

platform rechtswinkels!  
nederland  
verslagenbundel Nationale Rechtswinkelsdag 2007



Mede mogelijk gemaakt door:

PRICEWATERHOUSECOOPERS 

● NautaDutilh

# Verlagenbundel Nationale Rechtswinkeldag 2007

Beste lezer,

Door de verslagen in dit boek te lezen krijg je een indruk van wat er tijdens de tweede nationale Rechtswinkeldag in Utrecht is besproken. Niet alleen is er inhoudelijke kennis uitgewisseld door de bijdragen van professionals uit de profit- en non-profit sector, ook de deelnemers van rechtswinkels en wetswinkels uit het hele land hebben de kans waargenomen om met elkaar verder te praten. In dit boek vind je daarom ook de presentaties van Rechtswinkels die gereageerd hebben op de oproep om een bijdrage te leveren aan dit boek.

Als je nog nooit bij een Rechtswinkeldag aanwezig bent geweest, is dit boek een goede manier om er mee kennis te maken. Als je de Rechtswinkeldag in 2007 hebt bezocht, is dit boek een leuke herinnering. Maar het doorbladeren van dit boek kan nooit een vervanging zijn van de dag zelf! Hou daarom je mail en de site van het Platform Rechtswinkels Nederland in de gaten. Daar vind je de aankondigingen voor landelijke dagen en regionale activiteiten. Als je de kans krijgt, kan je dan zelf volgend jaar een ontmoetingsdag of scholing bezoeken. Ik beloof je dat het een waardevolle ervaring zal zijn.

Namens het bestuur van het Platform Rechtswinkels Nederland wens ik je veel plezier met het nalezen van de verslagen en veel succes met het rechtswinkelwerk!

*Mariëtte van Kampenhout- van Hijum, voorzitter*

PS: Enthousiast geworden? Geïnspireerd geraakt? Kijk dan ook eens naar de vacature, verderop in dit boek!

Met dank aan:



**Kluwer**

a Wolters Kluwer business

verlening van rechtshulp nodig is. Dat laat echter onverlet dat andere rechtshulpverlenende instanties voor zichzelf een rol weggelegd kunnen zien.”

Omdat het van meet af aan de doelstelling van de rechtswinkels was om zichzelf overbodig te maken is een mogelijke opheffing ervan ook geen issue. Echter, laagdrempelige rechtshulp dient wel beschikbaar zijn, met name voor groepen in de samenleving die daarvoor niet zelf de financiële middelen kunnen opbrengen; de overheid dient de regels zodanig vorm te geven dat iedereen –ongeacht inkomen- toegang heeft tot het ‘recht’. In het huidige stelsel is het Juridisch Loket de aangewezen instantie voor deze rechtshulp. De vraag is of zij voldoende zijn toegerust om deze rol waar te maken. Zolang dat niet goed geregeld is zo is kan van opheffing van rechtswinkels geen sprake zijn.

### *Doen de rechtswinkels en het Juridisch Loket hetzelfde werk?*

Tijdens zijn onderzoek heeft Scheermeijer gekeken naar het verwijzingsbeleid van zowel de rechtswinkel als het Juridisch Loket. Een van de vragen was of zij naar elkaar doorverwijzen. Uit de reacties bleek dat dit zelden tot nooit gebeurde. Vaak werd als reden gegeven dat de andere organisatie ‘immers’ hetzelfde werk deed. Ook leek sprake van enige neerbuigendheid van het Juridisch Loket ten opzichte van het rechtswinkelwerk. De hamvraag is natuurlijk of er daadwerkelijk verschil in kwaliteit is. Volgens Scheermeijer is hier nooit onderzoek naar gedaan.

De meeste rechtswinkels worden gerund door vrijwilligers, meestal studenten Nederlands Recht. Aangezien de term ‘student’ niet bepaald een professionele connotatie heeft is het te begrijpen dat men twijfelt aan de kwaliteit van het rechtswinkelwerk. Uit het onderzoek van Scheermeijer bleek echter dat een kwart (!) van deze vrijwilligers afgestudeerde juristen zijn; voornamelijk advocaten. Bovendien zijn de studenten bij de rechtswinkels minimaal in het bezit van hun bachelor bul. Scheermeijer stelt daarom terecht dat het kennisniveau van de rechtswinkels ten opzichte van het Juridisch Loket niet alleen vergelijkbaar, maar vaak zelfs hoger is: bij het Juridisch Loket werkt een mengelmooi van MBO (14%), HBO (46%) en WO (40%) geschoolde medewerkers.<sup>1</sup>

Het belangrijkste verschil tussen het Juridisch Loket en de rechtswinkel is de aard en omvang van de rechtshulp. Het merendeel (74%) van de in het onderzoek betrokken rechtswinkels verleent zowel eerstelijns als tweedelijns rechtshulp.<sup>2</sup> De tweedelijns rechtshulp varieert: van een simpel telefoontje tot het schrijven van een formele brief naar een wederpartij. Rechtswinkeliers kunnen extern handelen, en zich daarmee profileren als een professionele rechtshulporganisatie: niet alleen door het gebruik van eigen postpapier –met rechtswinkellogo- maar ook door het optreden als gemachtigde in bestuurs- en kantonzaken.

In tegenstelling tot de rechtswinkel mag het Juridisch Loket alléén maar eerstelijns rechtshulp verlenen. Dat houdt in: vraagverheldering, advies en doorverwijzing. Indien er daadwerkelijk iets gedaan moet worden voor de rechtzoekende (tweedelijns rechtshulp dus), dan moet het Juridisch Loket de rechtzoekende door verwijzen naar een advocaat voor een lichte adviestoevoeging (maximaal 3 uur) of een normale toevoeging.

Volgens de respondenten van het Juridisch Loket werkt de lichte advies toevoeging echter niet feilloos. Hiervoor geldt –net als voor de ‘normale’ toevoeging- een strikte inkomensgrens. Rechtzoekenden die hier net boven zitten, komen niet voor een lichte advies toevoeging in aanmerking. Deze mensen worden dus geacht om voor relatief eenvoudige zaken een advocaat in de arm te nemen. Slechts één van de 21 ondervraagde vestigingsmanagers van het Juridisch Loket gaf aan regelmatig naar de rechtswinkel door te verwijzen voor verdere ondersteuning.

De constructie 'lichte toevoeging' kent nog andere problemen zoals: niet voor alle rechtsgebieden zijn advocaten beschikbaar die (willen) werken onder deze structuur; omdat de definitieve (subsidie)toekenning -door de Raad voor de Rechtsbijstand- pas achteraf plaatsvindt loopt de rechtzoekende het risico om, bij afwijzing, het volledige honorarium van de advocaat te moeten betalen; als er mogelijkheden zijn om 'in persoon' te procederen is dat meestal grond voor afwijzing, ongeacht de persoonlijke omstandigheden welke het zelfstandig optreden (kunnen) belemmeren.

Voor de rechtzoekende die wél in aanmerking komt voor een lichte advies toevoeging kunnen de procedurekosten soms toch nog te hoog zijn. De eigen bijdrage is nu gesteld op €13,50 maar binnenkort wordt dat inkomensafhankelijk. De tarieven komen te liggen tussen de €35,- en €65,-. Daar komt bij dat er geen garantie is dat het probleem ook daadwerkelijk binnen de gestelde tijd opgelost kan worden.

Bijna de helft van de respondenten (43%) van het Juridisch Loket geeft aan dat door de overgang van het Bureau Rechtshulp naar het Juridisch Loket, en met name door de 'lichte toevoeging' constructie een nieuwe leemte in de rechtshulp is ontstaan. En door de op handen zijnde verhoging van het minimale financiële belang lijkt de gesignaleerde leemte alleen maar groter te worden.

## Contact

Van een samenwerkingsrelatie tussen het Juridisch Loket en de rechtswinkels, in de zin van overleg en afstemming, is nauwelijks sprake. Dat is jammer: rechtswinkels zijn in staat om de nieuwe leemte op te vullen. Als de loketten op de hoogte zijn van de tweedelijns rechtshulp die rechtswinkel kunnen bieden, kan gerichte verwijzing plaatsvinden.

De belangrijkste oorzaak voor het ontbreken van samenwerkingscontacten is de organisatie van het Juridisch Loket. Het Juridisch Loket werkt voornamelijk gecentraliseerd en maakt ook het liefst op centraal niveau afspraken. Met de Sociaal Raadslieden - net als de rechtswinkels kleine op zichzelf staande organisaties - zijn bijvoorbeeld wél afspraken gemaakt over doorverwijzing over en weer. De Sociaal Raadslieden beschikken over een landelijk overlegorgaan dat op centraal niveau het verwijzingsbeleid heeft geregeld met het Juridisch Loket.

Willen de rechtswinkels een actieve rol gaan spelen bij het opvullen van de ontstane leemten dan is bundeling van krachten op regionaal, zelfs landelijk niveau noodzakelijk. Op deze echelons dienen afspraken te worden gemaakt met het Juridisch Loket om tot samenwerking c.q. doorverwijzing te komen. Daarnaast kan een duidelijkere profilering (met aandacht voor de diensten die worden geleverd) en een gezamenlijk landelijke website de herkenbaarheid en toegankelijkheid van de rechtswinkels verbeteren. Rechtzoekenden kunnen op eenvoudige wijze zien welke rechtswinkels er in de buurt zijn, welke hulpvormen deze rechtswinkels aanbieden en op welke tijdstippen hij bij de rechtswinkel in zijn omgeving kan aankloppen.

1) Een aantal vestigingsmanagers heeft aangegeven mee te helpen met de dienstverlening. Inclusief deze vestigingsmanagers komt de verhouding uit op 44% HBO en 42% WO geschoolde medewerkers.

2) In het peiljaar 2005 behandelde de rechtswinkels in Nederland circa 117.800 rechtsvragen. In circa 18.000 zaken (15%) werd tweedelijns rechtshulp verleend.

# Bestuursvaardigheden en Coachingsvaardigheden

*Met dank aan: Cupio Training en Advies, Tilburg*

Cupio is een jong en eigenzinnig bureau dat wordt gerund door Claudia van den Boogaard en Linda van Loon. Door middel van maatwerktraining en -begeleiding op het gebied van persoonlijke ontwikkeling en teamontwikkeling, biedt Cupio mensen de mogelijkheid te leren over zichzelf. Vragen als "Wie ben ik", "Wat wil ik", "Hoe functioneer ik", "Hoe krijg ik een succesvoller leven" of "Hoe leer ik de juiste keuzes maken", kunnen hiervoor een uitgangspunt zijn. De naam Cupio komt uit het Portugees en betekent "wens", bij Cupio vormen de wensen het uitgangspunt.

*Cupio Training & Advies  
Abcoudestraat 35  
5036 CL Tilburg  
Tel. (013) 572 23 54  
E-mail : info@cupio.nl*

## Fondsenwerving

*Verslag workshop van Ramon Chumman, Stichting Voedselhulp Tilburg*

Ramon Chumman liet de zaal zien hoe je fondsen moet werven. Hij gaf zeer aansprekende voorbeelden van hoe hij Voedselbank Tilburg tot grotere hoogte heeft getild en dat met name door zijn succesvolle manier van fondsen werven.

In de verschillende voorbeelden kwamen dezelfde thema's telkens weer terug:

- Fondsenwerving is: doen
- Fondsenwerving is: relatie
- Gunstenwerving
- Visualiseren
- Spioneren
- Onderzoeken naar partijen die dingen 'hebben'
- Gebruik maken van je netwerk
- Opportuniteiten moet je aanpakken
- Accepteer geen nee
- Wees betrouwbaar
- Strategie en ruimte nodig

Fondsen werf je niet door stil bij de telefoon gaan zitten. Ga het 'doen'! Dus bouw een relatie op met de organisatie waar je wat van wilt hebben (de receptioniste overtuigen is al stap 1, sla die niet over).

Zorg dat je duidelijk maakt aan de andere kant waarvoor goederen of geld nodig zijn en accepteer geen nee. Blijf vriendelijk, maar haak niet af als je je eerste nee te horen krijgt. Onderzoek of er partijen zijn die dingen 'hebben' die jij beter kan gebruiken dan zij.

Vergeet niet gebruik te maken van je netwerk. Laat bij verjaardagen, feesten en partijen weten waar je mee bezig bent, zodat mensen geïnteresseerd raken en ook zullen gaan nadenken voor jou, zonder dat je ze het expliciet gevraagd hebt. Als er eenmaal een relatie tot stand gekomen is, zorg dan dat je alles aanpakt wat je aangereikt wordt. Zorg dat je betrouwbaar bent.

Ramon Chumman heeft door bovenstaande strategie de Tilburgse Voedselhulp kunnen uitbreiden, zelfs met een auto om spullen weg te brengen. Als rechtswinkel, kan je op dezelfde manier proberen om fondsen binnen te halen.

Voor meer informatie over netwerken: zie het verslag van de bijeenkomst "Spin in het Web", verderop in dit boek.

*Secretariaat Stichting Voedselhulp Tilburg:  
Donizettistraat 19  
5049 KK Tilburg  
E-mail: ramon@voedselhulp.org  
Tel: +31 (0) 13 455 10 00  
Fax: +31 (0) 13 455 82 30  
Postbank 14.79.605*

## Imago onderzoek en klanttevredenheid

*Verslag van workshop Mariëtte van Kampenhout- van Hijum, Platform Rechtswinkels Nederland*

In 2006 heeft de Rechtswinkel Tilburg een imago- en klanttevredenheidsonderzoek laten uitvoeren door de Wetenschapswinkel Tilburg. Tijdens de Rechtswinkeldag is uit de doeken gedaan hoe een dergelijk onderzoek uitgevoerd zou kunnen worden, waarom je een dergelijk onderzoek zou doen en hoe de resultaten van het onderzoek gebruikt kunnen worden.

### *Waarom een imago- onderzoek?*

De aanleiding voor een imago- of klanttevredenheidsonderzoek kan uit allerlei hoeken komen. Sowieso zijn objectieve cijfers altijd een goede manier om je te presenteren. Daarnaast kan het afnemen van klantenaantallen een aanleiding zijn. Een andere aanleiding kan zijn dat klanten na een tijdje niets meer van zich laten horen zodat een dossier onverrichter zake gesloten wordt. Het kan ook zijn dat er minder giften ontvangen worden, terwijl het aantal behandelde dossiers/hulpvragen gelijk blijft. Wat ook een reden kan zijn, is dat er een subsidie aangevraagd moet worden of sponsors aangezocht, maar dat er geen cijfers zijn om aan te tonen dat de organisatie een goede investering is.

### *Kosten van het onderzoek*

Het is belangrijk dat het onderzoek naar buiten toe onafhankelijke resultaten kan presenteren. Een onderzoek door de Rechtswinkel zelf, over de Rechtswinkel, wordt waarschijnlijk niet serieus genomen. De tarieven die commerciële bureaus hanteren, zijn echter vaak niet te betalen voor Rechtswinkels.

De kosten van een imago- onderzoek door een commercieel bureau kunnen erg hoog zijn. Wetenschapswinkels hebben vaak een maatschappelijk doel en daardoor ook "maatschappelijke" tarieven. De kosten van een onderzoek door de wetenschapswinkel zijn daardoor voor Rechts- en wetwinkels eerder betaalbaar. Daarbij is een wetenschapswinkel een instelling die wetenschappelijk verantwoord onderzoek af kan leveren, omdat er samengewerkt én gecontroleerd wordt door universitaire docenten.

Een alternatief voor de wetenschapswinkel is het onderzoek laten uitvoeren door een stagiair van een opleiding marketing of communicatie, die onder begeleiding van een docent het

onderzoek uitvoert. Ook zijn er opleidingen waar tweede- of derdejaars studenten een project uit moeten voeren onder leiding van een docent. Hiervoor is contact zoeken met de opleiding noodzakelijk.

Tenslotte zijn er steeds meer bedrijven bezig met MVO (Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen). Op basis van vrijwilligheid of sponsoring kunnen bedrijven medewerkers vrijmaken om in een ontwikkelingsland projecten te doen. Het kan echter ook op kleinere schaal en gewoon in Nederland. Een manier om met dergelijke organisaties in contact te nemen is "De Beursvloer", een evenement waarbij profit organisaties met non-profit organisaties in contact komen.

### *Voorbeeld van resultaten uit het onderzoek*

De Rechtswinkel Tilburg heeft verschillende acties ondernomen naar aanleiding van het onderzoek. Zo bleek dat de cliënten niet konden inschatten hoeveel tijd er aan een dossier moet worden besteed. Daardoor denkt de gemiddelde cliënt dat er maar weinig tijd aan een dossier hoeft te worden besteed om een goede uitkomst te bereiken. De actie die de Rechtswinkel hierop heeft uitgevoerd is de volgende. Er is een zogenaamde "Intake bevestiging" ingevoerd. Drie dagen nadat een cliënt het intake gesprek heeft gevoerd met een van de medewerkers, ontvangt hij of zij een brief met daarin nogmaals de zakelijke weergave van het probleem en een opsomming van de afspraken die de medewerker met de cliënt heeft gemaakt. Het gevolg hiervan is dat de cliënt schriftelijk bevestigd ziet dat de medewerker het probleem heeft begrepen (en zo niet, dan kan hij of zij reageren naar aanleiding van de brief) én dat hij na kan lezen wat de medewerker voor hem of haar gaat doen. Het aantal telefoontjes van cliënten die kort na de intake al resultaat willen zien, is hierdoor sterk afgenomen.

Wanneer het dossier gesloten wordt, ontvangt de cliënt een "Afbrief". In deze brief wordt het oorspronkelijke probleem nogmaals beschreven. Daarna beschrijft de medewerker welke acties hij of zij ondernomen heeft om het probleem aan te pakken. Tenslotte wordt de uitkomst beschreven: het probleem is opgelost, of het probleem is (helaas) niet helemaal of helemaal niet opgelost. Het voorlopige meetbare resultaat is een lichte toename in het aantal giften van cliënten.

### *Handige adressen*

Het onderzoek is online beschikbaar op  
<http://www.uvt.nl/diensten/dsz/wewi/publicaties/279horzen/>

Meer informatie over Maatschappelijk verantwoord ondernemen en de Beursvloer is te vinden op:  
<http://www.beursvloertilburg.nl>  
<http://www.maatschappelijkverantwoordondernemen.nl>

CIVIQ is een organisatie die trainingen verzorgt voor vrijwilligersorganisaties. Op de regiodagen zijn vaak al korte trainingen gratis te volgen, onder andere over het contact maken met commerciële bedrijven.  
<http://www.civiq.nl>

Een overzicht van de Nederlandse vrijwilligerscentrales staat op:  
<http://www.vrijwilligerscentrales.nl> en de Wetenschapswinkels vind je via  
<http://www.wetenschapswinkels.nl>

# Spin in het Web

*Verslag van workshop door Platform Rechtswinkels Nederland*

Wat zijn de waarden van je organisatie? Wat straalt je uit naar buiten? Welke mogelijkheden levert dat op? Herontdek je netwerk en maak er gebruik van!

## *De rechtswinkel en haar netwerk*

Rechtswinkels geven juridische hulp en doen dat zo goed mogelijk, meestal door de inzet van vrijwilligers en gefinancierd door subsidies. De kans bestaat dat de rechtswinkel vooral bezig is met het behouden van de vrijwilligers, het bereiken van cliënten en het rondkomen van de subsidies. Daardoor is er weinig tijd voor het rondkijken in het netwerk en het spotten van kansen die het werken makkelijker maken. Toch is dat de moeite waard! Tijdens de bijeenkomst "Spin in het web" werden praktische handreikingen gegeven voor het naar buiten treden in en het uitbreiden van het netwerk.

## *Bewustwording*

Voor je als organisatie naar buiten treedt, je in je netwerk gaat profileren, is het belangrijk om te weten waar je voor staat. Je moet weten wat je uitstraalt, zodat je kan inschatten hoe de mensen die je gaat ontmoeten, op je zullen reageren. Men reageert anders op een advocaat dan op een student. Men reageert anders op een advocatenkantoor dan op een rechtswinkel.

Waar staat de rechtswinkel voor? Dit kan vastgelegd zijn in statuten, het kan blijken uit advertenties, maar ook het handelen van je medewerkers kan veel zeggen over waar je voor staat.

## *Statuten*

Veel rechtswinkels zijn stichting of vereniging. In de statuten van een vereniging of stichting is de doelstelling opgenomen. Deze is meestal erg breed en laat dus veel ruimte om in te kleuren/ invulling aan te geven. Wel kan er een richting aangegeven worden; vrouwenrechtswinkel, fiscale rechtswinkel.

## *Handelen*

Ook uit het handelen kan blijken waar je voor staat. Kijk naar je houding versus subsidiegevers: is het een gevecht of probeer je samen wat neer te zetten? Versus cliënten: zijn het maar lastige mensen of zijn het slachtoffers? Of zijn ze gelijkwaardig aan de dienstverlener? Ga je bewust om met je houding, is het iets wat je je medewerkers meegeeft bij het inwerken?

## *Advertenties/ persberichten*

In advertenties verwoord je vaak heel krachtig waar je voor staat. "Meer mogelijk maken" is daar een goed voorbeeld van.

## *Uitspraken*

Luister eens naar je collega's aan de telefoon. Hoe leggen ze de bellers uit wat de winkel voor ze kan doen? Hoe is de toon? Wat is de boodschap? Klinkt er een zucht in door of is men juist erg bevlogen? Wat zegt dat over waar jouw rechtswinkel voor staat?