

NIEUWE HUISVESTINGS- CONCEPTEN IN DE ZORG

De kritische zorgconsumenten van vandaag vragen een heel ander huisvestingsaanbod dan voorheen. Ze zijn niet op zoek naar basiszorg, maar naar een vorm die past bij hun situatie en sociale leefstijl. Als budgethouders bepalen zij zelf waar zij hun geld aan uitgeven. Dat betekent voor zorginstellingen dat zij nog beter moeten nadenken over welke zorgarrangementen ze willen aanbieden, welke strategie ze de komende 20 jaar willen volgen, wat hun onderscheidende positie in de markt is en wat dit alles betekent voor huisvesting en vastgoed.



HEVO's visie op huisvestingsconcepten is een woonlandschap waar gekozen kan worden uit verschillende verblijfsarrangementen en formaten woningen van basisinrichting tot aan woningen die van alle gemakken voorzien zijn, maar die altijd volledig op de wensen van ouderen kunnen worden afgestemd. Daarbij hanteert HEVO een handig stappenplan om te komen tot een huisvestingsconcept dat voldoet aan de wensen van cliënten én past bij de zorgvisie van de instelling.

Een nieuw huisvestingsconcept in zes stappen.

1

In kaart brengen van de doelgroep

Bij het in kaart brengen van de doelgroep gaat het om vragen als: wie is mijn doelgroep, voor wie gaan we dit doen? Waar gaan we de zorg aanbieden? Hoeveel zorg heeft die groep mensen nodig? Wat zijn hun persoonlijke wensen en fysieke en mentale mogelijkheden? Wat kunnen en willen ze zelf?

2

Vaststellen waar de zorgaanbieder voor staat

De ene zorgaanbieder is de andere niet. Daarom moet goed in kaart gebracht worden wie de zorginstelling is. Wat is haar visie op zorg? Wat zijn haar overtuigingen? Wat voor arrangementen wil zij bieden? Geeft zij voorrang aan functionaliteit of vindt zij de gebruikerservaring belangrijk. Wordt vooral gekeken naar vierkante meters en basisvoorwaarden of wordt gezocht naar de beleving van de doelgroep.

3

Bepalen welke huisvestingsthema's belangrijk zijn

We stellen vast welke huisvestingsthema's het belangrijkst zijn. Zal de nadruk meer moeten liggen op privacy, op keuzevrijheid of op sociale deelname? Willen we rust bieden, of vooral aansluiten op het leven dat de klant hiervoor gewend was te leven. Welke rol laten we eigen regie spelen?

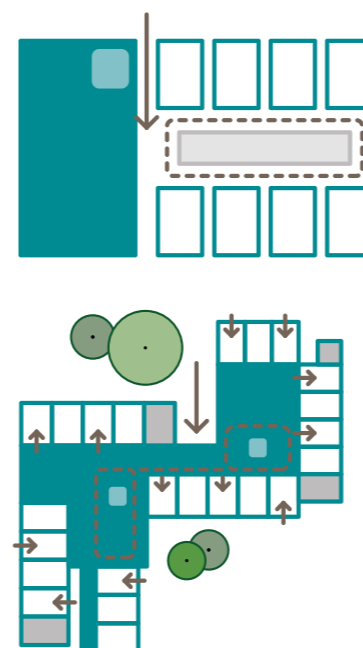
In workshops nemen we al deze vraagstukken door en bepalen we samen wat daarin belangrijk is. Na deze drie stappen ontstaat al het eerste huisvestingsconcept. Met de stappen 4 t/m 6 maken we het huisvestingsconcept concreet.

5

Van privédomein naar samenhang

Vervolgens wordt de samenhang van de privé-domeinen in kaart gebracht. Dat kan zijn in de vorm van een complex waar mensen met diverse sociale achtergronden 'gestippeld' in een gebouw wonen. Maar misschien past het beter bij de visie van de organisatie om groepjes van 8-10 mensen samen te brengen op basis van sociale leefstijl of aandoening. Met eigen zit-/slaapkamers en een verbindende binnengang.

Van privédomein naar samenhang



4

Inzoomen op privédomein

We bekijken huisvesting op individueel niveau. Wat betekent de opbrengst van stappen 1 t/m 3 voor het privédomein? Gaat de voorkeur uit naar een kleine zit-/slaapkamer met gemeenschappelijke woonkamer of eerder naar een eigen woning? Welke balans is nodig bij rust versus privacy of sociale deelname versus intensieve verzorging?

Inzoomen op privédomeinen

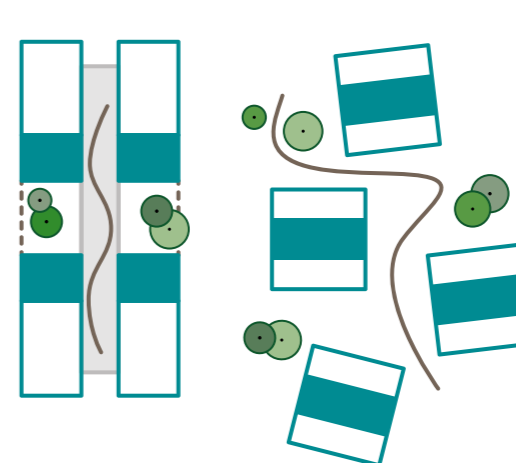


6

De huisvesting in de fysieke ruimte

Tot slot wordt bekeken hoe die groepen of appartementen geschakeld en geplaatst worden in de fysieke ruimte. Wordt het alles bij elkaar met een lift voor iedereen, bouwdelen met een gang of straat ertussen of worden het losse villa's in het groen? Hier speelt het imago en de zorgvisie van de zorgorganisatie een belangrijke rol. Alles in één gebouw betekent vaak een flink gebouw en dan ligt de uitstraling van een instituut op de loer.

De huisvesting in de fysieke ruimte



HEVO neemt zorginstellingen mee langs deze praktische stappen en organiseert de workshops die nodig zijn om samen tot een gedragen huisvestingsconcept te komen.



Meer weten?

Vraag Peter Woerdeman
E peter.woerdeman@hevo.nl
T +31 (0)73 6 409 457
M +31 (0)6 51 50 98 69

