

INNOVATIE IN ZORG EN WELZIJN

**VOOR OPTIMALE AFSTEMMING
VAN VRAAG EN AANBOD**

UITVOERINGSPLAN 2013

Opdrachtgever: Provincie Flevoland
Opdrachtnemer: CMO Flevoland, Centrum voor Maatschappelijke Ontwikkeling
Datum: november 2012



CMO Flevoland staat
**VOOR EEN VITALE
SAMENLEVING WAARIN
LEVEN, LEREN, WERKEN
EN ZORGEN GOED ZIJN
GEREGELD**

Inhoudsopgave

Inleiding	7
1. Transitie	9
2. Marketing van zorg en welzijn	10
3. Nieuwe verbindingen leven, leren, werken, zorgen en technologie	12
4. Delen en vermarkten	14
5. Zowelwerk	16
6. Jeugd	18
7. Gemeentelijke Basisuren	20

Inleiding

Het jaar 2013 is het jaar waarin CMO Flevoland de bakens gaat verzetten om goed voorbereid het jaar 2014 in te gaan, het jaar waarin de bezuiniging van 50 % op onze subsidie volledig van kracht gaat. CMO Flevoland zal in 2013 afscheid moeten nemen van een aantal medewerkers en tegelijkertijd bouwen aan een nieuwe organisatie. In 2012 hebben we daarvoor de eerste lijnen uitgezet. In het najaar van 2012 verscheen de provinciale nota “ Een nieuw verzorgd Flevoland” met daarin het beleidskader zorg, zorginnovatie en herijkt sociaal beleid. Dit kader geeft richting aan de werkzaamheden van CMO Flevoland. Met de provincie Flevoland zijn afspraken gemaakt over de bijdrage die CMO Flevoland gaat leveren aan de doelstelling van de provincie.

De opdracht voor de komende jaren is: Het verkleinen van het gat tussen zorg- en welzijnsvraag en zorg- en welzijnsaanbod. Daarbij gaat het specifiek om de 5 provinciale thema's ouderen, chronisch zieken, gehandicapten, vrijwilligers/ mantelzorgers en eenzaamheidsbestrijding.

CMO bereikt dit door:

- Wensen, behoeften en knelpunten van zorgconsumenten in beeld te brengen en erkend te krijgen.
- Belangrijke ontwikkelingen en trends op het gebied van zorg en welzijn te volgen en daarop innovatieve wijze op in te spelen.
- Nieuwe verbindingen te leggen tussen vragers en aanbieders van zorg en welzijn.

De nadruk ligt op het vinden van echte oplossingen die aansluiten op de behoefte van de zorgvrager.

CMO werkt aan oplossingen die ook samen met de zorgvrager tot stand komen.

Het afgelopen jaar heeft CMO Flevoland gewerkt aan een nieuwe strategie met heldere toekomstvisie.

Een verandering die is ingezet met behulp van de 4 v's: verbeelden, verbinden, verwezenlijken en vermarkten.

Door een toekomstverkenning te organiseren, de zogenaamde “CMO experience Wonen, Werken, Leren, Leven en zorgen in 2030” zijn we met uiteenlopende stakeholders in gesprek gegaan over welzijn en zorg in de toekomst. Dit leverde een aantal zeer interessante toekomstbeelden op. Een belangrijke bijdrage voor de richting van CMO Flevoland en de te volgen strategie. Een vervolgsessie is gepland.

In de navolgende hoofdstukken leest u hoe CMO Flevoland in het komende jaar aan de provinciale opdracht gaat werken, welke resultaten wij willen behalen en hoe de begroting voor 2013 er uitziet.

Volgens afspraak is dit een uitvoeringsplan op hoofdlijnen met daarin de beoogde resultaten en de financiële onderbouwing.

1. Transitie

Waarom?

CMO Flevoland wil een financieel gezonde organisatie zijn die een meerwaarde heeft bij het verkleinen van de kloof tussen vraag en aanbod, met unieke expertise op het gebied van de vragers van Zorg en Welzijn.

Hoe?

CMO Flevoland gaat de kosten van de organisatie in overeenstemming brengen met de verminderde inkomsten. We nemen afscheid van oude taken en werkwijzen, we ontwikkelen een nieuwe strategie. We vergroten deskundigheid van de organisatie.

Wat?

- Terugdringen organisatiekosten met 900.000 euro, gelijk aan de provinciale subsidievermindering. Doordat CMO Flevoland de afgelopen jaren bewust heeft gestuurd op het terugdringen van de organisatiekosten moet de reductie met name worden gevonden in het verminderen van het aantal personeelsleden. De mogelijkheden voor natuurlijk verloop zijn minimaal, gedwongen ontslagen zijn nodig. CMO Flevoland komt in overleg met de vakbonden, OR en bestuur tot een sociaal plan met extra inzet op begeleiding van werk naar werk.
- Schrappen van een aantal activiteiten die niet langer passen binnen de provinciale opdracht. De beschikbare uren voor de provincie worden ingezet op de provinciale speerpunten ouderen, chronisch zieken, gehandicapten, vrijwilligers en mantelzorgers, en eenzaamheidsbestrijding.
- Bouwen met ondersteuning van Boer en Croon aan een nieuwe organisatie die zich gaat richten op het verbeteren van de kwaliteit van zorg en welzijn en dit doet door het verkleinen van het gat tussen zorg en welzijnsvraag en zorg en welzijnsaanbod. Hierbij staat het perspectief van de gebruiker centraal

en wordt gebruik gemaakt van (technologische) innovaties en nieuwe verbindingen.

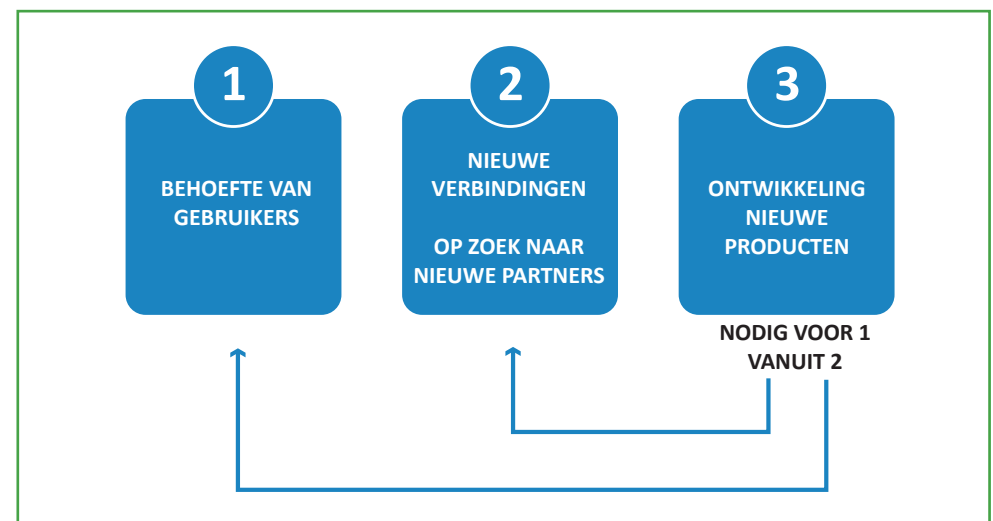
- Vergroten van de deskundigheid van de medewerkers zodat deze overeenkomt met de wensen, eisen die de nieuwe organisatie aan hen stelt.

Resultaat

Na de transitie op 31 december 2013 staat er een organisatie die financieel en qua deskundigheid is toegerust om een bijdrage te leveren aan, het verkleinen van de kloof tussen vraag en aanbod en in staat is om op de vragen, behoeften vanuit de markt in te spelen. Hierbij beschikt CMO Flevoland over een unieke expertise op het gebied van de vraag van gebruikers van zorg en welzijn.

Beschikbare middelen

450.000 euro



2. Marketing van zorg en welzijn

Onder marketing van zorg en welzijn verstaan we het actief afstemmen van het productaanbod op de wensen en behoeften van de zorgconsument. CMO Flevoland brengt daartoe de veranderende wensen van de zorgconsument in beeld, zodat zorg- en welzijnsorganisaties hun dienstenaanbod optimaal op de behoeften van de klant kunnen laten aansluiten

Waarom?

Door erkende wensen, behoeften en knelpunten op het gebied van zorg en welzijn van de inwoners van Flevoland als uitgangspunt te nemen verwachten wij een betere aansluiting tussen vraag en aanbod en besparing op onnodige kosten te bereiken.

Hoe?

- Bestaande marketingkennis, methodieken en concepten maken we specifiek voor zorg en welzijn. Waar mogelijk zullen we daarin samenwerken met het onderwijs.
- Wij bouwen kennis op over de zorg- en welzijnsconsumenten en de zorg- en welzijnsmarkt.
- Wij gaan actief op zoek naar signalen en knelpunten bij gebruikers, maar ook bij aanbieders waarbij we gebruik maken van de nieuwe media.
- Wij verzamelen, analyseren en delen kennis over bestaande en innovatieve oplossingen voor de gesignaleerde knelpunten.
- Wij richten ons in het bijzonder op de speerpunten van de provincie: ouderen, chronisch zieken, gehandicapten, vrijwilligers en mantelzorgers en het thema eenzaamheidsbestrijding
- Wij werken in bovenstaande punten zoveel mogelijk samen met regionale partijen als GGD, maar ook met landelijke partijen als SCP, Movisie, Vilans e.a..

**Marketing =
afstemmen vraag en aanbod**



	Vraag het gebruiker en aanbieder
Provinciaal doel	CMO Flevoland zorgt voor een betere aansluiting op de gebieden welzijn-zorg, zorg-zorg, vrager-aanbieder.
Provinciaal Resultaat	CMO Flevoland heeft 10 erkende maatschappelijke knelpunten gesignaleerd die vragen om een oplossing.
Provinciale thema's	Ouderen Eenzaamheidsbestrijding Chronisch zieken Vrijwilligers en mantelzorgers Gehandicapten
Innovatievorm	Organisatorisch / Proces Technologisch
Verbinding	Welzijn - Zorg Zorg - Zorg Vrager - Aanbieder
Doelen	<ul style="list-style-type: none"> • Ontwikkeling van het vakgebied marketing van zorg en welzijn • Signaleren en in kaart brengen behoeften en knelpunten van gebruikers van welzijn en zorg • Verkrijgen van erkenning van problemen • In beeld brengen van de sector zorg en welzijn
Resultaten	<ul style="list-style-type: none"> • Bestaande marketingmethoden zijn toepasbaar gemaakt voor zorg en welzijn • Kennis en inzicht in trends en ontwikkelingen in zorg en welzijn, zowel in de aanbod als vraagkant • Actueel overzicht van wensen, behoeften, knelpunten van gebruikers en aanbieders
Betrekken eindgebruiker door o.a.	<ul style="list-style-type: none"> • (Digitale) Cliëntenpanels • Spiegelgesprekken • Documentaireeks met aandacht voor innovatieve vormen binnen de zorg. • Diepte-interviews • Meldacties
Bedrag	€ 310.000

3. Nieuwe verbindigen leven, leren, werken, zorgen en technologie

CMO Flevoland doet actief aan netwerkontwikkeling, maar adviseert ook organisaties over het effectief inzetten van netwerken om met de zorgconsument in contact te komen. Ook brengt CMO Flevoland proactief partijen bij elkaar, zodat er nieuwe en verrassende samenwerkingscombinaties kunnen ontstaan.

Waarom?

Het vinden van duurzame oplossingen voor erkende zorgproblemen vraagt om innovatieve combinaties tussen leren, werken, wonen en zorgen. Daarvoor is het nodig dat partijen elkaar kennen en nieuwe verbindingen leggen.

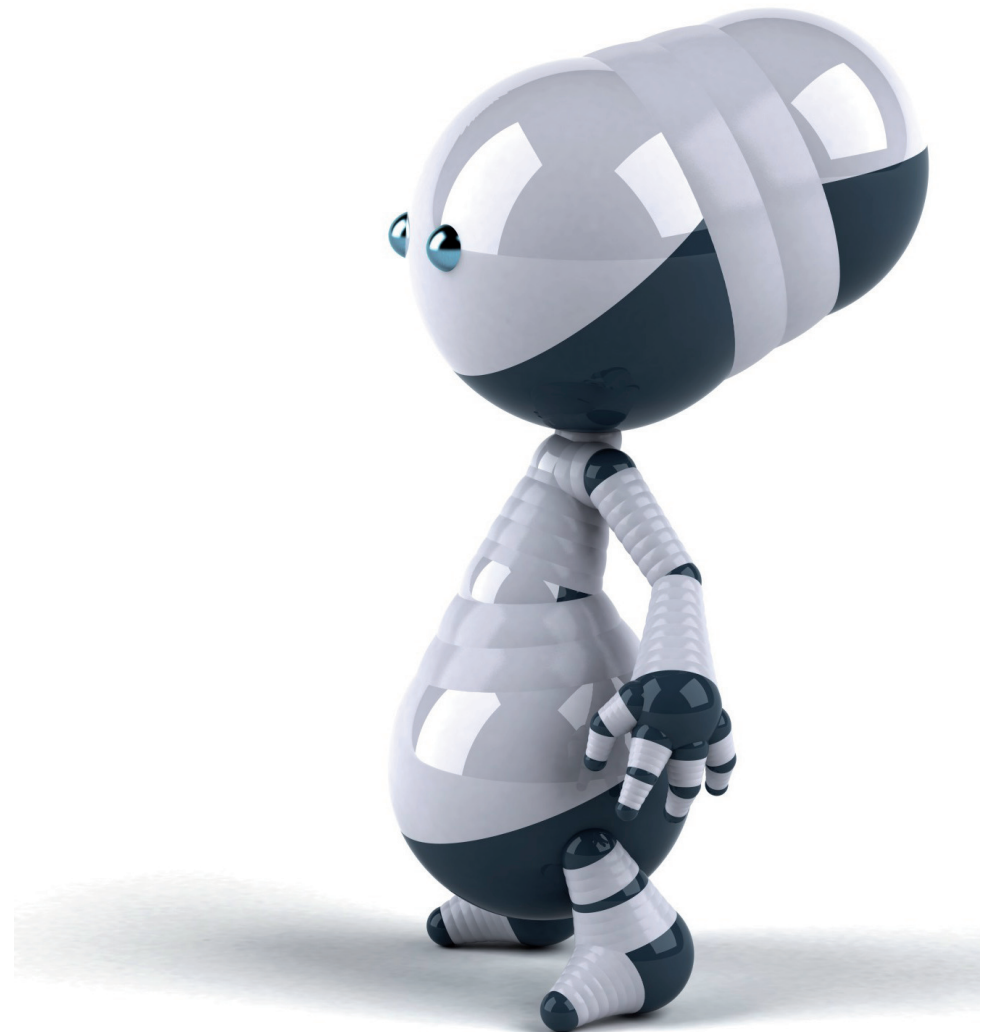
Hoe?

CMO Flevoland ontwikkelt en bevordert netwerksamenwerking tussen overheden, instellingen, bedrijven en maatschappelijke organisaties zodat in overleg met de zorgvrager innovatieve oplossingen worden gevonden voor zowel huidige als mogelijk toekomstige problemen.

Wat?

- Onderhouden en ontwikkelen van relaties met ketenspelers binnen de sectoren leren, werken, wonen, zorgen en technologie
- Organiseren van co-creatie bijeenkomsten waarin rondom een vraag, knelpunt thema, eindgebruikers in gesprek gaan met mogelijke oplossers met als doel het vinden van echte oplossingen
- Conceptoplossingen toetsen in de praktijk samen met beoogde gebruikers van deze oplossingen

Partijen proactief bij elkaar brengen, zodat er nieuwe en verrassende samenwerkings-combinaties kunnen ontstaan.



	Nieuwe verbindingen - Op zoek naar nieuwe partners
Provinciaal doel	CMO Flevoland zorgt voor een betere aansluiting op de gebieden welzijn-zorg, zorg-zorg, vrager-aanbieder.
Provinciaal Resultaat	CMO Flevoland heeft voor 5 maatschappelijke knelpunten nieuwe verbindingen gelegd die werken aan oplossingen.
Provinciale thema's	Ouderen Eenzaamheidsbestrijding Chronisch zieken Vrijwilligers en mantelzorgers Gehandicapten
Innovatievorm	Organisatorisch / Proces Technologisch
Verbinding	Welzijn - Zorg Zorg - Zorg Vrager - Aanbieder
Doelen	Nieuwe verbindingen leggen om huidige en toekomstige problemen te voorzien van een (innovatieve) oplossing
Resultaat	CMO Flevoland kan samen met (andere) partijen dankzij nieuwe verbindingen aan de slag met innovatieve oplossingen voor huidige en toekomstige problemen
Betrekken eindgebruiker door o.a.	<ul style="list-style-type: none"> • expertmeetings • focusgroepen • organiseren co-creatie bijeenkomsten
Bedrag	€ 150.000

4. Delen en Vermarkten

CMO Flevoland denkt actief mee en adviseert over mogelijke innovatieve producten, ontwikkelt (innovatieve) diensten en ondersteunt bij de implementatie.

Waarom?

Kennis krijgt pas waarde als deze wordt gedeeld. Daarom wil CMO Flevoland kennis over het proces naar en de daadwerkelijke oplossingen verspreiden.

Hoe?

CMO Flevoland weet welke knelpunten om een oplossing vragen en welke partners er nodig zijn om een oplossing naderbij te brengen. Met die wetenschap ondersteunen we bij innovatieprocessen en productontwikkeling. We delen kennis, testen producten en diensten en vermarkten deze waar mogelijk.

Wat?

CMO Flevoland ondersteunt bij de ontwikkeling van nieuwe producten en diensten door:

- Vraagverheldering
- De consument te betrekken bij het ontwikkelingsproces
- Product of dienst te toetsen en beschikbaar te maken
- Product of dienst te implementeren



	Inovatieve oplossingen
Provinciaal doel	CMO Flevoland zorgt voor een betere aansluiting op de gebieden welzijn-zorg, zorg-zorg, vrager-aanbieder.
Provinciaal Resultaat	CMO Flevoland heeft 2 innovatieve oplossingen (mede) ontwikkeld.
Provinciale thema's	Ouderen Eenzaamheidsbestrijding Chronisch zieken Vrijwilligers en mantelzorgers Gehandicapten
Innovatievorm	Organisatorisch / Proces Technologisch
Verbinding	Welzijn - Zorg Zorg - Zorg Vrager - Aanbieder
Doelen	Ontwikkelen innovatieve oplossingen
Resultaat	<ul style="list-style-type: none"> • Innovatieve oplossingen zijn geïnitieerd, ontwikkeld en getoetst bij de eindgebruiker • Er zijn samenwerkingspartners gevonden voor het doorontwikkelen van de oplossingen • Financiële middelen zijn verworven om de oplossingen uit te voeren
Betrekken eindgebruiker door o.a.	In gesprek met de gebruiker worden behoeften en wensen bepaald.
Activiteiten	Op basis van erkende maatschappelijke knelpunten, en oplossingen die zijn bedacht door nieuwe verbindingen te leggen,. waarbij de vragers van zorg zijn betrokken worden oplossingen bedacht die kunnen worden gerealiseerd. Een voorbeeld van zo'n oplossing kan zijn het inrichten van een smarthome in Flevoland.
Bedrag	€ 50.000

5. Zowelwerk

Zowelwerk is onderdeel van CMO Flevoland. Zowelwerk is de Flevolandse arbeidsmarktorganisatie voor Zorg en Welzijn.

Waarom?

De kwaliteit van zorg en welzijn hangt in grote mate af van de kwaliteit en de kwantiteit van het verzorgend personeel. Uiteindelijk gaat het om voldoende mensen in de zorg en de kennis en deskundigheid van de medewerkers. Voor de toekomst verwacht men grote personeelstekorten in de zorg. Deze tekorten zullen ongelijk verdeeld zijn over functies, afdelingen en specialisaties.

Hoe?

Door Regioplus en de regionale arbeidsmarktorganisaties is een meerjarig plan opgesteld: De weg naar balans 2012-2015. De missie achter dit plan luidt: 'Het in balans brengen van de arbeidsmarkt in zorg en welzijn, zowel met betrekking tot bekwaam als voldoende personeel, ter bevordering van de kwaliteit van de zorg.' Zowelwerk concretiseert deze missie op basis van de wensen en behoeften van zorg-welzijnorganisaties in Flevoland.



	Zowelwerk
Provinciaal doel	CMO Flevoland zorgt voor een betere aansluiting op de gebieden welzijn-zorg, zorg-zorg, vrager-aanbieder.
Provinciaal Resultaat	<ul style="list-style-type: none"> • Het netwerk is verstevigd • Er zijn 3 nieuwe strategische verbindingen gelegd om innovaties te stimuleren/faciliteren. • Onderwijs en zorg zijn beter op elkaar aangesloten als het gaat om innovatieve zorg. • Er is een bijdrage geleverd aan een positiever imago van de sector • De innovatieve identiteit van zorg en welzijn in Flevoland is uitgedragen
Provinciale thema's	Human Capital Agenda
Innovatievorm	Organisatorisch / Proces Technologisch
Verbinding	Zorg - zorg werknemer - werkgever onderwijs - zorg welzijn - zorg
Doelen	Inzicht krijgen in de toekomstige disbalans op de arbeidsmarkt zorg en welzijn, zowel op organisatieniveau, regionaal als in samenwerking met andere regio's. Activiteiten ondernemen om de disbalans voorkomen.
Resultaat	Eind 2013 bestaat er meer inzicht in de verwachte disbalans op de arbeidsmarkt zorg en welzijn. Er zijn, met draagvlak van de zorg- en welzijnsorganisaties, activiteiten ondernomen om deze disbalans te voorkomen.
Betrekken eindgebruiker door o.a.	Bij activiteiten worden werknemers betrokken
Activiteiten	<ul style="list-style-type: none"> • Strategisch Arbeidsmarktbeleid • Werven met Beleid • Kwalificeren voor Zorg en Welzijn • Beleid Duurzame Inzetbaarheid • Anders werken
Bedrag	€ 200.000

7. Jeugdzorg

CMO Flevoland vindt het belangrijk dat jongeren en hun ouders/opvoeders zijn betrokken bij de dienstverleners van de jeugdzorg. Cliëntenparticipatie is hierbij van groot belang.

Waarom?

Cliëntenbeleid jeugdzorg is de komende jaren nog een taak van de Provincie. De Provincie vindt het belangrijk dat tot aan de transitie van de jeugdzorg naar de gemeenten de ondersteuning van deze taak wordt uitgevoerd door CMO Flevoland.

Hoe?

Jaarlijks verstrekt de provincie aan CMO Flevoland een aparte opdracht voor de ondersteuning van de jeugdzorgtaken en voor het uitvoeren van de vertrouwenspersoon jeugdzorg (AKJ).



	Jeugdzorg
Innovatievorm	Organisatorisch / Proces
Verbinding	Vrager - aanbieder Zorg-zorg
Doelen	<ul style="list-style-type: none"> • Bundelen van signalen die cliënten van jeugdzorg afgeven aan de Vertrouwenspersoon jeugdzorg (AKJ doelsubsidie) • Coördineren van het cliëntenbeleid jeugdzorg in de Provincie • Begeleiden van de werkgroep communicatie/beeldvorming jeugdzorg
Resultaat	<ul style="list-style-type: none"> • De resultaten van de signalen zijn gerapporteerd aan de Provincie • De cliëntenraden zijn op aanvraag ondersteund en verbeterpunten zijn opgesteld voor het cliëntenbeleid • De werkgroep communicatie is begeleid en op aanvraag ondersteund bij taken die te maken hebben met beeldvorming van de sector
Betrekken eindgebruiker door o.a.	<ul style="list-style-type: none"> • Daar waar het past binnen het doel en het resultaat zijn jeugdzorgjongeren expliciet betrokken (cliëntenparticipatie jz) • informatie over cliëntenfeedback m.b.t. dienstverlening verzamelen • themabesprekingen met het platform jeugdzorg organiseren • organiseren en begeleiden stageprogramma jeugdzorg • ondersteunen cliëntenraden
Bedrag	€ 70.000,- exclusief de aparte doeluitkering AKJ

7. Gemeentelijke basisuren

Gemeentelijke Basisuren zijn provinciale subsidie uren die beschikbaar worden gesteld voor de gemeenten.

Waarom?

Om de gemeenten te ondersteunen kan in 2013 voor het laatst een beroep worden gedaan op provinciale uren.

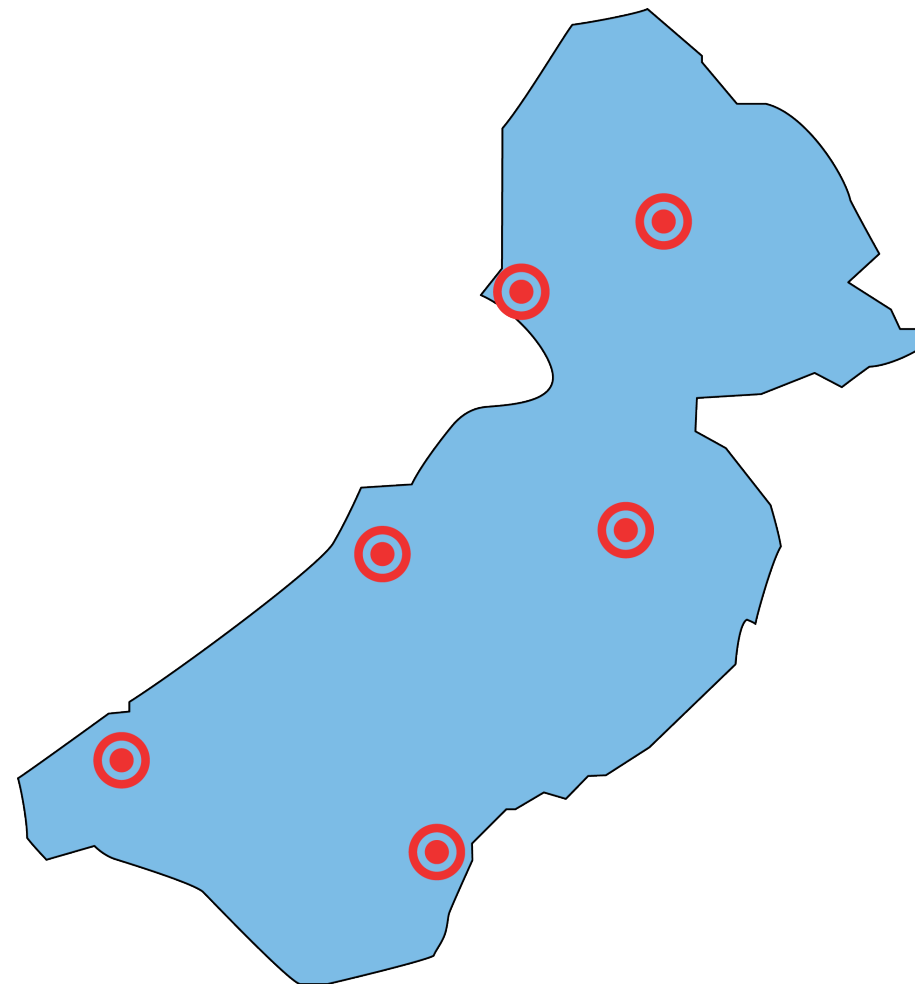
Hoe?

Flevolandse gemeenten mogen voor 200 uur (ook in kleinere porties te verdelen) projecten indienen of ondersteuning vragen mits de gemeenten hetzelfde aantal uren cofinancieren.

Indien de uren niet benut worden dan vloeien deze terug naar de hoofdstukken 3, 4 of 5.

Wat?

- bijvoorbeeld ondersteuning provinciale projectleiding ESAR
- bijvoorbeeld ondersteuning WMO raden
- bijvoorbeeld ondersteuning kanteling naar WNS



	Gemeentelijke basisuren
Provinciale thema's	Ouderen Eenzaamheidsbestrijding Chronisch zieken Vrijwilligers en mantelzorgers Gehandicapten Jeugdzorg
Innovatievorm	Organisatorisch / Proces Technologisch
Verbinding	Welzijn - zorg Zorg - zorg Vrager - aanbieder Werknemer - werkgever
Doelen	Uitvoeren projecten voor of ondersteunen van de Flevolandse gemeenten.
Resultaat	De dienstverlening van CMO Flevoland is naar behoefte van gemeenten ingezet.
Betrekken eindgebruiker	n.v.t.
Bedrag	€ 120.000



Neringpassage 107, 8224 JB Lelystad • Tel: 0320 - 244259 • E-mail: info@cmo-flevoland.nl • www.cmo-flevoland.nl