

Ontmoetingscentrum
PrinsenHof



WWW.TRANSITIEPROGRAMMA.NL

Managementsamenvatting
maatschappelijke Business Case (mBC)

Ontmoetingscentrum Prinsenhof



CP: CLIËNTPERSPECTIEF



FACTSHEET maatschappelijke BusinessCase

v17-03-09

Peter van Felius

peter.van.felius@nl.ey.com / 06-18841116

Doel mBC: het komen van de waardering van cliëntbehoeften met stakeholders tot een structurele bekostiging met financiers.

De maatschappelijke BusinessCase (mBC) is een **gestructureerde kosten-baten afweging waarin het economische én het maatschappelijke nut samenkomen**. Middels vijf samenhangende casussen beschrijft de mBC een duurzaam toekomstig organisatieconcept dat vertrekt vanuit de cliëntbehoeften.

- De mBC is een methode om **structuur en overzicht** te creëren in de **totale businesscase** van een project.
- Het einddoel is met het resultaat de **dialog met potentiële financiers** aan te kunnen gaan.
- Vooraf aan de realisatie kijkt het instrument **predictief** vooruit naar een volwassen organisatieconcept.
- Het maakt zoveel als mogelijk de **zachte kwalitatieve overwegingen hard in economische en maatschappelijke meerwaarde** en weegt deze **samenhangend** af tegen verschillende perspectieven.

Opbouw mBC: in vijf onderling verbonden perspectieven komen tot één gedeelde totaal kosten-baten afweging van een project.

- Casus 1: **Het CliëntPerspectief (CP)** beschrijft de primaire basisbehoeften van de cliënt die bevredigd worden door het creëren van waarde met een vernieuwend organisatieconcept.
- Casus 2: **Het BusinessModel (BM)** beschrijft de scoping van het project en schenkt aandacht aan minimale basisvereisten, continuïteit en kopieerbaarheid: wie doet er wat en hoe.
- Casus 3: **De Organisatorische Case (OC)** beschrijft investeringen, kosten en opbrengsten beredeneerd vanuit de organisatie.
- Casus 4: **De Maatschappelijke Case (MC)** beschrijft alle stakeholders in relatie tot de impact en de gekwantificeerde maatschappelijke effecten die het project bewerkstelligt.
- Casus 5: **De maatschappelijke BusinessCase (mBC)** vat casus één tot en met vier samen en beschrijft de levensvatbaarheid, succesfactoren, risico's en de aanbevelingen voor toekomstige financiering.

Samenhang van casussen. CP - de cliënt snapt/wil het; BM - de zorgverlener snapt/wil het; OC - de zorgaanbieder snapt/wil het; MC - de stakeholder snapt/wil het; mBC - de financier snapt/wil het.

Gebruik mBC: geen volledige precisie maar een gezamenlijk afwegingsproces waarin ieders kennis en doelen samenkomen.

- De mBC werkt met zorgvuldig gedocumenteerde **aannames, veronderstellingen en indicatoren** om een **onderbouwde inschatting** te maken voor de dialoog over een gezamenlijk wenselijke toekomstige situatie. Het is een **waarderingsproces** en pretendeert geen uiterste wetenschappelijke precisie.
- **Causaliteit en onderlinge afhankelijkheden** zijn niet per definitie aantoonbaar en vergen vaak jaren onderzoek in toekomstige situaties. Schattingstechnieken, onderzoek en expert opinions trachten tot de **best mogelijke benadering** te komen.
- **Stakeholders zijn niet per definitie de financiers en waardering is nog geen bekostiging.** De stakeholdersdialoog levert een gezamenlijke objectieve waardering van maatschappelijke effecten op en de **uiteindelijke mBC** is pas in een vervolgstap het **startpunt** van een financieringsdialoog.
- De mBC berekent aan de maatschappelijke kant **kostenbesparingen** voor de maatschappij (MC), enkel **toegerekend naar stakeholders**. Het doel is **niet de meerwaarde voor de cliënt te kwantificeren (CP)**. Deze vaak individueel waardeerbare **cliëntbehoeften zijn wel de rationale** waarop alle **vervolgcasussen** zijn gestoeld en waar **stakeholders hun beleid op baseren** (bv. meedoen, langer leven of geluk).
- De focus op identificeerbare en **kwantificeerbare effecten dient genuanceerd te worden** vanuit deze **meerwaarde voor de cliënt (CP)**. Een verbetering in bv. gezondheid, zelfredzaamheid, welbevinden, waardigheid, bewustzijn, gewoonten, daden of privacy bij de mens én zijn totale omgeving zijn in de mBC **kwalitatief beschreven doelen**, die de **gekwantificeerde maatschappelijke effecten overstijgen**.

Managementsamenvatting mBC Prinsenhof

Onderstaand vindt u de samenvatting van de 'maatschappelijke Business Case' (mBC) van Ontmoetingscentrum Prinsenhof. De kern van de mBC als instrument is beschreven op de factsheet op voorgaande pagina. Deze samenvatting beschrijft Prinsenhof vanuit vijf verschillende, maar samenhangende perspectieven. Deze beschrijving geeft een totaalbeeld van het innovatieve zorgconcept Prinsenhof, haar businessmodel en de kosten en maatschappelijke baten die zij genereert. In het laatste hoofdstuk monden deze perspectieven uit in een confrontatie van het economische en maatschappelijke nut van Prinsenhof.

Onder dit document ligt de mBC-methode ten grondslag die diverse handleidingen, invulformats en rekenschema's bevat. Deze formats zijn ontwikkeld binnen het Transitieprogramma in de Langdurende Zorg. In de bijlage is als voorbeeld de inhoud van het rekenmodel voor de organisatorische en maatschappelijke case bijgevoegd.

1 Introductie

Prinsenhof is een ontmoetingcentrum in de vergrijsde wijk Het Lage Land in Rotterdam, dat gerund wordt voor en door, voornamelijk oudere, buurtbewoners en mensen met een verstandelijke beperking.



Ontmoetingscentrum Prinsenhof gaat over de relaties tussen individuele bewoners en publiek-private organisaties. In Prinsenhof wordt het begrip 'Civil Society', geoperationaliseerd. De bewonersvereniging, wooncorporatie Woonstad Rotterdam, Pameijer, een organisatie voor mensen met een verstandelijke beperking en zorgaanbieder Laurens hebben samen een ontmoetingsplek gerealiseerd. Deze participanten hebben zich verenigd in Beheerstichting Prinsenhof. Echter het bijzondere is dat Prinsenhof voor én vooral door de buurtbewoners gerund wordt. De buurtbewoners namen het initiatief en de professionele organisaties helpen bij de opstartfase waarna buurtbewoners als vrijwilligers hun rol weer overnemen.

Prinsenhof is een nieuw, innovatief project dat als één van de experimenten meedraait in het Transitieprogramma. Kenmerk van deze experimenten is dat zij radicaal breken met oude structuren, culturen en werkwijzen in de zorg.

Dergelijke radicaal innovatieve vormen van zorg gaan hiermee buiten de gebaande paden, het huidige beleid en (bekostigings)structuren om. De financiering van innovaties als Prinsenhof is om deze reden dan ook nog niet geregeld. De mBC creëert op meerdere niveaus inzage in deze nieuwe zorgvorm. Dit is op een dusdanige wijze gedaan dat alle betrokkenen hun perspectief vertegenwoordigd zien en kunnen afwegen. De maatschappelijke Business Case uit deze samenvatting is vormgegeven, vanuit een gezamenlijk proces met cliënten, participanten en de stakeholders.

Het cliëntperspectief (CP)

Het cliëntperspectief beschrijft de behoeften van de cliënt en maakt daarmee de zorgvraag echt leidend door van hieruit de nieuwe diensten te formuleren. Een van de voorbeelden hiervan is het volgende citaat uit een interview op straat:

'Kent U Prinsenhof?' "Jazeker, mijn man is kortgeleden overleden en ik heb mij aangemeld als vrijwilliger bij Prinsenhof. Thuis is het erg stil en ik heb tijd. Op dit moment word ik ingewerkt voor de receptie. De mensen zijn erg vriendelijk en ik word goed opgevangen. Ik kan op deze manier andere mensen helpen en er is aandacht voor mij in deze moeilijke periode van rouw."

Uit deze reactie blijken behoeften aan meedoen, vriendschap, activering en verbondenheid. Werkelijke vraagsturing is gebaseerd op deze 'Maslowiaanse' behoeften, die uit dit perspectief stuk voor stuk gedestilleerd zijn middels de maatschappelijke businesscase methode.

De behoeften uit cliëntinterviews zijn vertaald in de waardepropositie en zogenaamde producten of bouwstenen van Prinsenhof. Beredeneerd vanuit dit cliëntperspectief is afgeleid dat Prinsenhof bestaat uit vijf bouwstenen. Deze vijf zijn: ontmoeten in het ontmoetingscentrum, het organiseren en faciliteren van activiteiten, de functie gezondheidsbevordering, de buurtcontacten vanuit het buurtteam en de functie verhuur.

Een voorbeeld van een vertaling van de werkelijke behoefte en vraag naar innovatieve diensten is de volgende:

Ontmoeting: Het ontmoetingscentrum levert waarde door diverse activiteiten. Het is een ontmoetingsplaats voor buurtbewoners met een grand café met bar en maaltijdservice en het biedt dagbesteding voor mensen met een verstandelijk beperking en vrijwilligerswerk voor de ouderen. Dit geeft aan beide groepen meer empowerment.

De **bijbehorende waardepropositie** vanuit de cliëntperspectief is dan als volgt: *Ik krijg weer gemeenschapsgevoel, wordt gewaardeerd en hoor ergens bij. Ik kom uit mijn sociaal isolement en er wordt gewerkt aan mijn zorgmijndheid door contacten en zingeving. Er wordt gewerkt aan mijn sociale omgeving en steunstructuur en ik kan mijn kwaliteiten daarvoor inzetten als vrijwilliger.*

De meerwaarde van Prinsenhof is het gezamenlijk in de buurt doorbreken van de anonimiteit bij mensen, elkaar ontmoeten en betekenisvol contact hebben. **Het hoofdeffect van Prinsenhof is participatie en activering.** Deze waardevolle effecten realiseert Prinsenhof door als ontmoetingscentrum laagdrempelig te zijn voor eenieder. Mensen voelen zich daar welkom en er heerst een gevoel van gemeenschappelijkheid, gewaardeerd worden en verantwoordelijkheid nemen voor elkaar.

Op deze wijze is de gehele businesscase zowel kwalitatief als kwantitatief opgebouwd vanuit de basisbehoeften van de cliënt. Het op een juiste manier vervullen van deze behoeften is ons

inziens de basis voor een goede werking van de Wmo, voor het werken aan preventie en het voorkomen van dure AWBZ zorg.

2 Het businessmodel (BM)

In het Business Model van Prinsenhof staan een negental beschrijvende onderdelen centraal die Prinsenhof modelleren in haar unieke nieuwe organisatievorm. Dit model is opgebouwd naar analogie van een promotieonderzoek naar de werking van businessmodellen. De **hoofdvragen** die je bij elk organisatie-model moet stellen en in deze samenvatting aan de orde komen zijn: *wat* bied je aan, aan *wie* bied je dat aan en *hoe* bied je dat aan?

Het *wat*: Prinsenhof kent drie verschijningsvormen:

- Als ontmoetingscentrum in de wijk;
- als gezondheidsbevorderende woonservicewijk;
- als Civil Society voor en door de bewonersorganisatie.

Prinsenhof is de plek waar mensen zich thuis voelen en elkaar kunnen ontmoeten. De plaats waar activiteiten en diensten op het gebied van zorg en welzijn worden aangeboden, waar sociale binding op buurtniveau wordt gestimuleerd en waar schotten tussen organisaties, instellingen, bedrijven, ondernemers en buurtbewoners worden weggenomen door samenwerking tussen deze partijen. Terugkerende kerngedachte is de actieve betrokkenheid en participatie van de buurtbewoners en de zeer bepalende rol die vele vrijwilligers spelen.

Vanuit de drie genoemde verschijningsvormen en de perspectieven van de cliënt is Prinsenhof opgedeeld naar vijf samenhangende **bouwstenen**: ontmoeting, activiteiten, gezondheidsbevordering, buurtcontacten en verhuur. Elk van deze bouwstenen is onderbouwd met een waardepropositie en vormen door alle cases heen de rode draad voor het volwassen model in 2013.

Het *wie*: Prinsenhof heeft binnen haar bereik van 3000 bezoekers een tweetal doelgroepen: ouderen (55+) en mensen met een verstandelijke beperking. De relatie tussen Prinsenhof en haar klanten is gebaseerd op het verbinden van mensen om in hun behoefte van participatie en activering te voorzien. Het bijzondere aan Prinsenhof is dat een hulpvrager tegelijk hulpverlener kan zijn en dat iedere vrijwilliger ook medewerker, bezoeker of deelnemer kan zijn. Deze dubbelrollen vormen de kern van een Civil Society en het vormt de kern van het bouwen aan informele netwerken waaruit sociale samenhang ontstaat. Dit grijpt direct terug op het eerder beschreven cliëntperspectief.

Het *hoe*: In Prinsenhof is de fysieke locatie zeer belangrijk aangezien daar alle vijf genoemde bouwstenen door elkaar als een dicht weefsel met elkaar verweven zijn. Verder spelen netwerken, (digitale) media en face-to-face contacten een zeer belangrijke rol.

Om Prinsenhof draaiende te houden zijn er twee soorten kerncapaciteiten benodigd. De kerncapaciteit van de bewonersvereniging bestaat uit vrijwilligers. De participanten zijn, zoals hiervoor beschreven, kritisch betrokken bij het reilen en zeilen van Prinsenhof. Hiertoe bieden

zij Prinsenhof professionele kerncapaciteiten met betrekking tot management , bestuur en vrijwilligersondersteuning.

De onderdelen van het businessmodel zijn waar mogelijk en nodig gedetailleerd omschreven, zoals bij het benodigd aantal vrijwilligers, buurtbewoners, professionele ondersteuning of in de beschrijving van wijkenmerken of aantal FTE en competenties van medewerkers. Minimale basisvereisten, risico's en een reflectie op de continuïteit en kopieerbaarheid van Prinsenhof completeren dit hoofdstuk.

3 De Organisatorische Case (OC)

Het Businessmodel krijgt in de organisatorische casus de vertaling in een kosten-baten afwegingen op organisatieniveau. De case beschrijft de kosten en baten van de faciliteiten en de ondersteuningstructuur van Prinsenhof.

Van belang in de organisatiebeschrijving is vast te houden aan de basisprincipes van Prinsenhof. Prinsenhof is ingegeven door de wens een Civil Society vorm te geven en te werken aan Communitybuilding. Actief zelfbestuur door de bewoners kenmerkt deze ambitie, in een organisatiemodel waarin waarde gecreëerd wordt door ontwikkelen van een sociale en maatschappelijke steunstructuur gericht op het meedoen van eenieder. Om tot een beschrijving te komen van dit model zijn vanuit het businessmodel gefundeerde aannames doorberekend in een realistisch, best en worst case scenario. Enkele hiervan zijn:

Bereik van het aantal de buurtbewoners voor functie ontmoeting in aantal contacten	1583
Aantal contacten per jaar voor het product ontmoeting (1x per week)	82316
Aantal contacten voor functie Informatie, advies en ondersteuning (3x per jaar)	4749
Aantal actieve vrijwilligers in 2013 (2008: 50)	120
Aantal FTE professionele (niet vrijwillige, betaalde) ondersteuning	1,22 FTE
Percentage bereikte sociaal geïsoleerde zorgmijders door Buurteam	85%
Percentage actieve buurtbewoners voor Prinsenhof	55%
Verhouding # actieve verstandelijk beperkten irt # vrijwilligers (55+)	1:5
Aantal cliënten Pameijer in dagbesteding en werkprojecten	24
Gemiddeld aantal bezoeker waarbij gezondheidseffecten optreden (50%)	792
Afname percentage ouderen dat zich depressief voelt	30%
Afname percentage ouderen dat zich eenzaam voelt	30%

Deze aannames zijn getoetst bij en onderbouwd door stakeholders, participanten en de bewonersvereniging. Vervolgens zijn deze verwerkt en doorberekend in een methodisch opgebouwd spreadsheet model. Hierin zijn alle kosten en opbrengsten doorgerekend naar de verschillende producten, naar de participanten en de stakeholders. Hierdoor komen verhoudingen scherp in beeld en kan Prinsenhof via aannames sleutelen aan de scenario's.

De groei van Prinsenhof is doorberekend naar 2013, naar een volwassen organisatie. Hieruit resulteren totale kosten van €514.210, totale opbrengsten van €207.050 uit de verschillende producten en daarmee een negatief resultaat van € -307.160.

Dit negatieve resultaat is verklaarbaar vanuit de aanloopkosten, een opstartend innovatief organisatieconcept zonder structurele financiering, de niet commerciële maar sociale doelstelling en de in dit stadium nog niet gerealiseerde bijdragen vanuit de Wmo, AWBZ en ZvW. Dit betekent dat Prinsenhof haar maatschappelijke waarde aan belangrijke stakeholders dient aan te tonen om hen te overtuigen dit ontmoetingscentrum als Civil Society structureel te ondersteunen. Voor het aantonen van deze baten is de maatschappelijke case in het leven geroepen.

4 De Maatschappelijke Case (MC)

Waar de organisatorische case een beschrijving geeft over de kostenstructuur van Prinsenhof bezien vanuit de organisatie, handelt deze case over de maatschappelijke opbrengsten en baten voor de maatschappij. Dit rendement is berekend vanuit oorzaak-gevolg redeneringen en de uit Engeland overgewaaid 'social return on investment' methode. In bespreking met stakeholders is de waarde van de positieve (en negatieve) effecten van Prinsenhof bepaald..

Deze stakeholders zijn partijen die zorg, wonen en welzijn verlenen of bekostigen in Rotterdam zoals zorgaanbieders, de gemeente en het zorgkantoor. Op basis van deze berekening realiseert Prinsenhof ongeveer 1,6 miljoen euro aan maatschappelijke baten in 2013, waar geen inkomsten tegenoverstaan. De baten groeien mee met Prinsenhof en zijn gecorrigeerd voor 'negatieve effecten' zoals oorzakelijke eerdere interventies, effecten die ten koste gaan van andere dienstverleners en vanuit de vraag of de effecten zonder Prinsenhof ook waren opgetreden. Deze effecten zijn, voorzien van bronnen en rekenmethodes, verwerkt in een rekenmodel en impactkaart waarin de maatschappelijke rendementen zichtbaar worden. Een samenvatting van deze kaart is weergegeven in onderstaande figuur.

Nr.	Subdoel	2013
1	# contacten type vraagwijzer: verlenen van informatie en advies	€ 34.407
2	# nieuw geworven vrijwilligers in kader Wmo beleid	€ 17.340
3	# cliënten met arbeidsplaats / betaalde arbeid	€ 204.388
4	# cliënten bieden # uren diensten aan huis (besparing op zorguren)	€ 17.850
5	Kostenbesparing per FTE door hoog dienstenniveau/infrastructuur	€ 21.600
6	# voorkomen verpleeghuisopnames door alternatief aanbod	€ 172.463
7	# woningen teruggedrongen leegstand	€ 59.590
8	Stijging woningwaarde in procenten, door wijkverbetering Prinsenhof	€ 72.500
9	afname verhouding # FTE begeleiding : # cliënten	€ 36.740
10	# uren zorg aan huis in Lage Land werken kostendekkend	€ 2.825
11	Proactief voorkomen # intramurale opnames door Consultatiebureau	€ 21.353
12	Bereik # sociaal geïsoleerde Zorgmijders door buurtteam	€ 36.800
13	# cliënten vroegsign. & vroegtijdige doorverwijzing Cbo: voorkomen zorgvraag	€ 39.600
14	Afname # mensen dat zich depressief voelt	€ 63.383
15	Afname # mensen dat zich eenzaam voelt	€ 33.804
16	% substitutieeffect van tweedelijns cure naar eerstelijns	€ 100.069
17	% afname medicatiegebruik onder ouderen	€ 24.338
18	% afname OB door toename empowerment, participatie en meedoen	€ 181.621
19	# uren vrijwilligersinzet	€ 480.029
Totaal verwachte maatschappelijke opbrengsten		€ 1.620.698

In de tabel is bijvoorbeeld te zien dat Prinsenhof cliënten met een beperking toeleidt naar betaalde arbeid, verpleeghuisopnames voorkomen worden, de eenzaamheid en depressie onder buurtbewoners vermindert en de buurt leefbaar houdt en dure tweedelijnszorg

voorkomt door vanuit het ontmoetingscentrum te werken aan gezondheidsbevordering in de eerste lijn. Kortom, de door Prinsenhof ontwikkelde steunstructuur bespaart vele woon- zorg- en welzijnskosten voor de maatschappij.

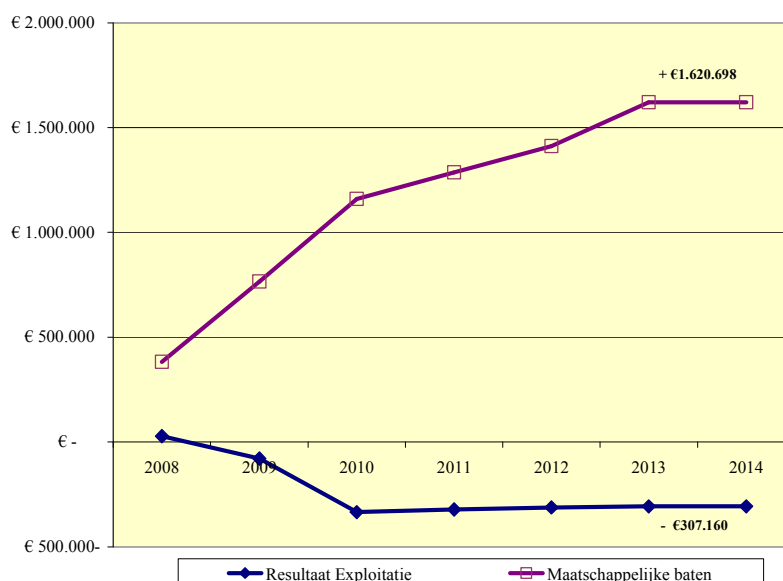
Het netto maatschappelijk rendement van Prinsenhof is hierbij 'zuinig' in kaart gebracht. Dit wil zeggen dat zij nog veel effecten op cliëntniveau (kwaliteit van leven, zelfredzaamheid, welbevinden) en de goodwill voor participanten niet heeft gekwantificeerd. Op basis van literatuur en ervaringen is de verwachting dat, bij het in de toekomst kwantificeren van baten op alle niveaus, het maatschappelijk rendement kan verdubbelen.

5 Conclusie: De maatschappelijke Business Case (mBC)

Door het confronteren van de organisatorische case (negatieve exploitatie) en de maatschappelijke case (positief maatschappelijk rendement) kan Prinsenhof uitspraken doen over de businesscase onder haar nieuwe organisatie-model. Dit levert een maatschappelijke businesscase op waarin vanuit vijf perspectieven naar het ontmoetingscentrum gekeken is.

Dit gebeurt in de mBC volgens de systeemlogica. Wat moeten we erin stoppen (input: cliëntbehoefte uit cliëntperspectief), hoe organiseren en realiseren wij klantwaarde via onze producten (throughput: bouwstenen businessmodel), wat komt daaruit (output: organisatorische case) en welke positieve effecten brengt dit teweeg (outcome: maatschappelijk rendement). Continu wordt hierin doorgeredeneerd vanuit werkelijke klantbehoefte als vrijwillige associatie, activering, participatie, zorg, sociale samenhang, zelfredzaamheid, aandacht, waardering, leren, verantwoordelijkheid voor jezelf en elkaar, meedoen, samenwerken, communiceren.

Een businesscase veronderstelt altijd als kern een afweging voor een investeringsbeslissing. In de maatschappelijke businesscase komen in deze afweging het economische en maatschappelijke nut samen in één gestructureerde kosten-baten afweging. Hierin is het financieringstekort van de innovatie afgezet tegen de te verwachten maatschappelijke baten:



Hieruit blijkt bij doorrekening een positieve maatschappelijke businesscase, waar in Social Return on Investment termen **elke geïnvesteerde euro ongeveer 2,3 euro aan rendement oplevert**. Zoals beredeneerd in de maatschappelijke case is dit te verdubbelen door het doorrekenen van nog niet gekwantificeerde effecten bij cliënten en participanten.

Concreet betekent bovenstaande figuur dat er een tekort van €307.000 gedekt dient te worden uit €1,6 miljoen aan baten. Daarmee dient Prinsenhof **19% van de maatschappelijke baten te kapitaliseren** door deze om te zetten in structurele financiering.

De baten uit hoofdstuk zijn **intelligent te clusteren en toe te rekenen naar producten, participanten en stakeholders**. Op basis van deze baten-clusters zijn uitstekend prestatieafspraken te maken met financierders. Hierdoor kan Prinsenhof met de mBC in de hand op zoek gaan naar een **structurele bijdrage** van stakeholders en participanten, om een echte Civil Society duurzaam te ondersteunen en te bekostigen.

Zowel de stakeholders als de participanten hebben bij het presenteren van deze maatschappelijke businesscase al de wil getoond **in de toekomst hun bijdrage te gaan leveren** aan Prinsenhof en zoeken tevens gezamenlijk naar het kopiëren van dit succesvolle model naar andere wijken in Rotterdam.

Op dit moment **monitort Prinsenhof haar baten** in wetenschappelijk effectonderzoek en is op basis van nieuwe inzichten uit de mBC een **ondernemersplan** geschreven om meer opbrengsten te genereren uit het Grand Café in het ontmoetingscentrum.

De kern van de mBC

Niet het gebouw of het ontmoetingscentrum maar *de buurtbewoners en vrijwilligers* maken Prinsenhof. In essentie stimuleert en creëert Prinsenhof een Civil Society, door de participatie en activering van de bewoners. Prinsenhof is hierbij 'slechts' een middel, een knooppunt om diensten onderling aan elkaar te distribueren zodat elke burger en buurtbewoner 'mee kan doen'. Prinsenhof laat gemeenten zien hoe er vanuit actief burgerschap de infrastructuur voor de Wmo te leggen is en hoe deze duurzaam te combineren is met zorg (AWBZ) en preventie (eerste lijn, Zvw).

De maatschappelijke businesscase was als instrument hierin ondersteunend aan het gezamenlijke zoek- en leerproces van alle betrokkenen. In gezamenlijkheid is gezocht naar de kern van de innovatie, is er in een vruchtbare dialoog met stakeholders gekomen tot een beter begrip van gezamenlijke doelen en is er een zo objectief mogelijke weging van maatschappelijke effecten ontstaan. En als hoeksteen van dit proces is er gestuurd vanuit de werkelijke behoeften en vraag van de cliënt, die vanuit eigen beweging en burgerschapszin zelf het Prinsenhof hebben opgestart en zullen blijven besturen.

INHOUDSOPGAVE		mBC model v2.0
OC: Organisatorische Case		
1	OC - Basis	BESCHRIJF PARTICIPANTEN, PRODUCTEN, STAKEHOLDERS EN FINANCIERS
2	OC - Investerings	BESCHRIJF VAN DE INVESTERINGEN EN AFSCHRIJVINGSPERODE
3	OC - Exploitatie Actueel	BESCHRIJF DE HUIDIGE EXPLOITATIE (T=0)
4	OC - Samenvatting Exploitatie	SAMENVATTING VAN EXPLOITATIE ACTUEEL
5	OC - Exploitatie Ontwikkeling	BESCHRIJF EXPLOITATIE OVER KOMENDE 5 JAAR (T0 t/m T+5)
6	OC - Exploitatie Volwassen	BESCHRIJF EXPLOITATIE IN JAAR T+5 MET TOEDELING NAAR PARTICIPANTENPRODUCTEN
MC: Maatschappelijke Case		
7	Aannames	BESCHRIJF AANNAMES, KENGETALLEN EN BRONNEN VOOR OC + MC
8	MC - Impactkaart	BEORDEEL OUTCOME EN IMPACT VAN MAATSCHAPPELIJKE EFFECTEN
9	MC - Impactbeoordeling Waarderingen	WEEG DE MAATSCHAPPELIJKE IMPACT PER STAKEHOLDER
10	MC - Impactverdeling	BESCHRIJF DE VERDELING VAN DE IMPACT OVER PRODUCTEN EN STAKEHOLDERS
mBC: Samenvatting en bijlagen		
I	Samenvatting: OC en MC	SAMENVATTING VAN ORGANISATORISCHE EN MAATSCHAPPELIJKE CASE
II	Samenvatting: Verdeling	SAMENVATTING VERDELING KOSTEN/OPBRENGSTEN OVER PRODUCTEN/PARTICIPANTEN
III	BIJLAGEN	BIJLAGEN M.B.T. CAO's, ZZP's, PGB's EN NZI REKENSHEMA



Project :	Ontmoetingscentrum Prinsenhof
P.coord.:	Geertje Morée van Capellen
E-mail	info@netwerkbureau.nl
Tel.	(+31) 6 51290061
Adviseur	Peter van Felius
E-mail	peter.van.felius@nl.ey.com
Tel.	(+31) (0)629083721

* Nadere informatie over de inhoud van het rekenmodel en de achterliggende berekeningen kunnen bij Prinsenhof ingewonnen worden.