

Audit BonVie

Mei 2011



De MFA Audit is ontwikkeld door Hospitality Consultants en de Wijkplaats in samenwerking met het MFA Lab

1. Inleiding

In Nederland zijn de afgelopen jaren veel maatschappelijke centra zoals brede scholen, cultuurhuizen, gezondheidscentra en dergelijke gerealiseerd. Deze centra zijn veelal met de inzet van extra middelen tot stand gekomen. De middelen zijn vaak afkomstig van gemeenten, provincies en woningcorporaties. Over de besteding van die middelen dienen deze partijen verantwoording af te leggen; zijn de middelen doelmatig besteed; worden de beoogde doelstellingen gerealiseerd?

Bovenstaande geldt ook voor multifunctioneel centrum BonVie, gelegen in Culemborg. Woningcorporatie Kleurrijk Wonen heeft BonVie financieel mogelijk gemaakt en is eigenaar van de accommodatie. Stichting Wijksteunpunt BonVie is verantwoordelijk voor beheer en exploitatie en het aanbod aan activiteiten en diensten binnen BonVie. Vanuit die rollen hebben corporatie en de stichting gevraagd om een audit naar de performance van dit multifunctionele centrum uit te voeren.

Waarom een audit en voor wie?

De MFA Audit is een instrument dat is bedoeld om de performance van maatschappelijke centra te beoordelen. De audit is samengesteld voor zowel de 'financiers' als de 'leveranciers' van deze centra. Ook andere belanghebbenden – denk aan betrokken dienstverleners en dorpsbewoners – kunnen kennis nemen van de resultaten.

De financiers zijn de partijen die het maatschappelijke centrum financieel mogelijk maken en inzicht willen in de besteding van de middelen; in het geval van BonVie is dat de woningcorporatie. De leveranciers zijn de organisaties die verantwoordelijk zijn voor de dienstverlening en/of de exploitatie en willen weten of ze het goed (genoeg) doen en waar verbeteringen mogelijk zijn. In het geval van BonVie zijn dat naast Stichting Wijksteunpunt BonVie de volgende organisaties:

- Restaurant De Ontmoeting BV
- Stichting Kinderopvang en Peuterspeelzaalwerk Culemborg (SKPC)
- Samenwerkingsverband Kinderpraktijk Culemborg

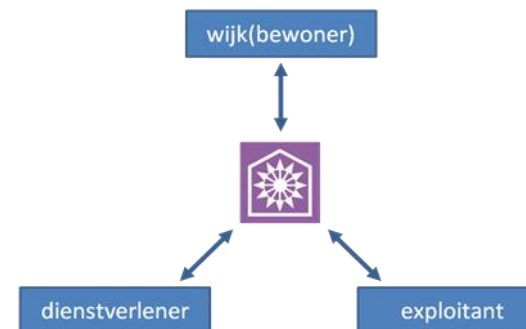
- Stichting Thuiszorg en Maatschappelijk Werk Rivierenland (STMR)
- Syndion
- ELK Welzijnswerk
- RIBW

Over de opzet van de audit

De MFA Audit is ontwikkeld door Hospitality Consultants en de Wijkplaats in nauwe samenwerking met het MFA Lab. De MFA Audit verkeert in een pilotfase.

De performance van een maatschappelijk centrum wordt afgezet tegen de doelstellingen die hiermee worden beoogd. We onderscheiden hierbij drie soorten performances:

- Doelstellingen voor wijk en wijkbewoner; denk aan het verbeteren van de sociale cohesie, het verminderen van eenzaamheid of het versterken van de lokale identiteit.
- Doelstellingen voor de dienstverlener; denk aan het verbeteren van de samenwerking of het vergroten van de mogelijkheid om (nieuwe) klanten te binden.
- Doelstellingen voor de exploitant; denk aan doelstellingen ten aanzien van klanttevredenheid, bezettingsgraad of het exploitatieresultaat.



Op drie manieren wordt beoordeeld of de beoogde doelstellingen daadwerkelijk gerealiseerd worden:

- via een enquête onder bezoekers;
- via een enquête onder dienstverleners;
- via eigen waarnemingen en gesprekken van het auditteam (deskundig panel); in het geval van BonVie bestaande uit:
 - Linda Sanders, provincie Utrecht (gastauditor)
 - Martine Atzema, Hospitality Consultants
 - Margot Icking, Hospitality Consultants
 - Nicole Huisman, de Wijkplaats/MFA Lab

Binnen elk van de beoordelingswijzen is gekeken naar de effectiviteit van de 'middelen' die worden ingezet om de doelstellingen te realiseren; het gebouw, het aanbod aan diensten & activiteiten, de horecavoorziening, de communicatie en bestuur & organisatie. Daarbij worden de volgende vragen gesteld:

- Gebouw; in welke mate draagt het gebouw (locatie, uitstraling, faciliteiten e.d.) bij aan de doelstellingen?
- Dienstenaanbod; in welke mate draagt het aanbod aan diensten en activiteiten bij aan de doelstellingen?
- Horeca; in welke mate draagt de horecavoorziening (sfeer, personeel, assortiment e.d.) bij aan de doelstellingen?
- Communicatie; in welke mate draagt de communicatie (geschreven en ongeschreven) bij aan de doelstellingen?
- Besturing; in welke mate draagt de totale besturing (taakverdeling, afspraken, risicoverdeling, e.d.) bij aan de doelstellingen?

Voor elk van de 'middelen' is een beoordeling opgenomen over de mate waarin de beoogde doelstellingen worden ondersteund. Wat is sterk (+) en wat is minder sterk (-)? In aansluiting op deze beoordeling zijn conclusies en aanbevelingen geformuleerd.

Gevolgd proces

Deze audit is langs de volgende lijnen tot stand gekomen:

- Stap 1: Een intakegesprek met Jaap van Dam (directeur Kleurrijk Wonen) en Miriam van Asseldonk (Senior adviseur Leefbaarheid & Maatschappelijke ontwikkeling van Bloei Advies & Ontwikkeling) vanuit woningcorporatie Kleurrijk Wonen als opdrachtgever. Tijdens het intakegesprek zijn de doelstellingen van BonVie benoemd en is de audit vormgegeven.
- Stap 2: Kennismaking met herbergier Huub Gijsberts en Cees Taal, bestuurslid van de stichting en directielid van De Ontmoeting BV. Daarnaast een bezoek van het auditteam aan BonVie, waarbij door middel van 'horen, zien, ruiken, proeven en voelen' BonVie en de verschillende middelen zijn beoordeeld.
- Stap 3: Het afnemen van enquêtes. In totaal is de enquête onder bezoekers door 32 personen ingevuld en de enquête onder dienstverleners door 8 personen ingevuld. Gelijktijdig zijn de beschikbare documenten, zoals jaarrekeningen, etc. verzameld en bestudeerd.
- Stap 4: Rondetafelgesprek met de dienstverleners die in BonVie werkzaam zijn. Tijdens dit gesprek zijn de voorlopige resultaten en conclusies gepresenteerd en is met de aanwezigen gesproken over de herkenbaarheid en de betekenis hiervan.
- Stap 5: Op basis van de resultaten uit de analyse van de beschikbare bronnen, de enquêtes onder bezoekers en dienstverleners, het bezoek aan de accommodatie en het rondetafel gesprek, is door het auditteam deze eindrapportage opgesteld.

2. Over BonVie

“BonVie is een bijzonder en eigentijds woonproject in de nieuwbouwwijk Parijsch in Culemborg, waarin tevens verschillende aspecten van ontmoeten, activiteiten en zorg voor alle leeftijden zijn geïntegreerd. BonVie is er niet alleen voor de bewoners van de appartementen binnen het complex, maar voor de hele wijk, voor heel Culemborg. Er is een breed scala aan zorg- en welzijnsfaciliteiten beschikbaar, met als kloppend hart Restaurant De Ontmoeting.” (www.bonvieculemborg.nl).

BonVie is op 29 november 2008 officieel geopend en is de eerste woon-welzijn-zorg-zone in Culemborg. Het complex bestaat uit twee gebouwen: het ene gebouw met het wijksteunpunt op de begane grond en appartementen er boven en een gebouw met alleen appartementen. BonVie is gelegen in nieuwbouwwijk Parijsch in het westen van Culemborg.

De participanten van BonVie, bestaande uit zorg- en welzijnsorganisaties, vormen gezamenlijk het wijkservicepunt. Hier worden producten en diensten geleverd die aansluiten op de vragen uit de (lokale) markt, zoals kinderopvang, consultatiebureau, ouderengym en inloopochtenden.

De appartementen binnen BonVie zijn levensloopbestendig en voorzien van allerlei (technische) faciliteiten om optimale zorg te kunnen verlenen. Ook zijn verschillende zorg- en welzijnsvoorzieningen aanwezig. BonVie wil dat iedereen, ook ouderen en mensen met een beperking, comfortabel zelfstandig kunnen (blijven) wonen.

Rolverdeling

Binnen BonVie kunnen een aantal specifieke rollen worden onderscheiden:

- Kleurrijk Wonen is eigenaar van het gebouw en verhuurt de ruimten in het gebouw rechtstreeks aan aanbieders en bewoners. De koop- en huurappartementen van BonVie worden beheerd door de corporatie.

- Stichting Wijksteunpunt BonVie is de exploitant van BonVie. De stichting neemt beheer en dienstverlening van BonVie voor haar rekening, zowel programmatisch als organisatorisch. De stichting bewaakt het totaalconcept en initieert of stimuleert de verdere uitwerking ervan. De stichting heeft geen werknemers in dienst en huurt geen ruimten in het gebouw. Wel zijn een aantal personeelsleden bij de stichting gedetacheerd (o.a. de beheerder).
- Restaurant De Ontmoeting wordt voor eigen rekening en risico geëxploiteerd door De Ontmoeting BV. De BV heeft een volledige horecaverunning, wat betekent dat er ook feesten en partijen gegeven mogen worden. De BV heeft betaalde en vrijwillige werknemers in dienst. De BV is voor 49% in handen van STMR, voor 49% van Syndion en voor 2% van het Elisabeth Weeshuis.
- Naast de stichting en de BV bieden zes participanten hun activiteiten aan binnen BonVie. Het gaat om SKCP, Samenwerkingsverband Kinderpraktijk Culemborg, STMR, Syndion, ELK Welzijnswerk en RIBW. Zij zijn de huurders of vaste gebruikers van het gebouw. Zij huren hun ruimten rechtstreeks van Kleurrijk Wonen.
- In BonVie zijn twee multifunctionele ruimten ter beschikking voor (interne en externe) verhuur, te weten het restaurant en de ruimte van ELK Welzijnswerk.
- De gemeente heeft een financiële en faciliterende rol gespeeld in de realisatie van BonVie; BonVie is als proef gestart voor de woon-zorgzone, mede in het kader van het beleidsdocument ‘Van droom naar werkelijkheid’. In de dagelijkse exploitatie en bedrijfsvoering van BonVie speelt de gemeente geen rol. Vanuit BonVie bestaat de wens om opnieuw verbinding met de gemeente te zoeken.

Doelstellingen

Tijdens het intakegesprek met de stichting en de corporatie zijn de volgende doelstellingen geformuleerd:

Doelstelling voor de wijk Parijsch en de wijkbewoners:

- BonVie zorgt voor een betere gezondheid en meer zelfredzaamheid;

- BonVie zorgt voor minder eenzaamheid en een actiever leven;
- BonVie zorgt voor meer ontmoeting, sociale cohesie en integratie;
- BonVie zorgt voor een aantrekkelijker woonklimaat en een beter aanbod van en toegang tot producten en diensten.

Doelstellingen voor dienstverleners:

- In BonVie werken de dienstverleners meer inhoudelijk samen en zorgen zij gezamenlijk voor een betere aansluiting op de behoeften van de wijk(bewoners);
- In BonVie maken de dienstverleners efficiënter gebruik van ruimten en faciliteiten en zorgen zij voor meer uitwisseling van personeel;
- BonVie zorgt voor een grotere naamsbekendheid en vergroot het bereik onder klanten.

Doelstellingen voor de exploitatie:

- BonVie wordt (op termijn) kostendekkend geëxploiteerd.

Op de volgende bladzijden worden deze doelstellingen in verband gebracht met de middelen die daarvoor ingezet worden. Dit wordt gedaan vanuit het oogpunt van de bezoekers en dienstverleners (op basis van de enquêtes en rondetafelgesprek) en het auditteam (op basis van het bezoek aan de accommodatie).

3. BonVie volgens bezoekers/omwonenden, dienstverleners en het auditteam

Er is een enquête afgenomen onder bezoekers/omwonenden van BonVie. Ook onder aanbieders is een enquête afgenomen. Hierin is hen gevraagd naar hun ervaringen en tevredenheid en naar de effecten van BonVie op de wijk(-bewoners) en de eigen organisatie. Kortom, naar het succes van BonVie. Voordat we de resultaten toelichten, eerst een korte toelichting op de gehanteerde systematiek en de respons.

Systematiek

De enquête onder aanbieders is digitaal afgenomen; de link naar de enquête hebben zij per mail ontvangen. De enquête onder bezoekers/omwonenden was ook digitaal beschikbaar, maar gezien de hogere leeftijd van bezoekers/omwonenden is besloten om de enquêtes ook op papier beschikbaar te stellen c.q. mondeling af te nemen. Een medewerker (stagiair) van BonVie heeft de resultaten ingevoerd; het auditteam heeft de resultaten gebruikt in haar analyse.

Een kanttekening die we hierbij moeten plaatsen, is dat het aantal respondenten laag is. Het enquêteresultaat is daarom niet representatief in de wetenschappelijke zin van het woord, maar geeft ons wel een beeld van wat bezoekers (belangrijk) vinden. Een andere kanttekening is dat de enquête onder bezoekers/omwonenden alleen door bezoekers en *direct* omwonenden is ingevuld en niet door inwoners van de bredere, omliggende wijk Parijsch. Een beeld van wat wijkbewoners (en dus ook de mensen die – bewust of onbewust – geen gebruik maken van BonVie) van BonVie vinden, ontbreekt dus.

Wilt u de volledige enquêteresultaten inzien? Ga naar bijlage 1 voor de handleiding om de resultaten online in te zien.

Respondenten

In totaal hebben 32 personen de bezoekersenquête ingevuld. Een aantal belangrijke kenmerken van deze groep op een rijtje:

- Gemiddelde leeftijd bedraagt 50-75 jaar
- Zij zijn allen inwoner van de wijk Parijsch in Culemborg
- Gemiddeld opleidingsniveau bedraagt middelbaar beroepsonderwijs
- De meeste van hen zijn niet (langer) werkzaam (AOW, VUT, pensioen)
- De meeste van hen wonen alleen
- Zij hebben allen de Nederlandse nationaliteit

En daarnaast:

- 60% van hen komt dagelijks in BonVie
- 25% van hen is actief als vrijwilliger binnen BonVie

“Mooi om te zien, fijn om te wonen”

In totaal hebben 8 personen de enquête onder aanbieders ingevuld. Een aantal belangrijke kenmerken van deze aanbieders op een rijtje:

- Gericht op ‘alle inwoners’, niet een specifieke doelgroep
- Klanten komen uit Culemborg en uit de regio (niet alleen uit de wijk)
- Activiteiten vinden vooral doordeweeks plaats (overdag en avond)
- Incidenteel gebruik van de horeca en multifunctionele ruimten
- Samenwerking met andere partijen (voornamelijk inhoudelijk)

Op de volgende pagina’s wordt per middel (gebouw, dienstenaanbod, horeca, communicatie en besturing) aangegeven wat bezoekers, dienstverleners en het auditteam sterke en zwakke punten vinden van BonVie.

Gebouw – Sterke punten

Bezoekers en aanbieders

Bezoekers zijn vooral tevreden over de ligging, toegankelijkheid en bereikbaarheid van het gebouw.

Aanbieders zijn ook erg tevreden over de ligging en toegankelijkheid van het gebouw en noemen daarnaast de aanwezigheid van het behorend personeel als positief punt.

Auditteam

Het auditteam is te spreken over de uitstraling van het gebouw; het oogt open en verzorgd. Aan de buitenkant heeft het gebouw een frisse uitstraling door de witte muren met groene accenten (grasprint). Het gebouw is goed toegankelijk door de automatische deuren en brede doorgangen. In het gebouw is een mix van zorg- en niet-zorgwoningen aanwezig. BonVie kent ruime openingstijden, ook in het weekend. Het gebruik van glas bevordert het contact tussen partijen en bezoekers. Een aantal ruimten is multifunctioneel inzetbaar, één is direct verbonden aan de keuken.

- + Toegankelijkheid en bereikbaarheid
- + Ligging
- + Frisse, verzorgde en open uitstraling
- + Ruime openingstijden

Gebouw – Zwakke(re) punten

Bezoekers en aanbieders

De schoonmaak en de aanwezigheid van behorend personeel scoren bij bezoekers het minst. Ook bij de aanbieders is de schoonmaak één van de mindere punten.

“Het gebouw wordt gebruikt voor tegenstrijdige activiteiten (zorghotel t.o.v. feesten)”

Auditteam

De ingang en receptiebalie liggen onlogisch en onzichtbaar ten opzichte van de parkeerplaatsen en de doorgaande weg. Hoewel het restaurant uitnodigt tot ontmoeting, oogt de rest van het gebouw juist gesloten. Dit komt mede door de sluisdeuren, kale trappen en hallen en ontbreken van verdere openbare ruimten. De buitenruimte wordt niet of nauwelijks gebruikt.

Partijen hebben elk hun eigen ruimte. Er zijn weinig ruimten die multifunctioneel inzetbaar zijn v.o.v. voor (externe) verhuur beschikbaar/geschikt zijn, dit beperkt de verdienmogelijkheden. Doordat het gebouw meerdere ingangen kent, komen bezoekers niet automatisch met andere aanbieders in aanraking (voorbeeld ouders die kinderopvang bezoeken).

- Schoonmaak
- Ligging ingang en receptiebalie
- Beperkte ruimtelijke samenhang/multifunctionaliteit
- Meerdere ingangen

Dienstenaanbod – Sterke punten

Bezoekers en aanbieders

Het aanbod aan diensten en activiteiten is voor bezoekers dé reden om een bezoek aan BonVie te brengen. De meeste bezoekers maken vooral gebruik van het restaurant, vaak gecombineerd met het bezoek aan een activiteit.

Over het algemeen zijn de bezoekers tevreden over het aanbod aan diensten en activiteiten. Vooral de prijsstelling, kwaliteit en diversiteit van de activiteiten en omvang van het aanbod scoren wat hen betreft goed.

“Ruim aanbod, heerlijk!”

Ook dienstverleners zijn over het algemeen tevreden over het aanbod aan activiteiten en diensten. De diversiteit en kwaliteit van het aanbod noemen zij als positieve punten. De dienstverleners geven aan vooral inhoudelijk met elkaar samen te werken

Auditteam

BonVie biedt een ruim aanbod aan zorg- en welzijnsactiviteiten. Een sprekend voorbeeld is de verhalentafel waar in polygoon de geschiedenis van Culemborg wordt verteld. De activiteiten staan open voor iedereen, vooral de koffie-inloop lijkt een succes te zijn. Naast allerlei ‘traditionele activiteiten’ worden ook originele activiteiten georganiseerd. Ook aan de naamgeving is gedacht (bijvoorbeeld BonCrea). Met name zorgdiensten die worden geleverd hebben een mate van samenwerking tussen de dienstverleners (‘uitwisseling van cliënten’). Relatief lage personeelskosten door inzet van vrijwilligers, mensen met een beperking en stagiairs.

- + Diversiteit, kwaliteit en prijsstelling van het aanbod
- + Originaliteit in het aanbod en naamgeving activiteiten
- + Samenwerking tussen dienstverleners bij zorgdiensten
- + Lage personeelskosten door inzet vrijwilligers etc.

Dienstenaanbod – Zwakke(re) punten

Bezoekers en aanbieders

De meeste bezoekers zijn tevreden, al noemen enkelen de mate van vernieuwing in het aanbod als negatief punt in het dienstenaanbod. Verschillende van hen geven tips ten aanzien van activiteiten die ze graag zouden zien en adviseren meer aandacht te besteden aan het onder de aandacht brengen van het aanbod bij (potentiële) klanten.

“Graag meer avondactiviteiten en meer mensen in de leeftijd tussen 30-40 jaar”

Bij aanbieders scoren de samenhang binnen het aanbod en de mate van vernieuwing in het aanbod relatief laag. De helft van de aanbieders geeft aan niet te weten of zij invloed kunnen uitoefenen op het aanbod van diensten en activiteiten. De samenwerking met mededienstverleners is vooral inhoudelijk van aard en vindt beperkt plaats, slechts in enkele gevallen intensief.

Auditteam

Het imago van BonVie is dat het vooral gericht is op ouderen, dit zorgt voor een drempel naar andere doelgroepen. Dit geldt voor de activiteiten, maar ook voor de zorgdiensten en -woningen die aangeboden worden. Er vindt beperkte communicatie naar de klanten plaats over het aanbod, zo ontbreken een activiteitenkalender op de site (volgt binnenkort) en schermen in het gebouw met actuele informatie. De (slechts) twee multifunctionele ruimten beperken de verdienmogelijkheden. Ook de keuzes die zijn gemaakt ten aanzien van personele inzet zijn hierop van invloed, zeker voor wat betreft de commerciële markt.

- Imago: ouderen
- Mate van vernieuwing in het aanbod
- Beperkte communicatie aanbod
- Beperkte samenwerking tussen dienstverleners

Horeca – Sterke punten

Bezoekers en aanbieders

De bezoekers maken wisselend gebruik van restaurant De Ontmoeting, van dagelijks tot incidenteel. Slechts 6% van de respondenten geeft aan nooit gebruik te maken van het restaurant. Bezoekers komen er vooral voor een hapje en drankje, maar ook om mensen te ontmoeten en aan activiteiten deel te nemen. Door meer dan tweederde van de bezoekers wordt bij het bezoek een dagmenu besteld. Ook voor alleen een kopje koffie of thee is het restaurant populair. Bezoekers zijn tevreden over de horecavoorziening, vooral over de prijsstelling en toegankelijkheid. Aanbieders zijn vooral te spreken over het aanbod en assortiment en over de prijsstelling in het restaurant.

“Het is gewoon gezellig!”

Auditteam

Restaurant De Ontmoeting is qua sfeer open, toegankelijk en ruim opgezet. Het biedt maaltijden tegen betaalbare prijzen (dagmenu, acties zoals high tea, onbeperkt spare ribs eten, paasmenu). Een deel van het restaurant fungeert als ‘huiskamer’ (met banken etc) waar men bij elkaar kan komen voor een kop koffie. Het restaurant wordt ingezet om (nieuwe) klanten te informeren over de activiteiten in de rest van het gebouw middels flyers etc. Het restaurant is multifunctioneel inzetbaar. De volledige horecavergunning biedt mogelijkheden om commerciële activiteiten te organiseren. De BonVie-pas zorgt voor binding en loyaliteit.

+ Prijsstelling

+ Open en toegankelijk, ruime opzet

+ Multifunctionaliteit

+ Commerciële mogelijkheden

Horeca – Zwakke(re) punten

Bezoekers en aanbieders

Als mindere punten noemen bezoekers vooral het aanbod en assortiment en de inrichting en uitstraling van het restaurant. Men vindt de inrichting rommelig en het oogt als een kantine. Ook over het beherend personeel zijn de meningen verdeeld (kennis, tempo).

Aanbieders maken zelf in beperkte mate gebruik van het restaurant. In sterke mate komt naar voren dat de aanbieders niet te spreken zijn over het horecapersoneel. Het trage tempo van serveren maakt het houden van werkbeprekingen in het restaurant lastig. Ook het bedienen van grotere groepen/verschillende soorten bezoekers zorgt voor problemen. De sfeer in het restaurant vinden sommige aanbieders overdag te vergelijken met een ouderensoos of verzorgingshuis. Met name 's avonds kan het sfeervoller, bijvoorbeeld grand café sfeer met eenvoudige maaltijden die snel te krijgen zijn.

Auditteam

Door een mix in meubilair en verschillende hoekjes ontstaat een rommelige indruk. Juist de openheid en het licht zorgt dat het niet intiem en sfeervol is. De ruimte is moeilijk in kleinere eenheden te scheiden. De verhuurbaarheid van het restaurant strookt niet met het idee van huiskamer/vrije inloop (commercieel versus maatschappelijk). Aantrekkingskracht op de ‘toevallige voorbijganger’ is beperkt. Het bedienend personeel is een groot aandachtspunt (zie voorgaande).

- Inrichting en uitstraling

- Bedienend personeel

- Prijs/sfeer verhouding

- Aantrekkingskracht op voorbijgangers

Communicatie – Sterke punten

Bezoekers en aanbieders

Een derde van de bezoekers is tevreden over de communicatie. Meer dan de helft is te spreken over de receptiebalie en de benaderbaarheid van het personeel. In de externe communicatie, dus naar klanten en bezoekers toe, geven aanbieders aan tevreden te zijn over het behorend personeel en de receptiebalie. De korte lijnen intern worden als prettig ervaren.

“Meer reclame maken”

Auditteam

Het personeel is vriendelijk en benaderbaar, naamplaatjes zorgen voor herkenbaarheid. De leestafel biedt veel informatie over het aanbod. De website is informatief van aard, helder en bondig. Bij de ingang van het gebouw en het restaurant wordt het menu en het gebruik van fair-trade producten aangekondigd. Het alarmsysteem bij zorgdiensten bevordert de onderlinge communicatie en aansluiting op de behoefte van de klant. De inzet van mensen met een beperking wordt actief gecommuniceerd via de website, ook worden op de website onderlinge samenwerking en verbondenheid gecommuniceerd ('u kunt bij alle participanten terecht met uw vraag'). Op de website is er de mogelijkheid kenbaar te maken een ruimte te willen huren of feest te willen geven. Tekststijl en vormgeving spreken aan, vooral van het restaurant-gedeelte.

- + **Vriendelijk, benaderbaar en herkenbaar personeel**
- + **(Beperkte) informatie voor handen**
- + **Alarmsysteem bij zorgdiensten**
- + **Vormgeving website**

Communicatie – Zwakke(re) punten

Bezoekers en aanbieders

Van alle aspecten die in de enquêtes aan bod komen, scoort de communicatie het minst hoog; bezoekers en aanbieders zijn hierover minder tevreden dan over bijvoorbeeld het gebouw, het aanbod en de horeca. Dit geldt zowel voor de mondelinge, schriftelijke als digitale communicatie en zowel voor de externe informatievoorziening (richting de klant) als de interne informatievoorziening (richting partijen).

Het merendeel van de bezoekers kent de website van BonVie niet, vermoedelijk heeft dit ook te maken met de hoge leeftijd van de respondenten. Ook het merendeel van de aanbieders maakt geen gebruik van de website van BonVie. Als reden geven zij aan dat de website nog veel mist; zo is er geen activiteitenkalender (volgt binnenkort) en is niet alles makkelijk te vinden. Als minder goed worden beoordeeld de uitingen in het gebouw en de website. Wat betreft de interne communicatie geven de aanbieders aan dat inhoud en de frequentie van overleg/afstemming niet consequent en slechts langzaam 'van de grond' komt.. De interne communicatie wordt vooral omschreven als beperkt, afwachtend en incidenteel.

Auditteam

De receptie is niet altijd bemand. Buiten het restaurant om is er weinig informatie over het aanbod. Op de website ontbreekt een activiteitenkalender en interactiemogelijkheden. Er wordt nauwelijks gecommuniceerd naar de wijk welke zorgdiensten en mogelijkheden omtrent zorgwoningen er zijn. Men moet het vooral hebben van mond-tot-mond reclame.

- **Website nauwelijks bekend bij/gebruikt door bezoekers en aanbieders**
- **Beperkte communicatie (zowel intern als extern)**
- **Nauwelijks uitingen in gebouw, lokale en sociale media**

Besturing – Sterke punten

Aanbieders

Stichting Wijksteunpunt BonVie wordt door de aanbieders vooral omschreven als ambitieus, ook motiverend en stimulerend worden genoemd. Het merendeel van de aanbieders geeft aan door BonVie meer of andere doelgroepen te bereiken en meer samen te werken met andere organisaties. Ook stellen veel van hen dat door de komst van BonVie de wijk Parijsch aantrekkelijker is geworden en het imago van de wijk verbeterd is.

Auditteam

De bestuurders zijn zeer betrokken en gemotiveerd, zij hebben ‘hart voor de zaak’. Eén keer per maand vindt huisoverleg plaats: het moment om ideeën uit te wisselen en praktische problemen te bespreken. De exploitatie van de horeca is ondergebracht in een BV, dit vergroot de exploitatiemogelijkheden (volledige horecaverunning). De BV investeert in sociale doelen (vrijwilligers, mensen met een beperking, etc). De bestuurders van de BV zijn vrijwilligers, dit beperkt de personeelskosten.

- + **Betrokkenheid en motivatie bestuur**
- + **Ambitie, motivatie en stimulatie door bestuur**
- + **Aparte BV voor horecavoorziening**
- + **Beperkte personeelskosten**

Besturing – Zwakke(re) punten

Aanbieders

Een kwart van de aanbieders is niet zo positief over de wijze waarop BonVie bestuurd en bemenst wordt. Als tips voor de stichting wordt gesproken over professionalisering, betere communicatie met partners en wellicht minder naar zich toetrekken van dagelijkse, uitvoerende zaken.

“Stichting heeft teveel naar zich toegetrokken”

Auditteam

De bestuurders hebben naast hun bestuursfunctie een fulltime baan. Dit maakt de continuïteit van het bestuur kwetsbaar en de slagkracht minder (geen tijd om nieuwe dingen op te pakken). Hier wordt aan gewerkt, onlangs is een manager aangenomen die taken van het bestuur overneemt. Inzicht in de behoefte van en mogelijkheden binnen de wijk ontbreekt. Vooral nog ontbreekt het aan (structureel) tijd en geld om ‘de wijk te benaderen’, daarom is er nu vooral een afwachtende houding. BonVie ‘naar de wijk brengen’ is de volgende stap, het bestuur is nu vooral intern gericht. Er is weinig multifunctionaliteit: partijen worden niet of nauwelijks gestimuleerd ruimten beschikbaar te stellen aan anderen (zowel intern als extern). Er zijn geen doelstellingen geformuleerd ten aanzien van bezetting. Er is grote financiële afhankelijkheid van (zorg-)budgetten, er zijn geen/onvoldoende structurele gelden vanuit de gemeente of de eigen exploitatie. Beiden maken de exploitatie kwetsbaar en verhogen de druk.

- **Continuïteit bestuur kwetsbaar**
- **Lage slagkracht (te weinig structureel tijd en geld)**
- **Weinig multifunctionaliteit**
- **Financiële afhankelijkheid/druk**

4. Conclusies en aanbevelingen

BonVie is nu bijna drie jaar in gebruik. Volgens bezoekers, dienstverleners en het auditteam zijn veel zaken goed geregeld en aan ideeën en enthousiasme is geen gebrek. Op sommige punten is echter verbetering gewenst. Hieronder volgen de belangrijkste conclusies.

Gebouw

BonVie is een licht gebouw en oogt open en verzorgd. De toegankelijkheid is goed en ook over de ligging en bereikbaarheid is men te spreken. Er is voldoende (gratis) parkeergelegenheid en het ligt centraal in de wijk Parijsch. De entree is echter verborgen en ligt onlogisch t.o.v. de parkeerplaatsen en toegangswegen.

Bij binnenkomst is er vaak enige verwarring, maar bewegwijzering is in het gebouw aanwezig. De receptiebalie is bij de ingang niet direct zichtbaar en ook als de deuren door wordt gegaan naar het restaurant toe, is het niet direct duidelijk waar de receptie is (de receptie is met de rug naar de ingang toe geplaatst).

De bruto/netto verhouding van het gebouw is gunstig: er zijn niet (te) veel onbruikbare ruimten zoals vides en verkeersruimten. Deze ruimten kunnen namelijk niet (intensief) verhuurd worden, hetgeen ongunstig is voor de exploitatie. Er zijn twee ruimten in BonVie extern verhuurbaar, dit is de ruimte van Elk Welzijnswerk en het restaurant. De ruimten in BonVie zijn verder niet of nauwelijks multifunctioneel inzetbaar. Er zijn weinig ruimten voor (externe) verhuur beschikbaar, dit beperkt de verdienmogelijkheden.

Diensten

BonVie heeft een ruim aanbod van zorg- en welzijnsactiviteiten. Zowel bezoekers als aanbieders prijzen de kwaliteit en diversiteit in het aanbod. Daarentegen wordt de mate van vernieuwing het slechtst beoordeeld.

BonVie heeft het imago er alleen voor ouderen te zijn. Dit wordt benadrukt door de (zorg)woningen en de koffie-inloop die vooral door ouderen bezocht wordt. Er zijn weinig fysieke aanwijzingen dat BonVie er ook voor andere doelgroepen is. Ook tijdens het bezoek aan de accommodatie waren alleen ouderen en bewoners aanwezig.

Communicatie

De website wordt weinig gebruikt door zowel bezoekers als aanbieders. De site wordt niet bijgehouden en actuele informatie over activiteiten zijn niet te vinden. Hier wordt momenteel wel aan gewerkt om dit mogelijk te maken. De stijl van de site komt overeen met de uitstraling van het gebouw BonVie. De website is niet direct gericht op sociale binding en ontmoeting; met behulp van (andere) sociale media liggen daar wel allerlei kansen.

Er is een receptiebalie aanwezig, maar deze is niet gedurende de volledige openingstijden bemand. Indien de balie bemand is, functioneert deze goed; personeel is vriendelijk en behulpzaam. Indien de balie niet bemand is, ontstaat een 'verloren gevoel'. De receptie is ook moeilijk te vinden bij binnenkomst.

In het gebouw is geen informatiesysteem aanwezig met actuele informatie en de actuele zalenbezetting.

De interne communicatie tussen de participanten en de stichting onderling wordt ervaren als beperkt. Hierin is verbetering wenselijk.

Horeca

Restaurant De Ontmoeting is goed zichtbaar van buitenaf en heeft een centrale plaats in het gebouw. In het restaurant zijn informatie en verwijzingen te vinden naar de activiteiten in de rest van het gebouw.

Ondanks dat het restaurant goed gebruikt wordt door bezoekers, is men minder te spreken over de uitstraling ervan; het oogt rommelig en als een kantine. Zowel aanbieders als bezoekers geven aan regelmatig de bediening als traag te ervaren en dat niet al het personeel grotere groepen en diverse soorten bezoekers aan kan. Professionalisering of betere begeleiding is gewenst.

Besturing

Een 'onderneming' als BonVie vraagt dat de missie en doelstellingen regelmatig terugkeren op de agenda van alle participanten. Voor de exploitatie en de andere doelstellingen is de stichting de eerstverantwoordelijke partij. De exploitatie van de horeca is ondergebracht in een aparte BV, dit vergroot de exploitatiemogelijkheden (volledige vergunning).

De continuïteit van het bestuur is kwetsbaar en de daadkracht is minder doordat de bestuurders naast hun bestuursfunctie een fulltime baan hebben. Daardoor is er simpelweg geen tijd om nieuwe dingen op te pakken en bestaande probleempunten goed op te lossen. Hier wordt aan gewerkt, onlangs is een manager aangenomen die taken van het bestuur overneemt.

Ondanks de inkomsten uit de exploitatie van de horeca en de verhuur van ruimten is er grote financiële afhankelijkheid van (zorg-)budgetten. De budgetten staan onder druk en dus is de exploitatie kwetsbaar. Er zijn geen of onvoldoende structurele gelden vanuit de gemeente of de eigen exploitatie.

In BonVie wordt veel gebruik gemaakt van vrijwilligers en de inzet van mensen met een beperking en scholieren. Dit draagt bij aan de doelstelling en beperkt de personeelskosten. Ook de bestuursleden worden niet vanuit de stichting of de BV betaald, wat de personeelskosten verder drukt. Tegelijkertijd beperkt dit de

(commerciële) mogelijkheden en dienstverlening. Het bestuur is zoekende naar een optimaal resultaat voor het realiseren van de maatschappelijke ambities versus het inspelen op de commerciële markt en daarmee de exploitatie te verbeteren.

Aanbevelingen

Bij veel MFA's wordt het succes op de eerste plaats bepaald door een ondernemende manager die er veel tijd en energie in steekt. BonVie heeft ook zo'n manager, maar lijkt voor deze taak structureel te weinig tijd te hebben. Dit roept het beeld op van de fietser die naast zijn fiets rent, omdat hij te weinig tijd heeft om er op te stappen.

BonVie is (nog) niet in staat de wijk binnen te halen. Die ambitie om de hele wijk binnen te halen is wellicht te hoog gegrepen. Kies binnen de wijk een aantal kansrijke doelgroepen, denk bijvoorbeeld aan volwassenen boven 35 jaar, en richt daar de programmering op (Arthur Japin past daar goed bij). Het adagium: "BonVie is er voor iedereen", klinkt weliswaar sympathiek, maar een (te) brede focus kan gemakkelijk tot een teleurstelling leiden. Streef naar een heldere positionering in termen van doelgroepen en leefstijlen.

De verantwoordelijkheid voor de exploitatie en de doelstellingen van BonVie is eenduidig belegd bij de stichting, maar de stichting kan dit niet realiseren zonder de participanten. Het is dus van groot belang de participanten hierin betrokken te houden. Communicatie speelt hierbij een sleutelrol. Door een consequente verspreiding van een nieuwsbrief per mail aan de participanten kan al meer betrokkenheid en draagvlak gecreëerd worden. Zorg ook voor frequent overleg, bijvoorbeeld elke eerste maandag van de maand, zo weet een ieder waar hij aan toe is.

Onder invloed van bezuinigingen en veranderende inzichten zal het sociale speelveld snel veranderen. Ontwikkel daarom een alternatieve strategie voor de middellange termijn uitgaande van afnemende publieke middelen. Onderzoek de mogelijkheden van private financiering (door bedrijven en particulieren) en commercieel gebruik. Dat hoeft niet ten koste te gaan van gekozen doelstellingen; misschien kunnen deze zelfs versterkt worden.

BonVie en de activiteiten en diensten die er aangeboden worden, kunnen nadrukkelijker 'in de etalage' gezet worden. Communicatie is een belangrijk middel om activiteiten onder de aandacht te brengen, (nieuwe) partijen te interesseren, beschikbare zaalruimten te verhuren, etc. Trek hierbij gezamenlijk op als aanbieders; iedereen heeft belang bij een goed draaiend, druk bezocht BonVie. Voeg een activiteitenkalender, gastenboek en/of ideeënbus toe op de site, zodat de interactiviteit vergroot wordt. Door het toepassen van een informatiesysteem met schermen door het gebouw heen, wordt elke bezoeker voorzien van de actuele informatie over waar, wat en wanneer activiteiten in het gebouw plaats vinden.

De herkenbaarheid van de ingang en receptiebalie is een belangrijk verbeterpunt voor de uitstraling van het gebouw. Een eerste indruk kan tenslotte maar één keer gemaakt worden. Hoewel op diverse plaatsen rondom het gebouw naar de ingang verwezen wordt, is het toch niet duidelijk genoeg. Wellicht zijn losse, staande borden op de looproute naar de inrichting toe een optie, of het aanbrengen van pijlen op het looppad zelf. Een andere optie is het verplaatsen van de ingang, dit is ook door het bestuur geopperd, dit vraagt echter om een goede overweging ten aanzien van de locatie van de ingang en de kosten die dit met zich mee brengt.

De sfeer en inrichting van het restaurant kan wat warmer en sfeervoller, wellicht richting grand café stijl. Ook moet er aandacht besteed worden

aan het bedienend personeel. Een goede optie zou zijn om een horecamanager toe te voegen of op een andere wijze de gastvrijheid en bediening te verbeteren, de kwaliteit hiervan moet constant zijn. Uiteraard vraagt dit om een financiële investering. Anderzijds kan er voor worden gekozen explicieter te communiceren dat overdag gewerkt wordt met vrijwilligers, mensen met een beperking, etc. Hierdoor sluiten de verwachtingen ten aanzien van snelheid en kwaliteit wellicht beter aan. Dit geldt met name voor commerciële klanten en 'toevallige voorbijgangers'. Dit draagt echter niet bij aan betere en constantere kwaliteit en gastvrijheid.

De herkenbaarheid van het restaurant van buitenaf is dé mogelijkheid om het restaurant beter zichtbaar te maken. Door het restaurant meer open naar buiten toe te presenteren, wordt de 'toevallige voorbijganger' ook aangetrokken. Door het terras wat sfeervoller aan te kleden ziet het er aantrekkelijker uit.

Bijlage 1. Handleiding inzage enquêteresultaten

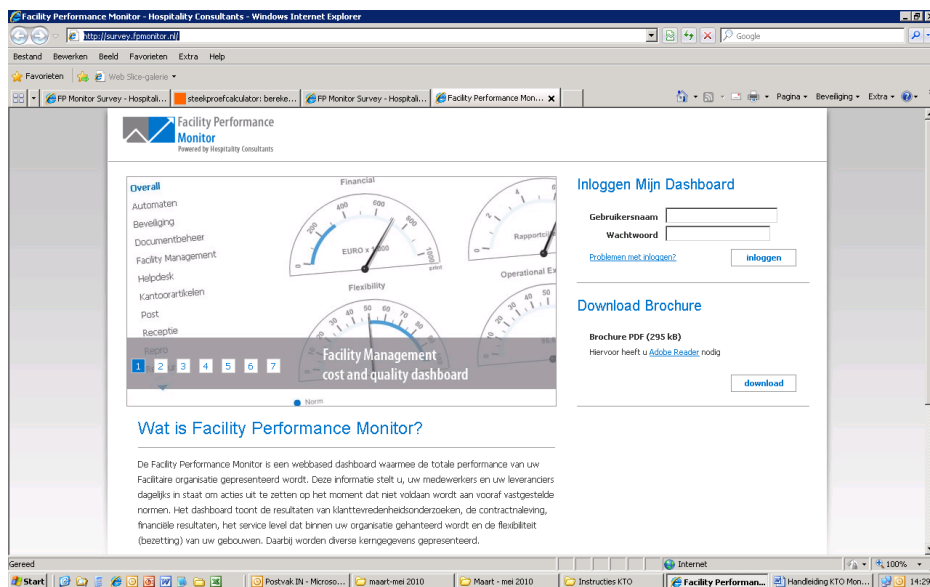
Internettoepassing

De resultaten van de enquêtes onder bezoekers en aanbieders van het BonVie zijn te bekijken via de volgende link:

<http://survey.fpmonitor.nl>

Met behulp van deze tool zijn de resultaten van het onderzoek op scherm te bekijken en/of te downloaden in excel-formaat. Tevens is het mogelijk de resultaten nader te filteren, bijvoorbeeld naar achtergrond van de respondenten. Daarnaast is het mogelijk de ruwe data te downloaden in een excel-bestand. In dit document is een beknopte toelichting opgenomen bij de internettoepassing.

Wanneer u op de link klikt, krijgt u het volgende scherm te zien:



Inloggegevens

De inloggegevens voor de *bezoekersenquête* zijn als volgt:

Inlognaam: BonVie bezoekers

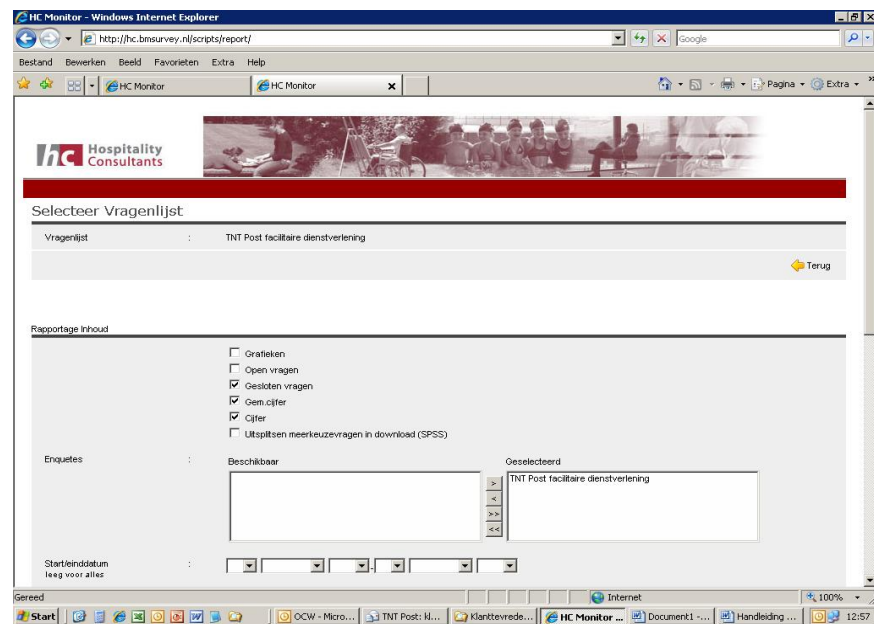
Wachtwoord: bezoeker

De inloggegevens voor de *aanbiederenuitvoering* zijn als volgt:

Inlognaam: BonVie aanbieders

Wachtwoord: aanbieder

Wanneer u deze gegevens invoert en vervolgens op 'Inloggen' klikt komt u in het volgende scherm, waar u op 'Rapportage' klikt. Dan volgt het onderstaande scherm:



Selecteren rapportage inhoud

Vanuit dit scherm is het mogelijk de gewenste resultaten van verschillende onderdelen van uw organisatie te selecteren. Wanneer hieruit een keuze is gemaakt verschijnt een volgend scherm. Standaard zijn de resultaten van de totale populatie geselecteerd. Onderstaand is een beschrijving gegeven van de functionaliteit van de knoppen op deze pagina.

Open vragen / gesloten vragen

Standaard is de optie 'gesloten vragen' aangevinkt. Dit betekent dat de antwoorden op alle gesloten vragen uit de enquête worden weergegeven. Door het vinkje te verplaatsen naar 'open vragen' worden de antwoorden op de open vragen in een separate download weergegeven.

Verder kan er een keuze gemaakt worden om de door de respondenten gegeven cijfers weer te geven van verschillende diensten.

Terug / Verder

Met de knop 'Terug' gaat u vanzelfsprekend terug naar het voorgaande scherm. Door te klikken op de knop 'Verder' wordt een nieuw scherm geopend waarin de geselecteerde resultaten op overzichtelijke wijze worden gepresenteerd. Vanuit dit scherm zijn de resultaten te bekijken en eventueel te printen. Om de resultaten te downloaden in Excel-formaat dient u gebruik te maken van onderstaande knop.

Download

De geselecteerde resultaten zijn tevens te downloaden en op te slaan als excel document. Dit kan door te klikken op de knop 'Download'. Indien uw internet-browser voorzien is van een zogenaamde pop-up blocker kan het zijn dat de download wordt geblokkeerd. Dit is te verhelpen door de

Control knop op uw toetsenbord ingedrukt te houden terwijl u de download knop selecteert.

Download (data)

De laatste mogelijkheid is om de ruwe data te downloaden in een separaat document. Dit is een (geanonimiseerd) overzicht van alle door de respondenten ingevulde antwoorden.

Custom filter

Door te klikken op [NAAM ORGANISATIE] (helemaal onderaan de pagina) en vervolgens op de naam van het onderzoek verschijnt de keuze uit de verschillende onderdelen van de vragenlijst. Wanneer u op een van deze klikt verschijnt een drop down menu met de mogelijkheden. In het custom filter zijn alle meerkeuze vragen uit de vragenlijst opgenomen. Door één of meerdere hokjes aan te vinken wordt de gewenste selectie gemaakt uit de totale resultaten.

Bijvoorbeeld: Geslacht 'Man'

Alleen de resultaten van de respondenten die aangeven hebben van het mannelijke geslacht te zijn, worden getoond.

Op deze manier kan elke gewenste selectie uit de data worden gemaakt.

Rapportage

Nadat u de gewenste selecties heeft aangevinkt en op 'Verder' heeft geklikt, verschijnt een nieuw scherm met de gepresenteerde resultaten. Hierbij is voor alle vragen uit de enquête weergegeven wat de antwoordverdeling is in aantal respondenten. Ook het aantal respondenten dat de vraag met n.v.t. heeft beantwoord is voor de volledigheid weergegeven. De resultaten zijn gevisualiseerd in een figuur (grafiek of taartdiagram). Door op de figuur te klikken wordt de figuur in een apart scherm gemaximaliseerd.