisseling in groepen, waar de begeleider uitwisseling stimuleert of een methodiek inzet zoals een spelvorm.

Tijdens observaties is soms handelingsverlegenheid bij begeleiders te zien wat betreft de benadering van ouders. Deze begeleiders vinden het lastig om contact tussen de ouders tot stand te brengen. Daarnaast is er volgens de interviews bij sommige ouders sprake van vraagverlegenheid; ouders zijn soms terughoudend om te praten, vooral degenen met een niet-westerse migratieachtergrond.

Ontmoeting tussen ouders komt dus niet vanzelf tot stand. Wat hiervoor nodig is, is een actieve rol van de begeleiders, inzet van methodieken om uitwisseling en ontmoeting te bevorderen, een niet te grote groep en niet te veel voorlichting in het programma (informatie 'zenden'). Dit zijn dan ook werkzame elementen om het sociale contact tussen ouders te bevorderen.

Succesfactoren bij de organisatie van de ontmoetingsactiviteiten:

Aandacht besteden aan de relatie van begeleiders met ouders en aandacht hebben voor de ontmoeting tussen ouders (het stimuleren van het gesprek tussen ouders en het creëren van een veilige sfeer).

Sterke punten van de ontmoetingsactiviteiten vinden de initiatiefnemers zelf het winnen van het vertrouwen van de ouders en het creëren van een veilige sfeer, duurzaamheid in de samenwerkingsrelaties en het binden van een vast groepje ouders. Het eerste sterke punt sluit goed aan bij het gemeentelijke doel van het stimuleren van ontmoeting.

Succesfactoren zijn aandacht besteden aan de benadering van ouders, hoe het gesprek tussen ouders en de ontmoeting te stimuleren en hoe een veilige sfeer te creëren. Ook het aansluiten op wensen en behoeften van ouders wat betreft het tijdstip, de locatie, de vorm van de bijeenkomsten en de thema's is een succesfactor.

Wat betreft de locatie werkt het het beste als de locatie een plek is die ouders kennen, met kindvriendelijke faciliteiten en inrichting, die toegankelijk en zichtbaar is, en waar zo mogelijk ook

andere activiteiten zijn voor ouders en/of jonge kinderen.

Knelpunten:

Belangrijkste knelpunten zijn het vinden van een geschikte ruimte en het werven en behouden van ouders.

Knelpunten hebben betrekking op de ruimte, de werving van ouders en de samenwerking met andere organisaties.

Het belangrijkste knelpunt voor initiatiefnemers is het vinden van een kindvriendelijke, veilige en betaalbare ruimte.

Een tweede aandachtspunt is voor veel initiatieven het werven en behouden van ouders. Meerdere initiatieven zouden wel een groter groepje ouders willen hebben dat regelmatig komt. Medewerkers vinden het vaak lastig om ouders persoonlijk te benaderen in de openbare ruimte. Meer kwetsbare doelgroepen (vluchtelingen, wijkteamcliënten) hebben een warme overdracht nodig. Taal- en cultuurverschillen maken de communicatie soms lastig tijdens de activiteit en ook voor de werving. Voor sommige ouders is de afstand tot de ontmoetingsplek een probleem.

Wisselingen in personeel en privacywetgeving bemoeilijken de samenwerking met andere organisaties soms.

6.5 Conclusies: Tevredenheid van ouders en ervaren effecten

Reden om te komen:

Ouders komen vooral voor een leuke activiteit met de kinderen en voor het contact met andere ouders.

Uit de enquête blijkt dat de meeste ouders via een professional (van het CJG of een basisschool vaak) van de ontmoetingsactiviteiten hebben gehoord. Sociale media is ook een belangrijke bron van informatie over de ontmoetingsactiviteiten voor ouders.

De reden die ouders geven waarom ze naar een ontmoetingsactiviteit komen, is vooral vanwege de kinderen (een aantrekkelijke, gezellige activiteit voor kinderen). Tweede hoofdreden is het contact met andere ouders. Mogelijk is dit een onderschatting,

want voor sommige ouders is het een taboe om te zeggen dat ze voor zichzelf komen, volgens de initiatiefnemers in de interviews. Informatie over de opvoeding is voor ouders veel minder belangrijk als reden om te komen. De reden waarom ouders komen, sluit aan bij wat de gemeente ziet als wat het doel zou moeten zijn van de ontmoetingsactiviteiten.

De ouders geven in de enquête aan voldoende hulp en steun bij de opvoeding te krijgen, geen moeite te hebben met rondkomen en weinig problemen met de opvoeding te hebben. Het zijn merendeels middelbaar en hoger opgeleide ouders (dit kan een vertekend beeld zijn door de selectie van activiteiten die we bezocht hebben).

Ervaren effecten op sociale steun:

De ontmoetingsactiviteiten blijken vooral te zorgen voor meer emotionele steun.

Voor het ervaren effect van de ontmoetingsactiviteiten is gekeken naar vier soorten sociale steun: emotionele steun, informatieve steun, reflectieve steun, en instrumentele steun. De emotionele steun richt zich op vertrouwen, liefde, empathie en zorg. Adviezen, suggesties en informatie die helpen om een probleem op te lossen vallen onder informatieve steun. Reflectieve steun draagt bij aan zelfevaluatie via feedback of het ervaren van andere opvoedstijlen. Instrumentele steun gaat over materiële steun en een beroep op mensen kunnen doen, en zicht op waar men terecht kan met vragen.

De ontmoetingsactiviteiten blijken vooral te zorgen voor meer emotionele steun bij ouders (69% (zeer) mee eens). Initiatieven met een grote groep en groepsvoorlichting scoren hier het minst goed op. De activiteiten lijken minder effect te hebben op informatieve steun en reflectieve steun (elk 44%). Een effect op instrumentele steun komt het minst naar voren (39%).

Tevredenheid:

Over zowel het programma als de praktische zaken zijn ouders over het algemeen tevreden.

Ouders zijn over het algemeen tevreden met de ontmoetingsactiviteiten, zowel over het programma als over de praktische zaken (bereikbaarheid, tijd, dag, frequentie). De meeste ouders geven aan dat het programma hen aanspreekt. Ze geven vooral verbeterpunten met betrekking tot de ruimte, vooral de veiligheid en de grootte van de ruimte. De meeste

ouders zouden ook wel willen dat de ontmoetingsactiviteit vaker plaatsvond.

6.6 Conclusies: Ondersteuning door de gemeente

Initiatiefnemers zijn blij met de netwerkbijeenkomsten, maar het stappenplan en de kennis uit het social marketingonderzoek worden nauwelijks gebruikt.

De initiatiefnemers zijn vooral positief over de netwerkbijeenkomsten die de gemeente heeft georganiseerd. Dit ervaren zij als ondersteuning. Zij gebruiken de gemeentelijke 'tools', het stappenplan, de toelichting bij het stappenplan en de flyer, weinig. Sommigen zien het stappenplan als handig naslagwerk.

Uit de interviews en netwerkbijeenkomsten blijkt dat de initiatieven de kennis uit social marketingonderzoek nauwelijks gebruiken, zoals de informatie over laagopgeleide ouders met een strakke en losse opvoedstijl. Veel initiatieven werken niet met een scherp gedefinieerde doelgroep en een daarop gebaseerde wervingsstrategie.

Initiatiefnemers zeggen zich te richten op ouders met een klein sociaal netwerk, maar wat dat betekent voor de werving blijft onduidelijk.

Er lijkt weerstand te zijn bij veel initiatieven tegen de focus op een doelgroep, omdat het idee leeft dat dit andere ouders zou buitensluiten. Het hele idee van social marketing (je richten op een bepaalde groep met bepaalde waarden, gedrag en behoeften, waar je je communicatie op richt) lijkt niet geland te zijn. De stap om zich expliciet op moeders te richten (en niet op 'ouders' in het algemeen) stuit al op weerstand. Bestaande initiatieven vinden het lastig om hun focus aan te passen richting laagopgeleide moeders, en dus ook op een bepaalde opvoedstijl.

Bij de initiatieven lijkt er wel begrip te zijn voor het (meer) stimuleren van ontmoeting en uitwisseling en de oproep om daar meer aandacht aan te besteden, op basis van de tussentijdse resultaten van het onderzoek.

In het algemeen vragen de initiatieven van de gemeente voldoende tijd om ontmoetingsactiviteiten op te zetten en continuïteit te garanderen.

Ook is er behoefte aan een helder onderscheid van de ontmoetingsactiviteiten ten opzichte van opvoedcursussen en andere preventieve jeugdinterventies, want dan weten de initiatiefnemers waar ze zich op moeten richten en wat de verwachtingen van de gemeente zijn.

Bijlage A

Vragenlijst initiatiefnemers

Algemeen

1. Wanneer is dit initiatief gestart?
2. Wat is uw rol binnen dit initiatief?
3. Met wie werkt u samen? Wat is de rol van deze andere organisatie(s)?
4. Maakt u gebruik van vrijwilligers?
5. Hoe noemt u de bijeenkomsten/ontmoetingsactiviteiten?

Praktisch

6. Hoe vaak vinden de ontmoetingsactiviteiten plaats? Op welke dag?
7. Op welke plek?
8. Hoeveel ontmoetingen zijn er tot nu toe gerealiseerd?

Invulling programma

9. Hoe zien de ontmoetingsactiviteiten eruit? Activiteiten voor kinderen en voor ouders?
10. Wie hebben de ontmoetingen begeleid?
11. Schakelt u weleens externe deskundigen in (bijv pedagoog van het CJG, lactatiekundige, mindfulness trainer)?
12. Welke activiteiten/programma slaan aan bij ouders volgens u?

Bereik en communicatie

13. Hoeveel ouders komen er gemiddeld bij een ontmoetingsactiviteit?
14. Kunt u iets zeggen over het type ouders dat komt (vaders/moeders, herkomst, opleidingsniveau, strakke of losse opvoedstijl, etc)?
15. Hoe maakt u bekend aan de ouders dat er een activiteit is?
16. Wat doet u om ouders te werven? (inzet "lokkertjes")

Financiering

17. Hoe financiert u de ontmoetingsactiviteiten?
18. Betalen de ouders een bijdrage?

Ondersteuning gemeente

19. Welke ondersteuning heeft u vanuit de gemeente gehad tot nu toe? (Aanwezig geweest bij bijeenkomst op 15 oktober?)
20. Heeft u het stappenplan, de toelichting op het stappenplan, de persona's en de formats voor flyer of poster ontvangen?
21. Heeft u (een van) deze tools gebruikt?
22. Zo nee, bent u van plan om deze tools te gebruiken?
23. Is de kennis van social marketing behulpzaam voor u bij de uitvoering?

Evaluatie

1. Waarop bent u trots, als het gaat om de ontmoetingsactiviteiten hier?
2. Waar loopt u tegenaan in de uitvoering van de ontmoetingsactiviteiten?
3. Wat wilt u eventueel nog verder ontwikkelen?

Bijlage B Vragenlijst ouders

Enquête voor ouders die ontmoetingsactiviteiten bezoeken

Beste ouder en opvoeder,

Graag willen we uw mening weten over deze ontmoetingsactiviteit voor ouders en kinderen. De gemeente Rotterdam wil meer van dit soort activiteiten stimuleren. Met deze informatie kunnen we de ontmoetingsactiviteiten mogelijk verbeteren. Fijn dat u wilt helpen hierbij!

Het invullen van de vragenlijst kost ongeveer 10 minuten. Als u klaar bent, kunt u hem bij de begeleider of onderzoeker inleveren.

Algemeen

1. Is dit de eerste keer dat u hier komt?

☐ Ja

☐ Nee

2. Zo nee, hoeveel keer bent u hier geweest (ongeveer)? keer

3. Ik ben:

☐ Ouder

☐ Opa, oma. **Dank u voor uw aandacht. U hoeft de vragenlijst niet in te vullen.**

☐ Oppas, gastouder. **Dank u voor uw aandacht. U hoeft de vragenlijst niet in te vullen.**

☐ Pleegouder

☐ Anders, namelijk

Communicatie

4. Hoe wist u van de bijeenkomst?

☐ Gehoord, via:

☐ een andere ouder. **Ga door naar vraag 7.**

☐ een professional (CJG, Huis van de wijk, school, anders). **Ga door naar vraag 7.**

☐ Gelezen op:

☐ Facebook of andere Social Media. **Ga door naar vraag 5.**

☐ Via Internet. **Ga door naar vraag 5.**

☐ Via een flyer. **Ga door naar vraag 5.**

☐ Anders, namelijk..... **Ga door naar vraag 7.**

5. Was de communicatie op Social Media, internet of in de flyer over de activiteit duidelijk (bijvoorbeeld over leeftijden, locatie)?

☐ Ja. **Ga door naar vraag 7.**

☐ Nee.

6. Zo nee, wat was er niet duidelijk? Wat zou u anders willen?

.....

7. Wat is de reden dat u hier bent?

.....

8. Heeft u andere ouders weleens over deze ontmoetingsplek verteld?

☐ Ja.

☐ Nee.

Deze ontmoetingsplek voor ouders en kinderen

De volgende vragen gaan over wat u vindt van deze ontmoetingsplek.

	Ze er mee eens	Mee eens	Soms mee eens/soms mee oneens	Niet mee eens	Ze er mee oneens
<i>Sfeer en inrichting:</i>					
9. Ik voel me welkom hier.					
10. Ik vind het contact met de organisatoren prettig.					
11. De inrichting van de ruimte is prettig.					
12. Er is voldoende geschikt speelgoed voor de leeftijd van mijn kind.					
13. Het is gezellig.					
14. Het is veilig.					
Heeft u nog opmerkingen of tips ter verbetering voor wat betreft de sfeer en inrichting?					
<i>Praktisch:</i>					
15. De ontmoetingsplek is goed bereikbaar.					
16. De (openings)tijden vind ik goed.					
17. De (openings)dagen vind ik goed.					

	Zeer mee eens	Mee eens	Soms mee eens/soms mee oneens	Niet mee eens	Zeer mee oneens
18. Ik vind dat de activiteiten vaak genoeg georganiseerd worden.					
19. Heeft u nog opmerkingen of tips ter verbetering voor wat betreft de praktische zaken?					
Programma/activiteiten: Als er een programma is.....					
20. Het programma (de activiteiten) spreken mij aan. <input type="checkbox"/> Niet van toepassing.					
21. Het programma (de activiteiten) spreken mijn kind aan. <input type="checkbox"/> Niet van toepassing.					
22. Heeft u nog opmerkingen of tips ter verbetering voor wat betreft het programma/activiteiten?					

23. Als er kosten voor deelname aan de activiteit zijn, wat vindt u van de kosten?

- ☐ Geen probleem
- ☐ Ik vind het te duur.
- ☐ Anders, namelijk
- ☐ Niet van toepassing.

24. Heeft u nog tips voor verbetering van deze ontmoetingsplek voor ouders?

.....

.....

Opvoeding en hulp uit uw omgeving

De volgende vragen gaan over uw mening over de opvoeding van uw kinderen en of u hulp daarbij krijgt.

25. Hoe ervaart u de opvoeding van uw kind?

- ☐ Zeer makkelijk
- ☐ Makkelijk
- ☐ Niet makkelijk/niet moeilijk
- ☐ Moeilijk
- ☐ Zeer moeilijk

26. Krijgt u hulp van uw familie, vrienden, kennissen of buren bij de verzorging en het opvoeden van uw kind (zoals oppas van uw kind, advies bij de dagelijkse verzorging of opvoeding)?

- ☐ Ja, vaak
- ☐ Ja, regelmatig
- ☐ Ja, af en toe
- ☐ Nee, zelden of nooit

27. Vindt u deze hulp voldoende?

- ☐ Ja, voldoende, het is precies goed zo.
- ☐ Nee, onvoldoende, ik zou graag meer hulp willen.
- ☐ Ik vind dat ik te VEEL hulp krijg, ik zou graag MINDER hulp willen.
- ☐ Niet van toepassing, ik krijg geen hulp.

28. Kunt u met uw familie, vrienden, kennissen of buren praten over (problemen in) de opvoeding van uw kind?

- ☐ Ja, vaak
- ☐ Ja, regelmatig
- ☐ Ja, af en toe
- ☐ Nee, zelden of nooit.

29. Vindt u deze steun voldoende?

- ☐ Ja, voldoende, het is precies goed zo.
- ☐ Nee, onvoldoende, ik zou graag meer steun willen.
- ☐ Ik vind dat ik te VEEL hulp krijg, ik zou graag MINDER steun willen.
- ☐ Niet van toepassing, ik krijg geen steun.

Ervaringen met deze ontmoetingsactiviteit voor ouders en kinderen

De volgende stellingen gaan over uw ervaringen met deze ontmoetingsactiviteit.

	Ze er mee eens	Mee eens	Soms mee eens/mee oneens	Niet mee eens	Ze er mee oneens
<i>Ervaringen uitwisselen</i>					
30. Ik praat hier met andere ouders over mijn kinderen.					
31. Ik leer hier andere ouders (beter) kennen.					
32. Ik leer hier van de ervaringen van andere ouders.					
<i>Kennis vergroten</i>					
33. Ik leer meer over opvoeden en het omgaan met mijn kind door de activiteiten hier.					
34. Ik pas thuis toe wat ik hier heb geleerd.					
35. Ik krijg hier opvoedtips van andere (mede)opvoeders.					
<i>Nadenken over opvoeding</i>					
36. Door deelname aan de activiteiten hier denk ik meer na over opvoeden.					
37. Door hier te zijn praat ik makkelijker over opvoeding en opvoedingsproblemen met anderen.					
38. Ik leer hier van ouders die hun kinderen op een andere manier opvoeden.					
<i>Praktische hulp</i>					
39. Door deelname aan de activiteiten hier weet ik waar ik terecht kan met opvoedvragen.					
40. Ik zie/spreek/ontmoet de andere ouders ook buiten deze activiteit.					

Uw gezin en uw achtergrond

Tot slot hebben we nog een paar vragen over uw gezin en uw achtergrond.

41. Ik ben een

☐ man

☐ vrouw

42. Hoeveel kinderen zijn er in uw gezin? kinderen.

43. Wat is uw postcode?

44. Welke taal spreekt u thuis met uw kind(eren)?

45. Wat is de hoogste opleiding die u heeft afgemaakt? En uw partner?

Afgeronde opleiding	Uzelf	Uw partner
Basisschool, VMBO Basis of Kader, geen opleiding afgerond	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Middelbaar onderwijs (bijv. VMBO Gemengd of Theoretisch, MAVO, MBO)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
HAVO, VWO, HBO of Universiteit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Anders, namelijk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

46. Heeft u in de afgelopen 12 maanden moeite gehad om van het inkomen van uw huishouden rond te komen?

☐ Nee, geen enkele moeite.

☐ Nee, geen moeite, maar ik moet wel opletten op mijn uitgaven.

☐ Ja, enige moeite.

☐ Ja, grote moeite.

Opmerkingen of vragen

Als u nog opmerkingen of vragen heeft over deze ontmoetingsactiviteit of over deze vragenlijst, dan kunt u die hier opschrijven:

.....
.....

Hartelijk dank voor het invullen van de vragenlijst!



Kennis voor een sterk Rotterdams beleid

Onderzoek en Business Intelligence is een afdeling binnen de gemeente Rotterdam. De afdeling verzamelt informatie en doet onderzoek voor het maken en uitvoeren van beleid door de gemeente Rotterdam. Het onderzoek kan gaan over onderwerpen als: gezondheid, zorg, onderwijs, re-integratie, demografie, ruimtelijke ordening en veiligheid. Soms is de gemeentelijke organisatie het onderwerp, vaker gaat het over de stad en haar bewoners. Het doel is steeds om met deze verzamelde kennis het beleid en de bedrijfsvoering van de gemeente te verbeteren.

Auteurs



Justine Anschutz (1970) is sociaal geograaf. Binnen de gemeente Rotterdam doet zij onderzoek in het sociaal domein, onder meer naar jeugdhulp, welzijn, arbeidsmarkt, re-integratie en activering. [tj](#)



Carolien de Haan (1978) is ontwikkelingspsycholoog. Binnen de gemeente Rotterdam doet zij met name onderzoek op het gebied van jeugd, onder meer naar jeugdhulp, vroegsignalering en de effectiviteit van interventies.

[Rotterdam.nl](https://www.rotterdam.nl)

