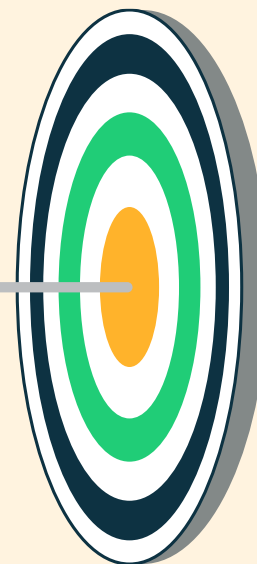


Samenwerken aan herstel bij angst en dwang!

Resultaten ontwikkelvouchers

1: Doel en doelgroep van het project

Doel: Het doel van het project is om toegankelijke en praktische leefstijlinformatie te ontwikkelen die mensen met angst- en dwangklachten helpt bij herstel, eigen regie en veerkracht.



Doelgroep: De doelgroep bestaat uit mensen met angst- en/of dwangklachten.

Leefstijlfactoren:



Voeding



Bewegen



Stress



Slaap



Middelen



Verbinden

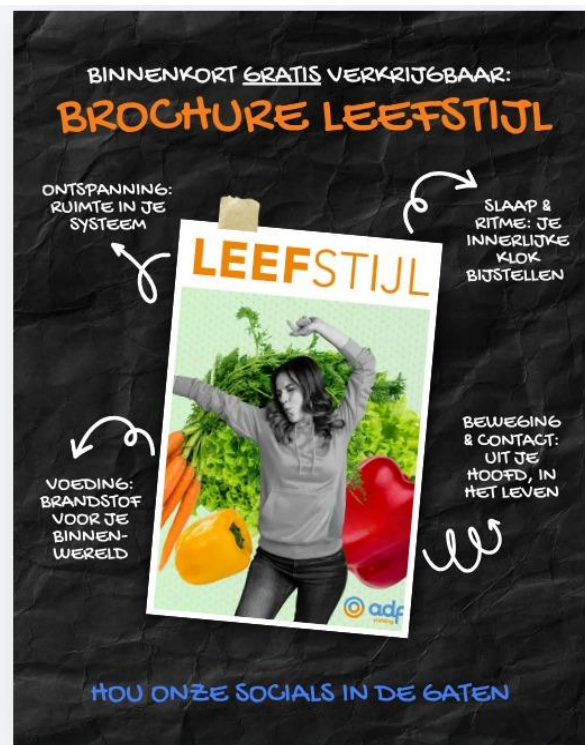
Contact

Patricia Muis

Patricia@adfstichting.nl

2: Wat is het resultaat?

Behaalde resultaten



Eindproduct(en)

[Leefstijlbrochure](#)

3: Wat is het bereik?

Patiënten

- Instagram
- Linked In
- Facebook
- Nieuwsbrief
- Website
- Magazine
- Telefonische hulpdienst

20.000



Zorgverleners

- Social media
- Magazine
- Diverse congressen
- Nieuwsbrief voor Professionals
- Voorlichting

5000



Andere stakeholders

- O.a. subsidie-verstrekkers, zorgverzekeringen, etc.
- Social media
 - Nieuwsbrief
 - Magazine
 - Congressen

1000



“

Fijn dat er meer aandacht wordt besteed aan leefstijl, dit heeft mij erg geholpen op het moment dat het erg slecht met mij ging.

”

4: Samenwerking met de doelgroep

Hoeveel mensen uit de doelgroep waren betrokken



In behoeftepeiling
(voor start van
ontwikkeling)

2.000



In testfase /
co-creatie
(tijdens
ontwikkeling)

70

Gehanteerde methoden

- Voorafgaand hebben wij een brede achterbanpeiling gedaan met het thema leefstijl, hier kwam hele waardevolle informatie naar boven.
- Co-creatie/testen: We hebben diverse werkgroepen samengesteld en diverse testronden gehouden. Groepsgewijs maar ook individueel.

Belangrijkste inzichten

Uit de enquête voorafgaand aan het project, kwam naar voren dat leefstijl nog te weinig wordt ingezet in de spreekkamers. Dit is erg jammer! Want het kan zoveel verschil maken.

5: Bronnen van leefstijlinformatie

- ☒ Kenniscentra:   
- ☒ Leefstijladvies in medische richtlijn [Akwa GGZ](#)
- ☒ Wetenschappelijke artikelen 6
- ☒ Betrokken experts 10
- ☒ Patiëntervaringen 70
- ☐ Andere, namelijk

Als volgt: ☒ Bron WEL gebruikt ☐ Bron NIET gebruikt

Belangrijkste inzichten

De input van de kenniscentra waren zeer waardevol!

6: Wat werkte goed – en wat minder?

Succesfactoren

Ontwikkelen

- Aansluiten bij de leefwereld en psychische belastbaarheid van de doelgroep
- Gebruik van begrijpelijke taal (B1-niveau) en visuele ondersteuning
- Inhoud baseren op betrouwbare richtlijnen en wetenschappelijke kennis
- Samenwerking met experts én ervaringsdeskundigen

Testen/ co-creëren

- Actieve inzet van ervaringsdeskundigen voor herkenning en toepasbaarheid
- Meerdere testmomenten (concept en definitief)
- Feedback verzamelen op begrijpelijkheid, bruikbaarheid en toon



Leerpunten

Ontwikkelen

- Niet alle informatie sluit automatisch aan bij de belevingswereld van de doelgroep
- Balans vinden tussen wetenschappelijke juistheid en begrijpelijke taal (B1)
- Het kost meer tijd dan verwacht om materialen écht toegankelijk te maken
- Afstemming tussen verschillende betrokkenen (experts, communicatie, ervaringsdeskundigen) vraagt duidelijke regie

Testen/ co-creëren

- Feedback van ervaringsdeskundigen kan uiteenlopen en soms lastig te vertalen zijn naar één eindproduct
- Extra aandacht nodig voor inclusie van mensen met beperkte gezondheidsvaardigheden
- Iteratief testen (meerdere rondes) is noodzakelijk maar tijdsintensief
- Goede begeleiding van ervaringsdeskundigen is essentieel voor kwalitatieve input



“

Echte impact ontstaat pas wanneer informatie niet alleen klopt, maar ook écht aansluit bij de leefwereld en mogelijkheden van de doelgroep.

”

7: Hoe gaat het nu verder?

Hoe is het resultaat geborgd?

Onderhoud

De brochure wordt structureel beheerd: verantwoordelijken controleren periodiek de inhoud en het ontwerp zodat alles correct blijft.

Doorontwikkeling

Feedback van lezers en collega's wordt gebruikt voor verbeteringen en nieuwe edities. Zo blijft de brochure relevant en actueel.

Up-to-date houden

Informatie in de brochure wordt regelmatig gecontroleerd en aangepast aan nieuwe ontwikkelingen, regelgeving of organisatie-updates.

Blijvende verspreiding

De brochure is digitaal en fysiek beschikbaar en wordt actief verspreid, zodat de doelgroep altijd toegang heeft tot de meest recente versie.



Wat is het vervolg?

De brochures worden eind juni tezamen met ons ledenmagazine verzonden. Daarnaast hebben wij onze eerste leefstijl themabijeenkomst gehad, welke een succes was. De volgende bijeenkomst is reeds ingepland. Vanaf september kan er ook gebeld worden met de telefonische hulplijn voor leefstijl advies. Er zit dan een leefstijl deskundige klaar om alle vragen te beantwoorden.



8: Tips

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

1. Maak de groep met ervaringsdeskundige die meewerken aan een brochure niet te groot. Maximaal 7 personen is overzichtelijk.
2. Begin op tijd, doordat je met ervaringsdeskundige vrijwilligers werkt die een rugzakje hebben kan het soms wat langer duren.
3. Laat al je informatie controleren op juistheid door professionals.
4. Doe voorafgaand aan het project een achterbanpeiling, zo ga je beter voorbereid je project in. Je weet beter waar de behoefte ligt.
5. Stel duidelijke deadlines.



De gouden tip

Zorg voor een projectmanager met helikopterview: zo blijft de brochure altijd actueel, overzichtelijk en betrouwbaar voor je doelgroep.