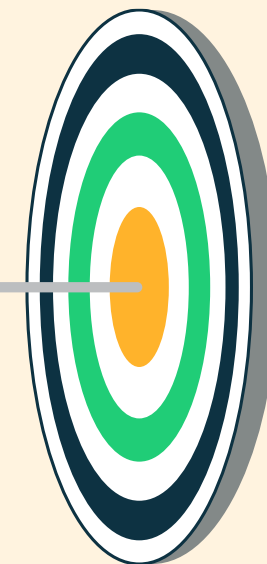


Osteoporose, wat nu: Stimuleren van bewustwording, kennis en eigen regie onder Arabisch- en Turkssprekende 50 plussers

Beweegvideo's

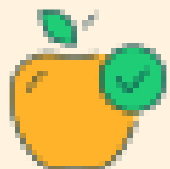
1: Doel en doelgroep van het project

Doel: De bewustwording en kennis over osteoporose te vergroten onder Arabisch- en Turkssprekende mensen door begrijpelijke, toegankelijke informatie en voorlichtingsmateriaal beschikbaar te maken in het Arabisch en Turks, zodat zij beter in staat zijn eigen regie te nemen in preventie en behandeling via bewegen, voeding en – indien nodig – medicatie.



Doelgroep: Arabisch- en Turkssprekende mensen (80% vrouw, 20% man) met verhoogde kans op osteoporose (denk aan het hebben van longziekte, darmziekte, gebruik van prednison; of zij die 50 jaar en ouder zijn en een breuk hebben gehad zonder dat ze een diagnosescan hebben gehad; of al de diagnose osteoporose hebben maar geen goede uitleg hebben ontvangen dan wel de uitleg niet begrepen hebben).

Leefstijlfactoren:



Voeding



Bewegen

Contact

Aja Al-Waely

aal-waely@osteoporosevereniging.nl

2: Wat is het resultaat?

Behaalde resultaten



Osteoporose
Vereniging

ما هي هشاشة العظام؟



Osteoporose
Vereniging

Osteoporoz nedir?

Eindproduct(en)

Handige video's met uitleg

Beweegoefeningen

3: Wat is het bereik?

Patiënten

- Website (t/m half okt): 301.796 sessies
- Nieuwsbrief: 13.000 abonnees
- Facebook: 3000 volgers
- Online bereik 50-plussers vrouw: 1,5 miljoen in 2025 (peildatum begin 2025 – onbekende culturele achtergrond)

**13.000 nieuwsbrief
abonnees**



Zorgverleners

- Osteoporosezorg.nl:
 - 8997 sessies (stijging van 272%)
 - 7307 nieuwe gebruikers, periode jan 2025 – eind okt 2025
- LinkedIn: 691 volgers

7998 nieuwe gebruikers



“

Ik wist niet wat dumble was, nu wel.

Handig; ze laat zelfs zien hoe je een beker op de juiste manier vastpakt, wist ik niet, zelfde geldt voor het vastpakken van iets op hoogte.

”

4: Samenwerking met de doelgroep

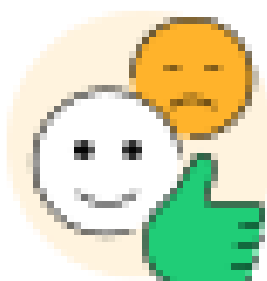
Hoeveel mensen uit de doelgroep waren betrokken



Tekst:

3 Arabisch
sprekenden

2 Turks
sprekenden



Nagesynchroniseer
de video's:

7 Arabisch
sprekenden
(Stichting Lezen en
Schrijven)

4 Turks spreken

Gehanteerde methoden

- Wervingsmethode(n): Via netwerk van zorgverleners en netwerk van betrokken achterban
- Methode van co-creatie/testen: Teksten en huidige video's voorgelegd aan de doelgroep

Belangrijkste inzichten

“Overgang is inderdaad een risicofactor, daar zit ik nu in denk ik.”

“Goede voeding is belangrijk inderdaad.”

“Goed geanimeerd dat het bot breekt.”

5: Bronnen van leefstijlinformatie

- ☐ Kenniscentra, namelijk:  eerlijk over eten 
- ☒ Leefstijladvies in medische richtlijn
- ☐ Wetenschappelijke artikelen
- ☐ Betrokken experts [Leden fysio's en diëtisten van Chronisch Zorgnet](#)
- ☒ Patiëntervaringen
- ☒ Andere, namelijk  **Chronisch ZorgNet**
bewegen & leefstijl

Belangrijkste inzicht

Het testen van de vertaalde materialen bij de doelgroep is onmisbaar.

6: Wat werkte goed – en wat minder?

Succesfactoren

Ontwikkelen

- De tekst vertalen middels AI (Heygen)
- Vertalen in 2 delen: tekst vervolgens video's

Testen/ co-creëren

- Feedback geven in 2 delen: tekst vervolgens video's

Verspreiden

- Door het vervolgproject hebben we meer kans op een succesvolle implementatie
- Samenwerking met anderen (vrijwilligers, Niervereniging, Nierstichting)



Leerpunten

Ontwikkelen

- Video's nasynchroniseren middels AI (Heygen)

Testen/ co-creëren

- We hebben vaak de video's moeten aanpassen

Verspreiden

- Door het vervolgproject gaan we nu niet breed verspreiden, maar volgt dat later. Dit biedt mooie kansen maar zorgt voor vertraging.



“

*AI is een goede
hulpmiddel maar
kan helaas nog
niet altijd optimaal
worden ingezet.*

”

7: Hoe gaat het nu verder?

Hoe is het resultaat geborgd?

Denk aan...

- De vertaalde video's staan zowel op de website van patiënten als van zorgverleners. Beiden kunnen het dus altijd terugvinden.
- Beperkte gezondheidsvaardigheden is een vast item in onze jaarplan/begroting waarbij bewegen en voeding altijd een onderdeel in van onze voorlichting.
- In dit jaarplan item onderhouden we bestaande producten maar proberen we vooral ons bereik van de doelgroep te verbeteren. Het onderwerp is een portefeuille binnen het bestuur.



Is er een vervolg?

- Vervolgproject waarin we de zwakkebottentest gaan verbeteren (op B1-niveau schrijven) en vervolgens gaan vertalen naar het Arabisch en Turks.
- Vervolgens gaan we een folder maken in Nederlands, Turks en Arabisch die verwijst naar de vertaalde video's. Deze gaan we eerst verspreiden middels een pilot. In het voorjaar van 2026 gaan we de folder landelijk verspreiden.



8: Tips

Wat zijn de belangrijkste tips die jullie andere patiëntenorganisaties willen meegeven?

- **Test materialen altijd bij de doelgroep**
Betrek de doelgroep actief bij het ontwikkelen en testen van teksten en video's. Dit voorkomt misverstanden en verhoogt de begrijpelijkheid en impact.
- **Werk in fases: eerst tekst, dan visueel**
Splits het proces op (eerst vertalen/aanpassen van tekst, daarna video's). Dit maakt feedback gericht en voorkomt dubbel werk.
- **Gebruik AI slim, maar blijf kritisch**
AI kan helpen bij vertalen en nasynchronisatie, maar menselijke controle blijft noodzakelijk voor kwaliteit en culturele passendheid.
- **Werk samen met experts én ervaringsdeskundigen**
Combineer wetenschappelijke kennis (zoals richtlijnen en zorgnetwerken) met patiëntervaringen voor betrouwbare én herkenbare informatie.
- **Denk vooruit over implementatie en verspreiding**
Een goed product is pas waardevol als het de doelgroep bereikt. Plan daarom tijd en strategie voor verspreiding (bijv. via pilots of netwerken).

De gouden tip

Co-creatie met de doelgroep is geen stap, maar een doorlopend proces – blijf continu toetsen, aanpassen en verbeteren.

