

Agens Basismethodiek

Agens heeft een methodisch kader ontwikkeld als fundament voor haar werkzaamheden: de Agens Basismethodiek. De Basismethodiek gaat er vanuit dat een klant, om hem mee te laten doen aan activiteiten die tot zijn mogelijkheden behoren, zelf in beweging moet komen. Niets doen leidt tot een neerwaartse spiraal die negatieve effecten heeft op het zelfbeeld en de eigenwaarde. Door actief te worden ervaren de klant weer dat hij succes heeft en krijgt hij vertrouwen in eigen kunnen.

De Agens Basismethodiek brengt mensen in beweging en draagt bij aan het zelfvertrouwen en het vermogen tot zelfsturing. De positieve werking van de Basismethodiek berust op twee universele menselijke eigenschappen. De eerste is: iemand komt pas in actie *als hij verwacht dat het hem een positief resultaat oplevert*. Deze motivatie is een belangrijke factor, aangezien dit een van de meest bepalende voorwaarden is voor participatie/het vinden van werk. De tweede eigenschap is dat iemand pas iets gaat doen *als hij verwacht dat hij het ook kan*. Vertrouwen in eigen kunnen blijkt doorslaggevend te zijn voor succesvol handelen. De coaching in het traject mag niet te sturend zijn: de klant moet zoveel mogelijk *zelfsturend* worden. Het vergroten van het zelforganiserende vermogen van de klant is zeer essentieel. Om zelfvertrouwen en zelfsturing op te bouwen zijn succeservaringen noodzakelijk.

Het actief betrekken van de klant bij zijn traject vergroot de slaagkans! Wij wisten dit al, en in het advies 'Sturen op zelfsturing' (Raad voor Werk en Inkomen (RWI), november 2010), waarin RWI pleit voor het meer inzetten van zelfsturing, worden we daarin bevestigd.

De Agens Basismethodiek bestaat uit de volgende elementen, die tijdens het gehele traject met elkaar vervlochten zijn:

1. de activeringsformule
2. de actiespiraal
3. leerdoelen stellen
4. de motiverende gespreksmethode
5. Agens coaching

Ad 1. De activeringsformule

Succes kun je alleen ervaren door iets te gaan doen! Door actief te worden ervaren de klant dat hij succes heeft en daardoor krijgt hij (weer) vertrouwen in eigen kunnen. De Agens Basismethodiek gaat er vanuit dat een klant, om hem mee te laten doen aan activiteiten die tot zijn mogelijkheden behoren, zelf in beweging moet komen en zijn eigen kracht moet ontdekken. Hierbij houden we uiteraard rekening met wat in het vermogen van de klant ligt.

Mensen komen in beweging als wordt voldaan aan twee condities: meedoen levert voldoende op (er is verwacht positief resultaat) èn er is voldoende vertrouwen in eigen kunnen. Deze elementen vormen samen de *activeringsformule*, een wetenschappelijk onderbouwde formule die mensen in beweging brengt om een bepaald doel te bereiken.



Agens Activeringsformule

Klanten komen in beweging als er wordt voldaan aan twee condities:

1. Participatie (activiteit) levert de klant voldoende op, er is een verwacht positief resultaat (*VPR*)
2. De klant heeft voldoende vertrouwen in eigen kunnen (*VIEK*)

Ad 2. Actiespiraal

Leidraad binnen de individuele coaching is de *Agens actiespiraal* (zie afbeelding) waarbij het ondernemen van acties centraal staat. Systematische en methodische coaching volgens de Agens actiespiraal stroomlijnt de hierboven genoemde beweging in effectieve en doelgerichte acties. De focus voor de klant ligt op het ondernemen van acties. Hierbij is het motto: door u, niet voor u. De klant vergroot zijn zelfsturend vermogen vanuit zijn eigen kracht en dat komt de effectiviteit van het traject ten goede. De weerstand daalt, terwijl de motivatie stijgt. In actie komen en actief blijven is een zichzelf herhalend en dynamisch proces waarin 7 stappen te onderscheiden zijn.



De focus ligt dus op handelen en doen: Zonder actie geen succeservaringen; zonder succeservaringen geen vertrouwen en zonder vertrouwen geen doelen en resultaat.

Ad 3. Leerdoelen stellen

Leerdoelen stimuleren de klant om zich verder te ontwikkelen, belemmeringen om te buigen en te komen tot het gewenste resultaat. Het is wetenschappelijk bewezen dat mensen die leerdoelen stellen veel sneller hun uiteindelijke doel bereiken.

Er was nog maar weinig wetenschappelijk onderzoek gedaan naar de effectiviteit van re-integratie-instrumenten. Agens heeft, in samenwerking met de Erasmus Universiteit, onderzoek gedaan naar de effectiviteit van het stellen van leerdoelen binnen het re-integratieproces en geïnvesteerd in een promotietraject gericht op verder onderzoek naar de effectiviteit van re-integratie-instrumenten.

Het stellen van leerdoelen blijkt een goede manier te zijn om die effectiviteit te verbeteren en de klanten sneller aan een baan te helpen danwel toe te leiden naar volwaardige participatie. Door het stellen van leerdoelen worden negatieve ervaringen als minder negatief gezien en gaat de klant op zoek naar nieuwe strategieën.

Tijdens het onderzoek werd in de individuele coaching gewerkt met het stellen van leerdoelen en de coaching hierop. In vergelijking met het stellen van prestatiedoelen en een controlegroep, bleek het stellen van leerdoelen zeer goede resultaten op te leveren. Dit is als volgt verklaarbaar: Een prestatiedoel, iets *moeten* presteren, legt een zware druk op de klant en creëert een voedingsbodemp voor faalangst, verminderd zelfvertrouwen en neiging tot afhaken. Fouten maken is falen; het prestatiedoel is (nog) niet bereikt.

Iets leren daarentegen impliceert dat je fouten mag maken; je kunt veel leren van fouten die je maakt. Het stellen van leerdoelen motiveert de klant om in actie te komen; het werkt effectiever en hierdoor worden de trajectdoelen sneller bereikt. Een leerdoel wordt bereikt door het ontwikkelen en verbeteren van vaardigheden en competenties. Mensen die leerdoelgeoriënteerd zijn gaan, wanneer iets niet lukt, juist harder werken en nieuwe manieren zoeken om een doel te bereiken. Creatief zijn en hard werken vergroten sterk de kans op het verbeteren van bepaalde vaardigheden en daarmee op het behalen van het doel. Leerdoelen stellen maakt dan ook een essentieel onderdeel uit van het Agens traject.

De doelen die de klant stelt bepalen de acties die hij onderneemt. Iedere stap moet haalbaar en concreet zijn om de klant in actie te krijgen en het doel te bereiken. Het vergroten van deze doelgerichtheid is een van de aandachtspunten in de coaching. Het stellen van doelen is een continu proces omdat wat de klant wil en kan in de loop van het traject verandert. Het overkoepelende doel is het vergroten van het vertrouwen in eigen kunnen van de klant en het bevorderen van het vermogen tot zelfsturing. Tijdens het traject ligt de focus op het ondernemen en blijven ondernemen van activiteiten en op het uitbouwen van het (sociale) netwerk. De klant doorloopt als het ware een “spoor naar participatie”.

In het traject komen de volgende onderdelen aan de orde:

- uitleg over leerdoelen
- oefenen in leerdoelen stellen
- onderzoek naar mogelijke leerdoelen
- zelf leerdoelen stellen
- leerdoelen vertalen in kleine, haalbare stappen
- bespreken van de ervaringen
- bijstellen van de leerdoelen en aanpak en/of nieuwe leerdoelen stellen

Het resultaat is dat de klant duidelijke, realistische, concrete en uitdagende leerdoelen heeft gesteld en weet hoe hij die in - voor hem - haalbare stappen kan bereiken.

Ad 4. De motiverende gespreksmethode

Bij de start van een traject heeft de klant veelal niet veel zelfvertrouwen. Een stimulerende houding van de Agens coach, relevante leerstof, succeservaringen, een motiverende groep en activiteiten die bijdragen aan een goede sfeer in de groep zorgen voor gemotiveerde klanten. En hoe meer de klant zijn leertaken met succes en plezier uitvoert, hoe meer hij ook tijd besteedt aan het leren en aan het traject. En hoe meer hij leert en succeservaringen opdoet, hoe meer zijn doelen opschuiven en daardoor ook zijn motivatie weer verder groeit. Bovendien leidt dit tot geen of een lagere absentie. Dat een gemotiveerde klant onmiskenbaar sneller leert blijkt ook uit internationaal onderzoek naar effectieve lesmethoden.

De motiverende gespreksmethode is een klantgerichte, directe manier van benaderen met als doel de klant zelf zijn eigen innerlijke strijd en ambivalentie te laten onderzoeken en zo (weer) meer sturing te kunnen geven aan zijn eigen leven. Deze methodiek biedt de coach de mogelijkheid om aan te sluiten bij de bewustwording van de klant en hem (verder) te helpen in het proces van gedragsverandering.

Uitgangspunten voor de motiverende gespreksmethode:

- de klant raakt gemotiveerd om te veranderen;
- de klant speelt zelf de belangrijkste rol in het vinden van oplossingen;
- overtuigen is geen effectieve strategie;
- het gesprek vindt plaats op basis van wederzijds respect en de sfeer is rustig en uitnodigend;
- Agens is duidelijk en direct in de te verwachten acties en methode van aanpak;
- Agens motiveert, observeert en adviseert.

De motiverende gespreksmethode leidt tot een gemotiveerde klant met minder kans op uitval en meer mogelijkheden voor een structurele gedragsverandering.

Ad 5. Agens coaching

Agens werkt voor haar klanten met één vast aanspreekpunt van A tot Z; de Agens coach. De coach coacht de klant vanuit zijn specifieke (thuis)situatie, pakt eerst praktische problemen met de klant aan en maakt hem hierbij deelgenoot zodat de klant er ook zelf van leert. Gedurende het *gehele* traject tot aan het einddoel monitort de coach de klant; hij prijst hem waar dat op z'n plaats is, maar spreekt hem ook op zijn plichten en verantwoordelijkheden aan. In die zin is de coach de verpersoonlijking van de visie van Agens en tevens de verankering in onze methodiek en werkwijze.



De coach van Agens werkt altijd vanuit de context van de klant. Een klant die (langdurig) te maken heeft met een uitkeringssituatie ontbreekt het vaak aan een perspectief waarmee hij sturing aan zijn leven zou kunnen geven. Dit vertaalt zich veelal in aangeleerd afhankelijk en afwachtend gedrag. De klant neemt geen initiatieven meer om de eigen situatie te verbeteren en zelfs het vermogen daartoe neemt af of verdwijnt. Daarnaast krijgt de klant, door het ontbreken van een sociaal netwerk, meestal niet de ondersteuning die hij nodig heeft om aan activiteiten te beginnen en deze vervolgens ook vol te houden. Enerzijds is de afwezigheid van zelfsturend vermogen van de klant het gevolg van inactiviteit, isolement en afhankelijkheid. Anderzijds is het ontbreken ervan een groot obstakel om weer uit die situatie te komen.

In het kader van de coaching richt de coach zijn ondersteuning op het vergroten van de zelfsturing van de klant. Bij zelfsturing gaat het erom de klant actief te betrekken bij zijn traject. Dit betekent dat de klant vanaf de start meedenkt en waar mogelijk inspraak krijgt bij de vormgeving en inhoud van het traject. De coach stimuleert en ondersteunt het eigen initiatief en het aanwezige zelfsturend vermogen van de klant. Hierbij letten we goed op de coachingsstijl. Bij een (te) sturende coachingsstijl bestaat er kans op weerstand, waarbij de klant zijn aandacht richt op het tegenwerken van het proces en niet op het (weer) participeren/aan het werk gaan. De ondersteuning is altijd gericht op het uitvoeren van acties en het verbeteren van vaardigheden. Van wezenlijk belang is hier de koppeling tussen theorie en praktijk: kennis die in de praktijk uitgeoefend wordt, beklijft en kan zich verder ontwikkelen. De Basismethodiek van Agens borgt deze koppeling tussen theorie en praktijk: leren door te doen. De kern is dat de klant steeds weer nieuwe succeservaringen opdoet, die hem sterk motiveren om dóór te zetten en zijn trajectdoelen te behalen.

Zelfsturing betekent beslist niet dat de klant maar aan zijn lot moet worden overgelaten omdat hij zichzelf wel kan of moet redden en dat er dus minder diensten verleend hoeven te worden. Zelfsturing betekent dat het perspectief van de klant centraal staat, dat diens mogelijkheden het vertrek- en richtpunt zijn van de coaching. Dat is belangrijk: het verdwijnen van motivatie is vaak het gevolg van een gebrek aan perspectief, op werk of op volwaardige deelname aan de samenleving. Het bevorderen van het zelfsturend vermogen is dan ook alleen zinvol wanneer we dat perspectief kunnen blijven bieden of kunnen laten zien dat dit perspectief er is. En dit bereikt de coach van Agens door te werken met 'haalbare leerdoelen'. De ondersteuning is vooral succesvol wanneer deze aansluit bij de mogelijkheden en wensen van de betreffende klant. Het leveren van maatwerk staat dan ook voorop in onze dienstverlening.

Zelfsturing vereist – ondanks dat de term het tegenovergestelde doet vermoeden – dus wel degelijk sturing. Vooral in de zin van begeleiding en ondersteuning, maar ook in het toezien op het nakomen van afspraken. Zelfsturing wil ook niet zeggen dat de coach niet kan bijsturen. Dat is juist hard nodig indien de klant structureel de randvoorwaarden overschrijdt of zijn (zelf geïnitieerde) afspraken niet nakomt. Daarbinnen verschuift het zwaartepunt van bepalend naar coachend. Al naar gelang de behoeften en gedragingen van de klant kan de coach in de coaching verschillende accenten leggen.

Vanuit het perspectief van de klant is die intrinsieke waarde van zelfsturing goed te begrijpen. Werkloosheid grijpt diep in op het leven van mensen. Naarmate werkloosheid langer duurt, dreigen veel werklozen gaandeweg in een staat van inactiviteit en sociaal isolement te belanden. Voor de klant die al langere tijd werkloos is, is het intrinsieke nut van zelfsturing vooral gelegen in het *weer in beweging komen*. Het is van belang dat hij weer gemotiveerd raakt om actief te participeren in de samenleving. Een kernbegrip daarbij is *empowerment*: het weer verkrijgen van kracht om zelf een zinvolle invulling te geven aan het dagelijks leven. Dat gaat lang niet altijd vanzelf. Onzekerheid en verlies van *geloof in eigen kunnen* zijn belangrijke *faalfactoren*. In feite is onze coaching er dus op gericht om het zelfsturend vermogen van de klant aan te boren, te benutten en te vergroten. Dat is in het voordeel van de klant zelf, maar het is ook een eerste noodzakelijke stap terug naar de arbeidsmarkt, waar sociale - en werknemersvaardigheden van doorslaggevend belang zijn.

Van belang is tenslotte dat de coach aansluit bij die fase van het zelfsturingproces waarin de klant zich op dat moment bevindt, dat hij op ieder moment de klant ruimte laat om zelf sturing te nemen en richting geeft daar waar nodig is. De coach prikkelt de klant en daagt hem uit om (meer) de sturing te nemen. De coach biedt duidelijke ruggensteun bij het ontwikkelen en in praktijk brengen van die vaardigheden waarmee de klant de sturing kan overnemen.

Kiezen motiveert!

Als je weet wat je wilt kun je richting geven aan je zoektocht naar werk en/of volwaardige participatie. Om zeker te weten wat je wilt moet je keuzes kunnen maken; kunnen kiezen is dus belangrijk. In het traject confronteren we de klant regelmatig met verschillende keuzes. De coach leert de klant het gebruik van een balansschema om de voor- en nadelen van een keuze in kaart te brengen. Met de Balance sheet doorloopt de klant, samen met zijn coach, stap voor stap een keuzeprocess en kan hij door het maken van verschillende individuele opdrachten onderzoeken wat daadwerkelijk de voor- en nadelen van verschillende keuzes voor hem zijn. Het balansschema geeft een goed beeld van wat iemand wil, kan en durft. Daarbij is ook duidelijk wat voor 'obstakels' de klant ziet, bijvoorbeeld "geen kinderopvang" of "lichamelijke/psychische klachten", zaken waar tijdens het traject aan gewerkt moet worden. Zoals het leren regelen van kinderopvang of het leren verwoorden van - en omgaan met de lichamelijke/psychische klachten.

Bij het maken van keuzes is het noodzakelijk om een reëel zicht op de eigen mogelijkheden en capaciteiten te hebben. Overschatting van de eigen mogelijkheden leidt tot schade en onderschatting tot stagnatie. Zelfkennis is daarom een belangrijk onderdeel in de coaching. De coaching is primair gericht op het vergroten van het vertrouwen in eigen kunnen. Succeservaringen zijn hierbij essentieel. Wanneer de klant weer succes ervaart, boekt hij ook vooruitgang.

Ketenaanpak

Naast de methodische aanpak gelooft Agens sterk in samenwerking met (keten)partners. Voor onze klanten is het meestal van belang om een sluitend netwerk rondom de klant te hebben. Het betreft hier zaken op het gebied van wonen, werken (activiteiten), zorg, welzijn en handhaving. Agens betreft op diverse niveaus partners en activiteiten bij het project: werkgevers, gastsprekers bij trainingen (bijvoorbeeld een schuldhulpverlener), activiteiten in de buurt, directe doorverwijzing naar hulpverlening, uitwisselen van kennis met betrekking tot de doelgroep door het organiseren van thema meetings voor professionals.

Borging Agens Basismethodiek

De inhoudelijke borging van de Basismethodiek bij alle Agens medewerkers is landelijk belegd. Een trainer neemt alle trainingen van de Basismethodiek voor de medewerkers voor zijn rekening, waarmee we een landelijke uniformiteit bereiken. Deze trainer fungeert ook als vraagbaak voor de medewerkers. Bij indiensttreding doorloopt iedere Agens medewerker tijdens het inwerkprogramma de eerste training in de Basismethodiek. Vervolgens vinden er per jaar zes intervisiebijeenkomsten plaats, waarin we vooral ingaan op de praktijkervaringen met het werken met de Basismethodiek. Tot slot vinden er regionale opfrustrainingen plaats waarmee we de medewerkers scherp houden op onze Basismethodiek.