

Werkzoekenden instrumentengids Eva

# Handreiking methodisch werken met **Eva**

Voor klantmanagers versie 3

01 | 10 | 2023



# Inhoud

<b>Vooraf</b>	<b>3</b>
Wat is Eva?	3
Voor wie is deze handreiking?	3
<b>Begrippenkader</b>	<b>4</b>
Wat is een instrument?	4
Beschrijving kenmerken	5
<b>Methodisch werken met Eva</b>	<b>7</b>
<b>Methodisch zoeken in Eva</b>	<b>8</b>
Stap 1: gebruik de basiskenmerken	8
Stap 2: gebruik de praktische kenmerken	8
<b>Bijlage 1. Theoretische modellen</b>	<b>9</b>
Het integratieve gedragsmodel	9
Model van kwetsbaarheid van Wanberg	10
<b>Bijlage 2. Basiskenmerk: Tegels Werklandschap</b>	<b>11</b>
<b>Bijlage 3. Basiskenmerk: Klantkenmerken</b>	<b>16</b>
<b>Bijlage 4. Klantkenmerken geplot op het integratieve gedragsmodel</b>	<b>21</b>
<b>Bijlage 5. Praktische kenmerken</b>	<b>22</b>



**Eva**

dé werkzoekenden instrumentengids

## Vragen over instrumentengids Eva of deze handreiking?

Neem contact op met het projectteam via [denniseneva@vng.nl](mailto:denniseneva@vng.nl)

Of kijk voor achtergrondinformatie op: <https://vng.nl/projecten/instrumentengidsen-dennis-en-eva>

# Vooraf

## Wat is Eva?

Om werkzoekenden optimaal te laten ontwikkelen is individueel maatwerk nodig. De haalbare eerstvolgende stap is voor iedere persoon anders en vraagt daarmee een andere aanpak. Daarom hebben gemeentelijke organisaties een rijk aanbod aan instrumentarium om in te zetten, passend bij de verschillende personen in het werkzoekendenbestand. Maar hoe houd je overzicht, hoe weet je wat je in kunt zetten en onder welke voorwaarden? Welke instrumenten zijn effectief? Om gemeenten en samenwerkingsverbanden hierin te ondersteunen, faciliteert VNG gemeentelijke organisaties met de digitale instrumentengids Eva. Eva staat voor effectief, vakbekwaam en actueel. Eva is ontwikkeld door VNG, in samenwerking met gemeenten, TNO, Sam en Divosa. We werken hierin samen om effectief gebruik van instrumenten te ondersteunen en deze kennis te verspreiden.

**Eva is een digitale ondersteuningstool, die gemeentelijke organisaties zelf kunnen vullen met lokale instrumenten die bijdragen aan maximaal meedoen en/of de begeleiding naar werk. Door middel van filters en zoekfuncties kunnen professionals in één oogopslag zien welke instrumenten beschikbaar zijn voor een specifieke werkzoekende. Naast maatwerk faciliteert Eva ook beleidsmatige verbeteringen door het aanbod inzichtelijk en transparant te maken. Er wordt zichtbaar of het instrumentenaanbod optimaal is en hoe deze instrumenten worden beoordeeld door de professionals.**

## Voor wie is deze handreiking?

Deze handreiking is ontwikkeld omdat veel gemeentelijke organisaties behoefte hebben aan eenzelfde manier om hun instrumenten weer te geven in Eva. Om ervoor te zorgen dat iedere organisatie eenzelfde 'taal' hanteert bij de beschrijving van de instrumenten is een [instrumentenformat](#) ontwikkeld dat is verwerkt in Eva. Hierdoor worden instrumenten volgens een standaard opbouw ingevoerd in Eva. De beschrijving van de instrumenten via het instrumentenformat sluit aan bij inzichten vanuit de wetenschappelijke literatuur. Door de gestandaardiseerde opbouw kunnen professionals vervolgens eenvoudig zoeken naar aanbod passend bij de betreffende klant. Deze handreiking is primair geschreven voor re-integratie professionals (klantmanagers). Aan de hand van vier stappen wordt methodisch werken met Eva uitgelegd. Vervolgens wordt de geadviseerde manier van zoeken in Eva uitgelegd. Ondersteuningsmateriaal voor andere onderdelen is te vinden op de [website van VNG](#).

**Let op:** Deze handreiking gaat niet in op het gebruik van de voorkant (frontend) van Eva zelf. Er is een aparte handleiding getiteld: "Handleiding Eva voor klantmanagers" over werken met Eva. Deze is te vinden op de [website van VNG](#).

Deze handreiking is tot stand gekomen tijdens subgroep 'Eenheid van Taal', onder leiding van TNO en VNG. In deze subgroep participeerden zes gemeentelijke organisaties, namelijk: Amsterdam, BBSUO, Dalfsen, Den Haag, RSD de Liemers en Werkzaam Rivierenland. De resultaten van de focusgroepen zijn verwerkt in het Eva instrumentenformat en daarnaast geaccordeerd door de Werkgroep Eva van VNG.

# Begrippenkader

In deze handreiking wordt gebruik gemaakt van de term klant (cliënt, burger, werkzoekende, ...):

**Een klant is een inwoner die in het kader van de Participatiewet begeleid wordt bij het vinden van algemeen geaccepteerde arbeid, een re-integratie traject, vrijwilligerswerk of scholing.**

Daarnaast wordt er in deze handreiking geschreven over de professional (klantmanager, regisseur, werkcoach, werkconsulent, ...):

**Een professional is de persoon die de klant vanuit de gemeentelijke organisatie ondersteunt.**

Eerst beschrijven we in deze handreiking wat een instrument inhoudt en wat er wordt verstaan onder kenmerken in het instrumentenformat. Hierbij wordt een onderscheid gemaakt tussen meer inhoudelijke kenmerken – basiskenmerken – en praktische kenmerken. Vervolgens beschrijven we hoe een professional methodisch kan werken met Eva door via de kenmerken te zoeken naar instrumenten in Eva. Diverse bijlagen geven verdieping op de theoretische modellen achter en de details van het instrumentenformat.

## Wat is een instrument?

**Een instrument is een middel dat op tijdelijke basis ingezet wordt om een vastgesteld doel te bereiken binnen het ontwikkeltraject richting werk, participatie, ondernemerschap of scholing van de klant.**

Het gaat bij een instrument om wat je inzet om de klant zich verder te laten ontwikkelen richting werk of participatie. De gespreksvaardigheden/het handelen van de professional zijn geen instrumenten op zich. Gemeentelijke organisaties kunnen Eva zelf vullen met (lokale) instrumenten.

### Disclaimer

Eva wordt continu doorontwikkeld. Het kan daarom zijn dat deze handleiding inmiddels achterhaald is. De meest recente versies van alle ondersteuningsmaterialen zijn te vinden op de [website van VNG](#).



Figuur 1. Tegels van het werklandschap Eva

## Beschrijving kenmerken

De instrumenten in Eva worden beschreven op verschillende kenmerken. We onderscheiden daarin basiskenmerken en praktische kenmerken.

- **De basiskenmerken** zijn de kenmerken die inhoudelijk helpen om te zoeken naar instrumenten die passen bij de klant. We onderscheiden daarbij een tweetal kenmerken: tegels en klantkenmerken.
  - Het eerste basiskenmerk bestaat uit **de tegels van het werklandschap** (zie Figuur 1). Dit werklandschap visualiseert de generieke dienstverlening die gemeenten bieden om klanten te begeleiden naar participatie of (on)betaald werk. Het bestaat uit verschillende dienstverleningstegels. Bij iedere 'tegel' staat een beschrijving wat gemeenten doen in dit element van de dienstverlening en hoe dit het best vormgegeven kan worden. Het landschap is geen stroomschema. Het zijn losse elementen die per klant samengesteld worden in een aantal tegels en de volgorde ervan. Waar nodig kunnen de tegels herhaald worden. In **Bijlage 2** worden de tegels beschreven.
  - Het tweede basiskenmerk **klantkenmerken** gaat over veranderbare kenmerken van de klant die invloed hebben op het meedoen in de maatschappij, vinden en behoud van werk. In **Bijlage 3** worden de klantkenmerken beschreven. In **Bijlage 4** wordt weergegeven hoe deze klantkenmerken samenhangen met de theoretisch achtergrond: de onderdelen uit het integratieve gedragsmodel (IGM).
- **De praktische kenmerken** geven een beschrijving van de opbouw van een instrument. Denk hierbij aan de specifieke informatie over het instrument, zoals het doel, de aanbieder, de locatie, de duur, de kosten en hoe je iemand kunt aanmelden. **Bijlage 5** biedt een detailoverzicht van de verschillende praktische kenmerken.

Zie Figuur 2 voor een overzicht van alle basiskenmerken en praktische kenmerken in het instrumentenformat.



## Instrumentenformat 2023

<b>Organisatie</b>	<b>Onderscheidende aanpak</b>	<b>Tegels werklanschap</b> ▼	<b>Contactpersonen</b>
<b>Aanbieder</b> ▼	<b>Voorwaarden deelname</b>	<input type="checkbox"/> Melding	<input type="checkbox"/> Intern <input type="checkbox"/> Extern
<b>Naam instrument</b>	<b>Werkafspraken</b>	<input type="checkbox"/> Diagnostiek	<input type="text" value="Naam"/>
<b>Samenvatting</b>	<b>Samenwerkingspartners</b>	<input type="checkbox"/> Oriëntatie	<input type="text" value="Telefoon #"/>
<b>Doel</b>	<b>Toelichting doelgroep</b>	<input type="checkbox"/> Maatschappelijk fit	<input type="text" value="Mail"/>
<b>Werkwijze</b>	<b>Aanvullende informatie</b>	<input type="checkbox"/> Werk fit	<b>Groep/Individueel</b>
<b>Uitvoeringsvorm</b>	<b>Aanmeldingsinstructies</b>	<input type="checkbox"/> Opleiden	<b>Locatie(s) uitvoering</b>
<input type="checkbox"/> (Bij)scholing	<b>Totale duur</b>	<input type="checkbox"/> Bemiddelingen	Naam / Type / Adres / Beschrijving
<input type="checkbox"/> (Vrijwilligers)werk	<input type="text" value="#"/> Uren / Dagen / Weken / Maanden	<input type="checkbox"/> Plaatsing	<b>Doelgroepen</b> ▼
<input type="checkbox"/> Bemiddeling	<b>Intensiteit</b>	<input type="checkbox"/> Nazorg	<b>Registratiecodes</b>
<input type="checkbox"/> Coaching	<input type="text" value="#"/> Uur per week	<b>Klantkenmerken</b> ▼	<b>Aanvullende inhoud</b>
<input type="checkbox"/> Leerwerktraject	<b>Totale kosten</b>	<input type="checkbox"/> Psychosociale aandachtspunten	Links / Downloads / Videos
<input type="checkbox"/> Materiele ondersteuning	<input type="text" value="#"/> Euros	<input type="checkbox"/> Lichamelijke aandachtspunten	<b>Beschikbare gebieden</b>
<input type="checkbox"/> Onderzoek	<b>Toelichtingen</b>	<input type="checkbox"/> Praktische aandachtspunten	Regios / Gemeenten / Wijken
<input type="checkbox"/> Opleiding	Duur / Intensiteit / Kosten	<input type="checkbox"/> Basisvaardigheden	
<input type="checkbox"/> Subsidie/Voucher		<input type="checkbox"/> Sociale- en culturele vaardigheden	
<input type="checkbox"/> Tolken/Vertalen		<input type="checkbox"/> Basis werknemersvaardigheden	
<input type="checkbox"/> Verwijzing		<input type="checkbox"/> Toekomstige werknemersvaardigheden	
<input type="checkbox"/> Vragenlijst		<input type="checkbox"/> Sollicitatievaardigheden	
		<input type="checkbox"/> Diplomen, certificeren en praktijkverklaring	
		<input type="checkbox"/> Werkervaring	
		<input type="checkbox"/> Beroepskeuze, beroepsvoorkeur en beroepsoriëntatie	
		<input type="checkbox"/> Willen en geloof in eigen kunnen	
		<input type="checkbox"/> Zelfregie/zelfsturing	
		<input type="checkbox"/> Sociale steun en netwerk	

Figuur 2. Het instrumentenformat met een overzicht van kenmerken

# Methodisch werken met Eva

Het gebruik van Eva is onderdeel van methodisch werken door de professional. Methodisch werken bestaat uit een systematische, doorzichtige en doelgerichte manier van werken, met regelmatige evaluaties om klanten te begeleiden. Het is gebaseerd op de Plan-Do-Check-Act (PDCA)-cyclus. Op basis van de PDCA-cyclus bestaat methodisch werken uit vier stappen die de professional bij de begeleiding van een klant telkens doorloopt. Figuur 3 geeft deze vier stappen weer.



**Figuur 3.** De vier stappen van methodisch werken. Gebruik Eva op het moment dat het klantbeeld en het doel duidelijk is. Selecteer In Eva instrumenten aan de hand van deze basiskenmerken. Verfijn de keuze aan de hand van praktische kenmerken.

In stap 1 'voorbereiding en diagnose' moet er eerst een klantbeeld worden gevormd door informatie te verzamelen (via de melding, het gesprek tussen klant en professional en mogelijke diagnostiek), een eerste screening van deze gegevens en tot slot de interpretatie van deze gegevens. Vervolgens is het in stap 2 'opstellen trajectplan' aan de professional en de klant om te bespreken wat dit klantbeeld inhoudt m.b.t. werk zoeken en participatie in de maatschappij. Zijn er bijvoorbeeld bepaalde aandachtspunten zodanig belemmerend dat eerst hieraan gewerkt moet worden of kan er direct passend werk of een mogelijkheid tot participatie gevonden worden? In stap 3 wordt het trajectplan uitgevoerd, gemonitord en eventueel bijgestuurd. Tot slot wordt in stap 4 door de professional teruggeblikt op de gevolgde werkwijze eventueel met collega's en/of klanten om na te gaan wat wel of juist niet werkte in het traject en de ingezette instrumenten.

Eva helpt bij verschillende stappen van methodisch werken. De basiskenmerken **tegels van het werklandschap Eva** en **klantkenmerken** worden gebruikt om instrumenten te selecteren bij de verschillende stappen. Bij stap 1 'voorbereiding en diagnose' kan via Eva gezocht worden naar diagnose instrumenten om het klantbeeld aan te vullen. Hiervoor kan men de tegel 'diagnostiek' selecteren uit het basiskenmerk 'tegels van het werklandschap Eva'. Men kan naar specifieke diagnose instrumenten zoeken door ook één of meer klantkenmerken te selecteren, zoals een aandachtspunt of vaardigheden. Eva ondersteunt vooral bij stap 2 door instrumenten te vinden die passen bij de kenmerken van het klantbeeld verkregen in stap 1, waar de professional en klant in onderling overleg aan willen werken.

Via Eva kan in stap 2 gezocht worden naar passende instrumenten die aansluiten op de situatie van de klant op dat moment. Eva is ook nadrukkelijk bedoeld om de klant te betrekken bij het vaststellen van doelen en de keuze voor een instrument. Zowel het klantbeeld (stap 1) als de instrumenten (stap 2) worden beiden beschreven door de basiskenmerken *tegels van het werklandschap Eva* en *klantkenmerken*. Op deze manier leggen de basiskenmerken de verbinding tussen het klantbeeld (stap 1) en de in te zetten instrumenten (stap 2). De tegels bepalen welk persoonlijk pad de klant bewandelt richting werk of participatie, waar de klant zich nu bevindt en waar de klant naar toe wil. De klantkenmerken geven aan waaraan gewerkt kan worden om richting de volgende tegel te gaan.

In stap 3 'uitvoeren trajectplan' wordt gekeken of het ingezette instrument aan het gestelde doel beantwoordt. Indien dit niet of onvoldoende het geval is, kan opnieuw een ander instrument gezocht worden om het doel te bereiken. Als het doel behaald is kan een ander doel gesteld worden en een bijbehorend instrument gezocht worden. In het uitvoeren van het trajectplan wordt het klantbeeld steeds aangevuld en worden bijbehorende instrumenten gezocht door de tegels en klantkenmerken te combineren.

In stap 4 'terugblik op werkwijze' vindt een evaluatie op de gestelde doelen plaats. De professional evalueert eventueel met collega's en/of klanten het gevolgde traject en de ingezette instrumenten om hiervan te leren. Dit proces kan ondersteund worden door een beoordelingsfunctionaliteit (review functie) in Eva. Instrumenten kunnen individueel beoordeeld worden in Eva aan de hand van een vijfsterrensysteem. Deze beoordelingsfunctionaliteit helpt om na te denken over het effect van het ingezette instrument. Op termijn zal er daardoor onderscheid ontstaan tussen goed beoordeelde en minder goed beoordeelde instrumenten.

## Methodisch zoeken in Eva

Hieronder beschrijven we hoe Eva gebruikt kan worden om instrumenten te zoeken. Het dringende advies is om hierin twee stappen te volgen. Selecteer in stap 1 eerst instrumenten aan de hand van de **basiskanmerken** en verfijn de selectie in stap 2 aan de hand van de **praktische kenmerken**. In Figuur 3 zijn deze stappen terug te vinden in de **roze** blokken. In Figuur 3 is ook te zien hoe deze kenmerken zich verhouden tot de stappen van het methodisch werken met Eva als geheel zoals hierboven beschreven. Het advies om in twee stappen te zoeken is tot stand gekomen in overleg met professionals van verschillende gemeentelijke organisaties die deelnamen aan de focusgroep-bijeenkomsten in de pilotfase.

**Let op:** Deze handreiking gaat niet in op het gebruik van de voorkant (frontend) van Eva zelf. Er is een aparte handleiding getiteld: "Handleiding Eva voor klantmanagers" over werken met Eva. Deze is te vinden op de [website van VNG](#).

### Stap 1: gebruik de basiskanmerken

In Eva kunnen één of meer tegels worden geselecteerd van het **werklandschap** om te bepalen waar de klant staat en naartoe wil. Bij het selecteren van één of meer tegels worden de instrumenten getoond die onder deze tegel(s) vallen. Het tweede basiskanmerk **klantkenmerken** gaat over kenmerken van de klant die invloed hebben op het meedoen in de maatschappij, vinden en behoud van werk. Als je een klantkenmerk selecteert zie je instrumenten die betrekking hebben op dat betreffende kenmerk. Ook kunnen tegels en klantkenmerken gecombineerd worden door tegels en kenmerken tegelijkertijd te selecteren, die ondersteunen bij de gewenste ontwikkeling. Door tegels te combineren met klantkenmerken kan er preciezer gezocht worden naar instrumenten. Door met deze twee basiskanmerken te zoeken naar instrumenten worden instrumenten gevonden die ondersteunen bij het zetten van de volgende stap die de klant en de professional hebben afgesproken. **Zie bijlagen 2 en 3** voor een overzicht van de basiskanmerken.

### Stap 2: gebruik de praktische kenmerken

Nadat men via de basiskanmerken instrumenten heeft geselecteerd kan er nog verder gespecificeerd worden op praktische kenmerken. Dit is informatie over het instrument, zoals een beschrijving van het instrument, wie de aanbieder is, de locatie, de duur, de kosten en hoe je iemand kunt aanmelden. Zoals hierboven beschreven is het advies om praktische kenmerken als laatste stap te specificeren. Deze geadviseerde volgorde (stap 1: basiskanmerken en stap 2: praktische kenmerken) leidt ertoe dat er instrumenten ingezet worden die passen bij de doelen die de klant en de professional willen realiseren. **Zie bijlage 4** voor een overzicht van de praktische kenmerken.



# Bijlage 1

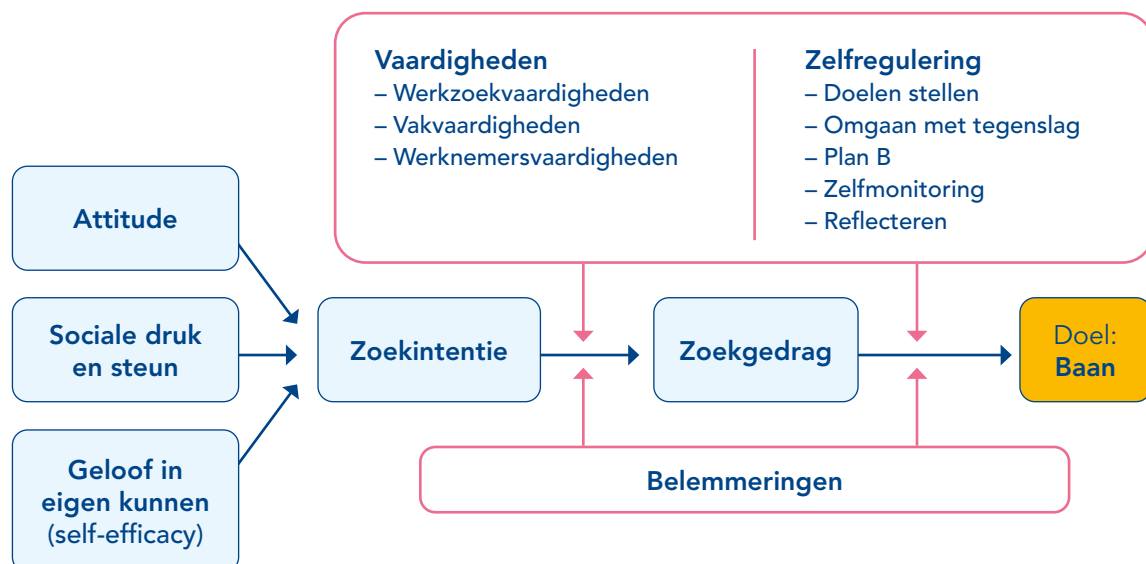
## Theoretische modellen

### Het integratieve gedragsmodel

Het 'Integrative Model of Behavioral Prediction' (Fishbein, 2008; Fishbein & Ajzen, 2010\*) is een model dat uitgebreid is getest en toegepast op verschillende onderwerpen en gedragingen, ook op het werk zoeken en vinden (bijv. Blonk 2018; Van Hooft, 2016). De versie van het integratieve gedragsmodel (IGM) van Blonk (2018) weergegeven in Figuur 4 wordt gebruikt. Het IGM hanteert de drie kernbegrippen die in de re-integratie van mensen met een kwetsbare arbeidsmarktpositie centraal staan: motivatie, gedrag en perspectief ofwel willen, kunnen en het te bereiken en vast te houden doel. Het model beschrijft hoe deze begrippen samenhangen en de concepten die daarop van invloed. Het willen oftewel de zoekintentie wordt beïnvloed door drie concepten: attitude, sociale norm en eigen-effectiviteit:

- **Attitude** (houding) ten aanzien van gedrag wordt bepaald door de verwachte positieve en negatieve gevolgen van dat gedrag;
- **Sociale norm** verwijst naar de sociale druk die een persoon ervaart. Deze bestaat uit:
  - a. *de descriptieve norm*, namelijk het aantal andere personen dat hetzelfde gedrag vertoont;
  - b. *de subjectieve norm*, die bestaat uit wat een persoon denkt wat belangrijke andere personen vinden wat hij/zij moet doen in combinatie met het belang dat de persoon hecht aan de mening van die personen;
- **Eigen-effectiviteit** ('self-efficacy') oftewel het 'geloof in eigen kunnen' is de verwachting van een persoon over de eigen mogelijkheden om het gedrag uit te voeren, ook onder moeilijke omstandigheden.

Om van willen naar doen te gaan zijn drie concepten van belang: vaardigheden, zelfregulering en belemmeringen. Interessant aan het IGM is dat het aangeeft dat aangrijpen op veranderbare concepten een kernaspect is van het begeleiden naar werk of participatie van klanten (wat) en dat je dat op verschillende manieren kan doen (hoe). Het IGM is een model waarmee de situatie en omstandigheden van de klant inzichtelijk kunnen worden gemaakt, het helpt de professional de informatie over de klant te wegen en op basis daarvan de interventies te structureren (Boermans, Van de Logt & Blonk, 2020).

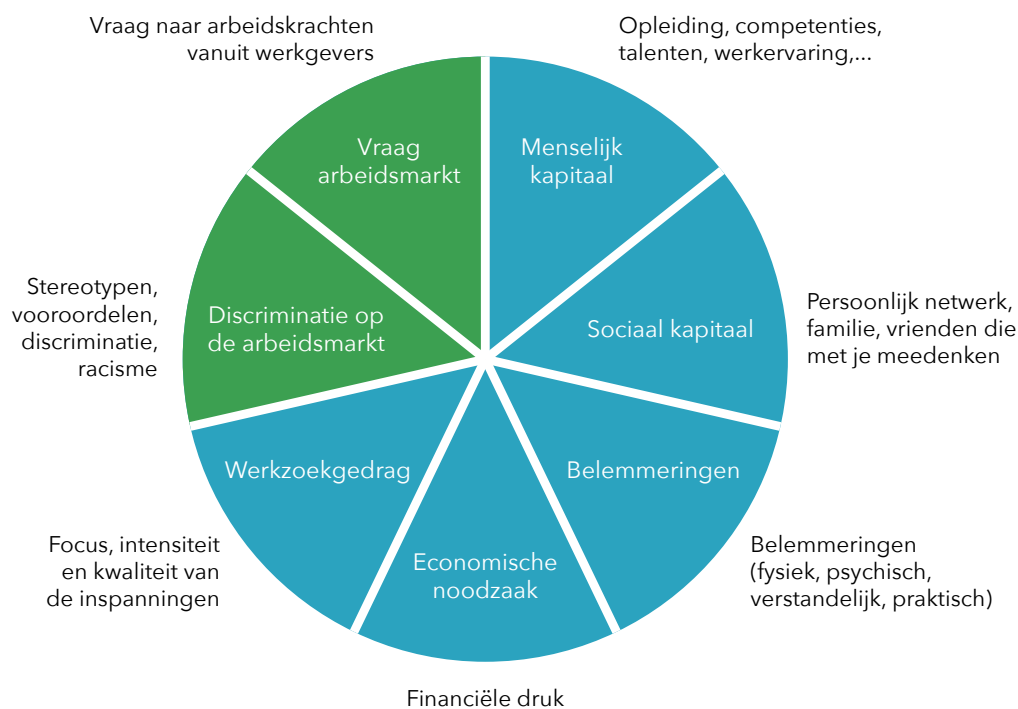


Figuur 4. IGM toegepast op werkzoekgedrag (naar Blonk, 2018).

\* Dit model is de opvolger van het model van gepland gedrag (Ajzen, 1991), wat weer een vervolg is op het model van beredeneerd gedrag (Fishbein & Ajzen, 1975).

## Model van kwetsbaarheid van Wanberg

Het concept belemmeringen uit het IGM is aangevuld met het model van kwetsbaarheid van Wanberg, Hough, en Song (2002). Figuur 5 geeft weer dat vijf van de zeven concepten van dat model betrekking hebben op kenmerken van het individu (Menselijk Kapitaal, Sociaal Kapitaal, Economische beloning, Belemmeringen (praktisch, psychisch, fysiek, verstandelijk) en twee concepten hebben betrekking op werkgevers (Discriminatie, Vraagversterking arbeidsmarkt).



**Figuur 5.** Model van kwetsbaarheid van Wanberg et al. (2002)

## Referenties

- Ajzen I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50(2), 179-211.
- Blonk, R.W.B. We zijn nog maar net begonnen. Oratie Tilburg University. 2018.
- Boermans, S., Van de Logt, J., Blonk, R.W.B. (2020). Gewogen maatwerk. Onderzoek naar implementatie van een interventie om methodisch handelen te bevorderen. Rapport voor ZonMw Programma Vakkundig aan het Werk. TNO: Leiden. Publ. Nr. 11492/060.42456
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (1975). *Belief, attitude, intention and behavior: An introduction to theory and research*. Reading, MA: Addison - Wesley.
- Fishbein, M. (2008). A reasoned action approach to health promotion. *Medical Decision Making*, 28(6), 834-844.
- Fishbein, M., & Ajzen, I. (2010). *Predicting and changing behavior: The reasoned action approach*. Taylor & Francis.
- Van Hooft, E.A.J. (2016). Motivation and Self-regulation in Job search: A Theory of Planned Job-Search Behavior. In U.-C. Klehe, & E.A.J. van Hooft (Eds.), *Oxford Handbook on Job Loss and Job Search*. New York: Oxford University Press.
- Wanberg, R.C., Hough, L.M., & Song, Z. (2002). Predictive Validity of a Multidisciplinary Model of Reemployment Success. *Journal of Applied Psychology*, 87, 1100-1120.

# Bijlage 2. Basiskenmerk: Tegels Werklandschap

Hieronder worden de verschillende tegels van het werklandschap voor werkzoekenden (Eva) beschreven. Eén instrument kan meerdere tegels hebben.



## Melding

Een klant meldt zich bij de gemeente met het verzoek tot ondersteuning naar participatie of werk. Vaak gaat deze aanvraag gepaard met een aanvraag voor een inkomensondersteuning. Persoonlijk contact is hierbij essentieel. Klanten komen met een hulpvraag en hebben hiervoor vaak al een drempel moeten overwinnen.

Het is daarom van belang dat de toegang laagdrempelig is en de professional een open houding heeft. De professional noteert basisgegevens eenmalig en registreert deze voor meervoudig gebruik. Naast de direct voorliggende vraag is de professional ook alert op andere (acute) problemen en signalen die voorkomen bij kwetsbare groepen. Bijvoorbeeld laaggeletterden of jongeren met beperkingen die de overstap maken van school naar werk. Bij dergelijke signalen neemt de professional actie of draagt de klant warm over naar het juiste loket. De professional is zorgvuldig en concreet, zodat de klant zich begrepen en goed geholpen voelt.



## Diagnostiek

Bij de intake gaat de professional dieper in op de hulpvraag van de klant. De professional verdiept zich in en maakt een analyse van de informatie die al bekend is en bespreekt de huidige situatie met de klant op de verschillende levensgebieden, mogelijkheden, belemmeringen, motivatie, drijfveren, werk- en opleidingsachtergrond. Daarna stelt de professional een (eerste) klantbeeld op.

Op basis van één of meer (1 tot 4) gesprekken wordt het klantbeeld gevormd en zet de professional instrumenten in voor de klant die bijvoorbeeld het vertrouwen in eigen versterken en daarmee perspectief bieden op (arbeids)participatie. Het klantbeeld is niet statisch, maar continu in ontwikkeling door bijvoorbeeld nieuwe informatie, gebeurtenissen in het leven van de klant en/of door de inzet van instrumenten. Na de inzet van een instrument evalueert de professional samen met de klant wat het effect is op het klantbeeld en past deze aan. Vervolgens wordt op basis van het nieuwe klantbeeld bepaald wat een volgend passend instrument is.

### Voorbeelden van instrumenten Diagnostiek

#### Hulpvraag verhelderen door

- Uitvraag levensgebieden en persoonskenmerken, al dan niet met behulp van gevalideerde diagnose-instrumenten
- Motivatie en onderliggende factoren, perspectief, persoonskenmerken, affiniteiten
- Vaardigheden (basis- werknemer-, vakvaardigheden, ervaring, opleiding etc.)
- Belemmeringen (fysiek, mentaal, praktisch)
- Beeld dat de klant van zichzelf heeft
- De urgentie van de belemmering(en)
- Snelheid van verwacht resultaat
- Eenvoudige/haalbare doelen en interventies

#### Klantbeeld vormen bestaande uit tenminste:

- Opstellen plan van aanpak en perspectief, weeg daarvoor de situatie en levensgebieden
- Klantprofiel aanpassen n.a.v. interventies/ instrumenten: hebben deze het verwachte effect?



### Maatschappelijk fit

Om naar vermogen mee te kunnen doen in de maatschappij, moeten er een aantal leefgebieden in de basis op orde zijn. De Zelfredzaamheidsmatrix (ZRM) geeft een overzicht van de leefgebieden die kunnen worden uitgevraagd. De diagnostische informatie is de basis voor verdiepende gesprekken. Hierbij is er aandacht voor de basisvaardigheden, want deze zijn noodzakelijk om maatschappelijk mee te kunnen doen. Als het nodig is, wordt integrale samenwerking gezocht in het brede sociaal domein en met andere lokale maatschappelijke partners.

Maatschappelijk fit kan een opstap zijn naar betaald werk, maar betaald werk is niet voor iedereen haalbaar. Dan is participatie het hoogst haalbare. Bijdragen naar vermogen vereist zorgvuldig bepalen wat haalbaar is.

### Voorbeelden van instrumenten Maatschappelijk fit

- Basisvaardigheden (taal, rekenen, sociale vaardigheden en digitale vaardigheden)
- Financiële situatie (schuldhulp, voedselbank, voorzieningen check), stress-sensitieve begeleiding

#### Inzet van participatie-instrumenten

- Vrijwilligerswerk
- Dagbesteding
- Mantelzorg



### Oriëntatie

Zowel de arbeidsmarkt als klanten ontwikkelen zich. Bij deze tegel onderzoekt de professional samen met de klant wat een passende (loop)baan is en wat de kansen zijn op de huidige arbeidsmarkt. Dit kan door middel van testen, stages, netwerkgesprekken, oefeningen, huiswerk (opgaven) en gebeurt vaak stapsgewijs. De uitkomst biedt een richting en perspectief om werk of een opleiding te vinden en wordt daarmee onderdeel van het klantbeeld.

### Voorbeelden van instrumenten Oriëntatie

- Testen (competenties, capaciteiten en leervermogen, affiniteiten, beroepen)
- Mogelijkheden van functies en bedrijven zoeken
- Inzicht in (groei)mogelijkheden die een functie/ bedrijf kan bieden
- Begeleidingsgesprekken, benadruk dat een baan een stap is/kan zijn naar een volgende baan
- Werkervaringsplekken/stages om het werk en de omgeving te ervaren



### Werk fit

Het doel van werk fit is klanten te versterken om betaald werk of een opleiding te kunnen doen.

Op basis van het klantbeeld wordt gewerkt aan verschillende vaardigheden, aan het verder ontwikkelen van talenten en aan het omgaan met/oplossen van belemmeringen. Dit gebeurt vanuit een eerstvolgende haalbare stap in de ontwikkeling die de klant kan maken en kan parallel lopen met de tegels Oriënteren en Opleiden (werk-leertrajecten). Belangrijk is dat de klant deze stap succesvol behaalt, wat bijdraagt aan het versterken van het zelfvertrouwen. Waar mogelijk wordt het leren van de verschillende vaardigheden geïntegreerd met (onbetaald) werk. Voortdurend wordt het klantbeeld uitgebreid, aangepast en vastgelegd.

#### Voorbeelden van instrumenten Werk fit

##### Blijvend werken aan perspectief

- Het perspectief is de motor

##### Werken aan vaardigheden

- Werknemersvaardigheden
- Vakvaardigheden
- Sollicitatie vaardigheden
- Presentatievaardigheden

##### Werken aan motivatie

- Vertrouwen in eigen kunnen
- Inzet van eigen netwerk door persoon zelf
- Het belang van werk

##### Werken aan volharding

- Probleemoplossend vermogen vergroten
- Werk met leerdoelen i.p.v. prestatie doelen

##### Werken aan belemmeringen

- Job coaching
- Mentale en fysieke gezondheid
- Vervoersproblemen
- Opvang voor zorgtaken



### Bemiddeling

De professional weegt het geheel aan diagnostische informatie, affiniteiten en competenties van de klant en koppelt deze aan vacatures en/of werkgevers. Vacatures kunnen al vacante plekken zijn, maar ook toekomstige vacatures. Toekomstige vacatures bieden meer kansen voor de doelgroep van de participatiewet, omdat er voorbereidingstijd is. Toekomstige vacatures kunnen ontstaan door groei van een bedrijf, aanpassing van bedrijfsprocessen en verwacht verloop door onder andere pensionering en opleiding van het huidige personeel. Denk hierbij ook aan de details zoals de match tussen persoonlijke aspecten/affiniteiten, werkomstandigheden en cultuur van het bedrijf. Bij hetzelfde beroep kan de functie in het ene bedrijf anders zijn dan in het andere.

Belangrijk is om in affiniteiten, talenten, competenties en leervermogen te denken in plaats van in behaalde opleidingen en werkervaring. Het is daarom belangrijk dat werkgevers vacatures ook in competenties beschrijven.

#### Voorbeelden van instrumenten Bemiddeling

- Speeddates
- Verkennend gesprek
- Sollicitatiegesprek
- Ondersteunende begeleiding tijdens gesprek

##### Werkgevers Service Punt (WSP)

- Wederzijdse aansluiting tussen coaching en activiteiten WSP
- Relatie opbouw met private partijen
- Vraaggericht werken door het aanbieden van passende kandidaten
- Aanbodgericht werken op basis van goede relaties en nazorg aan werkgevers



## Opleiden

Taken en functies veranderen door de continu veranderende arbeidsmarkt. Hierdoor is een 'leven lang leren' noodzakelijk geworden. Om aan het werk te komen en blijven is (bij)scholing nodig.

Opleiden kan in verschillende vormen:

- **Diplomeren:** het behalen van een mbo-beroepsopleiding via BBL of BOL, hbo of universiteit.
- **Certificeren:** het halen van een certificaat, door het behalen van een vastgesteld deel opleiding gekoppeld aan een kwalificatiedossier. Dit is altijd in samenwerking met het bedrijfsleven.
- **Praktijkverklaring:** erkennen van vaardigheden doordat deze zijn aangetoond in de praktijk.
- **Leerwerktraject:** werken en leren combineren bij een sociaal ontwikkelbedrijf.

### Voorbeelden van instrumenten Opleiden

- Certificaat (VCA, heftruck etc.)
- Kwalificatie (mbo, aangepast mbo, BBL, BOL)
- Leerwerktrajecten
- Praktijk leren in het mbo (praktijkverklaring)
- Open- en Edu-badges



## Plaatsing

De professional bespreekt op basis van de mogelijkheden van de klant en de plaatsingsafspraken met de werkgever welke ondersteunde voorzieningen zorgen voor de beste kans van slagen op een duurzame match. De professional heeft hierin een informerende, adviserende en bemiddelende rol. De professional bespreekt daarbij de valkuilen en afbreekrisico's met de werkgever en de klant. Zij bespreken wat nodig is om de plaatsing duurzaam te laten slagen en maken afspraken over de nazorg.

Belangrijk aandachtspunt is om de klant zoveel mogelijk te betrekken bij de afspraken.

### Voorbeelden van instrumenten Plaatsing

- Praktijkroute
- Loonkostensubsidie (LKS)
- Werkplekaanpassing
- Jobcoaching



### **Nazorg**

Om de kans te vergroten dat de klant aan het werk blijft, is het van belang dat er nazorg wordt geboden als dat nodig is. Dit kan gaan om ondersteuning aan de klant, de werkgever en/of collega's. De duur, intensiteit en inhoud zijn afhankelijk van de behoefte. Dit kan variëren van monitoring door nabellen tot intensieve structurele begeleiding.

Sommigen gemeenten doen dit zelf, anderen kopen jobcoaching en/of andere ondersteuning in.

Voor werkgevers is de sleutel voor duurzame plaatsingen continuïteit, één aanspreekpunt, weinig wisselingen in de contactpersoon en snelle (re)actie in de nazorg.

Nazorg betekent ook tijdig handelen wanneer de plaatsing niet succesvol is, op zijn einde loopt of wanneer de klant de werkplek ontgroeit.

#### **Voorbeelden van instrumenten Nazorg**

##### **Bevorderen duurzame inzetbaarheid (DI)**

- Jobcoaching
- Ondersteuning werkgever
- Instrumenten DI

# Bijlage 3. Basiskenmerk: Klantkenmerken

De klantkenmerken zijn gebaseerd op het IGM en het Model van Wanberg (zie Bijlage 1) en praktisch vertaald in samenwerking met diverse gemeentelijke organisaties. Hieronder worden de verschillende klantkenmerken beschreven. Eén instrument kan meerdere klantkenmerken hebben.

## 1. Beroepskeuze, beroepsvoorkeur en beroepsoriëntatie

Dit kenmerk richt zich op het ondersteunen van de klant bij de beroepskeuze en een oriëntatie op de arbeidsmarkt. Denk bijvoorbeeld aan een bedrijfsbezoek, snuffelstage, beroepskeuze-/affiniteitentest of branchegerichte leerlijnen.

### Voorbeelden van instrumenten

- Competentietesten
- Capaciteitentesten
- Loopbaancoaching
- Training kennis- en sollicitatiecentrum
- In-Werkweek
- Snuffelstage via uitzendbureau

## 2. Willen en geloof in eigen kunnen

Naar werk willen zoeken of willen participeren is de eerste stap naar werk of participatie. Volgens het integratieve gedragsmodel wordt willen of motivatie beïnvloed door drie aspecten. (1) Geloof in eigen kunnen, namelijk dat je denkt dat je het kunt doen. Je hebt er vertrouwen in dat je werk vindt of zal participeren. (2) De houding, oftewel de verwachte voor- en nadelen van werken/participeren ('wat levert het me op?'). (3) Sociale norm, oftewel wat vinden anderen wat je moet doen en wat doen anderen in mijn omgeving. Als veel anderen niet werken in iemands omgeving dan lijkt dat de norm. De motivatie kan meer uit iemand zelf komen, zoals leuk werk vinden ('intrinsiek') of meer van buitenaf, zoals geld verdienen met werk ('extrinsiek'). Mocht een klant bijvoorbeeld onvoldoende motivatie hebben om werk te vinden, dan kan deelname aan een werkervaringsplek bijvoorbeeld positieve invloed hebben omdat de klant anderen ziet werken en het 'geloof in eigen kunnen' wordt versterkt.

### Voorbeelden van instrumenten

- Proefplaatsing
- Empowermenttraining
- Interne/externe jobcoaching



### 3. Sociale steun en netwerk

Het sociale netwerk, zoals familie, vrienden, kennissen, maar ook de begeleidende professional(s), kan een grote rol spelen bij het ondersteunen van een klant bij het zoeken, vinden en behouden van werk. Er zijn klanten waar een sociaal netwerk afwezig is en die in een isolement verkeren. Het is goed om in kaart te brengen wie in de omgeving aanwezig is om de klant te ondersteunen. Onder dit kenmerk kunnen dus instrumenten worden geplaatst die klanten ondersteunen bij het verstevigen of inzetten van het sociale netwerk en die de klant stimuleren om deel te nemen aan de maatschappij. Daarbij kan een onderscheid worden gemaakt tussen praktische steun en emotionele steun. Bij praktische steun kan gedacht worden aan alle vormen van hulp/ondersteuning vanuit het sociale netwerk op praktisch gebied. Denk bijvoorbeeld aan hulp/ondersteuning bij het vinden van advertenties, het geven van tips voor schrijven van sollicitatiebrieven, of de klant wegbrengen naar een sollicitatiegesprek. Emotionele steun is dat mensen in het sociale netwerk iemand aanmoedigen om werk te vinden, complimenten geven als dingen goed gaan, maar ook ondersteunen bij het uiten van verdriet en teleurstelling.

#### Voorbeelden van instrumenten

- Sociale kaart
- Training netwerken
- Jobcoaching
- Empowermenttraining
- Sociaal casemanager
- Meehelpen in een buurthuis

### 4. Zelfregie/zelfsturing

Dit kenmerk is van belang op het moment dat de klant moeite heeft om richting te geven aan zijn of haar leven, of om doelen te stellen en deze doelen vervolgens te bereiken. Hierbij wordt rekening gehouden met de eigen sterke en zwakke kanten, interesses, waarden en ambities. Om de gestelde doelen te bereiken is het belangrijk om te kunnen reflecteren op het eigen gedrag, om te kunnen gaan met feedback, om te kunnen gaan met teleurstellingen en tegenslagen en in staat zijn om een alternatief plan te bedenken om je doel te bereiken. Instrumenten gericht op bijvoorbeeld het stellen van doelen, reflectie op het eigen gedrag en omgaan met bepaalde teleurstellingen en tegenslagen kunnen de klant ondersteunen om meer richting te geven aan zijn of haar (werk)leven.

#### Voorbeelden van instrumenten

- Coaching
- Empowerment training
- Workshop daklozen

## 5. Aandachtspunten klant

### 5.1 Psychosociale aandachtspunten

Psychische aandachtspunten hebben te maken met de invloed van iemands gevoelens en gedachten op zijn of haar functioneren. Men kan negatieve gevoelens ervaren (bijvoorbeeld somberheid, boosheid of angst, een omslaand humeur), minder goed cognitieve taken uitvoeren (bijvoorbeeld slechter concentreren, onthouden en denken), slechter omgaan met stress (bijvoorbeeld minder goed prikkels aankunnen), te maken krijgen met dwanggedachten en minder goed plannen en organiseren. Sociale aandachtspunten gaan over hoe iemand met andere mensen of instanties omgaat. Bij psychosociale aandachtspunten spelen zowel de psychische als sociale aandachtspunten die elkaar ook kunnen versterken.

#### Voorbeelden van instrumenten

- Verdiepende diagnose-instrumenten
- Psychodiagnostiek
- Training samenwerken
- (Wandel)coaching
- Sociaal casemanager
- Mindfulnessstraining

### 5.2 Lichamelijke aandachtspunten

Lichamelijke aandachtspunten gaan over beperkingen op fysiek vlak. Denk bijvoorbeeld aan beperkingen op het gebied van structurele, frequente of langdurige belastbaarheid. Of beperkingen op het gebied van reiken, buigen, duwen of trekken, tillen of dragen, lopen, zitten of staan, lopen, werken op hoogte; zicht en horen; fijne motoriek, fijn werk kunnen doen en handelingstempo; snelheid van werken of handelen. Ook kunnen er beperkingen zijn op het gebied van leefstijl. Denk bijvoorbeeld aan een gebrek aan beweging, gezondheidsproblemen door roken, slechte voeding, weinig slapen, of veel stress.

#### Voorbeelden van instrumenten

- Belastbaarheidsonderzoek/keuring
- Werkplekaanpassing
- Leer-werktrajecten
- Inzet hulpmiddelen
- Arbo-advies
- Arbeidsdeskundig advies

### 5.3 Praktische aandachtspunten

Praktische aandachtspunten gaan over beperkingen met betrekking tot de praktische voorzieningen waar een klant over beschikt. Denk bijvoorbeeld aan: kinderopvang, mantelzorg, mobiliteit/vervoer, schulden, justitie/detentie, huisvesting/woonsituatie (bijvoorbeeld dakloosheid, dreigende huisuitzetting, ernstige geluid- of stankoverlast, onveiligheid, afsluiting van gas en licht, niet meer in je huis kunnen wonen omdat aanpassingen nodig zijn), cultuuraspecten, en praktische gevolgen van verslaving (alcoholgebruik, drugsgebruik, gok-, game- en koopverslaving).

#### Voorbeelden van instrumenten

- Uitkomen met inkomen (STMR)
- Schuldhulpverlening
- Inkomencoach training on the job
- Budgetbeheer
- Training 'Jij en je zorgverzekering'
- Werknemerscheck
- Sociaal casemanager
- Sociaal raadsman/vrouw
- Makelaar kinderopvang
- Verstrekking van fiets of laptop

## 6. Basisvaardigheden

Dit zijn Nederlands lezen en schrijven; Nederlands kunnen verstaan en spreken (A1 (basis), A2, B1, B2 etc.); rekenen; digitale vaardigheden. Gaat onder meer over laaggeletterdheid.

### Voorbeelden van instrumenten

- Taalondersteuning voor mensen met een lage leerbaarheid
- Flankerende taaltraining
- Leren communiceren in een groep
- E-learning gericht op het versterken van basisvaardigheden
- Digitale vaardigheidstraining

## 7. Sociale en culturele vaardigheden

Relevante sociale vaardigheden zoals communiceren, samenwerken, overleggen en afspraken nakomen. Netwerken en relaties kunnen opbouwen. Culturele vaardigheden gaan over het effectief kunnen leren, werken en leven met mensen van verschillende etnische, sociale en culturele achtergronden ("burgerschap").

### Voorbeelden van instrumenten

- Training voor statushouders over werken in Nederland
- Sociale vaardigheidstraining
- Vrijwilligerswerk
- Werkervaringsplek
- Wonen in Nederland
- Fietslessen

## 8. Werknemersvaardigheden

### 8.1 Basis werknemersvaardigheden

Relevante vaardigheden als werktempo, arbeidsritme, gevoel voor arbeidsverhoudingen, doorzettingsvermogen, nauwkeurigheid, zelfstandigheid, verzorgd uiterlijk.

### Voorbeelden van instrumenten

- Training werknemersvaardigheden
- Leer-werktrajecten
- Werkervaringsplek
- Coaching

### 8.2 Toekomstige werknemersvaardigheden

Zogenaamde '21st century skills' worden steeds belangrijker. Het gaat om vaardigheden als kritisch denken, creatief denken, probleemoplossend vermogen, informatievaardigheden en mediawijsheid.

### Voorbeelden van instrumenten

- Training gericht op het versterken van toekomstige werknemersvaardigheden

## 9. Sollicitatievaardigheden

Sollicitatievaardigheden gaan over de vaardigheden die een klant kunnen helpen bij het vinden van (on)betaald werk. Denk bijvoorbeeld aan vaardigheden op het gebied van: werk zoeken, gebruik van het eigen netwerk en de inzet van sociale media, het opstellen van het cv en motivatiebrieven en het voeren van een sollicitatiegesprek. Daarnaast kan er worden gedacht aan de persoonlijke presentatie van een werkzoekende klant, de persoonlijke hygiëne, kledingkeuze en haardracht.

### Voorbeelden van instrumenten

- Basistraining sollicitatievaardigheden
- E-learning sollicitatievaardigheden
- Cv-training (individueel/in een groep)
- Video pitch
- Training 'Presenteer jezelf'

## 10. Vakvaardigheden

### 10.1 Diplomen, certificeren en praktijkverklaring

- Diplomen; het behalen van een mbo-opleiding via BBL of BOL, hbo of universiteit.
- Certificeren; het halen van een (branchegericht)certificaat, door het behalen van een vastgesteld deel opleiding gekoppeld aan een kwalificatiedossier. Dit is altijd in samenwerking met het bedrijfsleven.
- Praktijkverklaring; erkennen van vaardigheden doordat deze zijn aangetoond in de praktijk.
- Leren leidinggeven en veilig werken.

### Voorbeelden van instrumenten

- VCA-cursus
- EVC
- Heftruckdiploma
- Lasdiploma
- Inburgering
- Opleiding ICT

### 10.2 Werkervaring

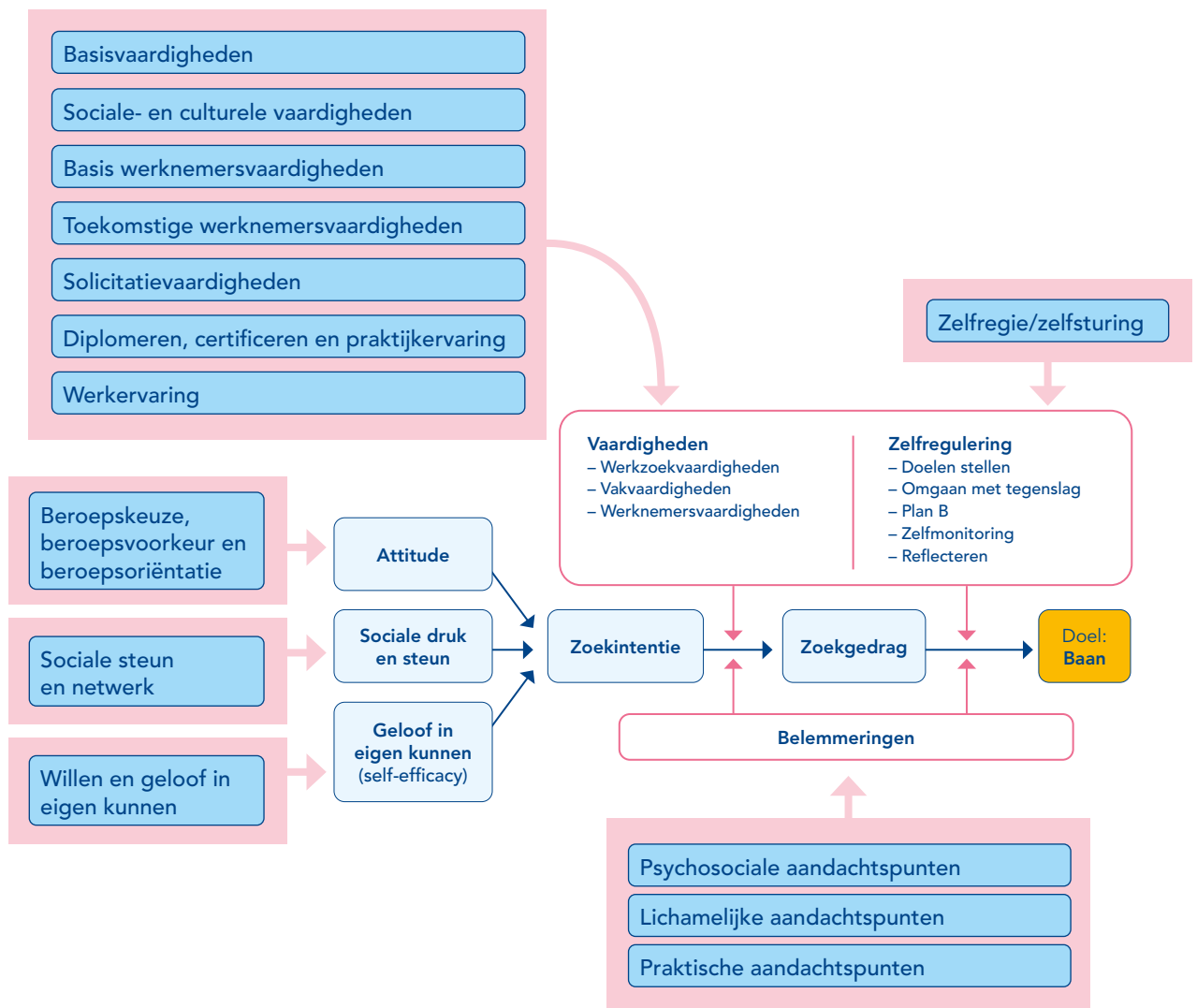
Dit kenmerk richt zich erop dat de klant (meer branchegerichte) werkervaring opdoet. Ook zonder een diploma kan men namelijk competenties verwerven. Werkervaring kan ook via vrijwilligerswerk verkregen zijn.

### Voorbeelden van instrumenten

- Leer-werktrajecten/werkervaringsplekken in verschillende branches
- Vrijwilligerswerk
- Stages

# Bijlage 4. Klantkenmerken geplot op het integratieve gedragsmodel

In onderstaande figuur zijn de veertien klantkenmerken (roze vlakken) geplot op de onderdelen van het integratieve gedragsmodel.



# Bijlage 5. Praktische kenmerken

**Naast de basiskenmerken (tegels en klantkenmerken) wordt een instrument verder beschreven met onderstaande praktische kenmerken.**

**\* = Verplicht veld**

---

## **Organisatie\***

Bij welke organisatie hoort het instrument? Denk hierbij aan een gemeentelijke organisatie of werkbedrijf.

---

## **Aanbieder\***

De aanbieder van het instrument.

---

## **Naam instrument\***

Een beschrijving van de naam van het instrument.

---

## **Samenvatting\***

Een beknopte samenvatting van het doel en de werkwijze van het instrument.

---

## **Doel\***

Een korte beschrijving van het doel van het instrument.  
Wat is het beoogde resultaat na inzet van dit instrument?

---

## **Werkwijze\***

Welke werkwijze wordt er gehanteerd? Denk hierbij aan de manier waarop het instrument wordt uitgevoerd, de activiteiten/werkzaamheden waaruit een instrument bestaat en de onderwerpen/modules die hierbij aan bod komen.

---

## **Uitvoeringsvorm\***

Op welke manier wordt het instrument uitgevoerd? Meerdere opties zijn mogelijk.

- (Bij)scholing
- (Vrijwilligers)werk
- Bemiddeling
- Coaching
- Leerwerktraject
- Materiele ondersteuning
- Onderzoek
- Opleiding
- Subsidie/Voucher
- Tolken/Vertalen
- Verwijzing
- Vragenlijst

---

## **Onderscheidende aanpak**

Wat maakt het instrument onderscheidend?

---

## **Voorwaarden deelname**

Een beschrijving van de voorwaarden waaraan een klant moet voldoen om deel te nemen en/of een instrument te gebruiken. Denk bijvoorbeeld aan voorwaarden zoals leeftijd, het taalniveau, opleidingsachtergrond, beschikbaarheid, werkervaring, vaardigheden, etc.

---

## **Werkafspraken**

Welke (werk)afspraken zijn er gemaakt rondom het gebruik van het instrument met gemeenten/aanbieders? Bijvoorbeeld: Wie nodigt wie uit? Hoe verloopt het evaluatieproces? Wie begeleidt de kandidaat? Hoe houdt de begeleider de kandidaat op de hoogte?

---

## **Samenwerkingspartners**

Relevante partners die samenwerken met de aanbieder en/of uitvoeringsorganisatie.

---

---

**Toelichting doelgroep**

Een nadere omschrijving of toelichting van de doelgroep(en) zoals opgegeven in het doelgroepen veld.

---

**Aanvullende informatie**

Eventuele bijzonderheden/aanvullende informatie.

---

**Aanmeldinstructies**

Beschrijving hoe het aanvragen van dit instrument verloopt. Zo weet de professional hoe een klant aangemeld kan worden. Indien een instrument een registratiecode heeft staat deze bij het instrument.

---

**Totale duur**

Totale duur van de uitvoering van het instrument in u(ur)(en)/dag(en)/we(e)k(en)/maand(en).

---

**Toelichting duur**

Eventuele toelichting op de duur.

---

**Intensiteit**

De intensiteit van het instrument in hoeveelheid uur per week.

---

**Toelichting intensiteit**

Eventuele toelichting op de intensiteit.

---

**Totale kosten**

De totale kosten van het instrument in euro.

---

**Toelichting kosten**

Eventuele toelichting op de kosten. Bijvoorbeeld: Betreft het een indicatie? Verschillen de kosten per traject? Zijn de kosten inclusief of exclusief btw?

---

**Contactpersonen**

De contactgegevens (naam, telefoon, e-mail) van interne of externe contactpersonen.

---

**Groep/individueel**

Wordt het instrument in een groep en/of individueel aangeboden? Beide opties zijn mogelijk voor één instrument.

---

**Locatie(s) uitvoering**

Waar het instrument wordt uitgevoerd: bij de aanbieder, de werkgever, de gemeente, de klant thuis, of een ander adres. Er kan ook een beschrijving ingevoerd zijn van de locatie.

---

**Doelgroepen**

Een instrument kan gericht zijn op (een) specifieke doelgroep(en). Een instrument zonder doelgroep is geschikt voor iedereen. Een doelgroep 'algemeen' is dus niet nodig. Elke organisatie heeft eigen doelgroepen aangemaakt voor de relevante instrumenten.

---

**Registratiecodes**

De code die hier staat kan gebruikt worden voor het inboeken van het instrument in een ander systeem.

---

**Aanvullende inhoud (links, downloads, video's)**

Hier kunnen linkjes, bestanden en filmpjes zijn toegevoegd. Links zijn voor verwijzingen naar externe websites, aan downloads kunnen bijvoorbeeld bestanden zijn toegevoegd en via video's kan een YouTube filmpje zijn toegevoegd.

**Vereniging van  
Nederlandse Gemeenten**

Nassaulaan 12  
2514 JS Den Haag  
+31 70 373 82 00  
info@vng.nl

oktober 2023

**vng.nl**