Update

Terugkoppeling Inventarisatie Regionale Bewustwordingscampagne

Bedankt voor je inzet en deelname aan de inventarisatie van de Regionale Bewustwordingscampagne 'Gezond en zelfredzaam ouder worden'! Je ontvangt deze terugkoppeling omdat je de vragenlijst hebt ingevuld of omdat je recent een gesprek hebt gehad over de campagne. We hebben input ontvangen van 45 verschillende partijen, zoals gemeenten, zorg- en welzijnsinstellingen, en andere betrokkenen. Deze informatie helpt om inzicht te krijgen en te sluiten (waar mogelijk) bij de lokale en bestaande initiatieven.

Resultaten

In deze terugkoppeling presenteren we de rode lijn van de resultaten die we hebben opgehaald. We hebben veel informatie ontvangen, en hoewel we in deze terugkoppeling de belangrijkste thema's en inzichten schetsen, nemen we de overige input zeker mee in de verdere ontwikkeling van de campagne. Er zijn duidelijke behoeften naar voren gekomen, maar ook verschillen tussen de betrokken partijen. We hebben ons best gedaan om de kern hiervan te filteren en te delen.

Verderop in deze terugkoppeling lees je meer over de volgende stappen in het proces en hoe we de inzichten gaan gebruiken om de campagne verder te ontwikkelen.

Bestaande interventies

Welke initiatieven heeft jouw organisatie om inwoners bewust te maken en aan te zetten tot het actief bevorderen van gezond en zelfredzaam ouder worden?

Veel organisaties richten zich op het bevorderen van zelfredzaamheid door gesprekken aan te gaan met ouderen, waarbij persoonlijke behoeften en wensen centraal staan. Er is veel aandacht voor het versterken van veerkracht, kwaliteit van leven en zingeving, met als doel ouderen in staat te stellen de regie over hun eigen leven te behouden.

Er zijn verschillende methoden ontwikkeld om inwoners te ondersteunen, zoals educatieve bijeenkomsten, sociale activiteiten, toepassen van reablement, inzet van valpreventie en het delen van informatie. Daarnaast worden inwoners aangemoedigd om actief deel te nemen aan het versterken van hun eigen gezondheid door middel van verschillende vormen van lichaamsbeweging en sociale interactie.

Er is een groeiende bewustwording van het belang van vroegtijdige signalering, waarbij preventieve gesprekken helpen om ouderen te begeleiden naar beschikbare hulp en middelen.

Veel organisaties zetten zich in op de bevordering van actieve levensstijl en het gezamenlijke gesprek over de toekomst.

Thema's

Welke thema's met betrekking tot het bevorderen van bewustwording en actie rondom ouder worden zijn voor jouw organisatie momenteel het meest urgent?

Op deze vraag hebben we veel reacties ontvangen. Het is duidelijk dat er veel betrokkenheid en interesse is voor de thema's die van invloed zijn op het bevorderen van bewustwording en actie rondom ouder worden. Hieronder zie je een woordenwolk die de belangrijkste thema's visueel weergeeft.

Doelgroepen

Op welke doelgroepen richten deze initiatieven zich?

Tijdens de inventarisatie hebben we een goed beeld gekregen van de verschillende doelgroepen waarmee organisaties werken en waarop ze hun communicatie richten. Er is een duidelijke en brede focus op vroegtijdige bewustwording, niet alleen binnen verschillende leeftijdsgroepen, maar ook gericht op uiteenlopende persona's. Dit gaat om allerlei inwoners, zoals jongere ouderen, hun naasten en andere betrokkenen.

Ondersteuningsbehoefte

Wanneer bieden wij met de regionale campagne een meerwaarde voor jouw organisatie? / Hoe kan de regionale campagne jouw organisatie en initiatieven ondersteunen in het bewust maken van inwoners rondom hun rol in het ouder worden?

Uit de antwoorden blijkt dat er behoefte is aan:

- **Duidelijke communicatie:** Helder communiceren waar inwoners terecht kunnen voor informatie en ondersteuning. De campagne moet niet alleen informeren, maar ook bijdragen aan vervolgacties.
- **Verandering van verwachtingen:** Inwoners moeten bewust worden gemaakt van hun eigen rol en verantwoordelijkheid in de zorg en ondersteuning, met de verschuiving van 'zorgen voor' naar 'zorgen dat'.
- **Diversiteit in communicatie:** Het herhalen van dezelfde boodschap via meerdere kanalen, zoals lokale bladen en regionale radio, om zo een breder publiek te bereiken.
- **Focus op preventie:** Het informeren van inwoners die nog geen zorg nodig hebben, zodat zij tijdig over hun toekomst kunnen nadenken.
- **Toolkit voor ondersteuning:** Het aanbieden van een toolbox met communicatiematerialen, zoals beelden voor wachtkamerschermen, ervaringsverhalen, mediacampagnes en deskundigeninterviews om organisaties te helpen bij hun eigen campagnes.

Bestaande communicatie

Op welke manier communiceert jouw organisatie met jullie doelgroep over ouder worden en bewustwording van gezondheidsvaardigheden en zelfredzaamheid? / Welke concrete boodschap(pen) dragen jullie uit richting de oudere inwoners?

Verschillende organisaties hebben hun communicatiemethoden met ons gedeeld, variërend van flyers en websitecontent tot persoonlijke gesprekken en themawaken. Het is te veel om in deze terugkoppeling te verwerken, maar het geeft ons een goed beeld van de verschillende lokale aanpakken. Deze inzichten nemen we zeker mee in de verdere ontwikkeling van de campagne, zodat we de communicatie zo goed mogelijk kunnen afstemmen op de behoeften van de inwoners.

Don'ts

Wat moeten we vooral niet doen binnen de regionale bewustwordingscampagne?

Naast wat er wél belangrijk is, is ook duidelijk geworden wat jullie liever niet terugzien in de campagne.

- **Negatieve insteek:** Geen negatieve of belerende toon. De boodschap moet inspirerend en motiverend zijn, gericht op wat inwoners wél kunnen doen in plaats van wat niet kan.
- **Alleen online focus:** Niet richten op online communicatie. Zorg voor een goede balans tussen fysieke en online middelen.
- **Ingewikkelde taal:** Gebruik duidelijke en toegankelijke taal om iedereen te bereiken. Wees inclusief en houd rekening met verschillen tussen stedelijke en dorpsbewoners, evenals diverse groepen en achtergronden, zoals mensen met laaggeletterdheid.
- **Krapte in zorg niet benoemen:** Focus niet op de tekorten in zorg en ondersteuning, maar benadruk de positieve mogelijkheden voor de inwoners.
- **Voorkom betutteling en stereotypering:** Vermijd een neerbuigende toon en generalisaties die inwoners in een hokje plaatsen.

Inwoners

We hebben ook inwoners betrokken, bijvoorbeeld via onze klankbordgroep en oudereorganisaties. We hebben hen verschillende vragen gesteld over gezond en zelfredzaam ouder worden. In het vervolgtraject zorgen we ervoor dat de inwoners ook een actieve rol blijven spelen in de verdere ontwikkeling van de campagne.

De volgende stap

De inventarisatie vormt een waardevolle basis voor de verdere ontwikkeling van de campagne. De werkgroep, bestaande uit vertegenwoordigers uit de zorg, welzijn en gemeenten, gaat samenwerken met een extern communicatie- en gedragsbureau om de campagne, strategie en bijbehorende acties vorm te geven. We blijven de overige betrokken organisaties (waar nodig) betrekken bij dit proces.

Het concept van de campagne wordt begin 2025 gepresenteerd. Meer informatie hierover volgt binnenkort. Heb je vragen over het project? Neem gerust contact op met projectleider Anne de Groote via a.degroote@twentsekoers.nl.
Nogmaals bedankt voor jullie inzet en betrokkenheid!

We koersen samen

De Twentse Koers is een strategische samenwerking tussen de veertien Twentse gemeenten, zorgverzekeraar en zorgkantoor Menzis, SamenTwente en provincie Overijssel. Samen met vele andere partners koersen wij op een integraal, passend en houdbaar aanbod van zorg en ondersteuning in Twente. Daarmee vergroten we de gezondheid, de kwaliteit van leven en het welzijn van onze inwoners.

Lees meer

www.twentsekoers.nl

LinkedIn Twentse Koers

Deze e-mail is verstuurd aan {email}.
Als u geen nieuwsbrief meer wilt ontvangen, kunt u zich hier afmelden.
U kunt ook uw gegevens zelf wijzigen.
Voor een goede ontvangst voegt u communicatie@samentwente.nl toe aan uw adresboek.