

# Keuzemodel Opplussen eigen woningbezit

## Kenniscentrum Wmo en Wonen Noord-Holland

Steeds meer gemeenten willen oudere inwoners informeren en adviseren over de mogelijkheden tot aanpassing van hun woning, en hen stimuleren om tijdig te kiezen voor het daadwerkelijk 'opplussen' van hun woning. Het Keuzemodel uit 2007 is hierbij een handig hulpmiddel.

Op initiatief van de WWZ-voorbeeldgemeente Aalsmeer heeft de provincie door Verkroost Advies en een werkgroep van vier voorbeeldgemeenten het Keuzemodel laten maken. Het Keuzemodel is niet alleen voor gemeenten belangrijk. Het blijkt ook goed bruikbaar voor andere partijen die willen stimuleren dat ouderen tijdig maatregelen treffen om hun woning aan te passen. Bovendien levert het invullen van het Keuzemodel gemeenten nuttige inzichten op die ook bruikbaar zijn voor andere onderdelen van het gemeentelijk WWZ-beleid.

Voor die gemeenten die een projectplan 'Opplussen eigen woningbezit' willen gaan maken is het Keuzemodel een handig hulpmiddel. Ze kunnen zo goed bepalen:

- welke stappen nodig zijn om tot een gedragen projectplan te komen,
- in welke wijk(en) en voor welke doelgroep(en) er reële mogelijkheden tot opplussen bestaan,
- wat de ingrediënten voor een projectplan 'Opplussen' zijn en hoe een concreet projectplan eruit ziet.

### De volgende documenten zijn als bijlage opgenomen:

**Startnotitie 'Opplussen':** Een document om het onderwerp "Opplussen eigen woningbezit" binnen de gemeente op de agenda te plaatsen.






**Keuzemodel:** Een uitgebreide toelichting op de in te vullen schema's met kenmerken van diverse wijken of kernen in de gemeente.

**Verzamelblad:** Dit Excel-document bevat de schema's uit het Keuzemodel in een vorm die digitaal te bewerken is. Het programma rekent de percentages direct voor u uit! *Let wel op dat u alleen de witte cellen invult. Wanneer u een achterliggende formule verwijdert kan dit gevolgen hebben voor de verdere berekeningen. Bij twijfel kunt u het beste het Verzamelblad opnieuw downloaden.*

**Format projectvoorstel:** Dit document kunt u gebruiken bij het formuleren van een projectVOORSTEL "Opplussen eigen woningbezit" binnen uw gemeente.

**Format projectplan:** Dit document kunt u gebruiken bij het formuleren van een projectPLAN "Opplussen eigen woningbezit" binnen uw gemeente.

### Bijlage(n) bij dit artikel:

 <a href="#">Startnotitie</a>	[Keuzemodel Opplussen eigen woningbezit]	287 Kb
 <a href="#">Keuzemodel</a>	[Keuzemodel Opplussen eigen woningbezit]	244 Kb
 <a href="#">Verzamelblad</a>	[Keuzemodel Opplussen eigen woningbezit]	39 Kb
 <a href="#">Projectvoorstel</a>	[Keuzemodel Opplussen eigen woningbezit]	67 Kb
 <a href="#">Projectplan</a>	[Keuzemodel Opplussen eigen woningbezit]	272 Kb



*Oost west, thuis best*

## **Startnotitie** **Opplussen Eigen Woningbezit**

---

*project* : *Oost west, thuis best*  
*dossier* : *0720-01-*  
*datum* : *11 februari 2008*  
*laatst gewijzigd* : *11 februari 2008*

*status* : *definitief*  
*versie* : *01*  
*auteur* : *Sabine Verkroost*  
*bijdrage* : *werkgroep Opplussen Eigen Woningbezit*

*opdrachtgever* : *provincie Noord Holland*  
*contactpersoon* : *Marjolijn Geirnaert*

Verkroost Advies

De Leerbrief 29  
3813 GX Amersfoort  
telefoon: 06 46285024  
info@verkroostadvies.nl



**INHOUD**

<b>1</b>	<b>Inleiding</b> .....	<b>3</b>
1.1	Probleemstelling – ‘oost west, thuis best’ .....	3
1.2	Inpassing in provinciale WWZ-ontwikkelingen – ‘de aanvliegroute’ .....	3
1.3	Doelstelling startnotitie – ‘voeden, richten en versnellen’ .....	4
1.4	Wat is het niet? .....	4
<b>2</b>	<b>Voeden</b> .....	<b>5</b>
2.1	De woningvoorraad – ‘investeren in de toekomst’ .....	5
2.2	De doelgroep – ‘even voorstellen.....’ .....	5
2.3	Communicatiestrategie .....	6
<b>3</b>	<b>Richten</b> .....	<b>8</b>
3.1	Samen sterker! .....	8
3.2	Leren en inspireren.....	8
<b>4</b>	<b>Versnellen</b> .....	<b>10</b>
4.1	In- en uitvoegen .....	10
4.2	Route gemeente Aalsmeer.....	10

**BIJLAGEN**

Bijlage 1	Projectplanning en taakverdeling
Bijlage 2	Samenwerkingspartners, hun belang en mogelijk prikkels
Bijlage 3	Toelichting producten en diensten

## 1 INLEIDING

### 1.1 Probleemstelling – ‘oost west, thuis best’

Nederland vergrijst de komende jaren in toenemende mate. Naast de sociaal-maatschappelijke gevolgen heeft deze vergrijzing ook gevolgen voor het wonen. Vrijwel iedereen beschouwt het zelfstandig wonen als de normaalste zaak van de wereld, dus ook senioren. Want de regie houden over wonen en (be)leven bepaalt in hoge mate de kwaliteit van het leven. Cijfers over de woonsituatie per 1 januari 2006 tonen aan dat in Nederland maar liefst 96,6% van de 55-plussers zelfstandig woont. Maar langer zelfstandig (willen) wonen stelt eisen aan de geschiktheid van de woningvoorraad.

Over het algemeen denkt deze groep huisbezitters (nog) niet na over de fysieke beperkingen die het ouder worden met zich kan brengen en de eisen die dan aan de woning worden gesteld. Door een woning (preventief) aan te passen wordt het risico op ongelukken in huis, zoals valpartijen, verminderd.

Voor een gemeente kan dit betekenen dat een beroep op grote of ingrijpende woningaanpassingen en/of andere vormen van ondersteuning op grond van de Wet maatschappelijke ondersteuning (Wmo) wordt voorkomen of uitgesteld. Maar belangrijker nog, de bewoner kan blijven wonen in de eigen vertrouwde woning en woonomgeving met mantelzorg!

De regie blijven houden over het leven en de daaraan verbonden aanpassing van de woning is de verantwoordelijkheid van de eigenaar-bewoner. Welke rol kan de gemeente spelen om de groep oudere eigenaar-bewoners hiervan bewust te maken en hen te stimuleren om tot tijdige aanpassing van de woning over te gaan? En welke voordelen levert dat op?

### 1.2 Inpassing in provinciale WWZ-ontwikkelingen – ‘de aanvliegroute’

De pilotgemeenten van het provinciale WWZ programma 2005-2008 onderstrepen het belang van het Opplussen van het eigen woningbezit in Noord-Holland. Het eigen woningbezit ligt tussen de 60 en 90%.

Op initiatief van de pilot-gemeenten is in samenwerking met de provincie Noord Holland binnen het WWZ-programma gestart met het project ‘Oost west, thuis best’. Het project wordt geleid door een kleine werkgroep. Zie bijlage 1 voor een nadere toelichting.

Dit project bestaat uit drie onderdelen:

1. Startnotitie ‘Opplussen eigen woningbezit’  
Een notitie die de pilotgemeenten moet ondersteunen bij het onder de aandacht brengen van het onderwerp binnen de gemeente.  
Gereed eind juni 2007.
2. Keuzemodel ‘Opplussen eigen woningbezit’  
Een stroomschema met keuzemomenten moet een gemeente door een denkproces heenleiden met als resultaat de ingrediënten voor een projectplan Opplussen eigen woningbezit.  
Gereed medio oktober 2007.

3. Projectplan 'Opplussen eigen woningbezit Aalsmeer' (gereed medio oktober 2007)  
Een voor de gemeente Aalsmeer uitgewerkt projectplan  
Gereed medio november 2007.

Het nu voorliggende document betreft de onder punt 1 genoemde Startnotitie.

### 1.3 Doelstelling startnotitie – 'voeden, richten en versnellen'

De notitie heeft als doelstelling het voeden, richten en zo nodig versnellen van de gemeentelijke besluitvorming ten aanzien het Opplussen van het eigen woningbezit.

- Voeden  
Inzicht verschaffen in nut en noodzaak van het Opplussen eigen woningbezit en grip krijgen op de doelgroep oudere eigenaar-bewoners.
- Richten  
Inzicht verschaffen in wie mogelijke samenwerkingspartners zijn en welke producten kunnen gebruikt worden.
- Versnellen  
Inzicht verschaffen in fasering en in- en uitvoegmomenten project Opplussen eigen woningbezit zodat elke gemeente een eigen route kan plannen die optimaal aansluit bij de gemeentelijke besluitvorming.

### 1.4 Wat is het niet?

Deze notitie is geen blauwdruk voor een gemeentelijk projectplan. Simpelweg omdat elke gemeente anders is. De opbouw van de woningvoorraad, de demografische ontwikkelingen, het voorzieningenniveau, de doelgroep oudere eigenaar-bewoners, het karakter van de gemeente (dorpskern, stad), enzovoorts.

## 2 VOEDEN

*Inzicht verschaffen in nut en noodzaak van het Opplussen en grip krijgen op de doelgroep oudere eigenaar-bewoners*

### 2.1 De woningvoorraad – ‘investeren in de toekomst’

De woningvoorraad moet passend gemaakt worden op de veranderende woonbehoefte en woonmogelijkheden van oudere bewoners. Twee wegen staan hiervoor open: nieuwbouw en het aanpassen van de bestaande woningvoorraad. Ten aanzien van het eerste kunnen we kort zijn; vrijwel alle gemeenten zorgen tegenwoordig ervoor dat nieuwbouw levensloopbestendig is. Maar bouwlocaties liggen niet voor het oprapen en daarnaast is niet alle nieuwbouw bestemd voor senioren, er zijn nog andere doelgroepen van beleid. Met nieuwbouw kan slechts een deel van het probleem worden opgelost.

Rest ons de bestaande woningvoorraad. Er zijn prestatieafspraken gemaakt met sociale verhuurders over het aanpassen van huurwoningen, het zogenaamde Opplussen. Hier is al veel winst behaald. De uitdaging ligt nu bij het aanpakken van de particuliere woningvoorraad. Om grip te krijgen op dit deel van de woningvoorraad is het noodzakelijk om meer bekend te zijn de oudere eigenaar-bewoner en de wijze waarop zij verleid kunnen worden.

### 2.2 De doelgroep – ‘even voorstellen.....’

Zoals men niet kan spreken van dé oudere, kunnen we ook niet spreken van dé oudere eigenaar-bewoner.

De doelgroep oudere eigenaar-bewoners is gefragmenteerd. Niet alleen qua leeftijd en leefstijl, maar zeker ook als het gaat om bewustwording ten aanzien van de eventuele noodzaak om preventieve aanpassingen in de woning aan te brengen.

Om grip te krijgen op de doelgroep is het meest praktische onderscheid het opdelen in leeftijdscategorieën: de 55-plussers (babyboomers), de 65-plussers en de 75-plussers (traditionelen). Deze driedeling geeft meteen een doorkijk naar leefstijl en bewustwording ten aanzien van woningaanpassingen.

#### 55-plussers

Deze bewoners hebben over het algemeen nog een betaalde baan, zijn goed mobiel en hebben soms nog thuiswonende kinderen. Het ‘ouder worden’ en het aanpassen van de eigen woning ten behoeve van het langer zelfstandig wonen staat nog ver van hen af. Als een woning al wordt aangepast dan is dat vanuit het oogpunt van comfort of vanwege een verandering in de gezinssituatie.

#### 65-plussers

De 65-plussers staan aan het begin van een nieuwe fase in het leven, genieten van de vrije tijd. Maar de fysieke krachten nemen af, de eerste ongemakken dienen zich aan. De groep is zich in toenemende mate bewust van de noodzaak tot woningaanpassingen, gerelateerd aan de eigen beperkingen. Preventieve woningaanpassen zijn beperkt aan de orde.

### 75-plussers

Dit is een meer kwetsbare groep. Aanpassing van de woning is vaker noodzakelijk. Maar een deel van deze groep voelt zich niet goed in staat om zelfstandig actie te ondernemen voor (preventieve) woningaanpassingen. Men is wel ontvankelijk voor informatie over woningaanpassingen en hulp bij het realiseren van woningaanpassingen.

Hoe kunnen we nu deze gefragmenteerde groep op een doeltreffende manier bereiken? Met welke boodschap kunnen we hen 'verleiden' tot het aanpassen van de woning?

## 2.3 Communicatiestrategie

Elke oudere eigenaar-bewoner beleeft de noodzaak voor woningaanpassingen op zijn eigen manier. Dit vraagt om meerdere communicatiestrategieën. Bij een bewoner die de noodzaak voor woningaanpassingen nog niet inziet zal gestuurd moeten worden op het bewustwordingsproces. Ziet iemand deze noodzaak wel in, dan richt de communicatiestrategie zich eerder op het realiseren van woningaanpassingen. De strategieën hebben een oplopende intensiteit:

- Informereren  
Laagdrempelige aanpak, vooral gericht op het creëren van bewustwording onder de doepgroep.
- Stimuleren  
Meer intensieve aanpak gericht op het creëren van bewustwording én concrete woningaanpassingen. De aanpak drijft op de zelfredzaamheid van bewoners; men krijgt instrumenten aangereikt waarmee zelf de (on)mogelijkheden van de woning en bijbehorende financiering ontdekt kunnen worden.
- Adviseren  
Intensieve aanpak gericht op het realiseren van concrete woningaanpassingen. Bewoners worden niet alleen geïnformeerd over de noodzaak van woningaanpassingen, maar ontvangen een woningadvies en worden daarnaast desgewenst ondersteund bij de uitvoering van de woningaanpassingen.

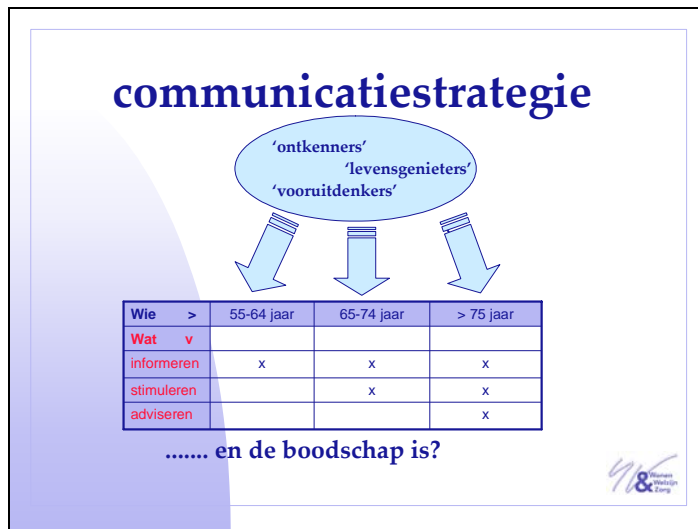
Referend aan de drie leeftijdscategorieën zal bij de 55-plussers de communicatie in eerste instantie gericht kunnen zijn op het prikkelen van de bewustwording door hen te informereren via een folder zodat men op het juiste moment de juiste acties neemt. Denk aan het treffen van preventieve aanpassingen bij verbouwing van de woning of een verhuizing. De 65-plussers kunnen verleid worden met een intensiever traject. Denk bijvoorbeeld aan het stimuleren middels een woningtest, subsidieregeling, bijeenkomsten van de ouderenbond. De 75-plussers zijn het meest gebaat bij het adviseren over de mogelijkheden, of misschien wel de onmogelijkheden, van het langer wonen in de eigen woning. Bijvoorbeeld in de vorm van een uitgebreid informatiepakket met vragenlijst over de woning, met of zonder persoonlijke ondersteuning. In sommige gevallen is begeleiding bij het realiseren van woningaanpassingen gewenst.

Naast de praktische opdeling in leeftijds categorieën is ook de leefstijl van invloed. We onderscheiden er drie:

- Ontkenners: wie dan leeft die dan zorgt
- Levensgenieters: ouder worden hoort bij het leven
- Vooruitdenkers: controle houden over het ouder worden

En oud? Dat is minimaal tien jaar ouder dan men zelf is! Belangrijk is dus om de juiste boodschap via het juiste kanaal bij de juiste oudere eigenaar-bewoner te krijgen. Maar wie vertel je wat en op welke manier?

- Ontkenners  
Boodschap: wijzen op risico's als men niets onderneemt  
Kanaal: lokale radio/tv, risico-test op internet, indirect beïnvloeden via kinderen. Groep heeft nauwelijks interesse in folders en brochures
- Levensgenieters  
Boodschap: aanhaken bij hun genietende levensstijl en associaties met zorg zoveel mogelijk vermijden.  
Kanaal: artikelen in tijdschrift met 'genieten' als uitgangspunt, comforttests, folders over woningaanpassingen bij bouwmarkten
- Vooruitdenkers  
Boodschap: voorzien in praktische informatie over woningaanpassingen.  
Kanaal: folders en brochures met financieel getint karakter





### 3 RICHTEN

*Inzicht verschaffen in wie mogelijke samenwerkingspartners zijn en welke producten kunnen worden gebruikt.*

#### 3.1 Samen sterker!

Om te beginnen hebben de pilotgemeenten natuurlijk houvast aan elkaar. Door het delen van ervaringen, zowel positieve als minder positieve, draagt men kennis over aan de elkaar. Daarnaast krijgen niet-pilotgemeenten de mogelijkheid krijgen om voor dit onderwerp relatief snel winst te boeken zonder het wiel zelf uit te hoeven vinden. Naast de samenwerking tussen de pilotgemeenten is onderscheid gemaakt in samenwerking binnen de gemeentelijke organisatie en samenwerking met lokale partijen.

##### Samenwerking binnen gemeentelijke organisatie

Deze samenwerking richt zich op de lijnafdelingen maatschappelijke ontwikkelingen (welzijn, zorg straks bijna volledig vanuit de Wmo) en ruimtelijke ontwikkelingen (het wonen en openbare ruimte). Bij welzijn en zorg denken wij aan de kennis rond activiteiten maar ook aan bijv. thuiszorg enz. Vanuit het werkgebied wonen is er meer zicht op de woningvoorraad, eigendomsverhoudingen enz. De ruimtelijke ontwikkeling of ordening richt zich naast het wonen ook op inrichting openbare ruimte en vaak ook op vervoer.

##### Samenwerking met lokale partijen

Het 'verleiden' van oudere eigenaar bewoners is een traject van de lange adem en regelmatig kietelen. Er zijn veel contactmomenten met de eigenaar-bewoner waarop even gekieteld kan worden.

Diverse organisaties komen op een of andere manier met de doelgroep oudere eigenaar-bewoners in aanraking. Denk aan welzijnswerk, thuiszorg, ouderenbond, huisarts, bouwmarkt, corporatie etc. Het zou goed zijn om in samenwerking al deze contactmomenten optimaal te benutten en zodoende de bewustwording over nut en noodzaak van aanpassingen onder de doelgroep te laten groeien en vast te houden. En natuurlijk heeft elk zijn eigen belang hierbij. In bijlage 2 is een overzicht opgenomen van samenwerkingspartijen, hun belang en de prikkels die elke partij kan afgeven.

#### 3.2 Leren en inspireren

In de afgelopen jaren zijn diverse producten en diensten ontwikkeld gericht op oudere eigenaar-bewoners.

Het hierna volgende overzicht geeft een indruk. Dit overzicht is niet compleet, er zijn meer mogelijkheden. Het toont aan dat op vele manieren al is nagedacht over het 'verleiden' van de doelgroep. Gemeenten die aan de slag gaan met de doelgroep kunnen van deze kennis gebruik maken.

Alle producten en diensten krijgen een plek in het Keuzemodel dat ontwikkeld wordt in onderdeel 2 van het project 'Oost west, thuis best'. Dit geldt ook voor de samenwerkingspartners uit paragraaf 3.1. Het Keuzemodel moet een raamwerk zijn waaraan elke afzonderlijke gemeente zijn op maat gemaakte projectplan kan ophangen.

Aan de hand van eenvoudige vragen over bijvoorbeeld typering gemeente, demografische opbouw, opbouw woningvoorraad, doelgroepafbakening helpt het Keuzemodel te komen tot een communicatiestrategie en de ingrediënten voor een projectplan.

In het algemeen geldt dat de kracht van het ‘verleiden’ ligt in een duurzaam en niet op zichzelf staand project. Hiermee wordt bedoeld structureel beleid over meerdere jaren, ingebed bij zowel de afdeling maatschappelijke ontwikkeling (sociale investeringen) als ruimtelijke ontwikkeling (fysieke investeringen). Het inzichtelijk hebben van de samenhang met andere projecten en beleidvoornemens. Gebruik maken van de dynamiek binnen wonen-welzijn-zorg, maar niet afhankelijk ervan zijn. Het uitspreken van het spanningsveld tussen het langer zelfstandig wonen in de eigen woning en de doorstroming op de woningmarkt, zoeken naar oplossingsrichtingen. Samenwerking zoeken met partijen buiten de eigen organisatie.

En niet onbelangrijk, richting de bewoners de (gemeentelijke) inspanningen zichtbaar maken die geleverd worden om de bewoner langer zelfstandig én aangenamer te kunnen laten wonen. Denk hierbij aan het toegankelijk maken van de fysieke woonomgeving, het voorzieningenniveau afstemmen op wonen, welzijn en zorg.

Per product of dienst is de communicatiestrategie aangegeven en een investeringsindicatie (exclusief kosten fte). Daarnaast is een indicatie gegeven voor de mate waarin gestuurd kan worden op controleerbaar resultaat in de vorm van bewustwording onder de doelgroep of gerealiseerde woningaanpassingen.

Overzicht Opplusproducten en diensten

Product / dienst	Strategie	Investering	Gecontroleerde bewustwording	Gecontroleerde aanpassing
Seniorenwoontest VROM	I	o	-	-
Huistest	I/S/A	€€€	++	+
Blijvend thuis in eigen huis	S	€€€	++	-
Verzilverd Wonen	A	€€	++	+
Seniorenthuisest	I	€	+	-
Langer wonen in eigen woning	S	€€€	++	+
Website / portal	I	€€€	-	-
Informatiemarkt	I	€€	+	-
Artikelen	I	€	-	-
Folders	I/S	€€	+	-
Klussendienst	A	€	++	+
Ambassadeurs	S/A	€	+	-
Subsidieregeling (excl. subsidie)	S	€	++	+
Ouderenadviseur	S/A	€€€	+	+
Kinderen	S/A	€	-	-

I= strategie informeren, S= strategie stimuleren, A= strategie adviseren

In bijlage 3 is een korte toelichting per product of dienst opgenomen.

## 4 VERSNELLEN

*Inzicht verschaffen in fasering en in- en uitvoegmomenten project Opplussen eigen woningbezit zodat elke gemeente een eigen route kan plannen die optimaal aansluit bij de gemeentelijke besluitvorming.*

### 4.1 In- en uitvoegen

Met het project 'Oost west, thuis best' krijgen de gemeenten de ingrediënten aangereikt om te kunnen versnellen op het voor hen juiste moment. En kunnen daarbij gebruik maken van ervaringen van bijvoorbeeld de gemeente Aalsmeer die de versnelling al heeft ingezet. Wat heeft een gemeente aan informatie nodig om te kunnen volgen? Deze notitie biedt de eerste handvaten. En het project is geadopteerd door de wwz-projectgroep die ook na afloop van het project het onderwerp levend zal houden. Via dit platform kan kennisuitwisseling plaatsvinden tussen de gemeenten met ervaring en de nieuwkomers.

### 4.2 Route gemeente Aalsmeer

In Aalsmeer zal aan de hand van de startnotitie en het Keuzemodel na de zomer van 2007 een eigen aanpak gekozen worden. Hiervoor zal zowel ambtelijk als met het college en de raad worden onderzocht welke aanpak voor Aalsmeer wenselijk en mogelijk is. Daarbij zullen ook externe partners en participatiegroepen worden betrokken, zodat vroegtijdig draagvlak wordt gevonden. Voor eind 2007 moet er dan een concept uitvoeringsproject op tafel liggen.

## Bijlage 1 Projectplanning en taakverdeling

## Fasering project Oost west, thuis best

<b>Onderdeel 1</b>	<b>Startnotitie</b>	eind juni 2007
	Ondersteuning bij het agenderen van het onderwerp binnen eigen gemeente <u>Atelier 1: draagvlak en commitment</u>	<u>14 juni 2007</u>
<b>Onderdeel 2</b>	<b>Keuzemodel</b>	medio oktober 2007
	Ontwikkelen van stroomschema om te komen tot 'maatpak' <u>Atelier 2: keuzemodel</u>	<u>11 oktober 2007</u>
<b>Onderdeel 3</b>	<b>Projectplan Aalsmeer</b>	medio november 2007
	In beweging en samen muziek maken!	

Werkgroep

Ten behoeve van het efficiënt uitvoeren van de werkzaamheden is een werkgroep op samengesteld die bestaat uit vertegenwoordigers van de gemeenten Aalsmeer, Bussum, Edam-Volendam en Wieringermeer en de provincie Noord-Holland. De werkgroep wordt begeleid door een externe adviseur.

De werkgroep voert de werkzaamheden uit ten behoeve van onderdelen 1 en 2. Bij de start van onderdeel 3 wordt bekeken in hoeverre de werkgroep een bijdrage levert aan het projectplan van Aalsmeer of dat de afzonderlijke leden van de werkgroep aan de slag gaan met een eigen projectplan.

Afhankelijk van de agendapunten per overleg kan de werkgroep andere partijen uitnodigen aan te schuiven. De werkgroep houdt de overige pilotgemeenten schriftelijk op de hoogte van de vorderingen en voorziet hen van de tussenresultaten.

Ateliers

De werkgroep organiseert twee ateliers waarvoor naast de projectleider WWZ een collega Wonen wordt uitgenodigd. Doel van deze ateliers is tweeledig. Enerzijds het informeren van alle pilotgemeenten over de vorderingen van het project en daarmee hen in beweging te krijgen voor het onderwerp (nu zaaien en volgend jaar oogsten). Anderzijds het halen van informatie door hen te laten reageren op conceptversies van de startnotitie en het keuzemodel.

## Bijlage 2 Samenwerkingspartners, hun belang en mogelijk prikkels

Het mag duidelijk zijn dat het grootste belang bij de oudere eigenaar-bewoner ligt. Maar ook anderen kunnen profiteren van aangepaste woningen. Dit belang kan uitgedrukt worden in geld, met name een te verwachten kostenbesparing of in een sociaal-maatschappelijk belang.

En samen staan we sterker, dus vanuit meerdere organisaties regelmatig aandacht vragen voor het onderwerp zorgt ervoor dat het onderwerp goed tussen de oren blijft. Dit kunnen kleine prikkels en grote prikkels zijn. Een grote prikkel is bijvoorbeeld in het kader van de Wmo opstarten van een (eenmalig) project met wel/niet een subsidieregeling. Per samenwerkingspartner zijn voorbeelden gegeven van kleine prikkels.

### – Gemeente

Beroep op grote/ingrijpende woningaanpassingen (voormalige Wvg budget) en/of andere vorm van ondersteuning (lekker in het vel en huis, dan vaak ook lekker in het hoofd) kan worden voorkomen of uitgesteld. Veel gemeenten kennen tegenwoordig woonzorgzones. Binnen een dergelijke zone is doorgaans flink geïnvesteerd in de zorginfrastructuur en de (huur)woningvoorraad. Het is het belang van de gemeente om alle oudere bewoners binnen deze zone te behouden omdat alle voorzieningen binnen handbereik zijn.

Prikkels: bij (ver)bouwaanvragen folder meegeven, internetsite met woontest, folder bij zorgloket, op regelmatige basis artikel in gemeenteblad/huis-aan-huisblad.

### – Thuiszorg

Dienstverlening aan cliënten uitbreiden/behouden. De zorgvraag zal toenemen, het huis is niet altijd geschikt om de zorg te leveren. Arbo-regelgeving kan zorgverlening beperken waardoor verhuizen naar een zorginstelling nog de enige mogelijkheid is.

Prikkels: signaleren van 'problemen' in relatie tot de woning, folders achterlaten, doorkoppeling 'probleemgevallen' naar ouderenadviseur gemeente

### – Welzijnsorganisatie

Voorkomen dat, als gevolg van ongevallen in huis, senioren wegens fysieke beperkingen buiten het dagelijkse leven komen te staan en vereenzamen. De ouderenbond deelt dit belang met het verschil dat de kostenbesparing of het anders inzetten van budgetten een direct belang is van de welzijnsorganisatie. Het welzijnsbudget kan efficiënter geïnvesteerd worden in ontmoeting en ontplooiing voor ouderen (kansgedreven) dan het oplossen van de eenzaamheidsproblematiek (probleemgedreven).

Prikkels: artikelen, folders achterlaten, signaleren van 'problemen', adviseren over woningaanpassingen

### – Corporatie

Corporaties worden steeds meer aangesproken op hun taak als maatschappelijk ondernemer. Het ontwikkelen van diensten gericht op Verenigingen van Eigenaren en individuele eigenaar-bewoners past prima bij deze taak. Daarnaast treden corporaties steeds meer op als risicodragende partij bij het ontwikkelen en exploiteren van maatschappelijke voorzieningen. Denk hierbij aan bijvoorbeeld een multifunctioneel wijkcentrum dat een bijdrage moet leveren aan de leefbaarheid in een wijk. Het is in het belang van de corporatie om bewoners fit en gezond te houden zodat zij dergelijke centra kunnen blijven bezoeken.

Prikkels: aanbieden van klussendienst, thuistest op internet (gecombineerd met huurders)

- Zorgverzekeraar  
Veminding van de zorgconsumptie.  
Prikkels: artikelen in eigen blad, klantenfolder, premieverlaging na woningaanpassing (vergelijkbaar met premieverlaging inboedelverzekering bij toepassing Politiekeurmerk Veilig Wonen)
- Bouwmarkt  
Afzet vergroten.  
Prikkels: aanprijzen van voor senioren interessante producten en diensten
- Aannemers, installateurs  
Afzet vergroten.  
Prikkels: dienstverlening voor senioren, met extra aandacht voor de sociale kant (het praatje, extra uitleg bij werkzaamheden)
- .....

Organisaties met een sociaal-maatschappelijk belang

- Ouderenbond  
Voorkomen dat, als gevolg van ongevallen in huis, senioren wegens fysieke beperkingen buiten het dagelijkse leven komen te staan en vereenzamen. In dit geval is zowel sprake van een toename van de zorgkosten als de welzijnskosten.  
Prikkels: regelmatig artikelen in ouderenblad, folders uitdelen op bijeenkomsten, ambassadeurs aanstellen die spreken op bijeenkomsten.
- Participatiegroepen (seniorenraad, wijkraad, gehandicaptenraad, WMO-cliëntenraad)  
Belang van deze groepen is zorgdragen voor behoud van regie over eigen leven, adviseren over de eigen doelgroep en vergroten van draagvlak voor de doelgroep.  
Prikkels: regelmatig artikelen in eigen blad, folders uitdelen op bijeenkomsten, ambassadeurs aanstellen die spreken op bijeenkomsten.
- Kerkgenootschap  
Bijdragen aan behoud van regie over eigen leven.  
Prikkels: signaleren van mogelijke problemen achter de voordeur, regelmatig artikelen in eigen blad, folders uitdelen op bijeenkomsten, ambassadeurs aanstellen die spreken op bijeenkomsten.
- .....

### **Bijlage 3 Toelichting producten en diensten**

#### Seniorenwoontest VROM

VROM heeft een seniorenwoontest ontwikkeld. De seniorenwoontest is bedoeld voor iedereen die zolang mogelijk in de huidige woning wil blijven wonen.

Door het online beantwoorden van tien vragen krijgt de bewoner een indruk of de woning comfortabel en veilig is om er lang(er) te kunnen blijven wonen. Wanneer een vraag is beantwoord ontvangt men per vraag een advies. Dit advies kan men zelf printen. Er is geen kosteninformatie weergegeven.

Naast de online woontest is ook een folder beschikbaar.

#### Huistest

Digitaal product dat is ontwikkeld door twee corporaties, Wonen Zuidwest Friesland en Welkom.

Met deze test kunnen senioren, huurders en eigenaar-bewoners ontdekken welke oplossingen er zijn om zo lang mogelijk in de huidige woning te blijven wonen. Bewoners doorlopen online de huistest (vraag en antwoord), selecteren zelf de gewenste woningaanpassingen en ontvangen vervolgens via de corporatie een woningadvies, inclusief kostenoverzicht. Bij huurders is aangegeven de te verwachten huurverhoging, bij eigenaar-bewoners gaat het een raming van de investeringskosten.

Het product kan worden aangeschaft door lokale organisaties om dit vervolgens in te zetten richting de doelgroep binnen de eigen gemeente.

#### Doorzonscan

Laagland'advies heeft een snelle onderzoeksmethode ontwikkeld waarmee achterhaald kan worden in hoeverre eengezinswoningen potentieel geschikt zijn voor ouderen. Gemeenten kunnen met behulp van de WOZ-gegevens een scan van de woningvoorraad maken. Hierbij spelen met name gegevens als bouwjaar, inhoud en eigendom een rol. Woningcorporaties kunnen aan de hand van de oppervlaktes van bad- en slaapkamers uit het Woningwaarderingstelsel nog preciezer bepalen welke woningen potentieel geschikt zijn. Uitkomst van de scan is een overzicht van woningen die een bepaalde potentie hebben ten aanzien van het Opplussen. Meer informatie over de Doorzonscan kan worden opgevraagd bij Laagland'advies.

#### Blijvend thuis in eigen huis

Blijvend thuis in eigen huis is een methode om oudere eigenaar-bewoners te stimuleren de eigen woning aan te passen. De methode gaat uit van een inventarisatie van de woning door de bewoner zelf, met of zonder hulp van speciaal daarvoor opgeleide vrijwilligers. Het resultaat van de inventarisatie wordt door vrijwilligers verwerkt in een persoonlijk verbeteradvies. In dit advies staat welke aanpassingen nodig zijn om ook in de toekomst veilig en comfortabel te kunnen blijven wonen in de eigen woning. In een advies is ook een indicatie van de kosten opgenomen. Blijvend thuis in eigen huis is een product van Stichting Zet (voorheen BOZ). Het product is met name binnen gemeenten in de provincie Noord Brabant uitgezet.

### Verzilverd Wonen

Concept ontwikkeld door Torenstad Verzilverd Wonen. De bewoner verkoopt de eigen woning aan een woningcorporatie, ontvangt de koopsom en blijft zonder woonlasten in de eigen vertrouwde omgeving wonen, zolang men dat wenst. De woningcorporatie onderhoudt de woning vakkundig volgens normale onderhoudstermijnen. Afhankelijk van bijvoorbeeld leeftijd, de marktwaarde van de woning en de toekomstwensen ontvangt de bewoner de koopsom.

Torenstand bemiddelt bij de transactie tussen bewoner en lokale corporatie. Onderdeel van deze transactie is een woningtest gericht op het langer zelfstandig kunnen blijven wonen. Eventuele woningaanpassingen die uit deze test volgen worden verrekend in de koopsom.

### SeniorenthuisTest

Test ontwikkeld door de ANBO. De SeniorenThuisTest is een vragenlijst waarmee de woning op vijf aspecten onderzocht wordt: woonomgeving, veiligheid in huis, gebruiksgemak, toegankelijkheid en aanpasbaarheid. De uitslag van de test moet bewoners helpen bij de beslissing om te verhuizen of de woning aan te passen. Bewoners kunnen de SeniorenThuisTest tegen beperkte kosten bestellen via het Bondsbureau van de ANBO.

### Toolkit Langer wonen in eigen woning

De toolkit 'Langer wonen in eigen woning', bestaande uit een handboek en digitale woningtest, is bedoeld handvatten aan te reiken voor het toekomstbestendig maken van woningen voor ouderen. In eerste instantie is de toolkit ontwikkeld voor oudere eigenaar-bewoners, maar het biedt daarnaast woningcorporaties, ouderenadviseurs en gemeenten de mogelijkheid een woningverbeteradvies op maat uit te brengen, inclusief een kostenoverzicht. De thema's die centraal staan zijn 'comfort', 'veiligheid' en 'gezondheid'.

Het product is in opdracht van de Stuurgroep Experimenten Volkshuisvesting ontwikkeld door advies- en ingenieursburo DHV.

### Website/Portal

Website/portal waarop diensten en producten voor ouderen worden gebundeld. Inmiddels hebben veel gemeenten een digitaal zorgloket waarbij prima aangesloten kan worden. Dit digitaal zorgloket kan gebruikt worden als portal naar producten die bewoners kunnen helpen bij het bewust worden van de aanpassingsmogelijkheden (zie testen hierboven) en doorverwijzen naar (commerciële en sociale) lokale dienstverleners die zich richten op het uitvoeren van concrete woningaanpassingen. Denk hierbij aan klussendiensten, corporatie met aanpassingsservice, sociale werkvoorziening, leerwerkplekken bij ROC's.

Aandachtspunt: Een interessante website bouwen is één ding. Maar een website moet ook gevonden worden door de doelgroep. Haak daarom zo veel mogelijk aan bij een bestaande lokale (gemeentelijke) website en de bekendheid onder de doelgroep van deze website. Dit draagt ook bij aan de helderheid richting de doelgroep (niet meerdere sites die gefragmenteerde informatie verstrekken en niet altijd naar elkaar doorverwijzen).

### Informatiemarkt

Veel informatie wordt tegenwoordig digitaal verstrekt via een éénrichtingsweg (via het toetsenbord en steeds minder via menselijk contact). Niet alle ouderen kunnen hiermee voldoende uit de voeten. Met een informatiemarkt wordt dat deel van de doelgroep bereikt die behoefte hebben aan persoonlijk advies waarbij direct de vragen die men heeft worden beantwoord.



Aandachtspunten voor een informatiemarkt: type organisaties, dat vertegenwoordigd is (niet alleen 'harde' commerciële organisaties en palet aan organisaties moet traject van eerste gedachte over woningaanpassingen tot en met uitvoering en financiering bestrijken), plaats en tijdstip van de informatiemarkt (zaterdagmiddag is ook voor de doelgroep niet ideaal) en samenwerking met ouderenbond voor het bereiken van de doelgroep (mond-op-mond-reclame werkt doorgaans het beste, informatiemarkt is ook weer een ontmoetingsmoment voor de doelgroep).

### Folders en artikelen

Organisaties die zich in hun dienstverlening richten op woningaanpassingen, of er belang bij hebben dat bewoners langer zelfstandig blijven wonen, hebben doorgaans zelf een folder ontwikkeld of laten artikelen plaatsen. Aandachtspunten:

Folders gaan over het belang van woningaanpassingen voor de bewoner met een organisatie-afhankelijke 'tone of voice'. Hierbij is vaak te weinig aandacht voor de subdoelgroepen die elk hun eigen achilles-hiel hebben.

De kracht van een artikel is dat de aandacht getrokken wordt en, bij regelmatige communicatiemomenten, de aandacht vastgehouden wordt. Er zijn veel communicatiekanalen beschikbaar, denk aan krant, gemeenteblad, blad ouderenbond, folders lokale bouwmarkt etc.

### Klussendienst

Een geregisseerde klussendienst (stichting Welzijn, sociale werkvoorziening, ROC, praktijkschool, dienst corporatie) of een commerciële klussendienst (lokale aannemers en installateurs).

Het is mogelijk om tot afspraken voor normbedragen te komen voor woningaanpassingen en deze afspraken richting de bewoners kenbaar te maken. Een aantal digitale testen geeft al kosteninformatie, echter deze prijzen zijn gebaseerd op landelijke normen. Beter is om deze prijzen af te stemmen op de lokale markt (producten bieden hier doorgaans wel de ruimte voor). Aardig is om thema-gerichte aanpassingen aan te bieden gekoppeld aan een uitvoerende instantie waardoor de aanpassingen tegen lagere kosten zouden kunnen worden aangeboden.

### Ambassadeurs

Prominenten onder de doelgroep die achter het gedachtegoed staan en dit gedachtegoed willen verspreiden onder de doelgroep. Denk aan voordrachten bij bijeenkomsten, aanpassen van de eigen woning en deze openstellen voor belangstellenden (eerst zien en dan geloven). Of gewoon aan de koffietafel bij de bingo-avond. Ambassadeurschap is op basis van vrijwilligheid en bezieling. Het werven van ambassadeurs kan goed via de ouderenbond en kerkgenootschap.

### Subsidieregeling

Een regeling waarbij de gemeente de bewoner tegemoet komt in de gemaakte kosten ten behoeve van aanpassingen. Dergelijke regelingen zijn door gemeenten opgezet. Aandachtspunten hierbij zijn:

geen koppelconstructie in de vorm van uitvoeren van een totaalpakket aan aanpassingen om in aanmerking te komen voor een vergoeding;

vergoeding moet voldoende aantrekkelijk zijn. Moet men te veel moeite doen, dan is het niet interessant (de subsidie weegt niet meer op tegen bijvoorbeeld 'het papierwerk');

geen ingewikkelde procedures, laat bewoners niet lang op de subsidie wachten. Kan de gemeente de procedure niet vereenvoudigen, zorg dan voor begeleiding bij het doorlopen van de procedure (van woningopname totaan uitkeren subsidie).

### Ouderenadviseur

In te zetten via stichting Welzijn. Richten zich met name op de sociale aspecten van het ouder worden, maar kunnen hun advieswerk prima verbreden naar ook de bouwkundige aspecten, inclusief het realiseren van aanpassingen. Voor een stichting Welzijn is het van belang dat grootschalige ondersteuning budgetair is afgedekt en zijn hierin afhankelijk van de gemeentelijke budgetten. In de praktijk wordt bij beperkt budget gewerkt met vrijwilligers die zijn bijgeschoold in de bouwkundige aspecten van het woningadvies.

### Kinderen

Een belangrijke doelgroep waar meer aandacht voor komt (website en reclamespot [www.laatjeoudersnietvallen.nl](http://www.laatjeoudersnietvallen.nl)), inmiddels ook de 'laat je ouders niet vallen-dag'). De vergijzing en de financiële gevolgen voor de zorgverlening (noodgedwongen versobering zorgpakket door oplopende kosten) zal ertoe kunnen leiden dat ouders meer een beroep gaan doen op de kinderen. Kinderen hebben er dus belang bij dat ouders gezond oud worden. Preventieve woningaanpassingen dragen hier een steentje aan bij. Kinderen kunnen ouders stimuleren om de woning aan te passen, of zelf financieel bijdragen.

Via woonmagazines, lifestyle magazines etc. artikelen laten plaatsen over gezond oud worden voor ouderes. Ook de huisarts kan een rol spelen. Zeker in kleinere gemeenschappen is dit een goede ingang naar de kinderen.

## Colofon Keuzemodel Opplussen Eigen Woningbezit

*Het keuzemodel is ontwikkeld door de werkgroep Opplussen Eigen Woningbezit bestaande uit:*

- de provincie Noord Holland
- de gemeente Aalsmeer
- de gemeente Bussum
- de gemeente Edam-Volendam
- Verkroost Advies

*Met dank aan de pilotgemeenten van het provinciale WWZ programma 2005-2008.*

*11 februari 2008*



## Over het Keuzemodel Opplussen Eigen Woningbezit

### Toelichting

#### **Wat is het Keuzemodel?**

Het Keuzemodel helpt een gemeente door een denkproces heen en vergemakkelijkt het maken van keuzes ten aanzien van de ingrediënten voor een projectplan Opplussen Eigen Woningbezit.

#### **Waarom een Keuzemodel?**

Er bestaat geen blauwdruk voor een projectplan gericht op de doelgroep. Simpelweg omdat elke gemeente anders is. De opbouw van de woningvoorraad, de demografische ontwikkelingen, het voorzieningenniveau, de doelgroep oudere eigenaar-bewoners, het karakter van de gemeente (dorpskern, stad), enzovoorts. Er is al op vele manieren nagedacht over het 'verleiden' van de doelgroep. In de afgelopen jaren zijn diverse producten en diensten ontwikkeld gericht op oudere eigenaar-bewoners. Deze kennis is verankerd in de Handreiking Opplussen woningen van oudere eigenaar-bewoners (VROM, 2006). Gemeenten die aan de slag gaan met de doelgroep kunnen van deze kennis gebruik maken. De Handreiking is gratis te downloaden op [www.vrom.nl](http://www.vrom.nl), [www.vng.nl](http://www.vng.nl) of [www.verkroostadvies.nl](http://www.verkroostadvies.nl). Aanvullend op de Handreiking is in het kader van het Provinciaal Programma WWZ van de Provincie Noord Holland het Keuzemodel ontwikkeld.

#### **Resultaat Keuzemodel**

Het Keuzemodel helpt om te komen tot een definitie van de doelgroep, het bepalen van het projectgebied en het beschrijven van de projectaanpak.

#### **Opbouw Keuzemodel**

Het Keuzemodel bestaat uit drie fasen:

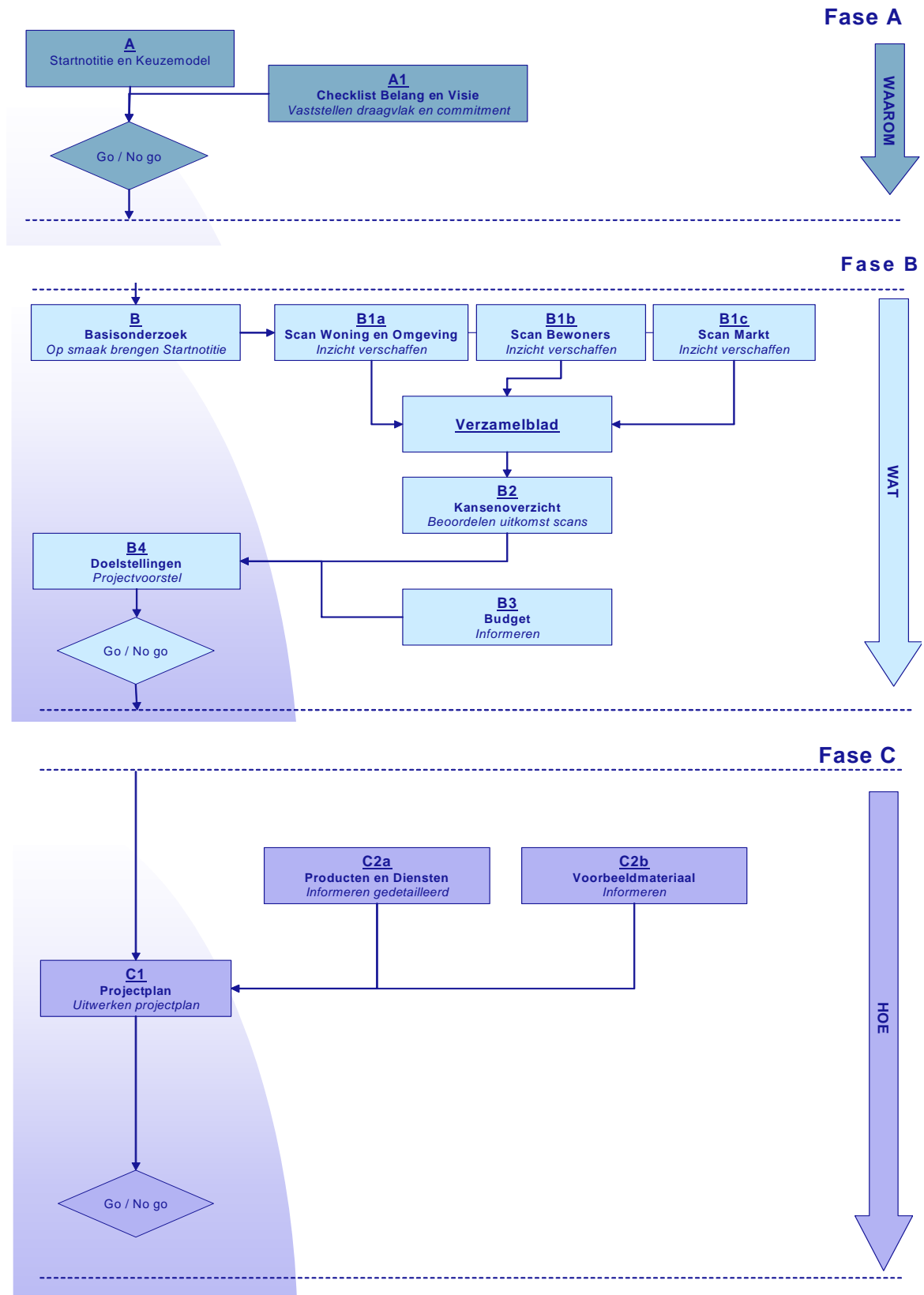
- Fase A: Waarom is een project Opplussen Eigen Woningbezit noodzakelijk?
- Fase B: Wat zijn de ingrediënten van een projectplan?
- Fase C: Hoe ziet het concrete projectplan eruit?

Elke fase wordt kort toegelicht (A, B en C). De toelichting gaat in op:

- het doel de fase
- de stappen die voorgesteld worden en het doel van elke stap
- de uitkomst van het model en de koppeling met de volgende fase

#### **Het verzamelblad**

In deel B wordt kwantitatieve en kwalitatieve gegevens verzameld en geanalyseerd. Hiervoor is een format ontwikkeld dat is opgenomen onder blad 'verzamelblad'. Tips voor het interpreteren van de gegevens en hieraan conclusies verbinden zijn terug te vinden bij B2 en B3.

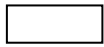


**A Startnotitie en Keuzemodel**

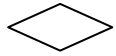
Toelichting

**Over fase A**

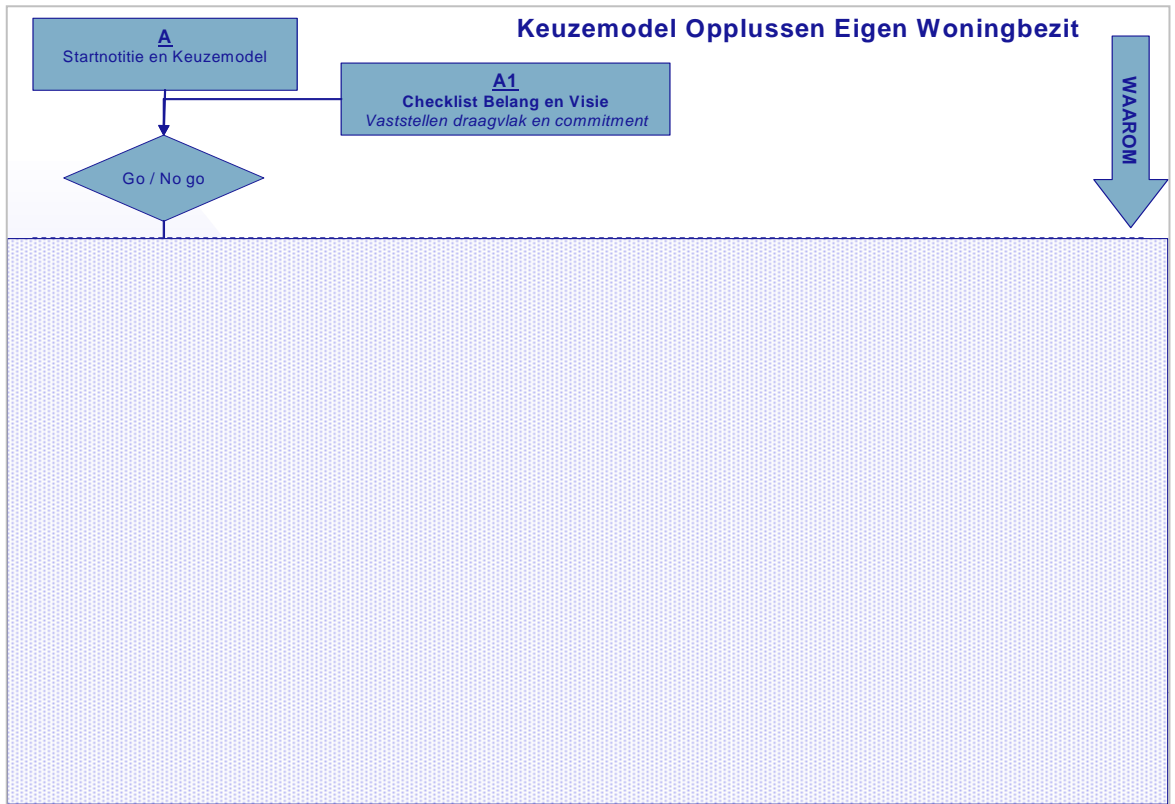
Fase A richt zich op het voeden van een interne beslissing die het mogelijk maakt om onderbouwd de stap te zetten naar het Basisonderzoek (fase B) en de ingrediënten van een mogelijk projectplan Opplussen Eigen Woningbezit.



Er is een checklist beschikbaar waarmee vragen beantwoord kunnen worden die betrekking hebben op ambtelijk en bestuurlijk draagvlak, alsmede beschikbare middelen en in te zetten capaciteit.




Vervolgens is er sprake van een go / no go beslissing die de opmaat vormt voor fase B.



**A1 Checklist Belang en Visie**

Doel checklist : vaststellen draagvlak en commitment ambtelijke organisatie

Toelichting

- Wat : beschrijving van de actie
- Waarom : gewenst effect van de actie
- Wie : mogelijke betrokkenen / beslissers
- Check : vastleggen van eigen voortgang ( V of X = 'actie uitgevoerd' of 'gemotiveerd niet uitgevoerd')
-  : verwijzing naar kanskaart 'Handreiking opplussen woningen van oudere eigenaar-bewoners'

**A1 Draagvlak ambtelijke organisatie** Check  
V X

Wat Neerleggen startnotitie 'Opplussen Eigen Woningbezit' en Keuzemodel.

- Waarom
- Bekendmaken onderwerp en belang bij beslissers en betrokkenen middels startnotitie 'Opplussen Eigen Woningbezit' opgesteld door pilot gemeenten WWZ provinciaal Programma.
  - Verkrijgen van draagvlak bij de diverse afdelingen.

Toelichting

*Afdeling RO heeft inzicht in de woningvoorraad, woonomgeving, wijkvisies, opbouw en ontwikkeling bevolking etc. en zal voor het basisonderzoek gegevens moeten aanleveren in deel B voor de scan Woning en Woonomgeving (B1a) alsmede de scans Bewoners (B1b) en Markt (B1c).*

*Afdeling Wmo/WWZ heeft inzicht in voorzieningen, toegankelijkheid en leefstijlen en zal in deel B gegevens moeten aanleveren voor de scan Woning en Woonomgeving (B1a) alsmede de scans Bewoners (B1b) en Markt (B1c).*

Wie Hoofd eigen afdeling en/of  
Ambtenaar / hoofd betrokken afdeling en/of  
Directeur en/of Gemeentesecretaris

**A1 Draagvlak bestuurlijke organisatie** Check  
V X

Wat Nagaan of in het raadsprogramma het onderwerp is opgenomen.  
Nagaan of in het collegeprogramma het onderwerp is opgenomen.  
Nagaan of in (andere) beleidsdocumenten het onderwerp is opgenomen.



Agenderen startnotitie 'Opplussen Eigen woningbezit' en Keuzemodel of,  
Agenderen eigen notitie of visiedocument.

- Waarom
- Zichtbaar maken inbedding van het onderwerp in raadsprogramma/collegeprogramma
  - Bekendmaken onderwerp en belang middels inbrengen van startnotitie opgesteld door pilot gemeenten WWZ Stimuleringsprogramma of inbreng van eigen notitie.
  - Toelichting verticale beoordeling verzamelblad
- 1A

Wie Wethouder  
Griffier

<b>A1</b>	<b>Checklist Belang en Visie</b>
-----------	----------------------------------

<b>A1</b>	<b>Beschikbaarheid middelen</b>	<b>Check</b>	
		<b>V</b>	<b>X</b>
Wat	Nagaan welke wettelijke middelen beschikbaar zijn. Nagaan welke subsidies beschikbaar zijn. Nagaan welke gemeentelijke middelen beschikbaar zijn binnen eigen begroting.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Waarom	- Inzicht krijgen in volume van de drie soorten middelen en de bestedingsvoorwaarden. - Inzicht krijgen in mogelijkheden en termijn om activiteiten op te zetten cq. uit te voeren.		
Wie	Verantwoordelijke beleidsambtenaar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

<b>A1</b>	<b>Inzet capaciteit</b>	<b>Check</b>	
		<b>V</b>	<b>X</b>
Wat	Inzichtelijk maken van inzetmogelijkheden van ambtelijke capaciteit voor projectopzet / projectleiding. Toelichting waarden verzamblad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Waarom	Overeenstemming krijgen over inzet ambtelijke capaciteit en eventuele externe ondersteuning.		
	<i><u>Toelichting</u></i> <i>Belangrijk in dit stadium is dat voldoende uren beschikbaar zijn voor de projectleider om het basisonderzoek uit te voeren en op basis daarvan een projectplan op te stellen.</i>		
Wie	Verantwoordelijke beleidsambtenaar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



## B Basisonderzoek

### Toelichting

#### Over fase B

Het basisonderzoek is bedoeld om de ingrediënten te verzamelen die de projectdoelstelling onderbouwen en de opmaat vormen voor een globale projectomschrijving. Bij aanvang van het basisonderzoek is draagvlak en commitment voor het onderwerp verkregen (uitkomst fase A). Nu moet verder vastgesteld worden wie de doelgroep is en op welke wijze de doelgroep benaderd kan worden en welke budget en inzet hiermee gemoeid is.

Er zijn drie scans beschikbaar waarmee een kwantitatief en kwalitatief beeld geschetst wordt van de stenen, de mensen en de markt (scans B1a tot en met B1c). De scans vinden plaats aan de hand van reeds nu beschikbare gegevens en kennis van de betrokkenen, het is nadrukkelijk niet de bedoeling een uitgebreid onderzoek op te starten. De gegevens kunnen worden opgenomen in het 'Verzamelblad'.

Door de resultaten van de drie scans aan elkaar te relateren ontstaat een kansenoverzicht (B2). Kansen kunnen als volgt worden gedefinieerd (voorbeelden):

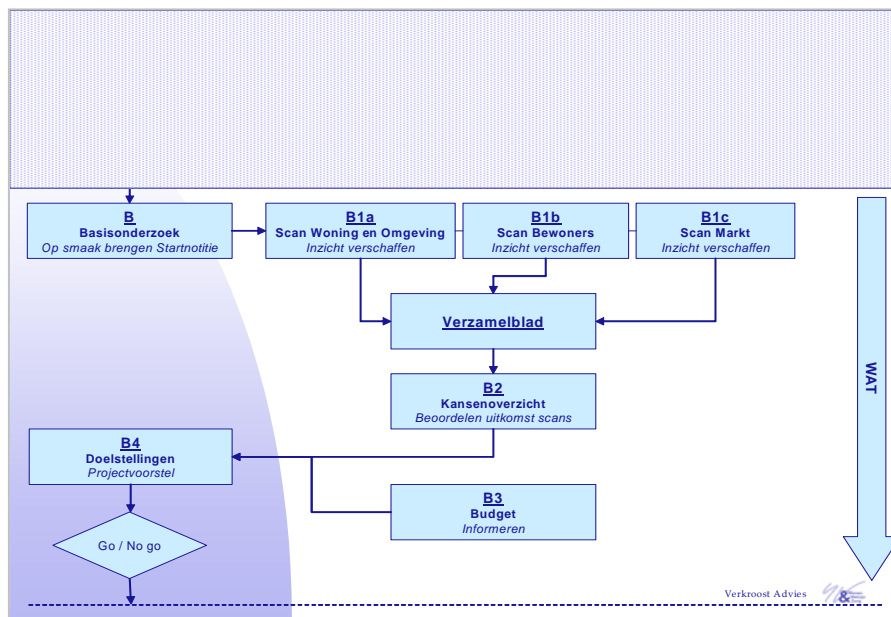
- een specifieke wijk/buurt waar de doelgroep of subdoelgroep goed vertegenwoordigd is
- een specifieke wijk/buurt waar investeringen gepleegd zijn / gaan worden in het kader van wonen/welzijn en zorg (woonzorgzones, wijksteunpunt etc.)
- grote potentiële geschiktheid van de woningvoorraad
- goed voorzieningenniveau

Vervolgens ontstaat de vraag 'hoe de kansen te verzilveren?'. Dit betekent dat het kansenoverzicht gekoppeld moet worden aan een strategie en aan een budgetindicatie (B3). Maak daarbij gebruik van de Kanskaarten en Tips uit de Handreiking Oplossen van VROM en VNG. Kiest men bijvoorbeeld voor:

- informatieve folder voor alle 55-plussers in wijk/buurt en/of
- digitaal woonadvies voor alle 65-plussers in wijk/buurt en/of
- intensieve begeleiding met subsidieregeling gericht op 75-plussers

Alle informatie wordt verwerkt in een projectvoorstel (B4)

Tenslotte is er sprake van een go / no go beslissing die de opmaat vormt voor fase C.



## B1a Scan Woning en Woonomgeving

Doel scan : inzicht krijgen in opbouw woningvoorraad en aanwezigheid van voorzieningen

### Toelichting

Wat : beschrijving van de actie

Waarom : gewenst effect van de actie

Wie : mogelijke betrokkenen / beslissers

Check : vastleggen van eigen voortgang ( V of X = gemotiveerd 'actie uitgevoerd' of 'niet uitgevoerd')



: verwijzing naar kanskaart 'Handreiking opplussen woningen van oudere eigenaar-bewoners'

B1a	Woningvoorraad	Check	
		V	X

Wat Inzichtelijk maken van de opbouw woningvoorraad.

--	--

Waarom De opbouw van de woningvoorraad uitdétailleren naar woningtype, eigendomsverhouding en bouwjaar geeft in combinatie met de aanwezigheid van voorzieningen en bevolkingsopbouw handvaten om een plangebied te selecteren waarbinnen een project opgestart kan gaan worden.

#### Toelichting invullen Verzamelblad

*Afhankelijk van de beschikbaarheid van gegevens kan informatie verzameld worden op het niveau van een buurt, wijk, kern of op gemeentelijk niveau. Aandachtspunt: de informatie over de bevolkingsopbouw dient op een zelfde detailniveau beschikbaar te zijn zodat alle informatie 'gekruist' kan worden.*

*Indien gegevens niet direct voorhanden zijn kan ook gebruik gemaakt worden van de databank Statline van het Centraal Bureau voor de Statistiek (CBS). Deze databank is te vinden op [www.statline.nl](http://www.statline.nl) (via de themaboom kiezen voor de hoofdgroep Nederland Regionaal / Kerncijfers / Kerncijfers wijken en buurten 2003-2006).*

#### Woningtype

*Idealiter gaat de voorkeur bij woningaanpassing uit naar gelijkvloerse woningen die bereikbaar zijn met een lift. Echter, niet voor alle senioren is een zogenaamde nul-trede woning noodzakelijk en/of beschikbaar. Ook eengezinswoningen hebben potentie onder de voorwaarde dat de badkamer en hoofdslaapkamer aan bepaalde criteria voldoen. Het potentieel geschikt zijn van een eengezinswoning heeft een verband met het bouwjaar, wat het kruizen van woningtype en bouwjaar interessant maakt. Splits in grondgebonden en gestapelde woningtypen. Bij voorkeur bij gestapeld indelen naar met en zonder lift.*

#### Eigendom

*Benodigde informatie is de verhouding tussen koop en (sociale) huur. Het project richt zich op het eigen woningbezit. Dit betekent dat de voorkeur uitgaat naar buurt/wijken/kernen met een hoog percentage eigen woningbezit (in combinatie met aanwezigheid van de doelgroep). Verder is relevant te weten of, indien sprake is van gestapelde bouw in de koopsector, een VvE aanwezig is (en deze ook goed georganiseerd is). Dit laatste in verband met aanpassing van de ruimten in het woongebouw. Aanwezigheid van VvE's kan worden geregistreerd middels '+' en '-'.*

## B1a Scan Woning en Woonomgeving

### Bouwjaar

Onderzoek door Laagland'advies heeft uitgewezen dat een gemiddelde eengezinswoning voor 1965 minder aanpassingspotentie heeft (er is een verband tussen bouwjaar, inhoud van de woning en eigendom). Voor 1965 bestond er bijvoorbeeld nauwelijks regelgeving over de maatvoering van de badkamer, waardoor deze vaak te klein is om er bijvoorbeeld een 2<sup>e</sup> toilet in te plaatsen. Vanaf 1998 is de toegankelijkheid van woningen vastgelegd in het Bouwbesluit en is meer aandacht gekomen voor de aanpasbaarheid of toekomstbestendigheid ervan. Dit betekent dat, indien een keuze gemaakt moet worden, de voorkeur uitgaat naar buurten/wijken/kernen met een woningvoorraad van na 1998 of 1965. Indien de bouwjaarklasseindeling niet aansluit bij de gemeentelijke indeling, maak dan optellingen die zo dicht mogelijk komen bij de indeling uit het Keuzemodel. Let op zowel de absolute aantallen als percentages.

Wie Beleidsmedewerker RO / Volkshuisvesting

--	--

### **B1a Woonomgeving**

Check  
V X

Wat Inzichtelijk maken van de inrichting van de woonomgeving.

--	--

Waarom De inrichting van de woonomgeving geeft in combinatie met de opbouw van de woningvoorraad en bevolkingsopbouw handvaten om een plangebied te selecteren waarbinnen een project opgestart gaat worden.

### Toelichting invullen Verzamelblad

Investeren in het bewustwordingsproces of (het stimuleren van) woningaanpassingen zodat men langer zelfstandig en comfortabel kan wonen zegt ook iets over de gewenste/vereiste inrichting van de woonomgeving. Bepaalde voorzieningen moeten bijvoorkeur op loopafstand aanwezig zijn (winkels dagelijkse levensbehoeften, openbaar vervoer), aanwezigheid van andere voorzieningen zijn een pré. Denk in dit geval aan welzijnsvoorzieningen, een eerstelijns zorgvoorziening.

### Voorzieningen

Naast een aangepaste woning is het tevens belangrijk dat de woonomgeving voldoende is afgestemd op senioren. Dit betekent ten eerste dat bepaalde voorzieningen aanwezig moeten zijn, bij voorkeur binnen een straal van 500 meter. Denk hierbij aan winkels, eerstelijns zorg (huisartsenpost) en een goede openbaar vervoersvoorziening. Verder is het wenselijk dat bijvoorbeeld een welzijnsvoorziening/zorgvoorziening aanwezig is zodat bewoners eventueel gebruik kunnen maken van diensten (maaltijdservice) of kunnen aansluiten bij activiteiten.

Scores:

+ goed

o matig

- slecht

Wie Beleidsmedewerker RO  
Beleidsmedewerker maatschappelijke voorzieningen  
Beleidsmedewerker wonen, welzijn en zorg


**B1a Scan Woning en Woonomgeving**

**B1a Overig** Check  
V X

Wat Onderzoek tijdig de raakvlakken met projecten en ontwikkelingen in de wereld van wonen-zorg-welzijn (ook buiten de gemeentelijke organisatie) zodat deze elkaar kunnen versterken.

Waarom Initiatieven voor projecten en lopende projecten met elkaar verbinden geeft efficiëntie in budget en inzet, maar ook duidelijkheid richting de doelgroep (en daarmee een groter bereik). 1C

Toelichting invullen Verzamelblad

Voorbeeld van projecten/ontwikkelingen zijn: particuliere woningverbetering, Opplusprojecten van de corporatie, sturen op instroom van senioren in complexen/buurtten door corporatie, initiatief voor een woonzorgzone.

Overig

Initiatieven voor projecten en lopende projecten met elkaar verbinden geeft efficiëntie in budget en inzet, maar ook duidelijkheid richting de doelgroep (en daarmee een groter bereik).

Voorbeelden van projecten/ontwikkelingen zijn: particuliere woningverbetering, Opplusprojecten van de corporatie, sturen op instroom van senioren in complexen/buurtten door corporatie, initiatief voor een woonzorgzone.

Scores:

- ja            initiatief / project bekend
- nee         initiatief / project ontbreekt
- neutraal   onbekend

Wie Beleidsmedewerker maatschappelijke voorzieningen   
 Beleidsmedewerker wonen, welzijn en zorg

Kies: Buurt / Wijk / Kern / Gemeente


B1a / Woning en Woonomgeving	gebied		gebied		gebied		gebied		gebied		Totaal	
<b>Voorraad</b>												
- grondgebonden	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	5	100%
- gestapeld met/zonder lift	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
- onbekend	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
- totaal (abs.)	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	5	100%
Analyse - aantekeningen	-											
Deelconclusie	-											
Nog uit te zoeken	-											
<b>Eigendom</b>												
- huur (%)	0	%	0	%	0	%	0	%	0	%		
- koop (%)	0	%	0	%	0	%	0	%	0	%		
- aanwezigheid VvE												
Analyse - aantekeningen	-											
Deelconclusie	-											
Nog uit te zoeken	-											

Gegevens invullen op Verzamelblad

## B1b Scan Bewoners

Doel scan : inzicht krijgen in bevolkingsopbouw, aandeel en beschrijving doelgroep

Toelichting

Wat : beschrijving van de actie  
 Waarom : gewenst effect van de actie  
 Wie : mogelijke betrokkenen / beslissers  
 Check : vastleggen van eigen voortgang ( V of X = gemotiveerd 'actie uitgevoerd' of 'niet uitgevoerd')  
 : verwijzing naar kanskaart 'Handreiking opplussen woningen van oudere eigenaar-bewoners'

		Check
B1b	Demografische opbouw	V X

Wat	Inzichtelijk maken van de samenstelling van de bevolking	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; height: 20px;"></td> <td style="width: 50%; height: 20px;"></td> </tr> </table>		

Waarom	De bevolkingsopbouw geeft in combinatie met de aanwezigheid van voorzieningen en opbouw woningvoorraad handvaten om een plangebied te selecteren waarbinnen een project opgestart gaat worden.	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; background-color: #FFD700; text-align: center; padding: 2px;">2B</td> <td style="width: 50%; background-color: #FF6347; text-align: center; padding: 2px;">3A</td> </tr> </table>	2B	3A
2B	3A			

Toelichting invullen Verzamelblad

*Afhankelijk van de beschikbaarheid van gegevens kan informatie verzameld worden op het niveau van een buurt, wijk, kern of op gemeentelijk niveau. Aandachtspunt: de informatie over de woningvoorraad dient op een zelfde detailniveau beschikbaar te zijn zodat alle informatie 'gekruist' kan worden.*

*Vooruitlopend op de definitieve keuze van de doelgroep of subdoelgroep is het raadzaam om bij deze kwantitatieve analyse onderscheid te maken in een aantal leeftijdscategorieën. Uit onderzoek is gebleken dat elk van deze leeftijdscategorieën een eigen benadering vereist, wat in het vervolg van dit Keuzemodel kan resulteren in deelprojecten.*

Leeftijd

*De oudere eigenaar -bewoner bestaat niet. De doelgroep is gefragmenteerd door verschil in (o.a.) generaties, in leefstijlen en beleving van het ouder worden. Het is daarom aan te bevelen om onderscheid te maken in verschillende leeftijdscategorieën oudere eigenaar-bewoners. In deze scan is gekozen voor de volgende categorieën:*

- 55 - 65 jaar babyboomers, jonge generatie ouderen*
- 65 - 75 jaar 65-plussers, starters nieuwe levensfase*
- > 75 jaar 75-plussers, kwetsbare groep*
- < 55 jaar informatie nodig om inzicht te hebben in totale omvang bevolking*

Wie	Beleidsmedewerker RO / Volkshuisvesting	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; height: 20px;"></td> <td style="width: 50%; height: 20px;"></td> </tr> </table>		

		Check
B1b	Zorgconsumptie	V X

Wat	Inzichtelijk maken van zorgconsumptie	<table border="1" style="display: inline-table; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 50%; height: 20px;"></td> <td style="width: 50%; height: 20px;"></td> </tr> </table>		

Waarom	Het type zorg en de mate waarin dat wordt geconsumeerd kan ervoor pleiten om in te zetten in specifieke wijken/buurtten.	
--------	--	--

**B1b****Scan Bewoners**Toelichting invullen Verzamelblad

Bepaald type zorgconsumptie, bijvoorbeeld de huishoudelijke hulp, kan iets zeggen over de fysieke gesteldheid. Bij verminderde mobiliteit is de noodzaak voor woningaanpassing groeiende. Afnemen van zorg betekent dat zorgorganisaties actief zijn. Zorgorganisaties hebben een ingang bij de bewoner waarvan in het kader van Opplussen goed gebruikt kan worden gemaakt (signalerend). En langer veilig en comfortabel in de eigen woning kunnen blijven wonen gaat niet alleen over aangepaste woningen. Ook de geestelijke gesteldheid speelt een rol. Het kan zijn dat in een 'gezonde' wijk op een andere manier moet worden gecommuniceerd met de doelgroep dan in een 'ongezonde' wijk.

Zorgconsumptie

Zorgconsumptie wordt geregistreerd per postcode. De gemeente is per 1 januari 2007 verantwoordelijk voor de huishoudelijke zorgverlening. Deze gegevens zijn beschikbaar. De overige zorgconsumptie is bekend bij zorgverzekeraars, het zorgkantoor en de zorgverlener zelf. Zo kan maatschappelijk werk over het algemeen snel inzicht verschaffen in de afname van diensten per adres. Idem geldt voor welzijnsorganisaties (registreren bijvoorbeeld aantal bezoekers van een welzijnsvoorziening). Indien geen kwantitatief materiaal beschikbaar is kan het 'onderbuikgevoel' ook richtinggevend zijn, eventueel in samenspraak met de zorgorganisaties.

## Scores:

- + veel zorgconsumptie
- o neutraal / onbekend
- geen zorgconsumptie

Wie Beleidsmedewerker wonen, welzijn en zorg

--	--

Check

V X

**B1b** **Betrokkenheid**

Wat Inventariseer de mate waarin bij de doelgroep betrokken organisaties actief zijn

--	--

Waarom Gebruik kunnen maken van bestaande ingangen naar de doelgroep

Toelichting invullen Verzamelblad

De doelgroep bereiken voor het onderwerp Opplussen is niet eenvoudig. De doelgroep is om te beginnen veelzijdig en niet altijd aanspreekbaar op het 'ouder worden'. Het is daarom zeker zinvol om te inventariseren in hoeverre een mogelijk project ingebed kan worden bij organisaties die goed inzicht hebben in en toegang hebben tot de beoogde doelgroep. Maak gebruik van deze kennis en het netwerk. Dit zijn niet alleen de 'professionele' organisaties, maar ook bewonersorganisaties, wijkraden, belangenorganisaties etc. De aanwezigheid van actieve organisaties kan van invloed zijn op de keuze voor het plangebied waarbinnen een project opgestart gaat worden.

**B1b Scan Bewoners**

Organisatiegraad

In hoeverre zijn actieve, op de doelgroep gerichte organisaties georganiseerd en aanspreekbaar op het onderwerp Opplussen. Ook hiervoor geldt dat een onderbuik-gevoel voldoende indicatie kan geven.

Scores:

- + goed georganiseerd
- o neutraal / onbekend
- niet goed georganiseerd

Wie           Beleidsmedewerker maatschappelijke voorzieningen  
               Beleidsmedewerker wonen, welzijn en zorg


Check  
V      X

**B1b Sociaal economische status**

Wat           Inventariseer het verschil in sociale economische status

--	--

Waarom       De verwachting is dat in wijken met een hogere sociaal economische status op een andere wijze gecommuniceerd kan worden met de potentiële doelgroep.

Toelichting invullen Verzamelblad

Een hogere economische status kan betekenen dat men draagkrachtiger is en sneller tot investeringen in de woningen overgaan. Voor mensen met een kleine portemonnee is investeren in de woning, zeker als het gaat om preventieve maatregelen, lastig te realiseren. Dit betekent dat wellicht onderscheid gemaakt moet worden in de communicatieboodschap en de wijze waarop de boodschap gebracht wordt.

Sociaal economische status

Het Centraal Bureau voor de Statistiek registreert op wijkniveau gegevens over het inkomen waaronder het gemiddelde inkomen per inwoner (zie [www.statline.nl](http://www.statline.nl) via de themaboorn kiezen voor de hoofdgroep Nederland Regionaal / Kerncijfers / Kerncijfers wijken en buurten 2003-2006)). Deze waarde kan worden overgenomen in het Verzamelblad en geeft een indicatie van de economische status van een wijk.

Wie           Beleidsmedewerker wonen, welzijn en zorg

--	--


B1b / Bewoners		Kies: Buurt / Wijk / Kern /											
Demografische opbouw		gebied	gebied	gebied	gebied	gebied	gebied	gebied	gebied	gebied	Totaal		
< 55 jaar		1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	5	100%
55 - 65 jaar		0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
65 - 75 jaar		0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
> 75 jaar		0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
totale bevolking		1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	5	100%
totaal >55 jaar		0		0		0		0		0		0	
% > 55 jaar van totale bevolking		0%		0%		0%		0%		0%		0%	
Analyse - aantekeningen	-												
Deelconclusie	-												
Nog uit te zoeken	-												

Gegevens invullen op Verzamelblad

**B1c Scan Markt**


Doel scan : inzicht krijgen in bevolkingsopbouw, aandeel en beschrijving doelgroep

Toelichting

- Wat : beschrijving van de actie
- Waarom : gewenst effect van de actie
- Wie : mogelijke betrokkenen / beslissers
- Check : vastleggen van eigen voortgang ( V of X = gemotiveerd 'actie uitgevoerd' of 'niet uitgevoerd')
-  : verwijzing naar kanskaart 'Handreiking oplossen woningen van oudere eigenaar-bewoners'

**B1c potentiële samenwerkingspartners** Check  
V X

Wat Benoemen van kansrijke samenwerkingspartners

Waarom Om een project optimaal te laten verlopen is het van belang dat een projectplan gedragen wordt door zoveel mogelijk partijen die een belang hebben bij de doelgroep. 


Toelichting invullen Verzamelblad  
*Projecten gericht op het verleiden van bewoners tot het Oplossen van het eigen woningbezit is een weg van de lange adem. Het opzoeken van samenwerkingspartners betekent niet alleen dat het project breder ingebed wordt, maar ook dat vanuit meerdere organisaties over een langere periode aandacht gevraagd kan worden voor nut en noodzaak van preventieve woningaanpassingen.*

Samenwerkingspartners  
*Te denken valt aan ouderenorganisaties, corporatie, welzijn- en zorgorganisaties. Belangrijk is wel dat men actief is in de buurt/wijk/kern/gemeente.*  
 Scores:  
 + kansrijk  
 o niet aanwezig / onbekend  
 - niet kanrijk

Wie Beleidsmedewerker RO / Volkshuisvesting    
 Beleidsmedewerker maatschappelijke voorzieningen    
 Beleidsmedewerker wonen, welzijn en zorg

**B1c Lopende activiteiten / projecten** Check  
V X

Wat Inventariseer lopende activiteiten / projecten gericht op de doelgroep 55-plus

Waarom Probeer initiatieven met elkaar te verbinden zodat niet alleen efficiëntie wordt bereikt in budget en inzet, maar ook duidelijkheid richting de doelgroep 

Toelichting invullen Verzamelblad  
*Voorkomen moet worden dat bewoners door meerdere organisaties benaderd worden over thema's die elkaar raken, maar niet onder één noemer geschaard zijn. Dit is verwarrend voor bewoners en kan tot gevolg hebben dat men niet ontvankelijk meer is voor informatie. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het Signalerend Huisbezoek van Welzijn i.c.m. een Oppluscampagne vanuit de ouderenbond.*



**B1c Scan Markt**

Wie                   Beleidsmedewerker RO / Volkshuisvesting  
                           Beleidsmedewerker maatschappelijke voorzieningen  
                           Beleidsmedewerker wonen, welzijn en zorg


Kies: Buurt / Wijk / Kern /

B1c / Markt

←
←
↓
→
→

	gebied	gebied	gebied	gebied	gebied
<b>Samenwerkingspartners</b>					
- corporatie					
- ouderenorganisatie					
- welzijnsorganisatie algemeen					
- welzijnsorganisatie ouderen					
- zorgorganisatie					
- ..... (zelf invullen)					
<i>Analyse - aantekeningen</i>	-				
<i>Deelconclusie</i>					
<i>Nog uit te zoeken</i>					

Gegevens invullen op Verzamelblad

**B2****Kansenzoverzicht**

Doel : samenstellen van kansenzoverzicht

Toelichting

Wat : beschrijving van de actie

Waarom : gewenst effect van de actie

Wie : mogelijke betrokkenen / beslissers

Check : vastleggen van eigen voortgang ( V of X = gemotiveerd 'actie uitgevoerd' of 'niet uitgevoerd')



: verwijzing naar kanskaart 'Handreiking opplussen woningen van oudere eigenaar-bewoners'

<b>B2</b>		<b>Deelconclusies</b>		<b>Check</b>	
		<b>V</b>	<b>X</b>		
Wat	Middels een eerste analyse inzichtelijk maken van kansen per onderzocht item (horizontale beoordeling)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Waarom	Grip krijgen op verzamelde gegevens				
	<p><u>Toelichting horizontale beoordeling verzamelblad</u>  <i>Per item kan een korte analyse gemaakt worden. In het format is ruimte opgenomen om hiervoor aantekeningen te maken (Analyse - aantekeningen). Ook nu geldt weer: hoe gedetailleerder het niveau is waarop de gegevens zijn verzameld, des te beter kan het werkgebied en de doelgroep worden afgebakend. Een interessant gegeven is bijvoorbeeld:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- een hoog percentage gestapelde woningen met lift.</li> <li>- een hoog percentage eigen woningbezit.</li> <li>- veel op ouderen gerichte voorzieningen in de wijk</li> <li>- een hoog percentage 55-plussers en de verdeling hiervan over de leeftijdscategorieën</li> <li>- indruk van de zorgconsumptie</li> <li>- waar zijn organisaties actief die iets kunnen betekenen bij een mogelijk project.</li> <li>- waar zijn projecten gestart waarbij dit project kan aansluiten</li> </ul> <p><u>Tips</u>  <i>Lees de toelichting die bij de scans is opgenomen nogmaals door.            Geef opvallende waarden in de tabel bijvoorbeeld een rode kleur.            Percentages zeggen veel in vergelijking met de totale woningvoorraad in een buurt/wijk etc.            Echter, de absolute getallen moeten wel meegenomen worden bij het analyseren aangezien een hoog percentage in de ene wijk een lager absoluut aantal kan betekenen in vergelijking met een wijk waarbij voor hetzelfde item een laag percentage wordt gescoord.</i></p> <p><i>Maak gebruik van kaartmateriaal (GBA kaarten) en geef potentiële projectgebieden een kleur.</i></p>				
Wie	Beleidsmedewerker RO / Volkshuisvesting	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		

<b>B2</b>		<b>Analyse in onderlinge samenhang</b>		<b>Check</b>	
		<b>V</b>	<b>X</b>		
Wat	Opstellen van kansenzoverzicht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>		
Waarom	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Gegevens in onderlinge samenhang gaan bezien (verticale beoordeling)</li> <li>- Afbakening van doelgroep en projectgebied</li> </ul>				

**B2****Kansenoverzicht**Toelichting verticale beoordeling verzamelblad

Ga uit van de deelconclusies en bezie of een gebied en doelgroep eruit springen.

Voorbeelden van interessante kruisverbanden zijn:

- hoog percentage eigen woningbezit i.c.m. leeftijd bewoners
- veel gestapelde woningen en een leeftijdscategorie 75+
- een hoog percentage grondgebonden woningen i.c.m. bouwjaar > 1965

Interessante kruisverbanden opnemen als 'kansen' in het kansenoeverzicht zoals is opgenomen in het Verzamelblad.

Tips

Neem de toelichtingen behorende bij de diverse items nogmaals door en probeer van de gedetailleerde informatie los te komen naar een overall gemeentelijke analyse.

Ga uit van de drie leeftijdscategorieën en benoem per categorie een gebied waar een project gericht op een leeftijdscategorie een kans van slagen heeft of waar de noodzaak tot het bereiken van de leeftijdscategorie het grootst is. Afhankelijk van de analyse kan een kans bijvoorbeeld zijn:

- leeftijdscategorie 55-65 in wijk x met relatief jonge woningvoorraad
- leeftijdscategorie 65-75 in kern y met voorzieningen voor dagelijkse levensbehoeften en plannen voor een wijksteunpunt
- 75-plussers in buurt z met zorgvoorziening in nabijheid en veel gestapelde woningen waar buurtorganisatie zeer actief zijn

Wie Beleidsmedewerker RO / Volkshuisvesting

--	--

**B2** **Prioritering kansenoeverzicht**

**Check**  
**V X**

Wat Prioritering van kansenoeverzicht als opmaat naar beschikbare budgetten

--	--

Waarom Prioritering van de genoemde kansen

Toelichting waarden kansenoeverzicht verzamelblad

Verdeel tien punten zo dat de kans die als eerste verzilverd moet worden het meest aantal punten krijgt. De prioritering die ontstaat biedt houvast bij het verdelen van het beschikbare budget.

De kansen worden vervolgens in B3 gekoppeld aan een communicatiestrategie en aan een benodigd budget. De in B2 gekozen prioritering kan op basis van de gemaakte keuzes in B3 bijgesteld worden.

Wie Beleidsmedewerker RO / Volkshuisvesting

--	--

## B3 Budget

Doel : bepalen van budgetindicatie behorende bij het kansenoverzicht

### Toelichting

Wat : beschrijving van de actie

Waarom : gewenst effect van de actie

Wie : mogelijke betrokkenen / beslissers

Check : vastleggen van eigen voortgang ( V of X = gemotiveerd 'actie uitgevoerd' of 'niet uitgevoerd')



: verwijzing naar kanskaart 'Handreiking opplussen woningen van oudere eigenaar-bewoners'

Check  
V X

## B3 Koppeling Kansen en Strategie

Wat Per kans benoemen van meest passende communicatiestrategie

--	--

Waarom Elke oudere eigenaar-bewoner beleeft de noodzaak voor woningaanpassingen op zijn eigen manier. Dit vraagt om meerdere communicatiestrategieën. Bij een bewoner die de noodzaak voor woningaanpassingen nog niet inziet zal gestuurd moeten worden op het bewustwordingsproces. Ziet iemand deze noodzaak wel in, dan richt de communicatiestrategie zich eerder op het realiseren van woningaanpassingen.

3A

3B

3C

### Toelichting invullen verzamelblad

*Refererend aan de drie leeftijdscategorieën zal bij de 55-plussers de communicatie in eerste instantie gericht kunnen zijn op het prikkelen van de bewustwording door hen te informeren via een folder zodat men op het juiste moment de juiste acties neemt. Denk aan het treffen van preventieve aanpassingen bij verbouwing van de woning of een verhuizing. De 65-plussers kunnen verleid worden met een intensiever traject. Denk bijvoorbeeld aan het stimuleren middels een woningtest, subsidieregeling, bijeenkomsten van de ouderenbond. De 75-plussers zijn het meest gebaat bij het adviseren over de mogelijkheden, of misschien wel de onmogelijkheden, van het langer wonen in de eigen woning. Bijvoorbeeld in de vorm van een uitgebreid informatiepakket met vragenlijst over de woning, met of zonder persoonlijke ondersteuning. In sommige gevallen is begeleiding bij het realiseren van woningaanpassingen gewenst. Benoem bij elke kans de meest passende strategie. Neem deze strategie over in het 'Verzamelblad'. De strategieën hebben een oplopende intensiteit:*

#### - Informeren

*Laagdrempelige aanpak, vooral gericht op het creëren van bewustwording onder de doelgroep. Bijvoorbeeld een gemeente die in samenwerking met Stichting Welzijn en ouderenbonden aandacht vraagt voor de noodzaak tot Opplussen in een speciale katern van het huis-aan-huisblad.*

#### - Stimuleren

*Meer intensieve aanpak gericht op het creëren van bewustwording én concrete woningaanpassingen. De aanpak drijft op de zelfredzaamheid van bewoners; men krijgt instrumenten aangereikt waarmee zelf de (on)mogelijkheden van de woning en bijbehorende financiering ontdekt kunnen worden.*

*Bijvoorbeeld een gemeente die de doelgroep benadert met een woningtest en vervolgens een op de bewoner en zijn woning afgestemd woonadvies verzorgd.*

#### - Adviseren

*Intensieve aanpak gericht op het realiseren van concrete woningaanpassingen. Bewoners worden niet alleen geïnformeerd over de noodzaak van woningaanpassingen, maar ontvangen een woningadvies en worden daarnaast desgewenst ondersteund bij de uitvoering van de woningaanpassingen.*

## B3 Budget

Bijvoorbeeld een gemeente die niet alleen de doelgroep benadert met een woningtest en een op de bewoner en zijn woning afgestemd woonadvies verzorgd, maar een stap verder gaat. De gemeente verzorgt in samenwerking met bijvoorbeeld Stichting Welzijn een adviestraject rondom de concrete woningaanpassingen. Eventueel gekoppeld aan een stimuleringsregeling.

Zie het schema onderaan B3 voor meer informatie over de invulling van de communicatiestrategie met concrete communicatiemiddelen. Ook in de startnotitie "Oost west, thuis best" is een uitgebreide toelichting te vinden bij de verschillende strategieën.

Wie Beleidsmedewerker RO / Volkshuisvesting

Check  
V X

### B3 Budgetindicatie

Wat Bepalen budgetindicatie per kans

Waarom Gewenst budget en beschikbaar budget (zie A1) aan elkaar relateren

#### Toelichting schema doelgroep, strategie en budgetindicatie

Elke kans moet geplaatst worden in dit schema waarna vervolgens een budgetindicatie kan worden vastgesteld. Dit budget kan worden opgenomen in het Verzamelblad onder 'Gewenst Budget'.

Wie	>	55-64 jaar		65-74 jaar		> 75 jaar	
<b>Wat</b>	<b>v</b>	1.000 hh	2.500 hh	1.000 hh	2.500 hh	1.000 hh	2.500 hh
<b>informereren</b>		€ 4.500	€ 5.500	€ 4.500	€ 6.500	€ 5.500	€ 6.500
<b>stimuleren</b>		€ 10.000	€ 15.000	€ 11.000	€ 16.000	€ 12.000	€ 18.000
<b>adviseren</b>		€ 12.000	€ 18.000	€ 14.000	€ 20.000	€ 15.000	€ 23.000

Wie	>	55-64 jaar		65-74 jaar		> 75 jaar	
<b>Wat</b>	<b>v</b>						
<b>informereren</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ informatiebijeenkomst</li> <li>■ artikel huis-aan-huisblad</li> <li>■ folder</li> <li>■ informatieve website</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ informatiebijeenkomst</li> <li>■ artikel huis-aan-huisblad</li> <li>■ folder</li> <li>■ ambassadeurs</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ informatiebijeenkomst</li> <li>■ artikel huis-aan-huisblad</li> <li>■ folder</li> <li>■ ambassadeurs</li> <li>■ prikkelen kinderen</li> </ul>	
<b>stimuleren</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ vragenlijst + woningadvies zonder assistentie (digitaal)</li> <li>■ subsidieregeling</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ vragenlijst + woningadvies met beperkte assistentie (vrijwilligers)</li> <li>■ subsidieregeling</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ vragenlijst + woningadvies met assistentie (vrijwilligers)</li> <li>■ subsidieregeling</li> </ul>	
<b>adviseren</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ bouwkundig advies op maat (preventief)</li> <li>■ professionele begeleiding</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ bouwkundig advies op maat</li> <li>■ zorgaspect integreren</li> <li>■ professionele begeleiding</li> </ul>		<ul style="list-style-type: none"> <li>■ bouwkundig advies op maat</li> <li>■ zorgaspect integreren</li> <li>■ professionele begeleiding</li> <li>■ begeleiding in uitvoering</li> </ul>	

**B3 Budget***Uitgangspunten:*

- genoemde bedragen zijn exclusief ureninzet gemeente
- looptijd projecten: 4-6 maanden bij Informeren en Stimuleren en 2,5 jaar bij Adviseren
- inzet vrijwilligers bij Informeren en Stimuleren, (semi)professionele ondersteuning bij Adviseren
- correctiefactor bij hogere leeftijdscategorieën

Wie Beleidsmedewerker RO / Volkshuisvesting

--	--

Check	
V	X

**B3 Benodigd budget en beschikbaar budget**

Wat Benodigd budget en beschikbaar budget aan elkaar relateren

--	--

Waarom Indien sprake is van een budgettekort prioritering B2 volgen voor toewijzen budget

*Toelichting invullen verzamelblad*

*Bij een budgettekort is er een aantal opties:*

- Verdeel het budget conform prioritering B2 (belangrijkste project komt dan als eerst aan bod). Probeer in daarop volgende jaren extra budgetten te reserveren om alsnog de lager geprioriteerde kansen uit te voeren.
  - Kies voor een combinatie van lager geprioriteerde projecten
  - Kies voor minder intensieve werkwijze / strategie op basis van het eerder genoemde overzicht doelgroep, strategie en budgetindicatie.
- Verdeel het beschikbare budget (zie A1) in het 'Verzamelblad' over de kansen.*

Wie Beleidsmedewerker RO / Volkshuisvesting

--	--

**B4****PROJECTVOORSTEL**

Doel : opstellen van een projectvoorstel ten behoeve van de besluitvorming ten aanzien van het uitwerken van een projectplan (fase C)

Toelichting

Wat : beschrijving van de actie

Waarom : gewenst effect van de actie

Wie : mogelijke betrokkenen / beslissers

Check : vastleggen van eigen voortgang ( V of X = gemotiveerd 'actie uitgevoerd' of 'niet uitgevoerd')



: verwijzing naar kanskaart 'Handreiking oplossen woningen van oudere eigenaar-bewoners'

**B5****Opstellen projectvoorstel****Check****V X**

Wat Opstellen van een projectvoorstel op basis waarvan een besluit genomen kan worden over het starten van een opplusproject.

--	--

Waarom Vastleggen van de uitkomst van fase B vertaald naar doelstelling oplossen eigen woningbezit, (deel)projectbeschrijving, gewenst resultaat, inschatting benodigd budget en een doorkijk naar de fasering.

Toelichting

*Er is een format voor een projectvoorstel beschikbaar. Stem dit format, indien nodig, af op de lokale gewoonten en gebruiken. Het format projectvoorstel bevat de volgende ingrediënten:*

*- De uitdaging*

*Beschrijving van de context en aanleiding voor het projectvoorstel. In de startnotitie 'Oost west, thuis best; Oplossen eigen woningbezit' (zie fase A) is een algemeen beeld geschetst voor de provincie Noord Holland. In het projectvoorstel kan dit algemene beeld worden verfijnd naar de lokale situatie. Gebruik hierbij de verzamelde gegevens van met name de scan B1a en B1b (bijvoorbeeld informatie over de opbouw woningvoorraad, percentage eigen woningbezit en inzicht in de vergrijzing). Verbind aan de uitkomsten van de scans een algemene conclusie ten aanzien van de noodzaak voor een project Oplossen.*

*- Ambities en doelen*

*Probleemdefiniering: waarom moet er een project komen?*

*Hoofddoelstelling: wat moet het project opleveren.*

*Activiteiten: hoe gaan we het project aanpakken, eventueel gesplitst in de drie strategieën*

*Resultaat: wat hebben we bereikt als het project afgerond is?*

*Budgetindicatie: welke investering in nodig?*

*- Risicoanalyse*

*Wat is het risico als geen actie wordt ondernomen?*

*Waar liggen de valkuilen en knelpunten. Wat betekent dit voor het project?*

*- Wat zijn de randvoorwaarden waarbinnen geopereerd moet worden?*

*- Draagvlak*

*Wat is het draagvlak bij externe partijen?*

*Wat zijn de randvoorwaarden?*

*- Indicatie tijdsplan*

*Maak bij het tijdsplan onderscheid in start en afronding van fase C (opstellen van het projectplan), beoogde start van het feitelijke (deel)project, benodigde doorlooptijd (deel)project en beoogd eindpunt. De verfijning van het tijdsplan van het (deel)project vindt plaats in fase C.*

Wie Beleidsmedewerker RO / Volkshuisvesting

--	--

## C Projectplan

### Toelichting Over fase C

In fase C worden handvaten aangereikt waarmee het goedgekeurde projectvoorstel (eindresultaat fase B) verder uitgewerkt kan worden tot een projectplan. Het projectplan is een uitwerking van het 'waarom' (fase A) en het 'wat' (fase B) en een verdere invulling van het 'hoe'. Het projectplan geeft inzicht in het project en de wijze waarop het project uitgevoerd zal gaan worden.

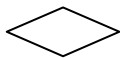
Het projectplan sluit aan bij de drie thema's in de startnotitie:

- Voeden: aangeven welk nut en noodzaak het oplossen voor de benoemde doelgroep oplevert
- Richten: met wie en met welke producten en diensten het project zal worden ingezet
- Versnellen: wat de fasering van het project moet gaan worden en hoe het project aansluit bij de gemeentelijke besluitvorming

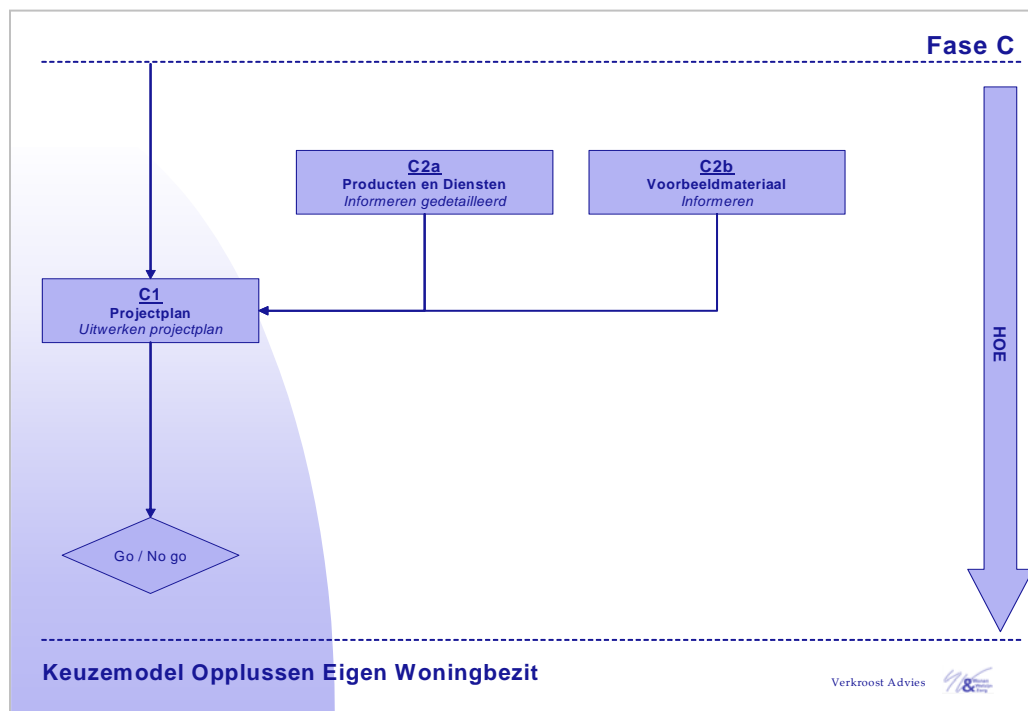


In C1 wordt gestart met het aanreiken van een format waarmee de eerste stappen gezet kunnen worden naar een definitief projectplan.

Vervolgens worden in C2 diverse informatiebronnen aangereikt: C2a (verwijzen naar diverse aanbieders van producten en diensten) en C2b (voorbeeldmateriaal dat beschikbaar is en ingezet kan worden ten behoeve van het project).



Tenslotte is er sprake van een go / no go beslissing voor de uitvoering van het projectplan.





**C1****PROJECTPLAN**

Doel : uitwerken van een projectplan Opplussen van eigen woningbezit oudere eigenaar bewoners

Toelichting

Wat : beschrijving van de actie

Waarom : gewenst effect van de actie

Wie : mogelijke betrokkenen / beslissers

Check : vastleggen van eigen voortgang ( V of X = gemotiveerd 'actie uitgevoerd' of 'niet uitgevoerd')



: verwijzing naar kanskaart 'Handreiking opplussen woningen van oudere eigenaar-bewoners'

**C1 Inzoomen en uitwerken****Check****V X**

Wat Uitwerken van het projectplan

--	--

Waarom Verder invullen van het projectvoorstel ten behoeve van de besluitvorming ten aanzien van de uitvoering van het projectplan.

Toelichting

*Er is een format ontwikkeld waarmee een projectplan opgesteld kan worden. Stem dit format, indien nodig, af op de lokale gewoonten en gebruiken. Het format projectplan bestaat uit paragrafen A tot en met E. Een toelichting per paragraaf:*

*A: algemeen: uitdaging, ambities en doelen*

*B: projectaanpak: vormgeven van projectorganisatie en benoemen randvoorwaarden*

*C: activiteitenkaarten: inkleuren van de projectactiviteiten*

*D: communicatieplan: ingrediënten van het communicatieplan*

*E: relevante bijlagen*

Wie Beleidsmedewerker RO / Volkshuisvesting  
Communicatiemedewerker


**C1 Kanskaarten****Check****V X**

Wat Verwijzen naar kanskaarten uit de Handreiking Opplussen van woningen van oudere eigenaar bewoners bij de uitwerking van het projectplan.

--	--

Waarom Bij de uitwerking van het projectplan laten inspireren door ervaringen van andere gemeenten welke zijn vertaald in de kanskaarten.  
Kanskaarten kunnen de realisatie van een project positief beïnvloeden en het gevaar van de valkuilen verkleinen.

Projectorganisatie

*Hoe zijn de taken en de verantwoordelijkheden verdeeld binnen het project? De volgende vragen moeten aan de orde komen:*

- Geef de structuur en verantwoordelijkheidsverdeling van de projectorganisatie aan (bijvoorbeeld een projectleider, een stuurgroep, werkgroepen en/of een klankbordgroep)
- Wie/welke personen zijn er bij de uitvoering van het project betrokken? Wat is hun taak en hun inhoudelijke bijdrage in (de verschillende fasen van) de projectuitvoering?



- Zijn er partijen die als derden aan het project deelnemen? Zo ja, geef een overzicht van deze partijen (klankbordgroep)

- Welke expertise brengen personen en partijen (derden) in? Beschrijf deze expertise.

#### Randvoorwaarden projectplan

Afhankelijk van het project kunnen randvoorwaarden worden meegegeven. In het projectplan is een aantal onderwerpen aangegeven waarvoor mogelijk randvoorwaarden gelden. Voorbeelden hiervan zijn:

- project kan alleen doorgang vinden als een bepaalde partij betrokken wordt
- afspraak om intensief samen te werken met een ouderenbond
- projectuitvoering middels inzet van vrijwilligers
- project dient afgestemd te zijn op het uitvoeringstraject van een ander project (bijvoorbeeld lancering van product/website o.i.d.)
- er wordt een stimuleringsregeling in het leven geroepen

#### Activiteitenkaarten

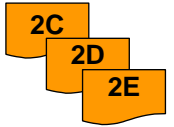
Waar dient rekening mee gehouden te worden bij de invulling van de activiteitenkaarten?

#### Communicatieplan

Eerste stap op weg naar een woningaanpassing is de doelgroep te doordringen van nut en noodzaak van woningaanpassingen. Dit kan door de juiste boodschap op de juiste manier naar de doelgroep te communiceren. Een communicatieplan is dus een zeer belangrijk onderdeel binnen het projectplan. Het communicatieplan geldt voor het gehele project, maar de communicatieactiviteiten zullen per deelproject kunnen verschillen.

Denk bij een communicatieplan aan de volgende ingrediënten:

- definiëring doelgroep (intern en extern)
  - doelen communicatieplan toegespitst op drie pijlers: kennis, houding en gedrag van de doelgroep.
  - communicatiestrategie: informeren, stimuleren of adviseren
  - communicatieboodschap
  - communicatiekanaal: mondeling (bijvoorbeeld via adviseurs), schriftelijk (bijvoorbeeld een mailing), digitaal (bijvoorbeeld via een website) of combinatie?
  - communicatiemiddelen
  - budget
  - effectmeting: komt de boodschap over bij de doelgroep (bijvoorbeeld meten van bezoekers website, aantal afgegeven woningadviezen of aantal woningaanpassingen)
- In de Handreiking 'Opplussen van woningen van oudere eigenaar-bewoners' worden een aantal kansen benoemd die van belang zijn voor het communicatieplan:
- kleine (en fijne) aanpassingen: woningaanpassing wordt direct geassocieerd met grote uitgaven (bijvoorbeeld badkamerverbouwing). Er bestaan echter tal van maatregelen die minder ingrijpend zijn, maar zeker zinvolle preventieve werking hebben. Denk aan een simpele antislipvloer in de badkamer.
  - themagerichte aanpassingen: zorg dat bewoners overzicht blijven houden over alle mogelijke woningaanpassingen. Koppel daarom maatregelen aan aansprekende thema's en vraag hiervoor de aandacht.
  - Kleine aanpassingen met groot effect: blijf aandacht houden voor de kern van het project, namelijk (preventieve) woningaanpassingen zodat met langer zelfstandig en comfortabel in de eigen woning kan blijven wonen. Kans hierbij is om een pakket van kleine maatregelen samen te stellen waarvan tegen weinig investeringen een grote preventieve werking uitgaat.
  - inzetten ambassadeurs: persoonlijke betrokkenheid bij de doelgroep is een belangrijke factor bij het 'verleiden' van oudere eigenaar-bewoners. Ambassadeurs zijn kopmannen/vrouwen van de ouderenbond of een enthousiaste bewoners die woningaanpassingen heeft gerealiseerd.



- Een project gericht op oudere eigenaar-bewoners is een traject van de lange adem. Als bewoners met de verkregen informatie aan de slag gaan, dan is dat over het algemeen wanneer men de woning om een andere reden aanpast. Het is belangrijk om op dat moment de bewoner te wijzen op wat (preventieve) woningaanpassingen kunnen betekenen. Door terug te grijpen op een eerdere campagne of regelmatig de bewoner te prikkelen met kleine communicatieacties (bijvoorbeeld korte krantenartikelen).

3D

3E

Wie

Beleidsmedewerker RO / Volkshuisvesting  
Communicatiemedewerker


Doel : informeren over producten en diensten gericht op Opplussen

Toelichting

Wat : beschrijving van de actie

Waarom : gewenst effect van de actie

Wie : mogelijke betrokkenen / beslissers

Check : vastleggen van eigen voortgang ( V of X = gemotiveerd 'actie uitgevoerd' of 'niet uitgevoerd')



: verwijzing naar kanskaart 'Handreiking opplussen woningen van oudere eigenaar-bewoners'

Check

C2a

Producten en diensten

V

X

Wat Beknopte beschrijving van producten en diensten gericht op de doelgroep oudere eigenaar bewoner

--	--

Waarom Informatie aanreiken ten behoeve van de uitwerking van het projectplan.

Toelichting

- Seniorenwoontest VROM

VROM heeft een seniorenwoontest ontwikkeld. De seniorenwoontest is bedoeld voor iedereen die zolang mogelijk in de huidige woning wil blijven wonen. Door het online beantwoorden van tien vragen krijgt de bewoner een indruk of de woning comfortabel en veilig is om er lang(er) te kunnen blijven wonen. Wanneer een vraag is beantwoord ontvangt men per vraag een advies. Dit advies kan men zelf printen. Er is geen kosteninformatie weergegeven. Naast de online woontest is ook een folder beschikbaar, zie [www.vrom.nl/seniorenwoontest](http://www.vrom.nl/seniorenwoontest)

- Huistest

Digitaal product dat is ontwikkeld door twee corporaties, Wonen Zuidwest Friesland en Welkom. Met deze test kunnen senioren, huurders en eigenaar-bewoners ontdekken welke oplossingen er zijn om zo lang mogelijk in de huidige woning te blijven wonen. Bewoners doorlopen online de huistest (vraag en antwoord), selecteren zelf de gewenste woningaanpassingen en ontvangen vervolgens via de corporatie een woningadvies, inclusief kostenoverzicht. Bij huurders is aangegeven de te verwachten huurverhoging, bij eigenaar-bewoners gaat het een raming van de investeringskosten. Het product kan worden aangeschaft door lokale organisaties om dit vervolgens in te zetten richting de doelgroep binnen de eigen gemeente.

- Doorzonscan

Laagland'advies heeft een snelle onderzoeksmethode ontwikkeld waarmee achterhaald kan worden in hoeverre eengezinswoningen potentieel geschikt zijn voor ouderen. Gemeenten kunnen met behulp van de WOZ-gegevens een scan van de woningvoorraad maken. Hierbij spelen met name gegevens als bouwjaar, inhoud en eigendom een rol. Woningcorporaties kunnen aan de hand van de oppervlaktes van bad- en slaapkamers uit het Woningwaarderingstelsel nog preciezer bepalen welke woningen potentieel geschikt zijn. Uitkomst van de scan is een overzicht van woningen die een bepaalde potentie hebben ten aanzien van het Opplussen. Meer informatie over de Doorzonscan kan worden opgevraagd bij Laagland'advies.

- Blijvend thuis in eigen huis  
Blijvend thuis in eigen huis is een methode om oudere eigenaar-bewoners te stimuleren de eigen woning aan te passen. De methode gaat uit van een inventarisatie van de woning door de bewoner zelf, met of zonder hulp van speciaal daarvoor opgeleide vrijwilligers. Het resultaat van de inventarisatie wordt door vrijwilligers verwerkt in een persoonlijk verbeteradvies. In dit advies staat welke aanpassingen nodig zijn om ook in de toekomst veilig en comfortabel te kunnen blijven wonen in de eigen woning. In een advies is ook een indicatie van de kosten opgenomen. Blijvend thuis in eigen huis is een product van Stichting Zet (voorheen BOZ). Het product is met name binnen gemeenten in de provincie Noord Brabant uitgezet.
  
- Verzilverd Wonen  
Concept ontwikkeld door Torenstad Verzilverd Wonen. De bewoner verkoopt de eigen woning aan een woningcorporatie, ontvangt de koopsom en blijft zonder woonlasten in de eigen vertrouwde omgeving wonen, zolang men dat wenst. De woningcorporatie onderhoudt de woning vakkundig volgens normale onderhoudstermijnen. Afhankelijk van bijvoorbeeld leeftijd, de marktwaarde van de woning en de toekomstwensen ontvangt de bewoner de koopsom. Torenstad bemiddelt bij de transactie tussen bewoner en lokale corporatie. Onderdeel van deze transactie is een woningtest gericht op het langer zelfstandig kunnen blijven wonen. Eventuele woningaanpassingen die uit deze test volgen worden verrekend in de koopsom.
  
- Seniorenthuistest  
Test ontwikkeld door de ANBO. De SeniorenThuisTest is een vragenlijst waarmee de woning op vijf aspecten onderzocht wordt: woonomgeving, veiligheid in huis, gebruiksgemak, toegankelijkheid en aanpasbaarheid. De uitslag van de test moet bewoners helpen bij de beslissing om te verhuizen of de woning aan te passen. Bewoners kunnen de SeniorenThuisTest tegen beperkte kosten bestellen via het Bondsbureau van de ANBO.
  
- Toolkit Langer wonen in eigen woning  
De toolkit 'Langer wonen in eigen woning', bestaande uit een handboek en digitale woningtest, reikt handvatten aan voor het toekomstbestendig maken van woningen voor ouderen. In eerste instantie is de toolkit ontwikkeld voor oudere eigenaar-bewoners, maar het biedt daarnaast woningcorporaties, ouderenadviseurs en gemeenten de mogelijkheid een woningverbeteradvies op maat uit te brengen, inclusief een kostenoverzicht. De thema's die centraal staan zijn 'comfort', 'veiligheid' en 'gezondheid'. Het product is in opdracht van de Stuurgroep Experimenten Volkshuisvesting ontwikkeld door advies- en ingenieursburo DHV.
  
- Website/Portal  
Website/portal waarop diensten en producten voor ouderen worden gebundeld. Inmiddels hebben veel gemeenten een digitaal zorgloket waarbij prima aangesloten kan worden. Dit digitaal zorgloket kan gebruikt worden als portal naar producten die bewoners kunnen helpen bij het bewust worden van de aanpassingsmogelijkheden (zie testen hierboven) en doorverwijzen naar (commerciële en sociale) lokale dienstverleners die zich richten op het uitvoeren van concrete woningaanpassingen. Denk hierbij aan klussendiensten, corporatie met aanpassingsservice, sociale werkvoorziening, leerwerkplekken bij ROC's.  
Aandachtspunt: Een interessante website bouwen is één ding. Maar een website moet ook gevonden worden door de doelgroep. Haak daarom zo veel mogelijk aan bij een bestaande lokale (gemeentelijke) website en de bekendheid onder de doelgroep van deze website. Dit draagt ook bij aan de helderheid richting de doelgroep (niet meerdere sites die gefragmenteerde informatie verstrekken en niet altijd naar elkaar doorverwijzen).

Naast het zelf ontwikkelen van een website zijn er veel bestaande sites waar veel informatie te vinden is over en voor de doelgroep:

- Kenniscentrum Opplussen via [www.opplussen.nl](http://www.opplussen.nl)
- KITZZ via [www.kitzz.nl](http://www.kitzz.nl)
- Kenniscentrum Wonen en Zorg via [www.kcwz.nl](http://www.kcwz.nl)
- Consument en Veiligheid via [www.veiligheid.nl](http://www.veiligheid.nl)
- Woonkeur bestaande bouw via [www.woonkeur-bb.nl](http://www.woonkeur-bb.nl)
- Vereniging Eigen Huis via [www.veh.nl](http://www.veh.nl)

#### - Informatiemarkt

Veel informatie wordt tegenwoordig digitaal verstrekt via een éénrichtingsweg (via het toetsenbord en steeds minder via menselijk contact). Niet alle ouderen kunnen hiermee voldoende uit de voeten. Met een informatiemarkt wordt dat deel van de doelgroep bereikt die behoefte hebben aan persoonlijk advies waarbij direct de vragen die men heeft worden beantwoord.

Aandachtspunten voor een informatiemarkt: type organisaties, dat vertegenwoordigd is (niet alleen 'harde' commerciële organisaties en palet aan organisaties moet traject van eerste gedachte over woningaanpassingen tot en met uitvoering en financiering bestrijken), plaats en tijdstip van de informatiemarkt (zaterdagmiddag is ook voor de doelgroep niet ideaal) en samenwerking met ouderenbond voor het bereiken van de doelgroep (mond-tot-mondreclame werkt doorgaans het beste, informatiemarkt is ook weer een ontmoetingsmoment voor de doelgroep).

#### - Folders en artikelen

Organisaties die zich in hun dienstverlening richten op woningaanpassingen, of er belang bij hebben dat bewoners langer zelfstandig blijven wonen, hebben doorgaans zelf een folder ontwikkeld of laten artikelen plaatsen. Aandachtspunten:

1. Folders gaan over het belang van woningaanpassingen voor de bewoner met een organisatieafhankelijke 'tone of voice'. Hierbij is vaak te weinig aandacht voor de subdoelgroepen die elk hun eigen achilleshiel hebben.
2. De kracht van een artikel is dat de aandacht getrokken wordt en, bij regelmatige communicatiemomenten, de aandacht vastgehouden wordt. Er zijn veel communicatiekanalen beschikbaar, denk aan krant, gemeentebblad, blad ouderenbond, folders lokale bouwmarkt etc.

#### - Klussendienst

Een geregisseerde klussendienst (stichting Welzijn, sociale werkvoorziening, ROC, praktijkschool, dienst corporatie) of een commerciële klussendienst (lokale aannemers en installateurs). Het is mogelijk om tot afspraken voor normbedragen te komen voor woningaanpassingen en deze afspraken richting de bewoners kenbaar te maken. Een aantal digitale testen geeft al kosteninformatie, echter deze prijzen zijn gebaseerd op landelijke normen. Beter is om deze prijzen af te stemmen op de lokale markt (producten bieden hier doorgaans wel de ruimte voor). Aardig is om themagerichte aanpassingen aan te bieden gekoppeld aan een uitvoerende instantie waardoor de aanpassingen tegen lagere kosten zouden kunnen worden aangeboden.

#### - Ambassadeurs

Prominenten onder de doelgroep die achter het gedachtegoed staan en dit gedachtegoed willen verspreiden onder de doelgroep. Denk aan voordrachten bij bijeenkomsten, aanpassen van de eigen woning en deze openstellen voor belangstellenden (eerst zien en dan geloven). Of gewoon aan de koffietafel bij de bingoavond. Ambassadeurschap is op basis van vrijwilligheid en bezieling. Het werven van ambassadeurs kan goed via de ouderenbond en kerkgenootschap.

- Subsidieregeling

Een regeling waarbij de gemeente de bewoner tegemoet komt in de gemaakte kosten ten behoeve van aanpassingen. Dergelijke regelingen zijn door gemeenten opgezet. Aandachtspunten hierbij zijn:

1. geen koppelconstructie in de vorm van uitvoeren van een totaalpakket aan aanpassingen om in aanmerking te komen voor een vergoeding;
2. vergoeding moet voldoende aantrekkelijk zijn. Moet men te veel moeite doen, dan is het niet interessant (de subsidie weegt niet meer op tegen bijvoorbeeld 'het papierwerk');
3. geen ingewikkelde procedures, laat bewoners niet lang op de subsidie wachten. Kan de gemeente de procedure niet vereenvoudigen, zorg dan voor begeleiding bij het doorlopen van de procedure (van woningopname tot aan uitkeren subsidie).

- Ouderenadviseur

In te zetten via stichting Welzijn. Richten zich met name op de sociale aspecten van het ouder worden, maar kunnen hun advieswerk prima verbreden naar ook de bouwkundige aspecten, inclusief het realiseren van aanpassingen. Voor een stichting Welzijn is het van belang dat grootschalige ondersteuning budgettair is afgedekt en zijn hierin afhankelijk van de gemeentelijke budgetten. In de praktijk wordt bij beperkt budget gewerkt met vrijwilligers die zijn bijgeschoold in de bouwkundige aspecten van het woningadvies.

- Kinderen

Een belangrijke doelgroep waar meer aandacht voor komt (website en reclamespot [www.laatjeoudersnietvallen.nl](http://www.laatjeoudersnietvallen.nl)), inmiddels ook de 'laat je ouders niet vallen-dag'). De vergrijzing en de financiële gevolgen voor de zorgverlening (noodgedwongen versobering zorgpakket door oplopende kosten) zal ertoe kunnen leiden dat ouders meer een beroep gaan doen op de kinderen. Kinderen hebben er dus belang bij dat ouders gezond oud worden. Preventieve woningaanpassingen dragen hier een steentje aan bij. Kinderen kunnen ouders stimuleren om de woning aan te passen, of zelf financieel bijdragen. Via woonmagazines, lifestyle magazines etc. artikelen laten plaatsen over gezond oud worden voor ouders. Ook de huisarts kan een rol spelen. Zeker in kleinere gemeenschappen is dit een goede ingang naar de kinderen.

Wie

Beleidsmedewerker RO / Volkshuisvesting  
Communicatiemedewerker


**C2b****VOORBEELDMATERIAAL**

Doel : informeren over beschikbaar voorbeeldmateriaal

Toelichting

Wat : beschrijving van de actie

Waarom : gewenst effect van de actie

Wie : mogelijke betrokkenen / beslissers

Check : vastleggen van eigen voortgang ( V of X = gemotiveerd 'actie uitgevoerd' of 'niet uitgevoerd')



: verwijzing naar kanskaart 'Handreiking opplussen woningen van oudere eigenaar-bewoners'

**C2b****Goed voorbeeld doet volgen****Check****V****X**

Wat Gebruik maken van materiaal dat al is ontwikkeld


Waarom Door gebruik te maken van bestaand materiaal kan relatief snel winst worden geboekt.

Toelichting

*Er is al veel materiaal ontwikkeld voor de doelgroep oudere eigenaar bewoners. Voorbeeld hiervan zijn:*

- *Handreiking Opplussen woningen van oudere eigenaar-bewoners omvat:*

1. *overzicht mogelijke aanpassingen aan woongebouw en woning*

2. *voorbeeld stimuleringsregeling Opplussen*

3. *artikelgewijze toelichting voorbeeld-verordening stimuleringsregeling voor Opplussen*

4. *voorbeeld vragenlijst voor bewoners*

- *informatieve folder over Opplussen van VROM (gratis te downloaden via [www.vrom.nl/seniorenwoontest](http://www.vrom.nl/seniorenwoontest))*

- *informatieve folder over Opplussen van het kenniscentrum Opplussen. Deze folder is te verkrijgen via [www.opplussen.nl](http://www.opplussen.nl) (op aanvraag)*

Wie Beleidsmedewerker RO / Volkshuisvesting  
Communicatiemedewerker




## Tips bij het invullen

- detailniveau* : Bepaal vooraf op welk niveau de gegevens verzameld gaan worden. Een en ander zal afhankelijk zijn van de beschikbaarheid. Hoe gedetailleerder het niveau, des te gericht kan het project worden ingezet. De voorkeur gaat uit naar buurtniveau onder de voorwaarde dat op het gekozen niveau zowel de gegevens over de woningvoorraad als de gegevens over de bevolking beschikbaar zijn.
- invullen* : Maak alleen gebruik van de witte cellen. In het overzicht zijn berekeningen opgenomen waarmee percentages en totalen worden weergegeven.
- : Analyseer de gegevens en trek deelconclusies; vermeld deze in het overzicht ten behoeve van de totale conclusie (zie voor meer informatie onderdeel B2)

Kies: Buurt / Wijk / Kern / Gemeente

B1a / Woning en Woonomgeving

Voorraad	gebied		gebied		gebied		gebied		gebied		Totaal	
- grondgebonden	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	5	100%
- gestapeld met/zonder lift	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
- onbekend	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
- totaal (abs.)	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	5	100%
Analyse - aantekeningen	-											
Deelconclusie	-											
Nog uit te zoeken	-											
Eigendom	gebied		gebied		gebied		gebied		gebied			
- huur (%)	0	%	0	%	0	%	0	%	0	%		
- koop (%)	0	%	0	%	0	%	0	%	0	%		
- aanwezigheid VvE												
Analyse - aantekeningen	-											
Deelconclusie	-											
Nog uit te zoeken	-											
Bouwjaar	gebied		gebied		gebied		gebied		gebied		Totaal	
- tot 1965	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	5	100%
- 1965 tot 1998	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
- na 1998	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
- totaal (abs.)	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	5	100%
Analyse - aantekeningen	-											
Deelconclusie	-											
Nog uit te zoeken	-											

Voorzieningen		gebied		gebied		gebied		gebied		gebied			
- winkel													
- huisarts													
- openbaar vervoer													
- welzijn													
- zorg													
Analyse - aantekeningen	-												
	-												
	-												
Deelconclusie	-												
Nog uit te zoeken	-												
Overig		gebied		gebied		gebied		gebied		gebied			
- woonzorgzone													
- woonmilieu biedt kans													
- woningverbetering													
- Opplussen (corporatie)													
- .....(zelf invullen)													
Analyse - aantekeningen	-												
	-												
	-												
Deelconclusie	-												
Nog uit te zoeken	-												

**B1b / Bewoners**

Demografische opbouw	gebied	gebied	gebied	gebied	gebied	gebied	gebied	Totaal				
< 55 jaar	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	5	100%
55 - 65 jaar	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
65 - 75 jaar	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
> 75 jaar	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
totale bevolking	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	5	100%
totaal >55 jaar	0		0		0		0		0		0	
% > 55 jaar van totale bevolking	0%		0%		0%		0%		0%		0%	
<i>Analyse - aantekeningen</i>	-											
-												
-												
<i>Deelconclusie</i>	-											
<i>Nog uit te zoeken</i>	-											
Zorgconsumptie	gebied	gebied	gebied	gebied	gebied	gebied	gebied					
- huishoudelijke zorg												
- huisarts												
- maatschappelijke zorg												
- welzijn												
<i>Analyse - aantekeningen</i>	-											
-												
-												
<i>Deelconclusie</i>	-											
<i>Nog uit te zoeken</i>	-											
Betrokkenheid	gebied	gebied	gebied	gebied	gebied	gebied	gebied					
- bewonersorganisatie												
- belangenorganisatie												
- wijkraden												
<i>Analyse - aantekeningen</i>	-											
-												
-												
<i>Deelconclusie</i>	-											
<i>Nog uit te zoeken</i>	-											
Sociaal economische status	gebied	gebied	gebied	gebied	gebied	gebied	gebied					
gemiddeld inkomen per inwoner												
<i>Analyse - aantekeningen</i>	-											
-												
-												
<i>Deelconclusie</i>	-											
<i>Nog uit te zoeken</i>	-											

**B1c / Markt**

<u>Samenwerkingspartners</u>		gebied		gebied		gebied		gebied		gebied
- corporatie										
- ouderenorganisatie										
- welzijnsorganisatie algemeen										
- welzijnsorganisatie ouderen										
- zorgorganisatie										
- ..... (zelf invullen)										
<i>Analyse - aantekeningen</i>	-									
	-									
	-									
<i>Deelconclusie</i>	-									
<i>Nog uit te zoeken</i>	-									
<u>Lopende projecten</u>		gebied		gebied		gebied		gebied		gebied
- ..... (zelf invullen)										
- ..... (zelf invullen)										
- ..... (zelf invullen)										
- ..... (zelf invullen)										
- ..... (zelf invullen)										
<i>Analyse - aantekeningen</i>	-									
	-									
	-									
<i>Deelconclusie</i>	-									
<i>Nog uit te zoeken</i>	-									

Kansenoverzicht		Toelichting kans	Strategie	Prioritering		Budget	
				B2	B3	Gewenst	Beschikbaar
.....							

## Tips bij het invullen

detailniveau

: Bepaal vooraf op welk niveau de gegevens verzameld gaan worden. Een en ander zal afhankelijk zijn van de beschikbaarheid. Hoe gedetailleerder het niveau, des te gericht kan het project worden ingezet. De voorkeur gaat uit naar buurniveau onder de voorwaarde dat op het gekozen niveau zowel de gegevens over de woningvoorraad als de gegevens over de bevolking beschikbaar zijn.

invullen

: Maak alleen gebruik van de witte cellen. In het overzicht zijn berekeningen opgenomen waarmee percentages en totalen worden weergegeven.  
 : Analyseer de gegevens en trek deelconclusies; vermeld deze in het overzicht ten behoeve van de totale conclusie (zie voor meer informatie onderdeel B2)

Kies: Buurt / Wijk / Kern /  
Gemeente

### B1a / Woning en Woonomgeving

Voorraad	gebied		gebied		gebied		gebied		gebied		Totaal	
- grondgebonden	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	5	100%
- gestapeld met/zonder lift	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
- onbekend	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
- totaal (abs.)	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	5	100%
Analyse - aantekeningen	-		-		-		-		-			
Deelconclusie	-		-		-		-		-			
Nog uit te zoeken	-		-		-		-		-			
Eigendom	gebied		gebied		gebied		gebied		gebied			
- huur (%)	0	%	0	%	0	%	0	%	0	%		
- koop (%)	0	%	0	%	0	%	0	%	0	%		
- aanwezigheid VvE												
Analyse - aantekeningen	-		-		-		-		-			
Deelconclusie	-		-		-		-		-			
Nog uit te zoeken	-		-		-		-		-			
Bouwjaar	gebied		gebied		gebied		gebied		gebied		Totaal	
- tot 1965	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	5	100%
- 1965 tot 1998	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
- na 1998	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
- totaal (abs.)	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	5	100%
Analyse - aantekeningen	-		-		-		-		-			
Deelconclusie	-		-		-		-		-			
Nog uit te zoeken	-		-		-		-		-			

Voorzieningen		gebied		gebied		gebied		gebied		gebied			
- winkel													
- huisarts													
- openbaar vervoer													
- welzijn													
- zorg													
Analyse - aantekeningen	-												
	-												
	-												
Deelconclusie	-												
Nog uit te zoeken	-												
Overig		gebied		gebied		gebied		gebied		gebied			
- woonzorgzone													
- woonmilieu biedt kans													
- woningverbetering													
- Opplussen (corporatie)													
- .....(zelf invullen)													
Analyse - aantekeningen	-												
	-												
	-												
Deelconclusie	-												
Nog uit te zoeken	-												

**B1b / Bewoners**

Demografische opbouw	gebied		gebied		gebied		gebied		gebied		Totaal	
< 55 jaar	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	5	100%
55 - 65 jaar	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
65 - 75 jaar	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
> 75 jaar	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
totale bevolking	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	1	100%	5	100%
totaal >55 jaar	0		0		0		0		0		0	
% > 55 jaar van totale bevolking	0%		0%		0%		0%		0%		0%	
Analyse - aantekeningen	-											
	-											
	-											
Deelconclusie	-											
Nog uit te zoeken	-											
Zorgconsumptie	gebied		gebied		gebied		gebied		gebied			
- huishoudelijke zorg												
- huisarts												
- maatschappelijke zorg												
- welzijn												
Analyse - aantekeningen	-											
	-											
	-											
Deelconclusie	-											
Nog uit te zoeken	-											
Betrokkenheid	gebied		gebied		gebied		gebied		gebied			
- bewonersorganisatie												
- belangenorganisatie												
- wijkraden												
Analyse - aantekeningen	-											
	-											
	-											
Deelconclusie	-											
Nog uit te zoeken	-											
Sociaal economische status	gebied		gebied		gebied		gebied		gebied			
gemiddeld inkomen per inwoner												
Analyse - aantekeningen	-											
	-											
	-											
Deelconclusie	-											
Nog uit te zoeken	-											



**B1c / Markt**

<u>Samenwerkingspartners</u>		gebied		gebied		gebied		gebied		gebied
- corporatie										
- ouderenorganisatie										
- welzijnsorganisatie algemeen										
- welzijnsorganisatie ouderen										
- zorgorganisatie										
- ..... (zelf invullen)										
<i>Analyse - aantekeningen</i>	-									
	-									
<i>Deelconclusie</i>	-									
<i>Nog uit te zoeken</i>	-									
<u>Lopende projecten</u>		gebied		gebied		gebied		gebied		gebied
- ..... (zelf invullen)										
- ..... (zelf invullen)										
- ..... (zelf invullen)										
- ..... (zelf invullen)										
- ..... (zelf invullen)										
<i>Analyse - aantekeningen</i>	-									
	-									
	-									
<i>Deelconclusie</i>	-									
<i>Nog uit te zoeken</i>	-									

Kansenoverzicht		Toelichting kans	Strategie	Prioritering		Budget	
				B2	B3	Gewenst	Beschikbaar
.....							

**Oost west, Thuis best**

**Projectvoorstel Opplussen eigen woningbezit**

**gemeente .....**

Opgesteld door :

Versiedatum :

## Projectvoorstel

### Algemeen

Naam project :  
Opdrachtgever :  
Budgethouder :  
Projectleider :

### Uitdaging

Aanleiding : *beschrijving van de context en aanleiding voor het projectvoorstel. In de startnotitie 'Oost west, thuis best; Opplussen eigen woningbezit' (zie fase A) is een algemeen beeld geschetst voor de provincie Noord-Holland. In het projectvoorstel kan dit algemene beeld worden verfijnd naar de lokale situatie. Gebruik hierbij de verzamelde gegevens van met name de scan B1a (bijvoorbeeld informatie over de opbouw woningvoorraad, percentage eigen woningbezit en inzicht in de vergrijzing).*

Inhoudelijk : *beschrijving van de resultaten van de drie scans uit het Keuzemodel (drie scans deel B)*

Bevindingen : *algemene conclusie naar aanleiding van het resultaat van het Keuzemodel, de opmaat voor een projectplan.*

### Ambitie en doelen

Probleemdefiniëring : *beschrijf probleem, zie ook Startnotitie*

Hoofddoelstelling : *beschrijving van de gewenste situatie, met andere woorden: wat moet het project opleveren?*

Activiteiten : *benoem informerende activiteiten  
benoem stimulerende activiteiten  
benoem adviserende activiteiten*

Resultaat : *wat is het resultaat als het project klaar is (meetbaar en niet meetbaar).*

Budgetindicatie : *optelling van indicatie, zie B3 en Kansenoverzicht Verzamelblad Keuzemodel*

### Risico-analyse

Gevolgen uitblijven actie : *wat is het risico als geen actie wordt ondernomen?*

Valkuilen en knelpunten : *benoemen en gevolgen voor het project aangeven*

### Randvoorwaarden

Intern : *samengaan met andere trajecten gemeente, budgetbeperkingen*

Extern : *medewerking van externe partijen*

### Draagvlak

Intern :  
Extern :

### Tijdspad

Uitwerken projectplan :  
Start project :  
Afronding project :

Akkoord	:	Datum
Naam	:	

**Oost west, Thuis best**

**Projectplan Opplussen eigen woningbezit**

**gemeente .....**

Opgesteld door :  
Versiedatum :

## Inhoudsopgave

- A    **Uitdaging, ambities en doelen**
- B    **Projectaanpak**
- C    **Activiteitenkaarten**
- | D    **Communinicatieplan**
- E    **Bijlagen**

## A Uitdaging, ambities en doelen

### A1 Uitdaging

---

Context : *zie projectvoorstel*  
Hoofddoelstelling : *zie projectvoorstel*

Naam project :  
Opdracht :  
Opdrachtgever :  
Budgethouder :  
Projectleider :

### A2 Ambities en doelen

---

Activiteit 1 : *titel*  
omschrijving *korte omschrijving*  
doel  
resultaat

Activiteit 2 : *titel*  
omschrijving *korte omschrijving*  
doel  
resultaat

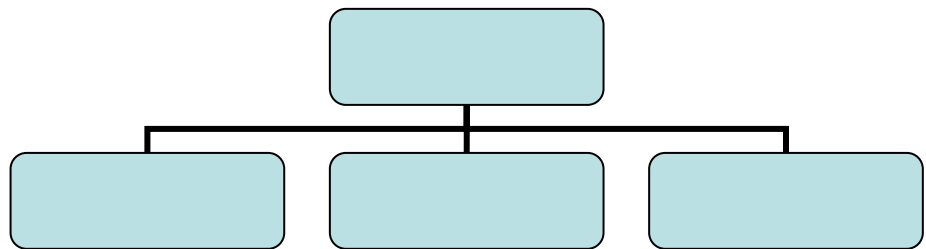
Activiteit 3 : *titel*  
omschrijving *korte omschrijving*  
doel  
resultaat

## B Projectaanpak

### B1 Projectorganisatie

---

Stuurgroep	:	<i>beschrijving</i>
Werkgroep	:	<i>beschrijving</i>
Klankbordgroep	:	<i>beschrijving</i>
Overlegstructuur	:	<i>doel</i> <i>frequentie</i> <i>deelnemers, taken en verantwoordelijkheden</i>
Projectbewaking	:	<i>wijze van voortgangsbewaking / rapportage</i>
Organogram	:	



### B2 Projectrandvoorwaarden

Communicatie	:	
Middelen	:	
Capaciteit	:	
Budget	:	



## C Activiteitenkaarten

### C.1 Activiteitenkaart 'Titel'

Projectleider	:				<i>initialen</i>
Werkgroep	:				<i>initialen</i>
Doelgroep	:	<i>overnemen uit projectvoorstel</i>			
Strategie	:	<i>overnemen uit projectvoorstel</i> <i>(keuze uit 'informerend, stimulerend en adviserend')</i>			
Werkwijze	:	<i>beschrijving van aanpak</i>			
Uitvoering risico	:				
Financieel risico	:				
Procedure risico	:				
Risico beperking	:				
Benodigd materiaal	:	omschrijving	uitgever		€ of €*
		omschrijving	uitgever		€ of €
		omschrijving	uitgever		€ of €
<b>Activiteitenplan</b>					
<b>Vorbereidingsfase</b>		<b>Omschrijving</b>	<b>Door</b>	<b>Uren</b>	<b>Kosten</b>
<i>Start: xx-xx-xxxx</i>	1		initialen		
<i>Eind: xx-xx-xxxx</i>	2		...		
	3				
	4				
		<b>Subtotaal</b>			
<b>Uitvoeringsfase</b>		<b>Omschrijving</b>	<b>Door</b>	<b>Uren</b>	<b>Kosten</b>
<i>Start: xx-xx-xxxx</i>	1				
<i>Eind: xx-xx-xxxx</i>	2				
	3				
	4				
		<b>Subtotaal</b>			
<b>Evaluatiefase</b>		<b>Omschrijving</b>	<b>Door</b>	<b>Uren</b>	<b>Kosten</b>
<i>Start: xx-xx-xxxx</i>	1				
<i>Eind: xx-xx-xxxx</i>	2				
	3				
	4				
		<b>Subtotaal</b>			
<b>Totaal benodigd budget, waarvan</b>					
- reguliere en eigen middelen gemeente				-	-
- middelen deelnemende partijen					
- subsidies					

\* € materiaal is gratis te verkrijgen  
 € materiaal is niet gratis te verkrijgen

## C.2 Activiteitenkaart 'Titel'

Projectleider	:			<i>initialen</i>
Werkgroep	:			<i>initialen</i>
Doelgroep	:	<i>overnemen uit projectvoorstel</i>		
Strategie	:	<i>overnemen uit projectvoorstel</i>		
		<i>(keuze uit 'informereren, stimuleren en adviseren')</i>		
Werkwijze	:	<i>beschrijving van aanpak</i>		
Uitvoering risico	:			
Financieel risico	:			
Procedure risico	:			
Risico beperking	:			
Benodigd materiaal	:	omschrijving	uitgever	€ of € *
		omschrijving	uitgever	€ of €
		omschrijving	uitgever	€ of €

### Activiteitenplan

Vorbereidingsfase	Omschrijving	Door	Uren	Kosten
-------------------	--------------	------	------	--------

<i>Start: xx-xx-xxxx</i>	1			initialen
--------------------------	---	--	--	-----------

<i>Eind: xx-xx-xxxx</i>	2			...
-------------------------	---	--	--	-----

	3			
--	---	--	--	--

	4			
--	---	--	--	--

#### **Subtotaal**

Uitvoeringsfase	Omschrijving	Door	Uren	Kosten
-----------------	--------------	------	------	--------

<i>Start: xx-xx-xxxx</i>	1			
--------------------------	---	--	--	--

<i>Eind: xx-xx-xxxx</i>	2			
-------------------------	---	--	--	--

	3			
--	---	--	--	--

	4			
--	---	--	--	--

#### **Subtotaal**

Evaluatiefase	Omschrijving	Door	Uren	Kosten
---------------	--------------	------	------	--------

<i>Start: xx-xx-xxxx</i>	1			
--------------------------	---	--	--	--

<i>Eind: xx-xx-xxxx</i>	2			
-------------------------	---	--	--	--

	3			
--	---	--	--	--

	4			
--	---	--	--	--

#### **Subtotaal**

<b>Totaal benodigd budget</b> , waarvan	-	-
- reguliere en eigen middelen gemeente		
- middelen deelnemende partijen		
- subsidies		

\* € materiaal is gratis te verkrijgen  
 € materiaal is niet gratis te verkrijgen

## D Communicatieplan

### D.1 Doelen en doelgroepen

---

Context	:	<i>Beschrijving</i>
Hoofddoelstelling	:	<i>Beschrijving</i>
	Kennis	: <i>wat is het gewenste kennisniveau van de doelgroep</i>
	Houding	: <i>welke verandering in houding ten aanzien van het onderwerp dient bereikt te worden</i>
	Gedrag	: <i>wat is het gewenste gedrag</i>
Doelgroepen intern	:	<i>Gemeente; partners WWZ; Wmo-projectleiding; een-loket</i>
Doelgroepen extern	:	<i>Intermediairen (o.a. huisartsen, <u>z</u>orgbelang); Seniorenraad, Gehandicaptenraad, VAC, Wijkraden, Ouderenbonden; Middenstand; Lokale pers</i>

### D.2 Communicatieboodschap, communicatiekanaal en communicatiemiddel

---

Activiteit 1 : Titel  
doel  
boodschap  
kanaal  
middel

Activiteit 2 : titel  
doel  
boodschap  
kanaal  
middel

Activiteit 3 : titel  
doel  
boodschap  
kanaal  
middel

### D3 Budget

---

Activiteit 1 : €  
Activiteit 2 : €  
Activiteit 3 : €

### D4 Toelichting communicatiemiddelen

---

Communicatiemiddel omschrijving  
*wat te bereiken*  
*hoe te bereiken*  
*waarmee te bereiken*  
*welke acties*

---

Communicatiemiddel omschrijving  
*wat te bereiken*  
*hoe te bereiken*  
*waarmee te bereiken*  
*welke acties*

## **E Bijlagen**

1. Omschrijving
2. Omschrijving
3. ....