

## Verslag van het campagnejaar

# We zijn zelf het medicijn.

### Preventie dementie in Zoetermeer



**Gezonde hersenen**  
Download de MijnBreincoach app!

**Verklein de kans op dementie**

✓ Blijf nieuwsgierig   ✓ Eet gezond   ✓ Beweeg regelmatig  
Hoe dan? [we zijn zelf het medicijn.nl](http://wezijnzelfhetmedicijn.nl)

## Inleiding

Het aantal mensen met de diagnose dementie neemt toe. De landelijke trend verwacht een ruime verdubbeling van het aantal mensen met dementie in de komende 30 jaar. In Zoetermeer is de verwachte toename nog hoger, namelijk 74% in de periode 2015-2030 ([Stadsbeeld - Zoetermeer 2025](#))

Dit heeft ertoe geleid dat een preventie verpleegkundige van Plicare en de adviseur gezondheidsbevordering GGD Haaglanden in 2019 samen een verkenning hebben gedaan om de campagne 'We zijn zelf het medicijn'<sup>1</sup> in Zoetermeer vorm te geven. Met als resultaat dat de campagne in 2022 is uitgerold in Zoetermeer.

De campagne is ontwikkeld aan de Universiteit van Maastricht in samenwerking met Alzheimer Centrum Limburg ([Het project :: We zijn zelf het medicijn](#)).

Onderzoek laat zien dat de kans op dementie flink verkleind kan worden met 30 tot 40 % door 1) gezond eten, 2) regelmatig bewegen en 3) je hersenen blijven prikkelen.

In de campagne draait het om de bewustwording dat je met deze leefstijladviezen zelf invloed hebt op het verkleinen van het risico op dementie.

Niet alleen belangrijk voor de hersenen, maar ook voor andere chronische- en welvaartsziekten: hart- en vaatziekten, diabetes, overgewicht, eenzaamheid.

## Inhoud

Dit is een verslag van WZZHM in 2022 in Zoetermeer.

Achtereenvolgens beschrijft het:

- De campagne in enkele cijfers
- De aanloop
- Projectleider en kerngroep
- Website en social media
- Start van de campagne
- Campagnevrienden
- Zichtbaarheid campagne
- Nieuwsbrieven
- Webinar voor professionals
- Onderwijs en de campagne
- Metingen
- Afronding campagne
- Borging, hoe verder na 2022
- Terugblik van de preventie verpleegkundigen
- Bijlagen

## Verantwoording

Het verslag geeft inzicht in het verloop van de campagne. Het is opgesteld vanuit de visie van de preventie verpleegkundigen die de campagne gevoerd hebben. Het rondt af met een aantal kanttekeningen en aanbevelingen.

---

<sup>1</sup> In het verslag verder afgekort tot WZZHM

### De campagne in enkele cijfers

<b>Wat</b>	<b>Hoeveel</b>
Publieksactiviteit	88
Workshops We zijn zelf het medicijn, voor gezonde hersenen	18
Volgers LinkedIn (op 19-12-22)	211
Volgers facebook (op 19-12-22)	26
Campagnevrienden	30
Bereik via campagnevrienden (zie zichtbaarheid campagne)	8200
Nieuwsbrieven	4
Campagnetassen	15.000
Posters	Ca. 200
Folders	Ca. 800
Flyers	Ca. 22.000
Folder mijn breincoach app	100

### De aanloop

Aanvankelijk was de startdatum van de campagne gesteld op september 2021, met daaraan voorafgaand de nulmeting.

In grote lijn zou worden aangesloten op de campagne zoals deze in de regio Haaglanden werd uitgevoerd (april 21 tot/met december 21), samen optrekken in aanschaf van PR/folder materiaal, waardoor kostenbesparing. Dit laatste is ook gebeurd.

In de opstart werd duidelijk dat er meer nodig was en verlangd werd op gebied van projectleiderschap, van gevalideerde metingen gedurende de campagne, van facilitering op gebied van ICT, PR, social media en afstemming met Zoetermeer 2025<sup>2</sup>. Na duidelijkheid over de facilitering is de startdatum van de campagne verschoven naar januari 2022.

### Projectleider en kerngroep

De campagne heeft van september 2021 tot/met april 2022 onder leiding gestaan van een externe projectleider. Daarna is deze taak en rol overgenomen door twee preventie verpleegkundigen van Plicare, waarbij één van hen door vertrek in april vervangen is.

De rol en taak van de preventie verpleegkundigen was tweeledig: organiserend/coördinerend én uitvoerend.

De kerngroep is een vertegenwoordiging van belanghebbende en betrokken partijen vanuit de gemeente, zorg- en welzijnsorganisaties in Zoetermeer en Alzheimer NL. Deze heeft met name een adviserende en meedenkende rol gespeeld. Voor het overzicht van de samenstelling van de kerngroep, zie bijlage 1. De kerngroep is in 2022 vijfmaal bijeengewees en tussentijds via Nieuwsflitsen door de preventie verpleegkundigen op de hoogte gehouden.

---

<sup>2</sup> Zoetermeer 2025 is een vereniging die onder het motto 'een gezonde regio in Zoetermeer, dat doen we samen' is opgericht op initiatief van gemeente, zorgaanbieders en zorgverzekeraars. De vereniging heeft als doel zorg en welzijn voor inwoners te verbeteren, dichtbij huis te organiseren en voor iedereen toegankelijk en betaalbaar te houden. Preventie is één van de projecten die binnen Zoetermeer 2025 wordt vormgegeven. [Home - Zoetermeer 2025](#))

## Website en social media

Het beheer en bijhouden van de website is in samenwerking met de preventie verpleegkundigen gedaan door Active Info, online marketingcommunicatie specialisten.

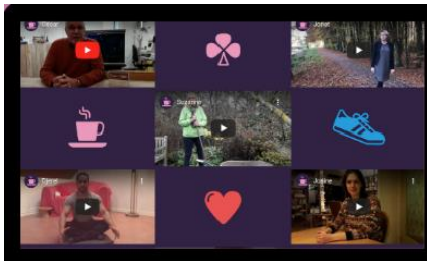
Het bijhouden en posten op de social media facebook en LinkedIn, is gedaan door de preventie verpleegkundigen.

## Start van de campagne

Op 10 januari vond de aftrap plaats. Door de restricties in verband met corona was het niet mogelijk daaraan een fysieke bijeenkomst te koppelen.

Wél heeft er een uitgebreid interview over de campagne met de eerste campagnevriend, de Perenboomgaard Hof van Seghwaert, en de preventie verpleegkundigen van Plicare in het Streekblad gestaan. Tevens zijn de preventie verpleegkundigen vanaf dat moment actief geworden op de speciale preventie dementie Zoetermeer pagina op LinkedIn

<https://www.linkedin.com/company/preventie-dementie-zoetermeer/> en op een later moment op de facebookpagina [Preventie Dementie Zoetermeer | Facebook](#)



Tegelijkertijd met LinkedIn ging de website [Haaglanden :: We zijn zelf het medicijn](#) de lucht in. Hierop zijn door middel van korte filmpjes 'Zoetermeeders aan het woord' gelaten. Zij vertellen wat zij doen om gezond ouder te worden en wat dat betekent voor de fitheid van hun hersenen.

Middels een interview door Zoetermeer 2025 met het kerngroep lid van de SGZ is de achtergrond en het belang van de campagne breed onder de aandacht gekomen bij professionals.

## Campagnevrienden

Een uitgangspunt van de campagne is het betrekken van personen en organisaties bij het mede onder de aandacht brengen van de campagneboodschap. Dit zijn de campagnevrienden. Er zijn een groot aantal organisaties en clubs benaderd, die een link hebben met één of meerdere pijlers van de campagneboodschap. Dit heeft geleid tot in totaal 30 campagnevrienden met diverse achtergronden: zorg en welzijn, sport, cultuur, vrijwilligers. Zie bijlage 2 voor het overzicht van de campagnevrienden.

Met de campagnevrienden is besproken op welke wijze het onder de aandacht brengen van de campagne passend binnen de mogelijkheden was. Dit leidde tot leuke plannen.

Alle campagnevrienden hebben de posters opgehangen en de flyers verspreid onder hun bezoekers, leden etc. Daarnaast heeft de campagne via de campagnevrienden aandacht gekregen bij veel publieksactiviteiten. Meer hierover bij de zichtbaarheid van de campagne.

De preventie verpleegkundigen kijken tevreden terug op de inzet van de campagnevrienden en bemerkten bij hen veel motivatie om hun steentje bij te dragen. Vaak ingegeven door ofwel professioneel ofwel in eigen privésituatie te weten wat dementie met zich meebrengt voor de persoon met dementie zelf en voor degenen die als naasten daarbij betrokken zijn.

Het aanhaken van sportclubs bleef wat achter bij de verwachting.

## Zichtbaarheid campagne

Op diverse manieren is zichtbaarheid gegeven aan de campagne, vaak in samenwerking met de campagnevrienden.

In totaal heeft de campagne 88 keer publiekelijke aandacht gekregen. Zie bijlage 3 voor het overzicht.

Flyers zijn verspreid op inZet locaties<sup>3</sup> en door de campagnevrienden.

In de meeste flats in de wijken Palenstein, Driemanspolder, Dorp, Meerzicht, Noordhove, Seghwaert, Oosterheem en Rokkeveen is de flyer in de brievenbus gedaan.

Apothekers hebben verspreid over de 12 apotheken in Zoetermeer in 15.000 campagnetassen de medicijnen aan hun cliënten meegegeven, waaraan ook de flyer WZZHM was toegevoegd.



Op enkele plaatsen is via een digitaal presentatiescherm aandacht gegeven aan de campagne.

Banners met het beeldmerk en leefstijladviezen hebben op diverse locaties in de stad gestaan.

Winkeliers, met name groente- en fruitwinkels en supermarkten, hebben door het ophangen van een poster de aandacht op de campagne gevestigd.

De posters hebben in de laatste maanden van het jaar aan de 14 openbare aanplakzuilen over heel Zoetermeer gehangen.

De diëtisten van Goudenhart en de preventiedeskundige van GGZ Indigo preventie hebben in hun workshop op inZet locaties de campagneboodschap meegenomen in hun voorlichtingen.

In de valpreventie voorlichtingen van fysiotherapie Meerzicht in samenwerking met GGD Haaglanden en gemeente Zoetermeer is de campagne eveneens benoemd.



Door de preventie verpleegkundigen van Plicare zijn op diverse plekken in Zoetermeer 18 keer de workshops 'We zijn zelf het medicijn, voor gezonde hersenen' gegeven. De werving vond plaats op de locatie zelf en vaak door een krantenbericht in het Streekblad. Aan de hand van stellingen is met de bewoners interactief gesproken over gezonde leefstijl en gezonde hersenen. De ruimte voor onderlinge uitwisseling en de persoonlijke benadering tijdens de workshop werd zeer gewaardeerd.

Op de speciale LinkedIn - en facebook pagina Preventie dementie Zoetermeer zijn gemiddeld twee keer per week posts geplaatst over de campagne en andere daaraan gerelateerde activiteiten en artikelen.

De LinkedInpagina wordt gevolgd door 211 volgers en vrijwel elke post wordt meerdere keren geliked of gereposted. De facebook pagina, waarin we vooral de Zoetermeerse burgers wilden bereiken blijft hierin achter met 26 volgers.

Campagnevrienden waarvan het leden- of bezoekersaantal bekend is, dit zijn met name sport- en vrijwilligersorganisaties, hebben een bereik van naar schatting in totaal 8200 mensen gehad.

---

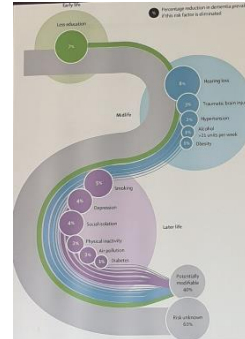
<sup>3</sup> inZet is het inlooppunt voor de inwoners van Zoetermeer met een hulp-, ontwikkel of ondersteuningsvraag en voor iedereen die iets wil doen voor een ander. Er zijn 6 locaties verspreid over Zoetermeer; [Home | Inzet-indewijk](#)

## Nieuwsbrieven

Gedurende het campagnejaar zijn er vier nieuwsbrieven voor de campagnevrienden uitgebracht, met het verzoek deze onder hun eigen achterban te verspreiden. Op deze manier zijn zij van informatie voorzien over de campagne.

## Webinar voor professionals

Om ook professionals uit zorg, welzijn, sport, cultuur en het sociale domein te informeren over de campagne en de achtergronden is op 23 mei een webinar georganiseerd 'Houd je brein gezond, risicoreductie van dementie'. Behalve aandacht voor de campagne zelf werd het onderwerp vanuit de wetenschap, de rol van de huisarts en de invloed van voeding en leefstijl verder uitgediept. Het webinar is terug te kijken op [Nieuws Zoetermeer :: We zijn zelf het medicijn](#), artikel: 'webinar dementie terugkijken?'



## Onderwijs en de campagne



Studenten MBO Zorg & Welzijn en Social Work, en een student HBOV hebben een studieopdracht uitgewerkt gerelateerd aan de campagne. Aan studenten die bij Piëzo<sup>4</sup> het voortraject volgen van de MBO 1 opleiding assistent dienstverlening is de workshop gegeven. Hun opdracht was om daar een verslag van te schrijven. MBO studenten Zorg & Welzijn en Social Work zijn in oktober gestart met de opdracht: 'Ontwikkel en organiseer een activiteit voor alle wijkbewoners – jong en oud samen – waarbij het doel is bewust bezig te zijn om een gezonde leefstijl te

krijgen en/of te behouden'. Deze opdracht zal in de wijk Buytenwegh worden uitgevoerd en zal bijdragen aan het borgen van een gezonde leefstijl. De uitwerking zal doorlopen in 2023.

Deze opdracht aan de studenten is een samenwerking van Plicare en Jeugdgezondheidszorg Zuid-Holland West.

De HBOV student heeft, als onderdeel van haar afstuderen, samen met de preventie verpleegkundige eenmalig de workshop gegeven.

## Metingen

Binnen de campagne waren er drie meetmomenten gepland: nulmeting, tussenmeting en eindmeting.

De beoogde doelgroep van de meting is mensen in de leeftijd van 40 – 75 jaar.

Voor een betrouwbaarheid van 95% zou een respons behaald moeten worden van 383.

Oorspronkelijk was het plan om de metingen te doen naar voorbeeld van Den Haag, waar de campagne in april - december 2021 liep. In mei 2021 was al een start gemaakt met het uitzetten van de nulmeting in Zoetermeer. Dit betrof een korte vragenlijst, een afgeleide van de gevalideerde vragenlijst zoals deze aan de Universiteit van Maastricht is ontwikkeld. De reden voor het gebruik van een verkorte vragenlijst was tweeledig. Er werd verwacht dat hiermee een hogere respons was te

---

<sup>4</sup> Stichting Piëzo is een sociaal maatschappelijke organisatie die mensen helpt om hun talenten en vaardigheden te ontdekken en verder te ontwikkelen; [Piezo – Piëzo verbindt talent en mensen stichtingpiezo.nl](http://Piezo – Piëzo verbindt talent en mensen stichtingpiezo.nl)

behalen dan bij de lange gevalideerde lijst én deze ook makkelijker in te vullen was voor mensen met een mindere taalvaardigheid. De vragen gingen over: kennis over de kans om de dementie te kunnen verlagen en de motivatie en mogelijkheden om de leefstijladviezen toe te passen.

Daarnaast legden de preventie verpleegkundigen liever de focus op het overbrengen van de campagneboodschap, dan relatief veel inspanning te moeten leveren voor een voldoende respons op de gevalideerde lijsten. De hiervoor benodigde capaciteit aan mensen en middelen was ook niet beschikbaar.

Inmiddels was de start van de campagne breder bekend, zoals bij Zoetermeer 2025 (gezonde regio in Zoetermeer) en huisartsen leefstijlgeneeskunde. Bij deze partijen werd de dringende voorkeur uitgesproken om de gevalideerde lijsten te gebruiken. Deze wens was ingegeven vanuit de gedachte dat de gevalideerde lijst veel meer beeld geeft wie er worden bereikt en wie niet. Alsmede dat daarmee ook toekomstige preventie activiteiten beter gefocust kunnen worden en zo nodig aangepast om groepen wel te bereiken.

De kerngroep is meegegaan in deze argumenten en kon rekenen op de inzet van de huisartsen in Zoetermeer bij het breed verspreiden van de lijsten. De meting van de korte vragenlijst is stilgelegd. Om de campagne ook in zijn geheel goed voor te bereiden is besloten om de nulmeting te verplaatsen naar november 2021, zodat in januari 2022 een goede start met de campagne gemaakt kon worden.

#### *Nulmeting:*

De nulmeting is afgenomen in de periode 10 november 2021 tot 6 januari 2022 en vanwege de maatregelen rondom corona vooral digitaal uitgezet. Bij de inZet locaties kon men, op verzoek, hulp krijgen bij het invullen van een papieren vragenlijst.

Via een flyer met QR-code kreeg men toegang tot de vragenlijst. Voor de rapportage nulmeting, zie: [Nieuws Zoetermeer :: We zijn zelf het medicijn](#), 'Resultaten nulmeting bekend'.

De belangrijke rol voor de werving die was toebedacht aan de huisartsen is helaas niet goed van de grond gekomen, mogelijk was er onvoldoende draagvlak, of de maatregelen destijds rond corona waren daar wellicht één van de oorzaken van.

De respons op de nulmeting bedroeg 155 respondenten.

#### *Tussenmeting:*

De tussenmeting heeft plaatsgevonden in de periode van 18 mei tot 1 juli. Het uitzetten van de vragenlijsten is op dezelfde wijze verlopen als bij de nulmeting. Daarnaast is er een beroep gedaan op de campagnevrienden om deze onder hun 'achterban' te verspreiden.

De respons op de tussenmeting bedroeg 113 respondenten.

In een tussentijds contact in augustus met dhr. K. Deckers, Assistant Professor van de Universiteit van Maastricht, is afgesproken dat de data van de metingen geanalyseerd konden worden door een promovenda van de Universiteit.

Ten tijde van het opstellen van dit eindverslag waren de resultaten van de voor- en tussenmeting nog niet zodanig geanalyseerd dat deze vertaald kunnen worden in bruikbare aanbevelingen.

#### *Eindmeting:*

De eindmeting heeft in overleg met de kerngroep niet plaatsgevonden. Het kleine aantal respondenten op de twee voorgaande metingen wegen niet op tegen de inspanningen die geleverd zijn om de vragenlijsten ingevuld te krijgen. De onderzoekswaarde van de metingen met een lage respons is nihil. Daarnaast zijn de lijsten vrijwel alleen ingevuld door hoger opgeleiden.

## Afronding campagne

Om de campagnevrienden te bedanken voor hun inzet, wilden de kerngroep en de preventie verpleegkundigen hen in het zonnetje zetten tijdens een fysieke bijeenkomst. Ondanks de getoonde animo, bleken de campagnevrienden zich moeilijk vrij te kunnen maken. Er is besloten bij de campagnevrienden persoonlijk langs te gaan en hen een attentie te overhandigen. Voorts heeft de wethouder Zorg en Welzijn hen met een schrijven bedankt voor hun inspanningen voor de campagne.



## Borging, hoe verder na 2022

Gedurende de campagne zelf zijn een aantal activiteiten opgepakt die als borging gezien kunnen worden.

Het webinar in mei had als doel om de kennis en bewustwording van de relatie gezonde leefstijl en preventie van dementie bij professionals te vergroten en mee te nemen in de contacten met cliënten, bezoekers etc. Dit webinar blijft beschikbaar op de website van WZZHM.

Studenten van MBO Rijnland werken aan een opdracht in de wijk Buytenwegh, om een activiteit te ontwikkelen voor alle wijkbewoners, jong en oud samen, waarbij het doel is bewust bezig te zijn om een gezonde leefstijl te krijgen en/of te behouden. Randvoorwaarden: activiteit heeft een fysieke en cognitieve doelstelling en is zelfstandig uitvoerbaar. Ook moet het de ontmoeting tussen wijkbewoners onderling stimuleren. Deze activiteit zou een blijvend karakter moeten hebben en ook bruikbaar in andere wijken van Zoetermeer.

In gesprek met een projectmanager van Zoetermeer 2025 is geopperd om de preventie boodschap te borgen in één van de drie actielijnen binnen de preventielijn van Zoetermeer 2025, namelijk: positieve gezondheid, gezonde wijk, verbinden sociaal en medisch domein. Een andere mogelijkheid die ter sprake kwam was om deze te borgen in de keten kerngroep dementie.

De adviseur gezondheidsbevordering van GGD Haaglanden heeft gesproken met de programmaleider dementie van Vereniging Transmurale Zorg in Den Haag. Ook in Den Haag wordt nog gezocht hoe de campagneboodschap geborgd kan worden na afloop van hun campagne WZZHM in december 2021. Het samen optrekken hierin behoort tot de mogelijkheden.

Het lokaal gezondheidsbeleid en de uitvoeringsagenda 2023 Zoetermeer is in ontwikkeling. Ook dat zou een mogelijkheid voor het bestendigen van WZZHM zijn.

In januari 2023 vindt er een gesprek plaats met de wethouder Zorg en Welzijn, tevens voorzitter van de kerngroep van de preventie coalitie. Zij onderschrijft het belang van WZZHM en wil graag meedenken over de borging.

Kortom, er zijn veel ontwikkelingen in Zoetermeer, wat maakt dat de borging nu nog niet een duidelijke plek heeft. Het is belangrijk dat dit wel voldoende aandacht blijft houden. De campagnevrienden van WZZHM zijn hierin van enorme waarde. Het feit dat zij, vaak ook als inwoner van Zoetermeer zelf, een gezonde leefstijl willen uitdragen en eigenaarschap tonen, moet blijvend 'warm' gehouden worden.

Voorts zou, heel praktisch gezien, de workshops 'We zijn zelf het medicijn, voor gezonde hersenen' blijvend aangeboden kunnen worden op onder meer de inZet locaties.



Aanvullend hierop zou de campagne boodschap al op zo jong mogelijke leeftijd bekend moeten worden. Dit zou in samenwerking kunnen met de jeugdgezondheidszorg, scholen en beroepsopleidingen.

### Terugblik van de preventie verpleegkundigen, kanttekeningen en aanbevelingen

Na een moeizame start is de campagne in januari 2022 echt gaan lopen.

De start zou veel soepeler verlopen zijn als eerst de randvoorwaarden duidelijk waren, zoals: ondersteuning bij ICT, PR en het gebruik van social media en de grootte van het beschikbare budget. Dit geldt ook voor de positie en het draagvlak van de campagne binnen onder meer Zoetermeer 2025. Pas na de start werden onderlinge verbanden gelegd en kwam communicatie daarover op gang.

Door de campagnevrienden werden wij positief verrast met hun bereidheid om zich in te zetten voor het uitdragen van deze preventie boodschap. Het onderwerp leeft. Heel vaak kent men wel iemand met de diagnose dementie en alles wat dit met zich meebrengt. Dit zorgde voor grote betrokkenheid en bijzondere en intense gesprekken.

De workshops die wij gaven zijn goed ontvangen, de groepsgrootte varieerde van 5 tot 37 mensen. De indruk is dat de deelnemers vooral hoger opgeleide mensen waren en zich al behoorlijk bewust waren van 'gezonde leefstijl'.

Door het interactieve karakter was er ruimte voor persoonlijke verhalen en inspireerden mensen elkaar en ons!

Wij zijn er ons van bewust hoe makkelijk samenwerking in Zoetermeer tot stand kan komen. Maar ook dat er zoveel initiatieven en activiteiten bestaan in Zoetermeer, dat het soms lastig te bepalen bleek bij 'wie' men voor 'wat' moet zijn. Als voorbeeld: wij zouden eerder bij de combinatiefunctionarissen sport van de gemeente aangeklopt hebben om sportclubs te bereiken en daarin samen op te trekken.

Het in jaren opgebouwde netwerk van Plicare is zeker helpend en belangrijk geweest om aansluiting te krijgen bij diverse formele en informele netwerken om de campagne zichtbaar te maken.

In hoeverre wij de inwoners van Zoetermeer bereikt hebben kunnen we niet in een getal weergeven. In een stad van ruim 125.000 inwoners zien wij onszelf als veroorzaker van een beweging naar nog meer aandacht en bewustzijn voor preventie en borging van de campagneboodschap.

Aan de hand van de ervaringen van dit campagnejaar sluiten wij af met een aantal kanttekeningen en aanbevelingen.

**Projectplan.** In 2021 is een concept projectplan opgesteld. Dit is echter niet tot een eindversie gekomen. Hierdoor was het bij aanvang onduidelijk welk bereik de campagne diende te hebben, welke capaciteit, tijd en financiën enerzijds benodigd en anderzijds beschikbaar was. Tevens was onduidelijk welke partijen een meer praktische bijdrage aan de campagne konden leveren. Een vastgesteld projectplan had de kaders duidelijk gemaakt.

**Draagvlak en commitment.** Om de boodschap van een campagne echt te laten landen zal vooraf gesproken moeten worden wat betrokkenen op zowel beleids- en managementniveau als uitvoerend niveau daarin kunnen betekenen. Dit vereist een duidelijke afstemming en uitspreken van verwachtingen. Waarbij ook de metingen en resultaten van de campagne vastgelegd worden. Op deze manier breed draagvlak voor het onderwerp creëren zal het commitment ten goede komen. Als alle betrokkenen het onderwerp op hun netvlies hebben, zijn slimme verbindingen makkelijk te maken. Als voorbeeld: een programma rond de nationale sportweek organiseren en uitvoeren, waarbij de campagne weinig tot geen rol krijgt, is volgens ons een gemiste kans. Het bereik van de

positieve gezondheidsboodschap zou juist daar enorm vergroot kunnen worden en kunnen benadrukken: wij vinden dit allemaal belangrijk. Ook zou daardoor meer focus gelegd kunnen worden op de minder makkelijk te bereiken bewoners.

**Facilitering.** Zoals eerder benoemd, was onze rol na vertrek van de externe projectleider tweeledig: coördineren/leiden én uitvoeren. Voor ons een leerzaam proces, maar daarin ook bewust geworden van de beperkingen. Om een campagne meer 'body' te geven zijn daar specialisten op diverse terreinen voor nodig: promotie/PR, communicatieadviseurs. Gedurende de campagne zelf gaan zaken lopen en worden mogelijkheden zichtbaar. Regelmatig werden we getipt om met bepaalde organisaties en sleutelfiguren contact op te nemen. We hebben veel meedenken bij anderen ervaren. Er was helaas lang niet altijd voldoende tijd om met deze suggesties verder te gaan.

**Capaciteit en tijd.** Er hebben regelmatige wisselingen plaatsgevonden van Plicare preventie verpleegkundigen, zowel in de voorbereidende fase als ook tijdens de campagne zelf. Dit gaf zorgen rondom de voortzetting van de campagne. Vooraf duidelijkheid over keuzes, opvolging en prioritering met betrekking tot de capaciteit en beschikbare tijd van preventie verpleegkundigen had voor meer helderheid gezorgd.

Daarnaast was niet geheel duidelijk van de kerngroep-partners in hoeverre zij beschikbaar konden zijn met betrekking tot de praktische uitvoering.

**Overzicht en verbinden.** Verschillende (vrijwilligers-)organisaties zijn vanuit diverse invalshoeken betrokken bij inwoners, en zetten zich in voor de positieve gezondheid van deze inwoners. Het zou efficiënt en effectief zijn als initiatieven van de andere organisaties bekend zijn en gebruik gemaakt wordt van al deze 'energie'. Dit noodzaakt tot overzicht, het samenbrengen in beleid en uitvoering genereert vervolgens veel gebundelde kracht. We hebben ervaren dat veel organisaties lang niet altijd van elkaar weten wat zij doen en organiseren. De potentie om elkaar te vinden en samen te werken zou veel meer benut kunnen worden.

Het zou goed zijn om samen op te trekken om de inwoners te verleiden en te ondersteunen in het aanpassen en aanhouden van een gezonde leefstijl.

### Tot slot

De aandacht voor preventie neemt toe, ook voor de preventie van dementie. Het was leerzaam en waardevol om preventie binnen dit belangrijke thema en deze mooie campagne uit te voeren.

We hebben de ondersteuning en het meedenken van de kerngroep WZZHM zeer gewaardeerd.

Zij waren voor ons belangrijke schakels en gaven goede ideeën om het bereik van de campagne te vergroten.

Wij hopen van harte dat in navolging van deze campagne geïnvesteerd wordt in -waar nodig- de ondersteuning van de inwoners van Zoetermeer in het nastreven van een gezonde leefstijl.



Wij wensen alle Zoetermeeders een positief gezond leven toe.

## **Bijlage 1**

Samenstelling kerngroep We zijn zelf het medicijn

Mirjam Biemans, Stichting Georganiseerde eerstelijnszorg Zoetermeer

Dieuwke Biesma, Vierstroom/Plicare

Bernadette Bos, GGD Haaglanden

Nynke de Bruin, Palet Welzijn

Kirsten Cleij, Stichting Piëzo

Annelies Meybaum, Alzheimer NL, afdeling Haaglanden

Annemiek Smulders/Janneke van Reeuwijk, Gemeente Zoetermeer

## Bijlage 2

### Campagnevrienden



### Bijlage 3

#### Overzicht workshops/publieksactiviteit WZZHM

Waar	Datum	Aantal deelnemers
<b>Eerste halfjaar</b>		
Meerzicht Vonkje/Piëzo, workshop	10 maart	10
Rokkeveen, inZet/Palet Welzijn, workshop	5 april	15
Palenstein, inZet/Piëzo, workshop	6 april	16
Vierstroom ledendag, kraampje	8 april	
Noordhove, wijktuin/Piëzo, workshop	19 april	10
Meerzicht Vonkje/Piëzo, workshop	21 april	14
Jong Senioren Zoetermeer, voorlichting	16 mei	25
Meerzicht, stagiaires voortraject mbo Z&W, workshop	23 mei	8
Vegro Gezondheidsmarkt, kraampje	27 mei	
Museum de Voorde, workshop	27 mei	12
Bridgeclub Zoetermeer, kraampje	29 mei	
Oosterheem, inZet/Palet Welzijn, workshop	30 mei	8
Palet Welzijn, Bijdorplan, workshop	31 mei	5
Seghwaert, Hof van Seghwaert, workshop	14 juni	32
Centrum, Fittest, kraampje	27 juni	
Valpreventie, voorlichting fysiotherapie, GGD, gemeente	29 juni	13
inZet, locaties Piëzo, workshop Goudenhart diëtist	5 keer	40 totaal
inZet, locaties Piëzo, workshop GGZ Indigo preventie	23 keer	110 totaal
<b>Tweede halfjaar</b>		
Buytenwegh, Piëzo, workshop	28 juli	5
Rokkeveen, Albert Heijn, kraampje	8 augustus	
Vereniging dag WC Rokkeveen, kraampje	3 september	
Jong Senioren Zoetermeer, infomarkt, kraampje	7 september	
Meerzicht, inZet/Piëzo, workshop	16 september	8
Oosterheem, Oldstars, kraampje	18 september	
Valpreventie, voorlichting fysiotherapie, GGD, gemeente	23 september	19
Historische Geuzenwandeltocht, kraampje	24 september	
Vredesfestival, workshop	25 september	7
Seghwaert, Hof van Seghwaert, workshop	29 september	8
Oosterheem, inZet/Palet Welzijn, workshop	3 oktober	13
Dementie en dan..., voorlichting mantelzorgers i.s.m. steunpunt dementie	13 oktober	12
Zonnebloem vrijwilligers, i.s.m. steunpunt dementie, workshop	7 november	22
Driemanspolder, Gemiva/de Spil, workshop	21 november	5
Rokkeveen, inZet/Palet Welzijn, workshop	22 november	5
Jong Senioren Zoetermeer, voorlichting	12 december	37
inZet, locaties Piëzo, workshop Goudenhart diëtist	5 keer	40 totaal
inZet, locaties Piëzo, workshop GGZ Indigo preventie	23 keer	110 totaal