



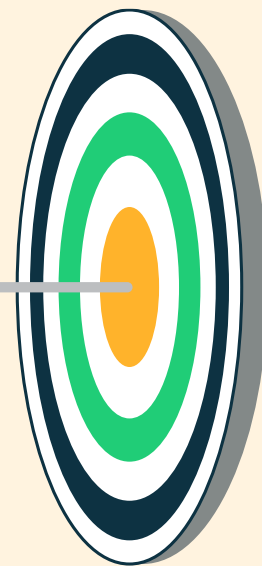
Een Zelf-Actualiserende tool voor Leefstijlgericht Herstel bij Depressieve Klachten

Resultaten ontwikkelvouchers



1: Doel en doelgroep van het project

Doel: Mensen met depressieve klachten middels een tool helpen om passende leefstijlvoornemens te kiezen en deze vol te houden, **zonder** in zelfafwijzing te vervallen of te hoge doelen te stellen.



Doelgroep: Mensen met depressie of somberheidsklachten van alle leeftijden die een (kleine) bereidheid hebben aan henzelf te bouwen.

Inzet van de app kan:

- Volledig uit eigen initiatief
- Aangeraden worden voor tijdens wachttijd voor een therapeut
- Als aanvulling op een behandeling
- In de nazorgfase wanneer uit therapie gaat

Leefstijlfactoren: Verwijder niet-relevante factoren



Voeding



Bewegen



Ontspanning



Slaap



Verbinden

+

Zelfbeeld

&

Zingeving

Contact

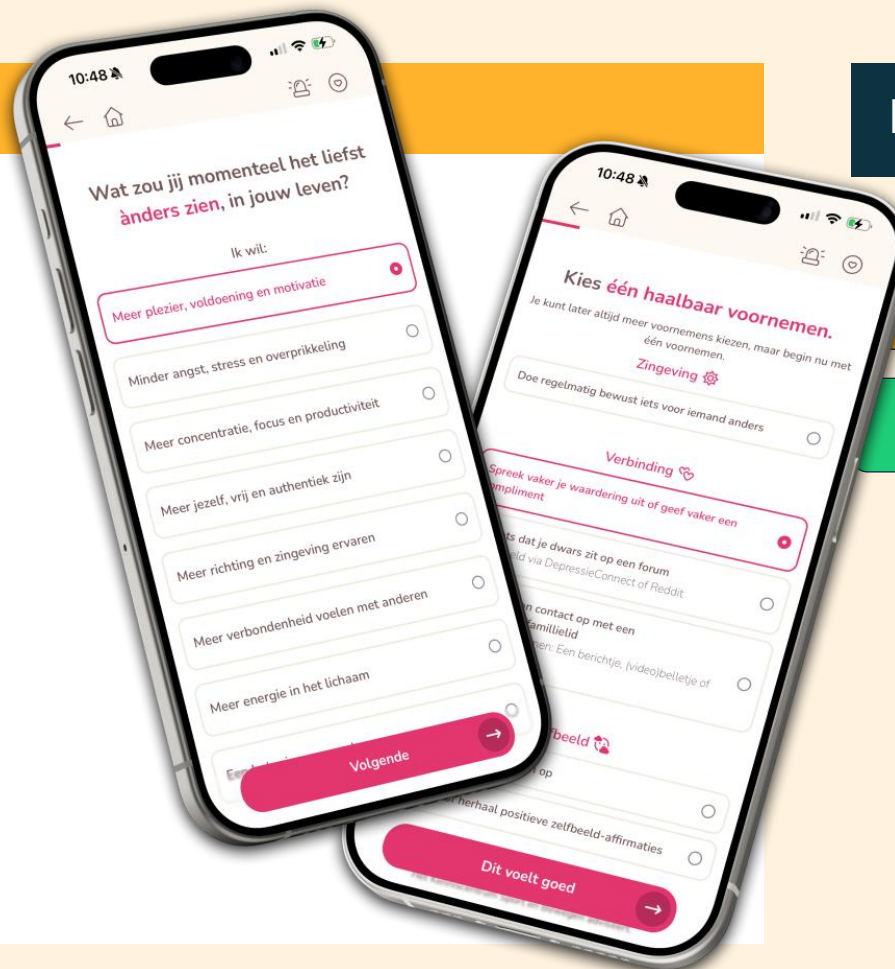
Fabian van der Niet

f.vanderniet@depressievereniging.nl

2: Wat is het resultaat?

Behaalde resultaten

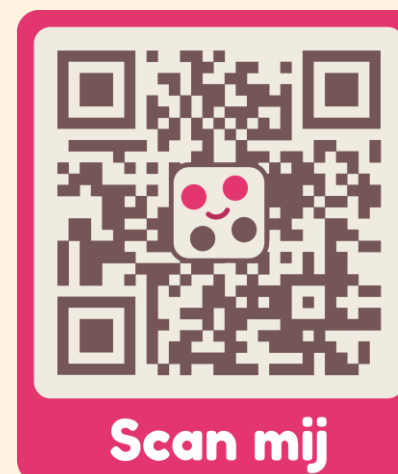
- Een Progressive Web App voor **Android, iOS** en **Web**
 - o Leefstijlvoornemens kiezen op basis van **gewenste effecten**
 - o **140** wetenschappelijk bewezen effecten, toegewezen aan **38 leefstijlvoornemens**
 - o Hulp bij herkenning en oplossing **obstakels en vinden van steuntjes**
 - o **Stappenplan** om een voornemen uit te voeren
 - o Emotionele steun wanneer het niet wilt lukken
- **Flyer** over Zetje voor **supportgroepleiders**
- **Flyer** over Zetje voor **POH's, huisartsen, ervaringsdeskundigen en therapeuten**



Eindproduct(en)

Flyer over Zetje voor supportgroepleiders

Flyer over Zetje voor POH's, huisartsen, ervaringsdeskundigen en therapeuten



3: Wat is het bereik?

Patiënten

Nieuwsbrief:
1500

Website:
465.000 p.j.

Supportgroepen:
500

DepressieLijn:
3000 p.j.



Zorgverleners

Gesprekken gehad met: **Lentis, Arkin, GGz-Centraal, Pro Persona** (Wordt vervolgd...)

Contact (wordt gelegd met: **NLGGZ, Nederlands Huisartsen Genootschap (NHG) en de Landelijke Huisartsen Vereniging (LHV)**)



Andere stakeholders

Meerdere feedbackcycles gehad van **Voedingscentrum & Kenniscentrum Sport en Bewegen (KCSB)**

Zetje wordt opgenomen in 'Bewust Bewegen!' van het KSCB

Jansen&Jansen neemt Zetje mee in hun Mental Health Awareness Week Campagne



*Deze app voelt als een berg vol positiviteit
~testgebruiker*

Wat hebben jullie mooi werk verricht! ~KCSB



4: Samenwerking met de doelgroep

Hoeveel mensen uit de doelgroep waren betrokken



In behoeftepeiling
(voor start van
ontwikkeling)

3



In testfase /
co-creatie
(tijdens
ontwikkeling)

40

10 intensiever

Gehanteerde methoden

- Middels een mail naar de nieuwsbriefgroep naar 1500 mensen is er via een Google Form gekozen voor 10 intensieve co-creators met verschillende achtergronden en gezondheidsvaardigheden
- Samen zijn we intensief door een demo-product gegaan. Op basis van hun input is ons product drastisch aangepast

Belangrijkste inzichten

“Iedereen tevreden maken gaat niet. Een product voor iedereen is een product voor niemand. Maar de meest kwetsbare groep heeft altijd voorrang boven individuele voorkeuren.”

5: Bronnen van leefstijlinformatie

- ☒ Kenniscentra:  **Voedingscentrum** eerlijk over eten  **kenniscentrum** sport & bewegen  **Trimbos** instituut
- ☒ Leefstijladvies in medische richtlijn [O.A. Slaap \(Thuisarts\)](#)
- ☒ Wetenschappelijke artikelen [690](#)
- ☒ Betrokken experts [1](#)
- ☒ Patiëntervaringen [Enkel voor inspiratie en herkenbaarheid](#)
- ☐ Andere, namelijk

Belangrijkste inzichten

Er is heel veel beschikbaar.

Vooral bij het Kenniscentrum Sport en bewegen (Human Capital Model) & het Voedingscentrum en Thuisarts.

6: Wat werkte goed – en wat minder?

Succesfactoren

Ontwikkelen

- Design Prototype → Test & Cocreatie → Ontwikkeling → Eindtest

Testen/ co-creëren

- Test 1 kwalitatief, test 2 meer kwantitatief
- Zorg dat je tijdens test 1 al met de tester ergens doorheen kunt
- Geef de tester veel ruimte, vul weinig in

Verspreiden

- Gebruik eerst eigen kanalen.
- Backlinks (verwijzingen naar elkaar zijn vaak gratis en wederzijds waardevol)



Leerpunten

Ontwikkelen

- Plan genoeg tijd in voor de eerste fase (Design Prototype + Test 1). Dat is je fundament en daar wil je niet op besparen.
- Bekijk nog beter of er niet al bestaande tools zijn waar jouw product bij kan aansluiten. Zo integreer je gemakkelijker in de markt.

Testen/ co-creëren

- Plan rust tussendoor! Co-creëren kan zwaar zijn.
- Zorg voor meer testers dan nodig. Uitval is erg gebruikelijk.

Verspreiden

- GGZ-instellingen gebruiken vaak al hun eigen e-health platformen. Integratie is erg lastig.



Kijk echt goed naar waar je product uiteindelijk in de markt zou passen. Hoe kom je tot echte integratie in de zorg?

7: Hoe gaat het nu verder?

Hoe is het resultaat geborgd?

Onderhoud & Doorontwikkeling

Gebruikers kunnen zowel suggesties als bugs rapporteren. Er is een team samengesteld die deze wekelijks zal indexeren op prioriteit, waarna de hoogste prioriteit items zal worden aangepakt.

Up-to-date houden

Er is een spreadsheet samengesteld met alle links waar binnen de app naar toe wordt gelinkt. Deze sheet zal maandelijks gebruikt worden om te controleren of alle links nog werken.

Daarnaast kijkt het team halfjaarlijks naar ontwikkelingen op het gebied van leefstijl en onderzoeken daarnaar.

Informatie van het Voedingscentrum wordt aangepast bij iedere vernieuwing (zoals bij de laatste van 9 april 2026)

Blijvende verspreiding

Via onze website, nieuwsbrieven, supportgroepen en DepressieLijn zal er blijvende verspreiding plaatsvinden. Daarnaast blijven we contact zoeken met huisartspraktijken en koepelorganisaties.

Wat is het vervolg?

Er loopt een potentieel vervolg op Zetje, door een samenwerking met TNO & Health Holland middels hun MentalAlde initiatief.

Hierbij wordt mogelijk ons product verrijkt met AI om nog beter een passend leefstijldoel aan te kunnen raden. Bij deze samenwerking zal dan ook een GGZ-praktijk aangesloten zijn voor pilots.



8: Tips

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

1. Werk goed samen met de doelgroep, vroeg in het proces
2. Werk goed samen met de markt (ggz-instellingen, huisartsen), vroeg in het proces
3. Begin met het probleem, niet de oplossing. Denk samen met de doelgroep aan een oplossing
4. Geniet van het werk :) Dat doet het resultaat ten goede
5. Stel jezelf steeds de vraag: "Hoe kan dit zo simpel mogelijk?"



De gouden tip

Hou het zo simpel mogelijk! Dat is voor de doelgroep ook het beste.