



Mantelfoon

Klanttevredenheidsonderzoek 2025

Auteurs: Renée Beune, Tara Hof & Tristan Hulkenberg

Juni 2025

Renée Beune
rbeune@dsp-groep.nl

Tara Hof
thof@dsp-groep.nl

Tristan Hulkenberg
thulkenberg@dsp-groep.nl

Inhoudsopgave

1. Inleiding	1
2. De klanten van Mantelfoon.....	2
3. Bekendheid, vindbaarheid en bereikbaarheid	3
4. Reden van gebruik Mantelfoon	5
5. Waardering en opbrengst.....	6
6. Kwaliteit dienstverlening.....	7
7. Gebruik Mantelfoon in de toekomst	10
8. Conclusies en aanbevelingen	11
9. Bijlage: vragenlijst telefonische interviews	13

1. Inleiding

Mantelfoon & mantelzorgers

Rotterdam telt ruim 106.000 mantelzorgers, mensen die – veelal dagelijks – zorgen voor een naaste of een bekende. Het gemeentebestuur van Rotterdam vond het daarom noodzakelijk om een steunpunt te ontwikkelen om mantelzorgers te ontlasten.¹ Onder uitvoering van wmo radar en De ZorgCentrale (beide onderdeel van Incluzio) is in 2020 Mantelfoon opgericht; een telefonisch steunpunt voor mantelzorgers en professionals dat 24 uur per dag bereikbaar is via het gratis telefoonnummer 0800 – 777 3333.

Wanneer een mantelzorger Mantelfoon belt, krijgt diegene een medewerker van de frontoffice aan de telefoon met een achtergrond in de zorg. De mantelzorger kan diens verhaal kwijt en de medewerker luistert met aandacht. In sommige gevallen is dit voldoende, in andere gevallen hebben mantelzorgers meer ondersteuning nodig. Op dat moment wordt het telefoontje doorgestuurd naar de backoffice van Mantelfoon, waar mantelzorgcoaches, met brede expertise, de mantelzorger verder begeleiden en eventueel doorverwijzen naar de juiste organisatie.

Klanttevredenheidsonderzoek 2025

Om de kwaliteit van haar dienstverlening te behouden en te verbeteren, laat Mantelfoon op frequente basis een klanttevredenheidsonderzoek uitvoeren. Mantelfoon gebruikt de term 'klanten' voor personen die bellen met een direct verzoek om ondersteuning, zoals praktische hulp of een luisterend oor. Meestal zijn dit mantelzorgers zelf, maar ook mantelzorgontvangers en derden nemen contact op. In 2025 heeft voor de derde keer een klanttevredenheidsonderzoek plaatsgevonden. Het onderzoek is uitgevoerd in opdracht van wmo radar, door onderzoeksbureau DSP-groep. Dit rapport presenteert de resultaten.

Methode

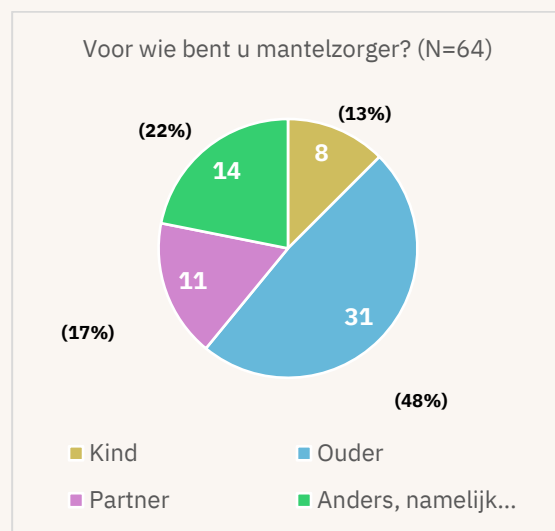
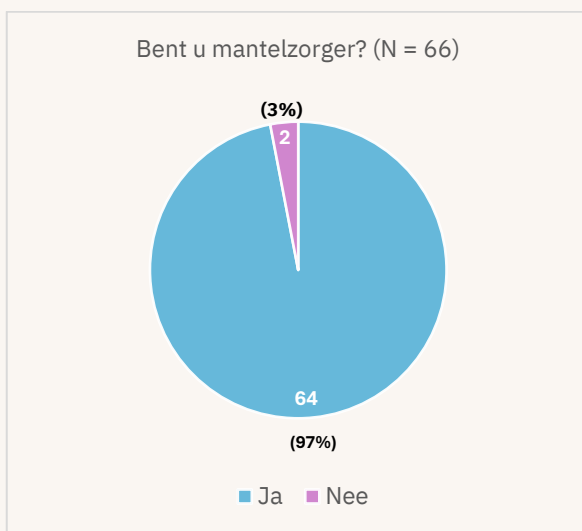
Het doel van het onderzoek was om de ervaringen en tevredenheid van mantelzorgers die in 2024 contact hebben gehad met Mantelfoon op te halen. Via de nieuwsbrief en via direct contact met de mantelzorgcoaches zijn mantelzorgers uitgenodigd om deel te nemen. De personen die wilden deelnemen zijn in februari, maart en april 2025 telefonisch benaderd door DSP-groep voor een kort interview. De interviews duurden gemiddeld 15 minuten, waarin een gestandaardiseerde vragenlijst werd afgenomen die bestond uit open en gesloten vragen. De vragenlijst is te vinden in de bijlage. De onderzoekers hebben 93 potentiële deelnemers gebeld, waarvan zij 66 klanten hebben geïnterviewd. Als bedankje voor deelname ontvingen deelnemers een cadeaubon van 25 euro.

¹ <https://mantelfoon.nl/over-mantelfoon/>, geraadpleegd 24-9-2024.

2. De klanten van Mantelfoon

Vooraf mantelzorgers zelf, die vooral voor partners en ouders zorgen

De klanten die zijn geïnterviewd, zijn nagenoeg allemaal mantelzorgers: 64 van de 66 deelnemers (97%). Eén deelnemer is mogelijk aankomend mantelzorger voor diens partner en had contact gehad met Mantelfoon om zich hierover te informeren. Een andere deelnemer ontvangt zelf mantelzorg van diens partner. Ongeveer de helft (31 van de 66 klanten) van de mantelzorgers biedt zorg aan een ouder, 11 van de 66 klanten (17%) aan een partner, 8 van de klanten (13%) aan een kind en 14 klanten (22%) aan iemand anders. Dit varieert van een buur, kennis, een broer/zus, zwager/schoonzus, grootouder(s), tot een vriend(in), een ex-collega, schoonouder(s) en ooms en tantes.

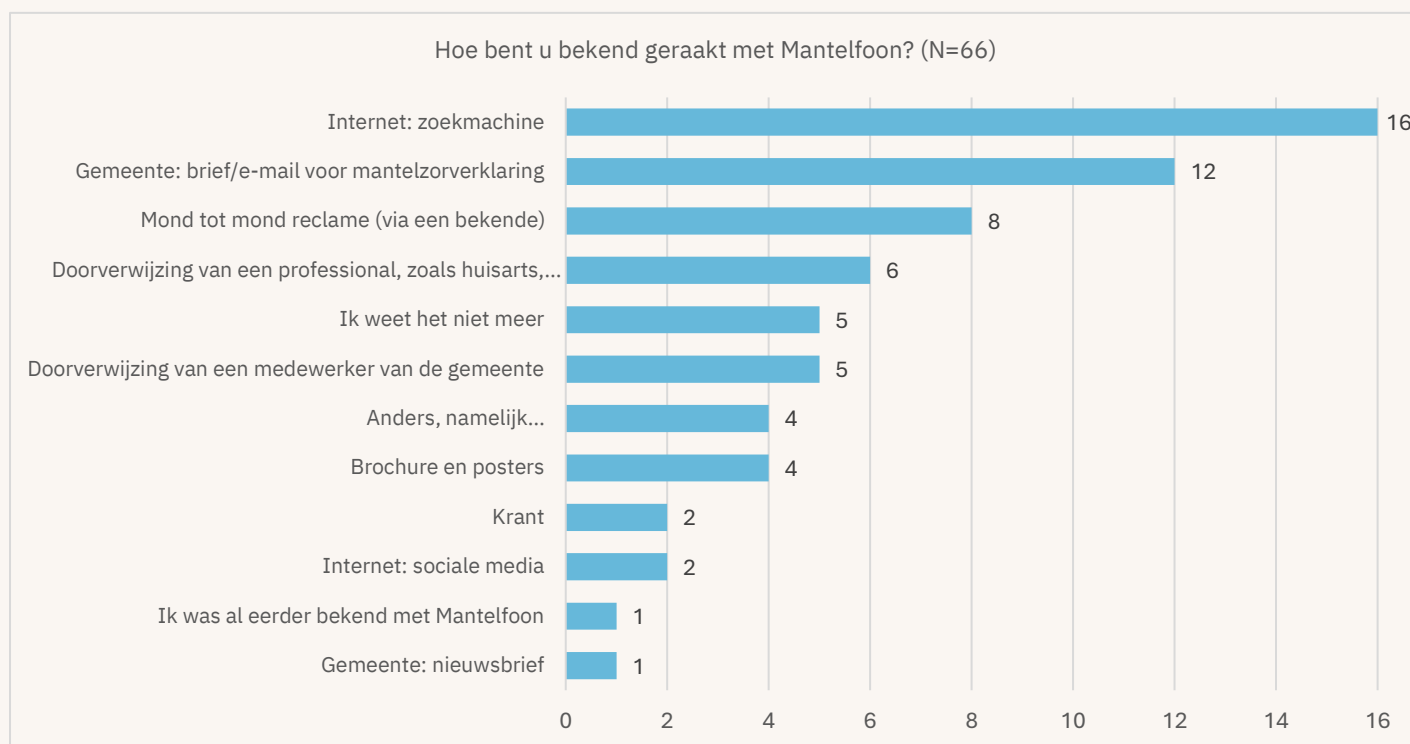


3. Bekendheid, vindbaarheid en bereikbaarheid

Bekendheid Mantelfoon vooral via zoeken op internet en brief gemeente

De meeste klanten, namelijk 16 van de 66 (24%), zijn via internet (zoekmachine) bij Mantelfoon terecht gekomen. De volgende meest voorkomende manier waarop men Mantelfoon gevonden heeft, is via een brief/e-mail betreffende de mantelzorgverklaring van de gemeente, dit geldt voor 12 van de 66 klanten (18%).

Verdere manieren waarop klanten bekend zijn geworden met Mantelfoon zijn mond tot mondreclame via een bekende (8 klanten, 12%), op doorverwijzing van een professional zoals de huisarts (6 klanten, 9%), op doorverwijzing van een medewerker van de gemeente (5 klanten, 8%), via brochures en posters (4 klanten, 6%), via de krant (2 klanten, 3%) en sociale media (2 klanten, 3%). Er werden nog enkele andere bronnen van bekendheid met Mantelfoon genoemd. Eén persoon noemde een folder, één persoon noemde hetzheimercafé, één persoon noemde een activiteit in het kader van de Dag van de mantelzorg in een buurthuis en één persoon noemde mond- tot mondreclame via onbekenden, namelijk personen waarmee diegene in gesprek raakte in de bibliotheek.



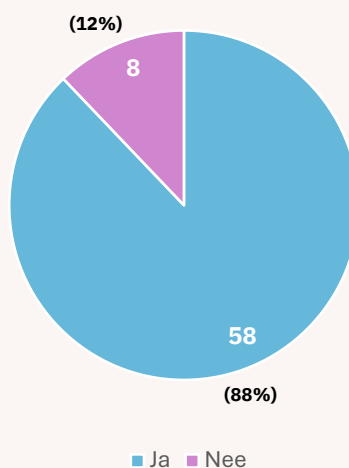
Vindbaarheid Mantelfoon is goed, nog enkele suggesties voor meer zichtbaarheid

58 van de 66 klanten (88%) vindt Mantelfoon goed vindbaar. 8 klanten (12%) vinden dat niet, zij vinden bijvoorbeeld dat je wel vaardig moet zijn met internet om het te vinden en denken dat zij er niet mee bekend waren geweest als ze er niet via over hadden gehoord. Een klant zegt bijvoorbeeld:

“Ik ben het toevallig tegengekomen. Ik heb lang gezocht naar verschillende informatie en via verschillende informatiepunten, dus echt heel makkelijk te vinden en bekend is het niet”.

Een andere klant doet de suggestie om meer reclame voor Mantelfoon te maken.

Vindt u Mantelfoon goed vindbaar? (N=66)

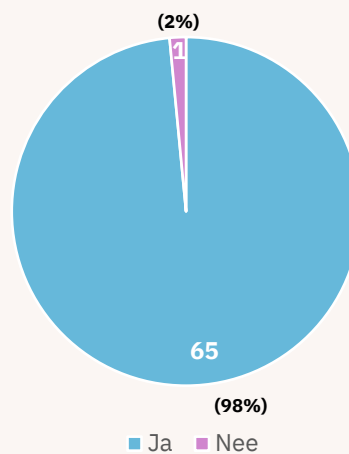


Bereikbaarheid als zeer positief beoordeeld

65 van de 66 klanten (99%) vond Mantelfoon goed bereikbaar. Slechts één klant vond dat niet. Die legde diens antwoord als volgt uit:

“Er werd wel gelijk opgenomen, maar er was niet iemand direct beschikbaar die kon helpen. Hierdoor werd ik later teruggebeld, wel dezelfde dag. Niet heel goed bereikbaar dus”.

Vindt u Mantelfoon goed bereikbaar? (N=66)



4. Reden van gebruik Mantelfoon

Hoofdrede gebruik Mantelfoon is zoektocht naar informatie

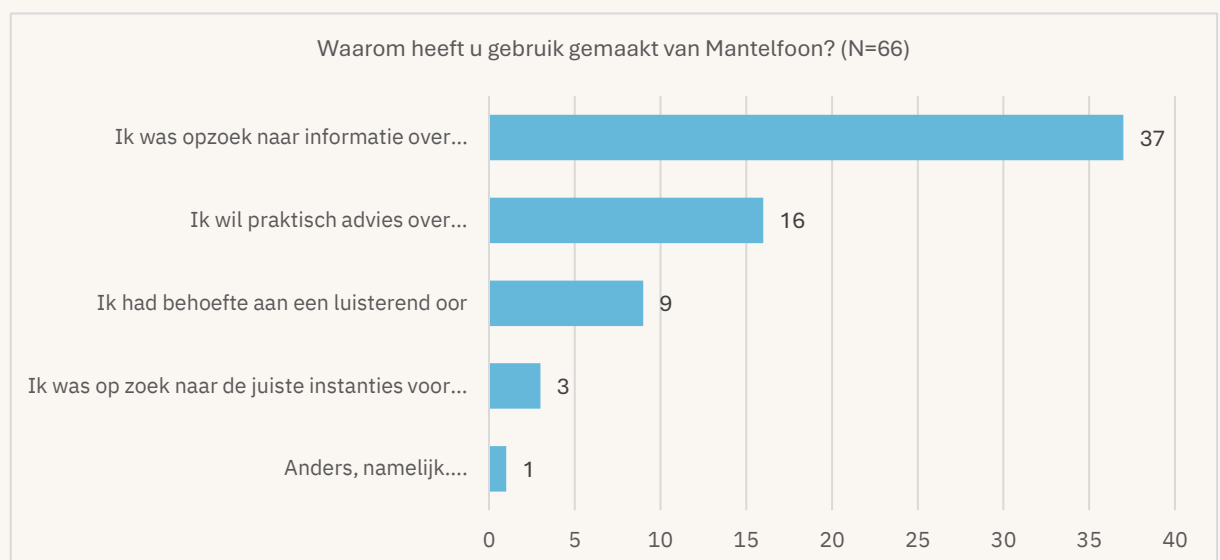
Klanten maken om verschillende redenen gebruik van Mantelfoon. De meeste klanten, 37 van de 66 (56%), waren op zoek naar informatie. Dit betrof uiteenlopende informatieverzoeken. Regelmatig betrof dit rechten, regelingen en regelgeving voor mantelzorgers, zoals kwesties rondom het zorgverlof, de mantelzorgvergoeding en de Rotterdampas die voor mantelzorgers gratis is. Vaak komt er veel administratie en regelwerk bij het verlenen van mantelzorg kijken, waar klanten ook vragen over hebben, zoals de mantelzorgverklaring en de zorgverzekeringsverklaring. Ook informatie over parkeren en parkeervergunningen voor mantelzorgers en mantelzorgbehoevenden werd door meerdere personen opgevraagd. Niet iedereen wist meer helemaal precies welke informatie ze destijds hadden opgevraagd.

Behoefte aan praktisch advies is belangrijke reden gebruik Mantelfoon

16 van de 66 klanten (24%) wilden praktisch advies. Iemand wilde bijvoorbeeld weten of mantelzorger zijn van iemand in Rotterdam door iemand van buiten Rotterdam wel mag. Praktisch advies rondom de zorgverlening zelf werd ook gevraagd, bijvoorbeeld over hoe om te gaan met incontinentie van de persoon die verzorgd werd, hoe iemand met een licht verstandelijke beperking zo goed mogelijk te ondersteunen en hoe iemand met dementie zo goed mogelijk te ondersteunen. Andere praktische vragen betroffen bijvoorbeeld wonen, zoals hoe een nieuwe woonplek met zorgverlening te vinden, of hoe het oude huis van degene die verzorgd wordt te verkopen.

Een luisterend oor is vaak zeer welkom en hulp bij vinden van instanties ook

9 van de 66 klanten (14%) hadden behoefte aan een luisterend oor. Uit de interviews komt naar voren dat mantelzorger zijn zwaar is en overweldigend kan zijn, soms wordt het een mantelzorger teveel en dan is het fijn om dat met iemand te kunnen delen. Er werd ook door meerdere mensen aangegeven dat ze zich op dat moment erg alleen voelden door de rol van mantelzorger en dat ze daarom belden. 3 van de 66 gebruikers waren op zoek naar de juiste instanties voor degene die ze verzorgen.



5. Waardering en opbrengst

Mantelzorgers beoordelen Mantelfoon met een ruime voldoende

In het algemeen zijn de gebruikers van Mantelfoon erg tevreden. Het gemiddelde cijfer dat klanten geven aan de dienstverlening is een 8,4. 56 van de 66 klanten (85%) voelden zich goed geholpen. Zij voelden zich gehoord, konden verder met de verkregen informatie en werden doorverwezen naar de juiste instanties. Voorbeelden van klanten met een goede ervaring zijn:

“Ze waren heel prettig, ze luisterde goed en gaf ook echt advies. Ik wist niet dat ik mantelzorg kon inhuren op dagen dat ik rust wil hebben. Ik wilde graag een week met vakantie, maar ik zag geen mogelijkheid.”

“Je voelt je begrepen, zij weten in welke situatie je zit en hoe zwaar het is.”

“De vragen die ik had, hebben ze 100% beantwoord.”

Niet altijd een oplossing, maar wel een luisterend oor

56 van de 66 klanten (85%) voelden zich goed geholpen, 5 klanten (8%) voelde zich voldoende geholpen. De strekking van hun uitleg is meestal dat er goed naar ze geluisterd werd en meegedacht werd, maar dat er geen concrete oplossing geboden kon worden of dat praktische ondersteuning onvolledig was. 2 van de 66 personen (3%) voelden zich matig geholpen en 3 van de 66 (5%) onvoldoende. Voor de personen die de hulp als matig of slecht ervaarden waren de redenen als volgt:

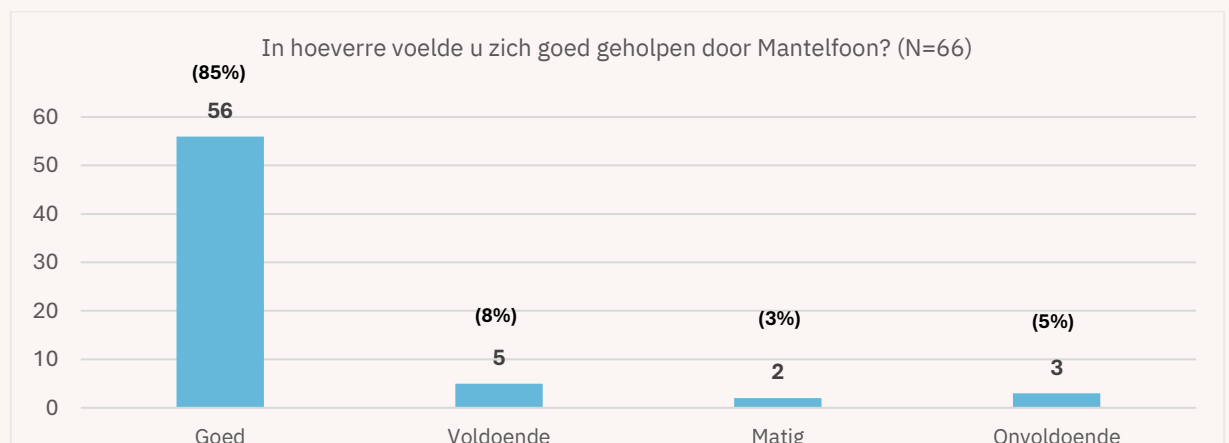
“Ze houden te weinig rekening met dat je het te druk hebt voor activiteiten van mantelzorgers. Je wil wel deelnemen aan activiteiten, maar het gaat niet”.

“Mijn verwachting was niet om geholpen te worden, want je kan niet echt geholpen worden”

“Ik kreeg een vrijwilliger en die gaf zelf toe dat ze dat nog nooit had gehoord en het antwoord niet wist.”

“Ja vooral voor een luisterend oor erg fijn, maar wel te kort, slechts een half uurtje. Ze bellen ook niet altijd snel terug. En ze weten vaak het antwoord niet.”

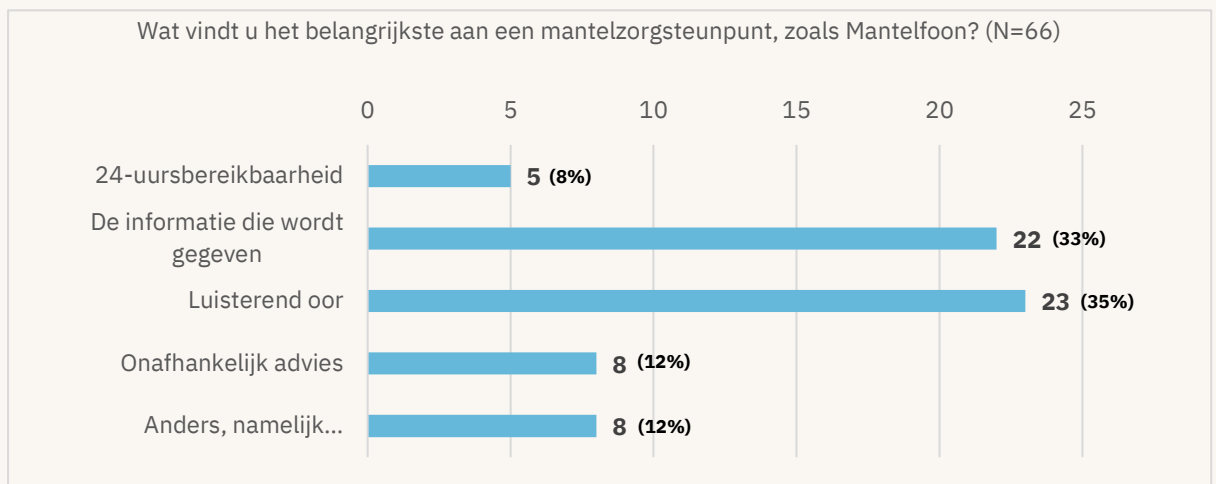
“Vriendelijk en behulpzaam, maar ze kwamen niet met de juiste oplossing. Ze konden geen vervangende hulp aanbieden en dat moest via de zorgverzekering maar dat lukte niet.”



6. Kwaliteit dienstverlening

Luisterend oor en informatievoorziening meerwaarde voor mantelzorgers

Ten slotte zijn we wat dieper op de kwaliteit van de dienstverlening van Mantelfoon ingegaan. We hebben gevraagd wat klanten het belangrijkste vinden aan een mantelzorgsteunpunt zoals Mantelfoon. Klanten van Mantelfoon vinden het bieden van een luisterend oor het belangrijkste; dit geldt voor 23 van hen (35%). Ook de informatie die wordt gegeven wordt door klanten als belangrijkst gezien; door 22 klanten (33%). Onafhankelijk advies is voor 8 klanten (12%) het belangrijkste, terwijl 5 klanten (8%) de 24-uurs bereikbaarheid als meest belangrijk beschouwen. Daarnaast gaven 8 klanten (12%) iets anders als belangrijkste aspect aan, zoals (ervarings)deskundigheid, snelheid, het vinden van gelijkgestemden en het bieden van concrete hulp.



Vriendelijkheid en inlevingsvermogen het meest gewaardeerd aan dienstverlening

We zijn dieper ingegaan op wat klanten prettig vonden aan de dienstverlening van Mantelfoon door middel van een open vraag. Veel antwoorden verwezen naar de vriendelijkheid, het geduld en het inlevingsvermogen van de mensen die klanten te woord stonden vanuit Mantelfoon. Er wordt naar je geluisterd, je wordt gehoord en men voelt zich gesteund en begrepen als mantelzorger. Verschillende mantelzorgers noemden dat het fijn was om gekoppeld te worden aan een mantelzorgcoach.

De kennis en informatie die gedeeld wordt door de Mantelfoon medewerkers wordt ook gewaardeerd. Een aantal klanten was heel blij dat Mantelfoon het probleem voor hen uit handen nam en een praktische oplossing heeft geregeld. Daarnaast vonden mensen de bereikbaarheid buiten kantoortijden fijn, de mogelijkheid om ook via Whatsapp te communiceren en dat ze teruggebeld werden. De communicatie is duidelijk en helder, er werd ook door iemand actief aangegeven dat het fijn is dat er niet te veel moeilijke woorden worden gebruikt. Nog een aantal quotes die de strekking van de antwoorden verder illustreren:

“Ze gaven echt dat stukje liefde in de hulp naast de praktische informatie. Hierdoor stond ik er niet alleen voor.”

“Het eerste wat ze zeggen is: heb je de tijd om even nu te spreken of moet ik even terugbellen? Je merkt dat ze weten en begrijpen dat je het druk hebt.”

“Vooral dat je gehoord wordt, dat er tijd voor je wordt genomen. Er is verder nooit iemand die vraagt hoe het met jou gaat, het gaat altijd om degene waar je zorgt voor geeft.”

“Ik had vragen over hoe mantelzorg werkt. Ze namen de tijd om dit uit te leggen. Ik was tevreden met de antwoorden want dit was precies wat ik nog niet wist en op andere plekken niet kon vinden.”

“Ze hebben een praktische oplossing geregeld door de parkeervergunning voor mij in orde te maken. Ze nemen problemen weg door echt zaken te regelen. Ze hebben niet alleen informatie gegeven maar ook echt zaken voor mij geregeld.”

Mantelfoon kan vooral werken aan zichtbaarheid en meer samenbrengen van mantelzorgers

We hebben klanten ook gevraagd naar hun suggesties voor verbetering van de dienstverlening van Mantelfoon. Ongeveer de helft van de geïnterviewden gaf aan dat ze niets aan te merken hadden op de dienstverlening, bijvoorbeeld de volgende klant:

“Eigenlijk weet ik niet wat er beter kan. Misschien moet ik dan toch een 10 geven? Er zal vast wel iets beters kunnen waar ik niet vanaf weet.”

De meest voorkomende suggestie van deelnemers is om te werken aan de naamsbekendheid van Mantelfoon. Meerdere mensen gaven aan dat nog lang niet iedereen voor wie de dienstverlening van Mantelfoon nut zou hebben, bereikt wordt en dat zij er ook maar bij toeval achter kwamen dat het bestaat. Suggesties die werden gedaan waren bijvoorbeeld om op markten te gaan staan, campagnes te houden en om flyers en brieven te verspreiden in bijvoorbeeld buurthuizen of bibliotheken; plaatsen waar mensen die digitaal minder actief zijn mogelijk komen. Onderstaande quotes zijn voorbeelden van klanten die deze suggestie deden.

“Ik vind het jammer dat als je bij gemeente Rotterdam de hulp aanvraagt bij WMO, dat Mantelfoon daar niet bij staat. Daar loop je namelijk vaak tegen een muur op. Dan was het logisch geweest als de gegevens van Mantelfoon daar terug te vinden zijn.”

“Het is goed als jullie nog zichtbaarder worden. Ik weet alleen niet precies hoe. Dingen als op de markt staan, dat nog meer doen. Zodat je ook de mensen bereikt die de weg nog moeten vinden.”

Een andere suggestie die werd gedaan is het meer samenbrengen van mantelzorgers; meer mogelijkheden voor hen creëren om elkaar te ontmoeten. Een manier die genoemd werd om dit te bereiken, is het organiseren van meerdere momenten voor het vieren van de dag van de mantelzorg zodat mantelzorgers die druk zijn meer kans hebben om erbij te kunnen zijn. Een andere suggestie die gedaan werd, is om een buddysysteem te creëren tussen mantelzorgers op basis van waar mensen wonen.

Een paar geïnterviewden gaven aan dat ze meer concrete praktische hulp hadden gewild, dat het voor hen te veel bleef bij informatie. Een ander signaal dat een paar keer naar voren kwam, is dat het fijn zou zijn als informatie over bijvoorbeeld praktische zaken en de rechten van mantelzorgers ook ergens overzichtelijk wordt aangeboden door Mantelfoon, zodat je het zelf kan opzoeken in plaats van te hoeven bellen. Ten slotte werden verschillende suggesties éénmaal gedaan:

“Misschien kan Mantelfoon meer in gesprek met de gemeente Rotterdam over de problemen waar mantelzorgers tegenaan lopen”.

“De website kan iets overzichtelijker”

“Dat als ze een hulpvraag bij een ander neerleggen, dat ze dan checken of je bent teruggebeld. Want ik heb twee keer gebeld met een bepaalde vraag en twee keer niet teruggebeld”

“Dat ze meer op de hoogte kunnen zijn met het aanbod van de Rotterdampas. Bij wie moet je zijn bij het invullen van de verklaring? Dit is een keer misgegaan in mijn situatie.”

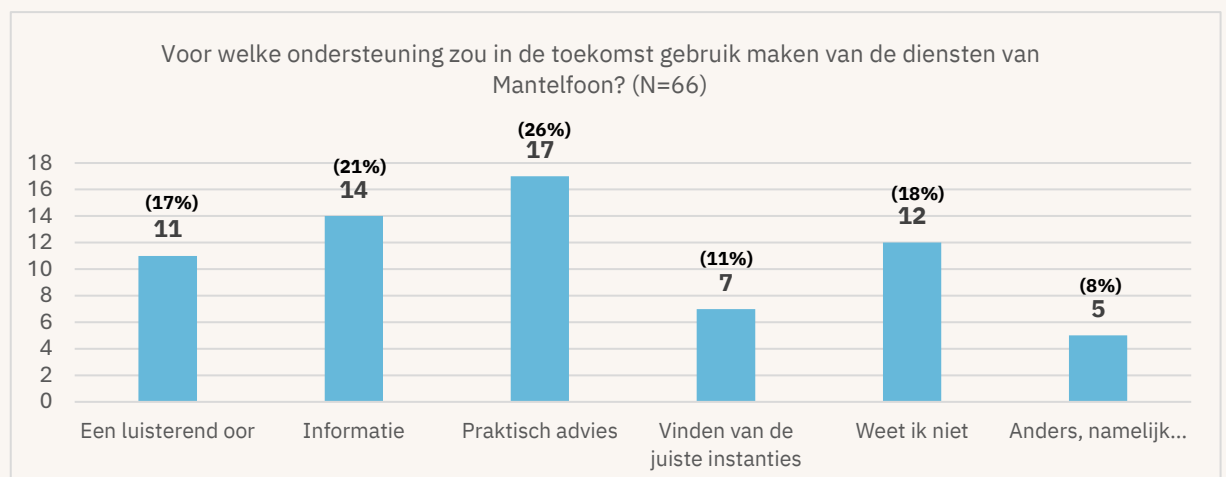
“Mogelijkheden van verschillende talen voor mensen van een andere afkomst. Helemaal in complexe situaties of beperkte netwerken van verschillende culturen”.

“Ik ben goed geholpen maar ik heb ook weleens iemand aan de telefoon gehad die wat minder vriendelijk was. Zorgen dat alle medewerkers dezelfde vriendelijkheid uitstralen, voor zover dat kan”.

7. Gebruik Mantelfoon in de toekomst

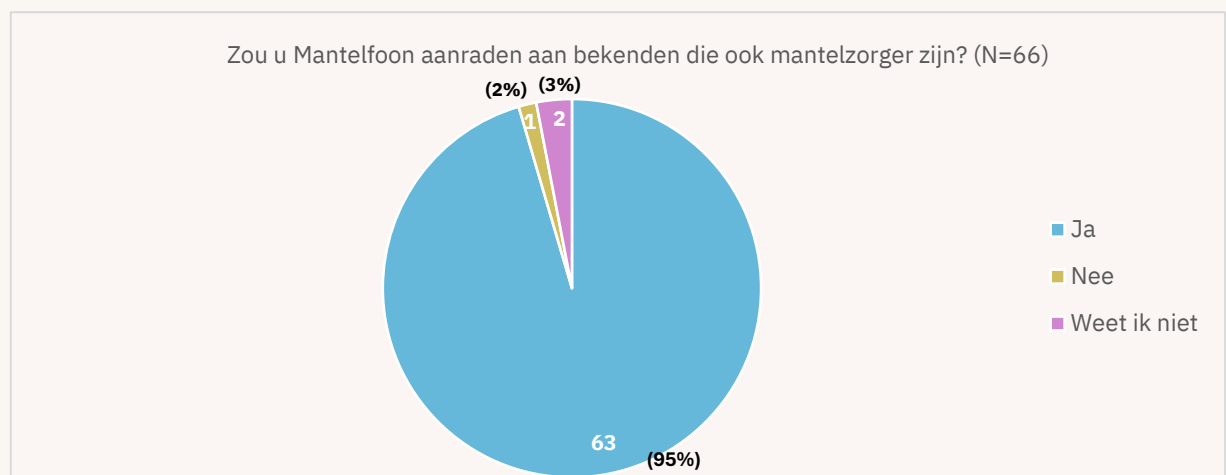
Gebruik Mantelfoon in de toekomst voor praktisch advies, informatie, luisterend oor en vinden juiste instanties

In de toekomst zouden klanten om verschillende redenen opnieuw gebruik maken van Mantelfoon. 17 van de 66 klanten (26%) zouden dat doen voor praktisch advies, 14 klanten (21%) voor informatie, 11 (17%) voor een luisterend oor, 7 (11%) voor het vinden van de juiste instanties en 12 klanten (18%) weten het niet; zij geven voornamelijk aan dat ze niet kunnen voorspellen op welke manier hun situatie of die van de degene waar ze voor zorgen zal veranderen en welke vragen daarbij zouden komen kijken. Een andere veelgenoemde reden waarom zij niet kunnen bedenken waarom ze Mantelfoon zouden bellen in de toekomst, is dat ze momenteel goed zelfstandig vooruit kunnen en de situatie zagezegd 'onder controle' hebben. 5 van de 66 klanten (7%) geven een **andere** reden waarom ze gebruik zouden maken van Mantelfoon in de toekomst, bijvoorbeeld voor het vinden van een andere mantelzorger, voor overname van zorg door een instantie, voor advies over zorg geven terwijl je zelf ziek bent, voor het zoeken van een cursus ter ontspanning tussendoor en voor het zoeken van contact met anderen.



Grote meerderheid zou Mantelfoon aanraden

63 van de 66 geïnterviewde klanten (95%) zouden Mantelfoon aanraden aan bekenden die ook mantelzorger zijn. 2 klanten (3%) weten niet of ze Mantelfoon zouden aanraden en gaven daar geen duidelijke reden voor. 1 klant (2%) zou Mantelfoon niet aanraden aan bekenden die ook mantelzorger zijn, diegene gaf als reden aan dat Mantelfoon niet met voldoende concrete oplossingen is gekomen.



8. Conclusie en aanbevelingen

Conclusie

De meerderheid van de klanten van Mantelfoon is mantelzorger. Zij zorgen vooral voor een ouder, partner of kind. Klanten zijn voornamelijk bekend geworden met Mantelfoon via internet, de brief van de gemeente betreffende de mantelzorgverklaring, mond tot mondreclame van een bekende of verwijzing door een (zorg)professional. De bereikbaarheid wordt als zeer positief beoordeeld. De vindbaarheid wordt ook als positief beoordeeld, maar is ook een punt waar Mantelfoon volgens klanten nog kan werken. De hoofdreden voor gebruik van Mantelfoon is om informatie op te vragen. Vaak betreft dit rechten en regelingen voor mantelzorgers en hieraan gerelateerde administratieve zaken. Een andere reden voor gebruik is voor praktisch advies, betreffende bijvoorbeeld zorgverlening en wonen. Ten derde maken klanten graag gebruik van Mantelfoon voor een luisterend oor, zij gaven aan dat mantelzorger zijn erg belastend kan zijn en ook regelmatig gepaard gaat met eenzaamheid.

In het algemeen zijn de gebruikers van Mantelfoon erg tevreden. Het gemiddelde cijfer dat klanten geven aan de dienstverlening is een 8,4. De grootste meerwaarde van Mantelfoon ligt voor klanten bij het luisterend oor dat geboden wordt. Daarnaast speelt ook de informatievoorziening een belangrijke rol. Aan de dienstverlening waarderen klanten de vriendelijkheid, het geduld en het inlevingsvermogen van het personeel van Mantelfoon het meest. Ook waren klanten blij met het koppelen aan een mantelzorgcoach, met de kennis die hen werd geboden, praktische oplossingen, de goede bereikbaarheid en heldere communicatie. Mantelfoon kan volgens klanten nog werken aan het vergroten van haar zichtbaarheid, het meer samenbrengen van mantelzorgers en in sommige gevallen het bieden van meer praktische hulp in plaats van voornamelijk informatie.

In de toekomst zouden klanten opnieuw gebruikmaken van Mantelfoon voor voornamelijk de volgende doeleinden: praktisch advies, informatie, een luisterend oor en het vinden van de juiste instanties. De overgrote meerderheid zou Mantelfoon aanraden aan bekenden die ook mantelzorger zijn.

Aanbevelingen

Klanten hebben beschreven wat zij erg positief vonden aan Mantelfoon, wat er volgens hen nog mist en zij hebben verschillende suggesties gedaan om de dienstverlening van Mantelfoon te verbeteren. Op basis van de rode lijnen die wij vonden in hun antwoorden doen wij een aantal aanbevelingen, hierbij de context en de nuances van de gegeven antwoorden zo veel mogelijk in acht nemende.

Blijf het luisterend oor en informatiepunt dat zo gewaardeerd wordt.

De dienstverlening van Mantelfoon wordt door mantelzorgers als bijzonder waardevol ervaren. Vooral het luisterend oor en de toegankelijke informatie die Mantelfoon biedt worden als positief beoordeeld. De combinatie van vriendelijkheid, begrip, geduld en deskundigheid dragen bij aan deze beoordeling. De eerste en aanbeveling is dan ook: ga vooral op dezelfde manier door en zorg dat deze gewaardeerde functies van Mantelfoon behouden blijven.

Maak Mantelfoon zichtbaar voor iedere mantelzorger

Klanten geven aan dat het verbeteren van de zichtbaarheid het grootste punt is voor Mantelfoon om aan te werken. Er werd meermaals aangegeven door klanten dat men op een beperkt aantal plekken

en manieren iets hoort over Mantelfoon. Er kan dus meer gewerkt worden aan het uitbreiden van de kanalen om potentiële klanten te bereiken. Er zijn een aantal communicatiekanalen waar extra op ingezet kan worden om de zichtbaarheid te vergroten. Dit zijn de kanalen waarop enkele klanten Mantelfoon hebben gevonden, maar die niet veel mantelzorgers bereiken. Dit betreft sociale media, brochures en posters, kranten en kleinschalige evenementen zoals een alzheimercafé of een mantelzorgdag in een buurthuis. Daarnaast deden klanten concrete suggesties om het bereik van Mantelfoon te vergroten, zoals het inzetten van een kraam op markten, het organiseren van campagnes en flyereren in buurthuizen of bibliotheken, en het actiever gebruik maken van sociale media. Belangrijk daarbij is om rekening te houden met verschillende doelgroepen. Zo bewegen jonge mantelzorgers zich vooral online en kunnen zij hier bereikt worden, terwijl mantelzorgers met minder digitale vaardigheden bereikt moeten worden via andere kanalen.

Informatie die iedereen bereikt: maak het aanbod overzichtelijk en toegankelijk.

Informatie is de belangrijkste reden waarom klanten gebruik maken van Mantelfoon. Daarom is het essentieel dat het informatieaanbod overzichtelijk en makkelijk vindbaar is. De meeste mensen zoeken hun informatie via internet, waardoor een duidelijke en gebruiksvriendelijke website van groot belang is. De website kan overzichtelijker en intuïtiever worden ingericht, zodat bezoekers sneller vinden wat ze nodig hebben. Daarnaast is het belangrijk om informatie beschikbaar te stellen in verschillende talen, zodat elke mantelzorger zich goed kan informeren.

Besteed aandacht aan het bieden van praktische hulp

Een laatste advies is om altijd aan klanten te vragen of er bijgedragen kan worden aan een praktische oplossing. Mensen die deze hulp ontvingen, waarbij problemen uit handen genomen werden, waren hier erg blij mee. Anderen gaven aan dat ze juist meer concrete hulp hadden gewenst en vooral informatie ontvingen. Daarnaast geven veel klanten aan dat ze in de toekomst ook graag praktisch advies zouden willen ontvangen. Een belangrijke aanbeveling is dus om meer aandacht te richten op het bieden van praktische ondersteuning. Een kanttekening hierbij is dat Mantelfoon niet altijd zelf de praktische tools kan aanreiken omdat de juiste expertise daarvoor niet in huis is. In die gevallen moet er (door)verwezen worden naar andere professionals of organisaties.

Bijlage: vragenlijst telefonische interviews

Doel van het gesprek

Ophalen van ervaringen en tevredenheid van mantelzorgers die hebben gebeld met Mantelfoon.

Toelichting voor de interviewer

Iedere vraag dient open te worden gesteld (met uitzondering van vraag 5 en 11). Het is van belang om de klant zo veel mogelijk zelf aan het woord te laten. Bij elke vraag staat een aantal antwoordopties om het gemakkelijker te maken voor het noteren van de antwoorden. Indien nodig kan een toelichting op het antwoord worden gegeven.

Itemlijst

Introductie

Dank voor uw medewerking aan het klanttevredenheidsonderzoek van Mantelfoon. Sinds 2020 is Mantelfoon hét mantelzorgsteunpunt van Rotterdam. Voor dit onderzoek gaan we in gesprek met u en andere mensen die het afgelopen jaar gebruik hebben gemaakt van Mantelfoon. We bespreken in hoeverre u tevreden bent over de dienstverlening van Mantelfoon. Het doel van het gesprek is te achterhalen op welke manier de dienstverlening van Mantelfoon kan worden verbeterd, zodat zoveel mogelijk Rotterdamse mantelzorgers ook in de toekomst goed kunnen worden geholpen.

Het klanttevredenheidsonderzoek wordt uitgevoerd door onderzoeksbureau DSP-groep. De uitkomsten van de gesprekken gebruikt DSP-groep in haar advies. De informatie uit dit gesprek wordt geanonimiseerd gebruikt, volgens de richtlijnen van de AVG (privacy wetgeving). Door deelname aan dit gesprek gaat u hiermee akkoord. Dit gesprek zal ongeveer vijf tot tien minuten duren. Uw deelname is geheel vrijwillig en u kunt op ieder moment besluiten om het interview te beëindigen. Om u te bedanken krijgt u na afloop een cadeaukaart toegestuurd.

Vragen

1. Kent u Mantelfoon?
 - Ja
 - Nee (sluit het interview af)
2. Bent u mantelzorger? *Antwoordmogelijkheden:*
 - Ja
 - Nee, namelijk ...
3. Indien u mantelzorger bent, voor wie zorgt u dan? *Antwoordmogelijkheden:*
 - Ouder
 - Partner
 - Kind
 - Anders, namelijk ...
4. Waarom heeft u gebruik gemaakt van Mantelfoon? *Antwoordmogelijkheden:*
 - Ik wilde praktisch advies over ...
 - Ik was op zoek naar informatie over ...
 - Ik had behoefte aan een luisterend oor

- Ik was op zoek naar de juiste instanties voor ...
 - Anders, namelijk ...
5. In hoeverre voelde u zich geholpen door Mantelfoon? *Antwoordmogelijkheden:*
- Goed
 - Voldoende
 - Matig
 - Onvoldoende
 - Slecht
- Toelichting: ...
6. Hoe bent u bekend geraakt met Mantelfoon? *Antwoordmogelijkheden:*
- Doorverwijzing van een professional, zoals huisarts, wijkteammedewerker, mantelzorgcoach, anders namelijk ... (m.u.v. gemeente)
 - Doorverwijzing van een medewerker van de gemeente
 - Gemeente: nieuwsbrief
 - Gemeente: brief/e-mail voor mantelzorgverklaring
 - Krant (noem welke)
 - Radio
 - Brochure en posters
 - Internet: sociale media
 - Internet: zoekmachine (bijv. google)
 - Mond tot mond reclame (via een bekende)
 - Ik was al eerder bekend met Mantelfoon
 - Ik weet het niet meer
 - Anders, namelijk ...
7. Vindt u Mantelfoon goed vindbaar?
- Ja
 - Nee
- Toelichting: ...
8. Vindt u Mantelfoon goed bereikbaar?
- Ja
 - Nee
- Toelichting: ...
9. Wat vond u prettig aan de dienstverlening van Mantelfoon? [*Open vraag*]
10. Wat vindt u het belangrijkste aan een mantelzorgsteunpunt, zoals Mantelfoon? [*Open vraag*]
- 24-uursbereikbaarheid
 - Onafhankelijk advies
 - Luisterend oor
 - De informatie die wordt gegeven
 - Anders, namelijk ...
 - Weet niet
- Toelichting: ...

11. Als u de dienstverlening van Mantelfoon een cijfer van 1 tot 10 (1= zeer slecht, 10= zeer goed), welk cijfer zou u de dienstverlening dan geven? *[Gesloten vraag]*
- 1
 - 2
 - 3
 - 4
 - 5
 - 6
 - 7
 - 8
 - 9
 - 10
12. Wat kan er volgens u worden verbeterd aan de dienstverlening van Mantelfoon? *[Open vraag]*
13. Zou u Mantelfoon aanraden aan bekenden (bijvoorbeeld naasten of kennissen) die ook mantelzorger zijn? *[Gesloten vraag]*
- Ja
 - Nee
 - Weet niet
- Toelichting: ...
14. Voor welke ondersteuning zou u in de toekomst gebruik maken van de diensten van Mantelfoon? *[Open vraag]*
- Meerdere antwoorden mogelijk*
- Praktisch advies
 - Informatie
 - Een luisterend oor
 - Vinden van de juiste instanties
 - Anders, namelijk ...
 - Weet niet
- Toelichting: ...

Afsluiting

Dit is het einde van de vragenlijst. Hartelijk dank voor uw deelname. Als presentje krijgt u een cadeaubon van €25,00 toegestuurd. Deze wordt digitaal of per post naar u toegestuurd. Graag willen wij hiervoor uw voorkeur en contactgegevens (e-mailadres of adres) noteren. Uw contactgegevens gebruiken wij enkel voor het toesturen van de cadeaukaart en indien u belangstelling heeft om per mail een terugkoppeling te ontvangen van de resultaten.

DSP-groep BV

Van Diemenstraat 410
1013 CR Amsterdam
+31 (0)20 625 75 37

dsp@dsp-groep.nl
KvK 33176766
www.dsp-groep.nl

Als onafhankelijk bureau ondersteunen wij ministeries, provincies en gemeenten en maatschappelijke organisaties met toegankelijke en toepasbare onderzoeksresultaten en adviezen. Wij moedigen onze medewerkers aan om te doen waar zij goed in zijn en zich hierin te blijven ontwikkelen. Waar mogelijk werken wij samen met vaste freelancers en organisaties met aanvullende expertise en kwaliteiten.

Om nieuwe perspectieven en positieve energie te bieden, leggen wij verbinding tussen de verschillende thema's waarop wij werken en bewegen wij ons voortdurend tussen verschillende werelden. Goed beleid is inclusief en neemt verschillende soorten kennis mee. Onze kracht ligt in onze gedrevenheid, betrokkenheid en een frisse, onafhankelijke blik.

Wat we doen

DSP-groep zorgt voor gedegen kennis, nieuwe perspectieven en positieve energie in complexe maatschappelijke opgaven. Wij ontwikkelen advies en beleid vanuit en voor de mensen om wie het gaat. Advies en beleid waar onze opdrachtgevers graag mee verder gaan. Advies en beleid dat werkt.

Meer weten

Neem vrijblijvend contact met ons op voor meer informatie of om een afspraak te maken. Bezoek onze website www.dsp-groep.nl voor onze projecten.