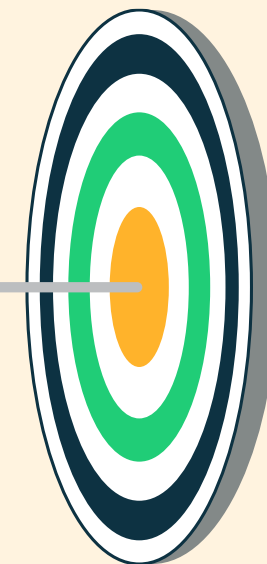


Osteoporose, wat nu: Stimuleren van bewustwording, kennis en eigen regie onder Arabisch- en Turkssprekende 50 plussers

Risicocheck

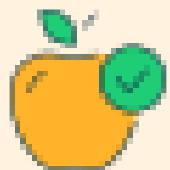
1: Doel en doelgroep van het project

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.

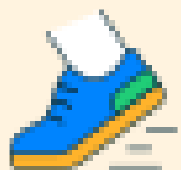


Doelgroep: Arabisch- en Turkssprekende mensen (80% vrouw, 20% man) met verhoogde kans op osteoporose (denk aan het hebben van longziekte, darmziekte, gebruik van prednison; of zij die 50 jaar en ouder zijn en een breuk hebben gehad zonder dat ze een diagnosescan hebben gehad; of al de diagnose osteoporose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

Leefstijlfactoren: Verwijder niet-relevante factoren



Voeding



Bewegen

Contact

Aja Al-Waely

aal-waely@osteoporosevereniging.nl

2: Wat is het resultaat?

Behaalde resultaten

Term zwakkebottentest -> osteoporose risicocheck (wordt geleidelijk ingevoerd)

Osteoporose risicocheck + mail verbeterd naar b1-niveau

Osteoporose risicocheck in het Arabisch en Turks

Meertalige folder in 3 talen (Nederlands, Turks en Arabisch) met uitleg over osteoporose en QR-codes naar de video's

Eindproduct(en)

Meertalige folder video's
osteoporose

Osteoporose risicocheck
Nederlands

Osteoporose risicocheck
Turks

Osteoporose risicocheck
Arabisch

3: Wat is het bereik?

Patiënten	Zorgverleners	“ ‘Wat leuk dat jullie naar ons toekomen en wat een leuke bijeenkomst was dit.’ ”
Welke communicatie middelen zijn ingezet? Wat is het bereik van deze middelen? Website: 301.796 sessies t/m oktober 2025 Nieuwsbrief: 15.000 abonnees Facebook: 3400 volgers Online bereik 50-plussers vrouw 1,5 miljoen in 2025 (peildatum begin 2025-onbekend culturele achtergrond) Osteoporose risicocheck flyers door presentatieteam + online	- Welke communicatie middelen zijn ingezet? - Wat is het bereik van deze middelen? Osteoporosezorg.nl: 8997 sessies (stijging van 272%) 7307 nieuwe gebruikers periode jan 2025-eind okt 2025 LinkedIn: 740 volgers	

4: Samenwerking met de doelgroep

Hoeveel mensen uit de doelgroep waren betrokken



In behoeftepeiling
(voor start van
ontwikkeling)

Ontwikkelvoucher 1



In testfase /
co-creatie
(tijdens
ontwikkeling)

**Pilot onder 3 Arabisch
sprekende mannen
Pilot onder Turkse
vrouwen (circa 10)**

Gehanteerde methoden

- Via eigen netwerk van vrijwilligster
- Connect Arnhem (ontmoetingsplek/inburgering) gebeld voor pilot

Belangrijkste inzichten

‘Erg goede vertalingen
middels AI in
tegenstelling tot
Google Translate.’

5: Bronnen van leefstijlinformatie

- ☐ Kenniscentra, namelijk:  eerlijk over eten  
- ☒ Leefstijladvies in medische richtlijn [link naar richtlijn](#), [link naar richtlijn](#)
- ☐ Wetenschappelijke artikelen
- ☐ Betrokken experts [Leden fysio's en diëtisten van Chronisch Zorgnet](#)
- ☒ Patientervaringen
- ☒ Bron gebruikt

Bronnen

6: Wat werkte goed – en wat minder?

Succesfactoren

Ontwikkelen

- Folder vertalen naar Arabisch en Turks middels AI (Chat GPT) en vervolgens voorleggen aan mensen om te checken of het goed is vertaald.
- Osteoporose risicocheck vertalen met AI (Chat GPT) en vervolgens voorleggen aan mensen om te checken of het goed is vertaald.

Testen/ co-creëren

- Pilots organiseren om verbeterpunten op te halen.
- Mensen in netwerk die suggesties leverden voor verbetering van de materialen, zoals Stichting interculturele Zorg.
- Organisaties die ervoor openstaan om de materialen via hun netwerken te verspreiden, zoals Stichting interculturele Zorg, Zorgbelang inclusief en Nederlandse islamitische stichting.



Leerpunten

Ontwikkelen

- Meer tijd nodig dan gepland.
- Sommige termen zijn moeilijk te vertalen met AI, omdat ze niet worden gebruikt in die taal.

Testen/ co-creëren

- Via netwerken kom je ver, maar als je dit niet hebt, wordt het lastig.
- Durf te vragen en benader organisaties voor hulp.
- Het testen hoeft niet altijd onder mensen met de aandoening te zijn. Soms zijn mensen met een bepaalde achtergrond voldoende voor de focusgroep.

Verspreiden

- Tijd nodig om alle partijen te benaderen voor verspreiden materialen.
- Doelgroep bereiken.



“

‘Het vertalen van de materialen is de eerste stap. Het verspreiden ervan en de doelgroep bereiken is het moeilijkste!’

”

7: Hoe gaat het nu verder?

Hoe is het resultaat geborgd?

- De osteoporose risicocheck kan online worden gedaan en er is een papieren versie beschikbaar. Het presentatie-team maakt hier gebruik van.
- We blijven de materialen verspreiden via onze socials.
- > Online marketing inzetten voor verdere verspreiding.
- Beperkte gezondheidsvaardigen is een vast item in onze jaarplan/begroting waarbij bewegen en voeding altijd een onderdeel is 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.



Wat is het vervolg?

- Verkenning begroting voor verdere verspreiding via ZonMw gefinancierd kan worden.
- > Voor elkaar ([link](#))

