

Atlas Werkconferentie 16 mei 2019

Chandra Verstappen – strategisch
adviseur/projectleider Pharos

Bereiken & Betrekken



Pharos, expertisecentrum gezondheidsverschillen

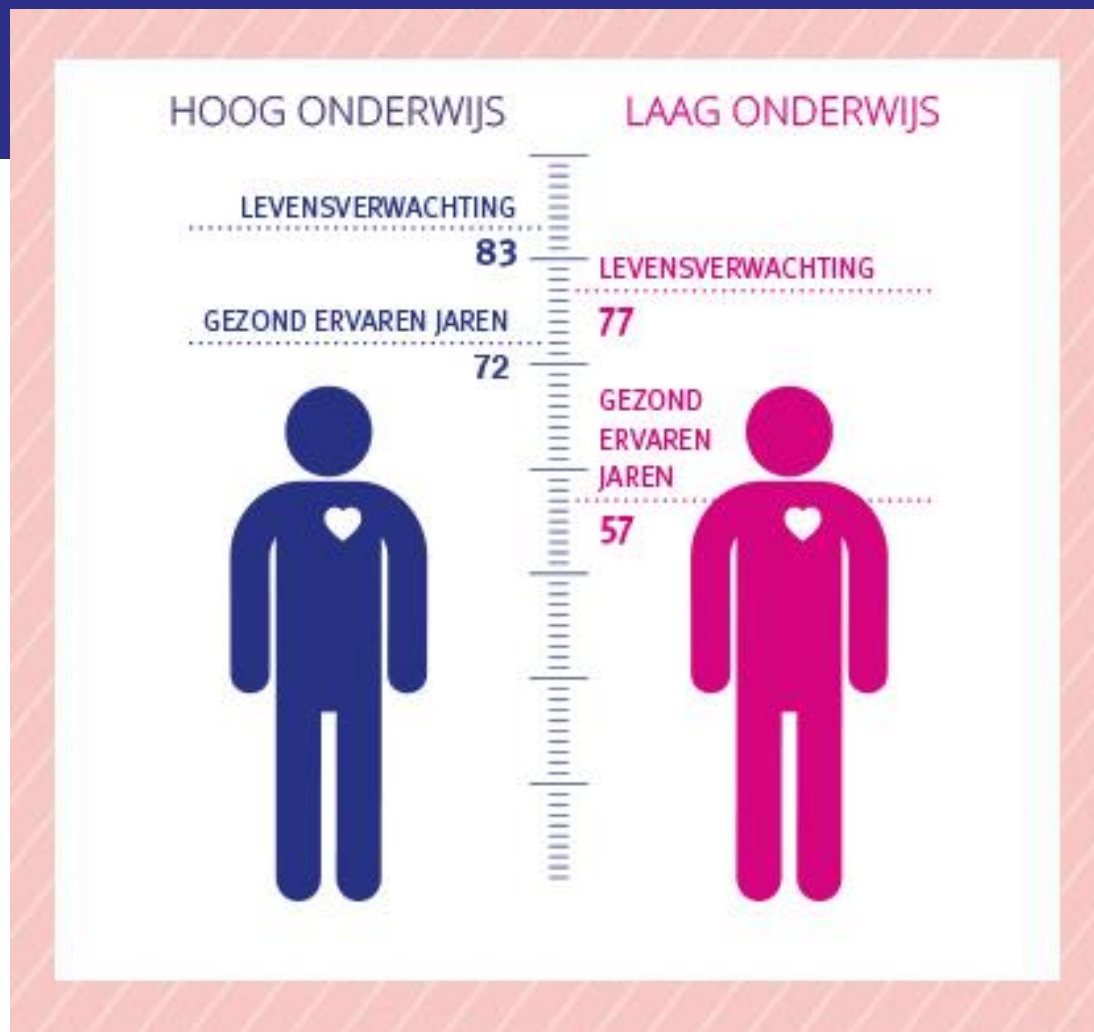
Missie

Het terugdringen van grote gezondheidsverschillen.

Uitgangspunt

Gezondheid en kwaliteit van zorg voor iedereen in Nederland.

Gezondheidsverschillen in Nederland



<https://www.pharos.nl/nieuws/laagopgeleiden-gaan-6-jaar-eerder-dood-dan-hoogopgeleiden/>

Wat maakt het verschil?

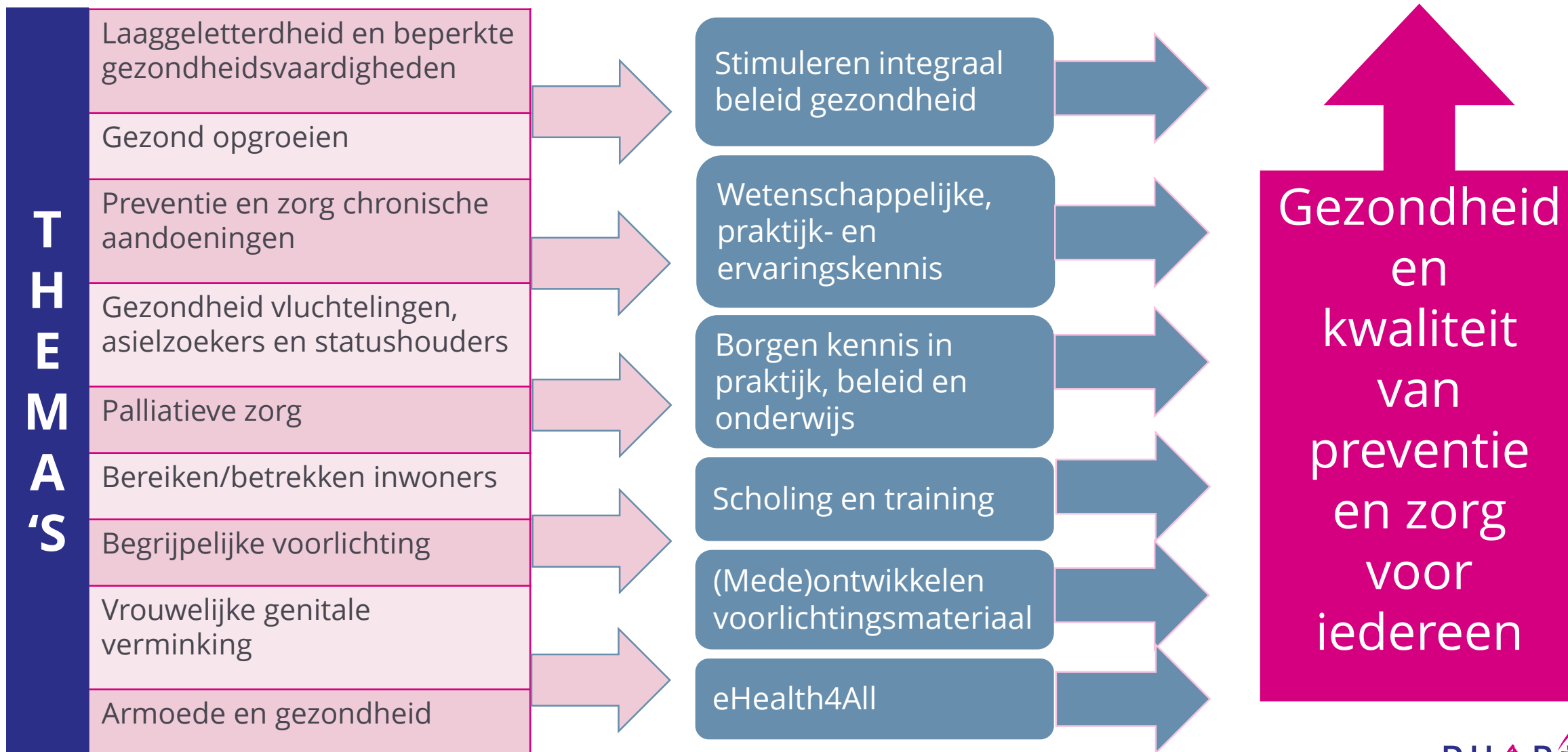
Mensen met de grootste gezondheidsachterstanden

- weinig inkomen of opleiding of
- weinig opleiding of
- een migratieachtergrond

... doen het minste mee met interventies gericht op het verbeteren van hun gezondheid.

<https://www.pharos.nl/factsheets/laaggeletterdheid-en-beperkte-gezondheidsvaardigheden/>

Pharos en gezondheidsverschillen



Inwoners in de hoofdrol

Eén van de succesfactoren bij het terugdringen van gezondheidsverschillen -> inwoners in de hoofdrol



Verkennen



Bereiken



Betrekken



Aansluiten

Pas uw taalgebruik aan



2,5 miljoen

Nederlanders zijn laaggeletterd



22%

van de Nederlanders is digistarter



36%

van de Nederlanders heeft
beperkte gezondheidsvaardigheden

Pas uw taalgebruik aan #HOEDAN

TIPS

- Gebruik woorden en beelden die deze inwoners ook gebruiken
- Korte kernboodschap, passende taal en begrijpelijk beeldmateriaal

Voorbeeld: Platform Rivierenland Gezond



TESTEN (uitnodigingen, informatiemateriaal) -> heeft u uw boodschap goed verwoord? Voelt de inwoner zich aangesproken?

- Individueel of in een groep
- Via Stichting ABC, Stichting Lezen & Schrijven, inwoners

Checklist Toegankelijke informatie

Voor voorlichtingstoepassingen zoals folders, flyers en films

Voor eHealth-toepassingen zoals websites, apps en patiënten informatie systemen



Meer weten?

<https://www.pharos.nl/kennisbank/checklist-toegankelijke-informatie/>



VERKENNEN

Op wie richt u zich? Kent u deze inwoners?

VRAGEN

- Waar zijn de gezondheidsachterstanden het grootst?
- En bij wie?
- Op welke specifieke groep gaat u zich richten?

INSTRUMENTEN

- Waarstaatjegemeente.nl
- Cijfers van de GGD (Gezondheidsmonitor)
- ROS (Regionale Ondersteuningsstructuur)



Meer weten? Thema 'Gebiedsindicatoren' op www.gezondin.nu/instrumenten

VERKENNEN

#HOEDAN

SAMEN VRAGEN BEANTWOORDEN

- Welke initiatieven zijn er voor mensen met lage opleiding en/of migratieachtergrond?
- Welke inwoners maken er gebruik van en welke niet? Waarom niet?
- Weten mensen van bestaand aanbod? Is hen gevraagd wat zij ervan vinden?
- Zijn er initiatieven van inwoners zelf waar u mogelijk bij kunt aansluiten?



VERKENNEN

Wensen & behoeften van inwoners #HOEDAN

VRAAG HET AAN INWONERS ZELF!

- Focusgroep:
 - 4-12 personen, laagdrempelige, vertrouwde omgeving

Voorbeeld: Goes gezond, samen in beweging

- Methode:
 - Fotovoice
 - Vignetten
 - Spiegelbijeenkomst
 - Wijkwandeling (Leefplekmeter)
 - ...



BEREIKEN

Hoe raak ik in gesprek met inwoners?

SLEUTELPERSONEN

- actieve wijkbewoners, vrijwilligers van buurthuizen, sportclubs of zelforganisaties, wijkteammedewerkers, dominees/imams, wijkagenten
- Langdurige samenwerking: investeer in de relatie (vertrouwensband)

ZELF OP PAD

Outreachend werken (dat is een competentie!)

AANSLUITEN BIJ BESTAANDE ACTIVITEITEN

scholen



BETREKKEN

Inwoners bij uw activiteit betrekken?

Betrekken van inwoners bij prioritering en vorm (voor wat voor activiteit loopt de wijk warm?) is een voorwaarde om draagvlak te creëren en te houden!

#Hoedan?

- Bespreken wijkscan: wat vinden zij het belangrijkste aandachtspunt? Beleid daarop aansluiten.
- Afspreken wie de lead krijgt: bijvoorbeeld beschikbaar stellen wijkbudget
- Afgebakende rol voor inwoner: bijvoorbeeld ambassadeur



Aansluiten

1. Betrek de doelgroep in alle fasen van interventie-ontwikkeling.
2. Kijk verder dan hun gezondheidsprobleem.
3. Zorg voor passende communicatie.
4. Ondersteun het geloof in eigen kunnen.
5. Haal praktische drempels weg.



Contact met inwoners

#HOEDAN

Er zijn verschillende manieren om in contact te komen met burgers.

Bedenk welke kanalen bekend zijn om de kans te vergroten dat de boodschap hen zal bereiken. Een combinatie van verschillende kanalen vergroot die kans en zorgt tegelijkertijd voor herhaling van de boodschap. **Een aantal voorbeelden van kanalen:**



mond-tot-mond
reclame



lokale
media



lokale
campagnes



workshops



voorlichtings-
bijeenkomsten

Contact

In het contact met burgers zijn er een paar zaken van groot belang:



outreachend

Ga de wijk of buurt in om het gesprek aan te gaan



cultuursensitief

Verdiep je in de culturele waarden van de doelgroep



open houding

Wees respectvol en flexibel



storytelling

Persoonlijke verhalen kunnen positieve ervaringen goed overbrengen



lange adem

Neem de tijd en blijf investeren in het contact

#hoedan

Gezondheid en kwaliteit van zorg voor iedereen
Wat maakt het verschil?

Majorie de Been, Maria van den Muijsenbergh en Thea Duijnhoven



<https://bit.ly/2G2qAng>

Inwoners in de hoofdrol

**Praktische handvatten en voorbeelden:
Verkennen, Bereiken, Betrekken en Aansluiten**



<https://bit.ly/2GffeO7>

Meer goede voorbeelden over bereiken en betrekken van inwoners

Kennisbank Pharos

<https://bit.ly/2Ic3Fte>