

BLOEI

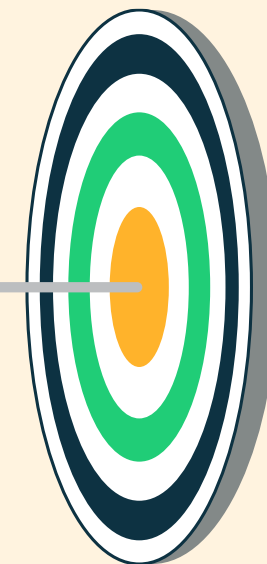
Betrouwbare leefstijl ondersteuning en informatie

Resultaten ontwikkelvouchers

1: Doel en doelgroep van het project

Doel:

Bloei richt zich op het vergroten van kennis over leefstijlfactoren, het versterken van gezondheidsbewustzijn, het bevorderen van zelfredzaamheid en het stimuleren van positieve gedragsverandering



Doelgroep:

Bloei is speciaal ontwikkeld voor mensen met endometriose en/of adenomyose. Bloei richt zich daarbij in het bijzonder op mensen die recent de diagnose hebben gekregen, maar staat open voor iedereen die meer wil leren over leefstijl en gezondheid.

Leefstijlfactoren:



Voeding



Bewegen



Stress



Slaap



Middelen



Verbinden

Contact

Bianca de Bie & Jane Wijbers

bloei@endometriose.nl

2: Wat is het resultaat?

Behaalde resultaten

Bloei

Betrouwbare leefstijlondersteuning en informatie



De online leerplek over leefstijl,
speciaal voor mensen met
endometriose en/of adenomyose

Lancering Bloei mei/juni, [Klik hier voor deelname](#)

Bloei wordt gratis aangeboden op de website van [ongewoonongesteld.nl](#)

Eindproduct(en)

De online leeromgeving Bloei is ontwikkeld om inzicht te bieden in de rol van leefstijl als waardevolle aanvulling op de medische behandeling van endometriose en/of adenomyose. De online leerplek biedt toegankelijke, betrouwbare en evidence-based informatie, aangevuld met praktische handvatten die deelnemers kunnen toepassen in het dagelijks leven.

Bloei is opgebouwd uit **8 modules**, waarin gewerkt wordt met korte, begrijpelijke **teksten, video's en interactieve oefeningen**. De inhoud is gericht op het laagdrempelig overbrengen van basiskennis over leefstijl, zodat deze voor een brede doelgroep goed te volgen en toepasbaar is

- Wat is endometriose en adenomyose
- Slaap
- Ontspanning
- Beweging
- Middelen (alcohol, roken, drugs)
- Voeding
- Verbinding (relaties, werk/studie)
- Leefstijlverandering

Flyer voor patiënten



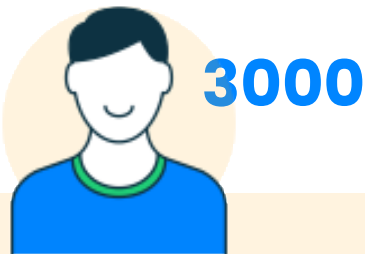
Coalitie
Leefstijl in de Zorg

3: Wat is het bereik? *(naar schatting)*

Patiënten

Communicatie middelen:

- Sociale media: Instagram, Facebook, TikTok & LinkedIn
- Flyers tijdens het endometriose awareness event
- E-mail via bloei@endometriose.nl
- Buikspreker artikel, editie april
- Tijdschriften artikel: Flair en &C



Zorgverleners

Communicatie middelen:

- LinkedIn
- Flyers tijdens nascholing endometriose event voor huisartsen
- E-mails naar netwerk van de stichting en Positive Balance: alle expertise centra ([zie link](#)) en kennis netwerk endometriose dietisten ([zie link](#))
- Presentatie Bloei tijdens endometriose centraal symposium voor gynec. & verpleegkundigen.
- Poster presentatie tijdens coalitie festival
- Factsheet voor zorgverlener



Andere stakeholders

Andere relevante stakeholders zijn onder:

- Paramedici
- zorginstellingen
- werkgevers van patiënten
- Bedrijfsartsen

Wij streven ernaar deze partijen via de kanalen hiernaast genoemd te bereiken, zodat zij kunnen bijdragen aan de signalering, doorverwijzing en ondersteuning van patiënten bij het gebruik van Bloei



“

Patiënt: Mooie ontwikkeling met veel deskundigen, fijn dat het ook zo kan, en ook hard nodig!

”

4: Samenwerking met de doelgroep

Hoeveel mensen uit de doelgroep waren betrokken



In behoeftepeiling (voor start van ontwikkeling)

199



In testfase / co-creatie (tijdens ontwikkeling)

10-20

Gehanteerde methoden

Voor de ontwikkeling van de online leerplek is gebruikgemaakt van een mixed-methods benadering. Hierbij zijn online vragenlijsten afgenomen onder de patiëntengroep (n=191) en zorgverleners (n=32), aangevuld met semigestructureerde interviews onder patiënten (n=8) en zorgverleners (n=2).

De inhoud en opbouw van de e-learning zijn gebaseerd op het gedragsveranderingsmodel *weten – willen – kunnen – doen*:

- **Weten (informer):** verstrekken van informatie over het ziektebeeld, behandelmogelijkheden, klachten en de rol van leefstijl.
- **Willen (motiveren):** vergroten van motivatie door inzet van evidence-based informatie, expertise van zorgverleners en rolmodellen.
- **Kunnen (demonstreren):** ondersteunen van vaardigheden door middel van rolmodellen, opdrachten en oefeningen.
- **Doen (faciliteren):** stimuleren van gedragsverandering via doelstellingen, zelfmonitoring en sociale steun.

Aanvullend is een brainstormsessie georganiseerd (n=6), gebaseerd op 'Hoe kunnen we'-vragen en een associatieronde, om input te verzamelen voor de inhoud en vormgeving van de e-learning.

De online leerplek is getest in een pilotfase, waarbij gebruik werd gemaakt van een nul- en eindmeting, gebaseerd op de bovengenoemde gedragsveranderingscomponenten.

Belangrijkste inzichten

Mensen met endometriose en/of adenomyose nemen een actieve rol in zelfmanagement en vormen daarmee een gemotiveerde doelgroep. Tegelijkertijd ontbreekt het aan toegankelijke, betrouwbare onderbouwde informatie en ondersteuning op één centrale plek, doordat het huidige aanbod als versnipperd en verwarrend wordt ervaren.

5: Bronnen van leefstijlinformatie

- Kenniscentra:  **Voedingscentrum**  **kenniscentrum sport & bewegen**  **Trimbos instituut**
- Leefstijladvies in medische richtlijn: Voor voeding zijn de Richtlijnen [goede voeding](#) van de Gezondheidsraad en de adviezen van het Voedingscentrum ([Schijf van Vijf](#)) gevolgd. Voor beweging zijn de [Beweegrichtlijnen](#) van kenniscentrum sport & bewegen gebruikt. Voor slaap, mentale gezondheid zijn onder andere de (praktische) adviezen van [Thuisarts.nl](#), de [Hersenstichting](#) en [Mentaal Vitaal](#) geraadpleegd. Voor alcohol en middelengebruik is aangesloten bij de richtlijnen van de Gezondheidsraad en informatie van het Trimbos-instituut.
- Wetenschappelijke artikelen [ca. 90](#)
- Betrokken experts [8: diëtist, 2x gynaecoloog, ademhalingscoach, bekkenfysiotherapeut, bedrijfsarts i.o., seksuoloog en directrice van de stichting](#)
- Patiëntervaringen [3 als korte video's in Bloei](#)

Belangrijkste inzichten

Combineer wetenschappelijke inzichten met praktische adviezen. Zo blijft de informatie betrouwbaar en sluit deze goed aan bij het dagelijks leven van de doelgroep!

6: Wat werkte goed – en wat minder?

Succesfactoren

Ontwikkelen

- Inhoud sluit goed aan op behoeften van de doelgroep
- Naast basisinformatie is ook verdiepende informatie ontwikkeld
- Ontwikkeling in eigen beheer zorgde voor consistente en kwalitatief sterke content

Testen/ co-creëren

- Patiënten en zorgverleners zijn actief betrokken.
- Co-creatie zorgde voor goede aansluiting op praktijk en behoeften
- Feedback is meegenomen in de ontwikkeling

Verspreiden

- Via sociale media groot netwerk bereikt
- Bewustwording gecreëerd via presentaties, flyers en posts.
- Communicatieplan zorgde voor consistent posten



Leerpunten

Ontwikkelen

- Ontwikkeling kostte meer tijd en capaciteit dan verwacht
- Productie van kennisvideo's was tijds- en kostintensief.
- Minder zicht op behoeften van kwetsbare of minder bereikbare subgroepen
- Aansluiting met verschillende doelgroepen is uitdagend (laag opgeleid – hoog opgeleid)

Testen/ co-creëren

- Pilotfase vindt later plaats, minder tijd voor effectmeting

Verspreiden

- Moeilijker bereik van kwetsbare en minder zichtbare groepen
- Afhankelijkheid van zorgverleners en indirecte kanalen voor verspreiding



“

De sleutel tot succes ligt in samenwerking en in het aanbieden van begrijpelijke, betrouwbare informatie en praktische ondersteuning, met oog voor individuele verschillen.

”

7: Hoe gaat het nu verder?

Hoe is het resultaat geborgd?

- Doorlopend onderhoud en actualisatie (instellingssubsidie)
- Periodieke doorontwikkeling op basis van feedback
- Inhoud up-to-date volgens laatste inzichten
- Monitoring van gebruik en effect
- Blijvende verspreiding via vaste kanalen
- Actieve samenwerking met zorgverleners en partners
- Verankering binnen activiteiten van de stichting



Wat is het vervolg?

- Lancering van Bloei
- Verspreiden van factsheets onder zorgverleners. En presentatie aan zorgverleners
- Ontwikkelen van audiofragmenten voor kwetsbare groepen

