



## BIJLAGE 6 BEOORDELINGSCRITERIA

Doelstellingen	Beleidsresultaten	Beoordelings-indicatoren	Plan van aanpak wordt beoordeeld op:	Max. aantal punten
<b>D1: Netwerkversterking en ondersteuning</b>	1.1: Mantelzorgers kunnen terugvallen op ondersteuning vanuit hun eigen netwerk.	BI 1.1: De aanvrager geeft het ambitieniveau aan.	Hoe worden mantelzorgers voldoende ondersteund in het eigen netwerk. Beoogd aantal mantelzorgers per jaar dat hiermee wordt geholpen.	<b>12</b>
	1.2: Organisaties die te maken hebben met mantelzorgers kennen elkaar goed, werken nauw samen en zorgen dat elke hulpvraag bij de juiste organisatie terecht komt.	BI 1.2: Trainingen voor organisaties hoe om te gaan met mantelzorgers, erkenning en signaleerfunctie.	Hoe worden de organisaties bereikt en behoeften gesignaleerd. Voor welke thema's worden trainingen georganiseerd en welke accenten worden daarbij gelegd.	
	1.3: Mantelzorgers met (dreigende) overbelasting weten waar zij terecht kunnen met hun hulpvraag en krijgen passende ondersteuning.	BI 1.3: PR-strategie van de aanvrager.	Hoe wordt de bekendheid van de steunfunctie mantelzorg op een vernieuwende en effectieve wijze versterkt. nieuwe, innovatieve verder versterkt, onder zowel onder inwoners/ mantelzorgers als partners in het brede werkveld.	
<b>D2: Moeilijk bereikbare mantelzorgers</b>	2.1: Jonge mantelzorgers zijn in beeld, krijgen erkenning van hun omgeving (ook van leeftijdsgenoten) en worden passend en naar behoefte ondersteund.	BI 2.1: Beoogde strategie om meer jonge mantelzorgers in beeld te krijgen en te bereiken. En de cliënttevredenheid onder jonge mantelzorgers.	Hoe wordt bij jonge mantelzorgers de bewustwording gecreëerd dat ze een jonge mantelzorg zijn. Welke acties worden ondernomen zodat jonge mantelzorgers beter worden (h)erkend. Hoe	<b>12</b>

			worden jonge mantelzorgers ondersteund.	
	2.2: Mantelzorgers met niet-westerse achtergrond zijn in beeld, krijgen erkenning van hun omgeving en worden passend en naar behoefte ondersteund.	BI 2.2: Beoogde strategie om meer mantelzorgers met niet-westerse achtergrond in beeld te krijgen en te bereiken, om bij hen en hun omgeving de bewustwording te creëren dat ze een mantelzorger zijn.	Hoe worden mantelzorgers met een niet-westerse achtergrond effectief bereikt en ondersteund. Wat is de ambitie van de aanvrager daarbij.	
<b>D3: Mantelzorg vriendelijk werkgeverschap</b>	3.1: Werkgevers hebben specifiek (bewust) mantelzorg-vriendelijk personeelsbeleid.	BI 3.1: Beoogde strategie om werkgevers mantelzorgvriendelijk personeelsbeleid te laten implementeren.	Hoe worden werkgevers gestimuleerd om gericht en effectief hun mantel zorgende medewerkers te ondersteunen in/vanuit hun werksituatie.	<b>12</b>
<b>D4: Respijtzorg en respijtvrijwilligers</b>	4.1 De behoefte aan respijtzorg bij mantelzorgers is in beeld.	BI 4.1: Campagne met als aandachtspunten: Toegankelijkheid, preventie, maatwerk en afstemming op andere vormen van zorg.	Hoe worden op een aansprekende en aantrekkelijke manier de respijtzorg-mogelijkheden breed bij mantelzorgers onder de aandacht gebracht.	<b>12</b>
	4.2: Er is een divers, sluitend en bij mantelzorgers en organisaties bekend aanbod aan vormen respijtzorg. Daarbij worden de mantelzorgers en/of hun zorgvragers toe geleid naar de meest passende vorm van respijtzorg.	BI 4.2: Aantal en soort acties die zijn ondernomen met betrekking tot positieve bekendheid van de diverse vormen respijtzorg.	Hoe worden de bestaande respijtzorg-mogelijkheden, maar ook de eventuele hiaten in dat aanbod, zo volledig mogelijk in kaart gebracht. Welke maatregelen zijn volgens de aanvrager nodig om veelal latente behoefte onder mantelzorgers aan	

			respijtzorg om te zetten in daadwerkelijk gebruik.	
	4.3: De inzet van respijtvrijwilligers is een volwaardig onderdeel van het brede aanbod respijtzorg.	BI 4.3: Gerichte campagne om respijtzorg via de inzet van vrijwilligers te stimuleren.	Hoe wordt de inzet van respijtvrijwilligers gestimuleerd. Hoe en door wie worden die vrijwilligers geworven, opgeleid en ondersteund. Wat is de ambitie van de aanvrager daarbij.	
<b>D5: Jaarlijkse Mantelzorgwaardering en -enquête</b>	5.1: Mede dankzij een effectieve ondersteuning aan de gemeenten bij de uitvoering van de jaarlijkse mantelzorgwaardering, worden elk jaar meer nieuwe mantelzorgers bereikt.	BI 5.1: Effectieve communicatie-campagne omtrent de jaarlijkse mantelzorgwaardering, waarbij de aanvrager aangeeft wat het beoogde bereik is.	Hoe worden de gemeenten ondersteund bij de jaarlijkse mantelzorgwaardering. Hoe draagt de aanvrager bij aan een zo groot mogelijk bereik onder met name de nog niet bij gemeenten en aanvrager in beeld zijnde mantelzorgers.	<b>12</b>
	5.2: Onder alle aanvragers van de mantelzorgwaardering wordt de jaarlijkse mantelzorgenquête gehouden.	BI 5.2: Jaarlijks wordt de enquête opgesteld c.q. bijgesteld, uitgevoerd en verwerkt in een eindrapportage aan de gemeenten.	Hoe wordt de enquête uitgevoerd en wat zijn de ambities daarbij qua opbrengst en bereik.	
<b>D6: Mantelzorgconsulent in het Sociaal team/ Integrale toegang in Beverwijk resp. het Serviceplein in Heemskerk</b>	6.1: Dankzij de inbreng van de mantelzorgconsulent in de Integrale toegang wordt in alle cliëntcontacten actief aandacht besteed aan het welbevinden en de eventuele ondersteuningsbehoefte van de mantelzorger.	BI 6.1: In elk van beide gemeenten wordt de mantelzorgconsulent minimaal 10 uur per week ingezet in de Integrale toegang. Diens specialistische inbreng is gericht op kennisdeling en deskundigheidsbevordering, deelname aan het casuïstiekoverleg en de algehele versterking van de positie van mantelzorgers.	Hoe zorgt de aanvrager ervoor dat alle betrokken partners in de Integrale toegang een mantelzorg-inclusieve werkwijze hanteren, waardoor niet alleen de zorgvrager maar ook de mantelzorger de aandacht en ondersteuning krijgt die nodig is.	<b>12</b>

<b>Casus:</b>	Zie casusomschrijving (bijlage 10) en subsidietender 3.4 Beoordelingscriteria			<b>28</b>