

# Aan tafel over zorg en gezondheid

Er kan steeds meer in de zorg. We kunnen meer ziektes behandelen en worden een stuk ouder. Maar daardoor hebben we ook langer zorg nodig. We willen dat iedereen die dat nodig heeft, goede zorg kan blijven krijgen. Dat is nu al niet zo makkelijk. Het lukt beter als we nieuwe manieren gebruiken om zorg aan te bieden en te gebruiken. Daar kunnen we elkaar bij helpen. Daarom gaan we met elkaar in gesprek over zorg en gezondheid.

Aan tafel  
over zorg en  
gezondheid

Aan tafel  
over zorg en  
gezondheid

Stappenplan  
zelf een bijeenkomst  
organiseren

# Stappenplan zelf een bijeenkomst organiseren

In dit stappenplan helpen we je op weg. Zo combineren we lokale kennis en onderwerpen met de ervaring die wij hebben opgedaan.



*'Ik spreek veel mensen die het moeilijk vinden om om hulp te vragen. Gelukkig zijn er veel organisaties met vrijwilligers die graag hulp willen geven.'*  
-Marthe, medewerker platform informele zorg West

## Centrale uitgangspunten

Aan tafel over zorg en gezondheid is ontwikkeld om het gesprek te voeren over de ontwikkelingen in de zorg. We hebben hiervoor een aantal uitgangspunten opgesteld:

- Het gesprek wordt gevoerd met mensen die het **raakt**, niet óver hen.
- Het gesprek is **inclusief** en ook toegankelijk voor mensen met een laag sociaal economische positie, praktisch opgeleiden en mensen met beperkte gezondheidsvaardigheden.
- Het gesprek is op een plek waar mensen vaker komen, zoals in een **buurthuis of bibliotheek**.
- Het gesprek wordt gevoerd met mensen die in de **zorg werken** en mensen die **zorg gebruiken**.
- Het gesprek biedt **handelingsperspectief**.
- Het gesprek geeft de **ruimte** om met elkaar in gesprek te gaan. Dit doen we tijdens het programma en na afloop bij de aansluitende buurtmaaltijd.

## Een bijeenkomst in 5 stappen

**Stap 1** | Introductiegesprek

**Stap 2** | Planning

**Stap 3** | Voorbereiding

**Stap 4** | Redactie

**Stap 5** | Werving en publiciteit

# Zelf een bijeenkomst organiseren in 5 stappen

STAP

## 1 Introductiegesprek

Elke bijeenkomst begint met een introductiegesprek met het ministerie van VWS en het ondersteunende bureau BKB. Samen bespreken we het doel en de doelgroep van de bijeenkomst en hoe dit zich kan vertalen naar de inhoud. Ook delen VWS en BKB belangrijke inzichten voor het organiseren van een succesvolle bijeenkomst. Na het introductiegesprek plannen we twee (optionele) vervolgspraken in. Tijdens deze afspraken kan er verdere inhoudelijke ondersteuning geboden worden vanuit BKB.

Het is handig als je de toolkit en het stappenplan hebt bekeken voor het introductiegesprek, zodat we aan de hand van deze onderdelen het gesprek kunnen voeren.

### Checklist introductiegesprek

- Doornemen toolkit en stappenplan.
- Inplannen introductiegesprek met VWS en BKB
- Tijdens het introductiegesprek:
  - Bespreken doel en doelgroep bijeenkomst.
  - Bespreken overige benodigheden voor een succesvolle bijeenkomst.
  - Bespreken afzenderschap.
  - Afspraken maken over verdere ondersteuning vanuit VWS en BKB.

### Belangrijke middelen

- **Animatie** Aan tafel over zorg en gezondheid.
- **Terugkijlink** Aan tafel over zorg en gezondheid in Podium Mozaiek.



*'Laat bij een digitale afspraak iemand met je meeluisteren. Samen hoor je meer dan alleen. Zo gaat er geen belangrijke informatie verloren.'*  
-Wyke, gesprekswetenschapper

STAP

## 2 Planning

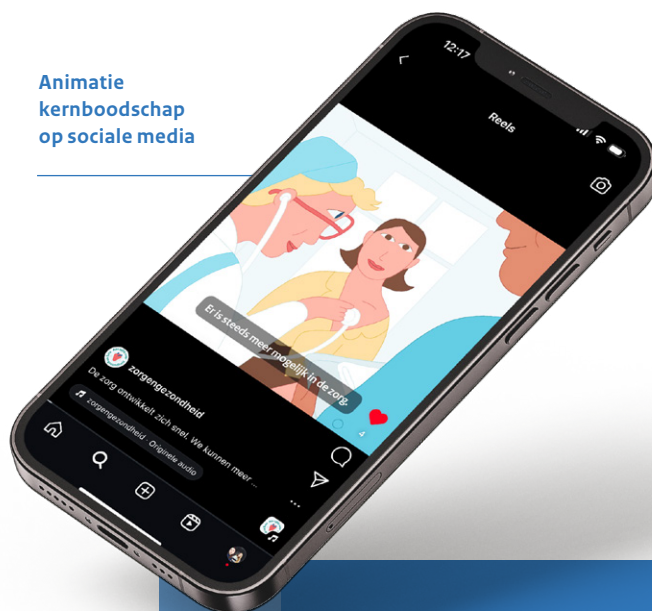
Een bijeenkomst **Aan tafel over zorg en gezondheid** vraagt ongeveer om 8 tot 10 weken aan voorbereidingstijd. Een ruwe planning ziet er als volgt uit:

### Week 1, 2

#### Bepalen doelstelling, kiezen locatie en datum

- Bepaal hoe de bijeenkomst aansluit op de kernboodschap.
- Bepaal welke onderwerpen belangrijk zijn om te bespreken tijdens de bijeenkomst.
- Zoek en bevestig een geschikte locatie.
- Stel een lijst op van potentiële gespreksleiders en tafelgasten.

Animatie  
kernboodschap  
op sociale media







*‘Als je de taal niet spreekt of niet digitaal bent onderlegd, kom je soms vast te zitten in het Nederlandse zorgsysteem. Dan is het belangrijk om hulp te vragen van de zorginstelling, of van mensen om je heen.’*

*-Elvan, inwoner*

### Week 3, 4 en 5

#### **Inhoud bepalen, techniek en catering**

- Benader de gespreksleider(s) en tafelgasten.
- Selecteer en bereid de onderwerpen en vragen voor.
- Maak een draaiboek voor de bijeenkomst.
- Maak afspraken met techniek en catering.

### Week 6, 7 en 8

#### **Inhoudelijke voorbereiding**

- Organiseer voorgesprekken met de presentatoren en de tafelgasten.
- Stel een briefing op voor alle gespreksdeelnemers, inclusief technische details.
- Begin met de promotie en werving van de bijeenkomst (sociale media, uitnodigingen, via partners).
- Bevestig alle details met locatie, catering, gasten en technici.
- Maak het draaiboek definitief en gebruik dit als script voor de bijeenkomst.

### Week 9 en 10

#### **Uitvoering**

- Organiseer de bijeenkomst volgens het draaiboek.
- Evalueer de bijeenkomst en verzamel feedback van het publiek en de gasten.
- Verzamel en verwerk foto's, video's en eventuele persaadacht.
- Geef een terugkoppeling aan VWS hoe de bijeenkomst is verlopen.

## STAP

### 3 Voorbereiding

#### **a. Prik een datum en zoek een locatie**

**Aan tafel over zorg en gezondheid** voert het gesprek met de mensen waar het over gaat, niet over hen. De locatie kan hier sterk aan bijdragen in sfeer en intimiteit. Ga daarom op zoek naar een locatie waar mensen vaker samenkomen (buurthuizen, zorgcentra of bibliotheken) en zorg dat mensen gemakkelijk kunnen worden betrokken bij het gesprek.

Voor de bijeenkomst stellen we een speciaal hiervoor ontworpen gesprekstafel beschikbaar. Wij zorgen dat deze voor het gesprek wordt bezorgd en weer wordt opgehaald.

#### TIPS

- **Stel een projectleider aan** die zich kan focussen op de voorbereidingen van de bijeenkomst.
- Benader **verschillende locaties** tegelijkertijd. Het kan soms even duren voor je een reactie hebt.
- Kies bij voorkeur een locatie uit waarbij het gesprek en de buurtmaaltijd in **dezelfde ruimte** kunnen plaatsvinden.
- Een gesprek over zorg en gezondheid vraagt om een lekkere **gezonde buurtmaaltijd**. Zo geven we mensen gezonde kookinspiratie, ook voor thuis.
- Zorg dat er **minimaal 50 mensen** aanwezig kunnen zijn bij het gesprek.
- Stel je eigen planning op met de benodigde stappen.

## b. Bepaal onderwerpen en tafelgasten

Zorg is een breed begrip. Daardoor kan praten over ontwikkelingen in de zorg soms afstandelijk en technisch voelen. Tijdens de bijeenkomst proberen we het juist concreet te maken. Zoek in de voorbereiding naar tastbare voorbeelden in de wijk zoals een zorginstelling die gebruik maakt van digitale hulpmiddelen, zoals beeldbellen of thuismonitoring, een initiatief om druk op de zorg te verminderen, een arts die samen met patiënten over de behandeling beslist, mensen die elkaar helpen bij zorgvragen, of een preventie-programma.

**Vanuit VWS zijn er zes thema's bepaald die kunnen worden besproken aan tafel:**



### Duo-gespreksleiding

De bijeenkomst wordt geleid door één of twee gespreksleiders, die het gesprek in de juiste richting kunnen sturen en begrijpelijk houden. Hiervoor is het aan te raden om gebruik te maken van duo-gespreksleiding. Dat zorgt ervoor dat zij de aandacht kunnen verdelen, dat er een goede dynamiek ontstaat en dat je, door het kiezen van verschillende achtergronden, een bredere doelgroep kan aanspreken.

### Tafelgasten

Tijdens het programma schuiven per gespreksronde ervaringsdeskundigen, experts, zorgverleners en zorgontvangers aan om te vertellen over hoe zij omgaan met de ontwikkelingen in de zorg. Ook geven ze handelingsperspectief. Bij voorkeur vertellen tafelgasten verhalen vanuit eigen ervaring.





Voer met alle sprekers een voorgesprek, het liefst samen met een van de gespreksleiders. In het voorgesprek wordt onder andere besproken wat het doel en doelgroep van de bijeenkomst is, welke anekdotes de spreker heeft, en wie er nog meer aansluiten.

### TIPS

- Laat **niet meer dan 4 sprekers** per gespreksronde aansluiten.
- Het belangrijkste zijn de verhalen van mensen die nu al te maken hebben met de ontwikkelingen in de zorg en nieuwe mogelijkheden, bijvoorbeeld als patiënt of naaste. Deze groep is het meest toegankelijk en sluit aan bij de doelgroep. Zorg daarom dat er **voldoende ervaringsdeskundigen** aanschuiven. Streef naar een 50/50 verdeling.
- Let er op dat experts niet te veel in jargon praten en zich richten tot de doelgroep van huidige en toekomstige zorgontvangers. De bijeenkomst is dus nadrukkelijk niet bedoeld om het te hebben over beleid en 'wat er anders moet'. Hoewel interessant, heeft de doelgroep niet veel aan dat gesprek. Zoek liever naar **concrete handelingsperspectieven** die direct toepasbaar zijn.
- Maak gebruik van **lokale boegbeelden** die weten wat er speelt in de wijk. Zij hebben vaak ook een breed netwerk in de wijk en zijn herkenbaar.
- Let op **diversiteit**. Zorg voor een goede verhouding tussen man en vrouw. Zorg er voor dat de etnische samenstelling representatief is voor de wijk.



### Het gesprek

Een bijeenkomst bestaat uit drie rondes, elke keer afgesloten met een vragenblokje. Per ronde verandert de samenstelling van de gasten aan tafel.

#### Ronde 1

##### De kernboodschap

Wat gebeurt er in de zorg? Wat merk je daarvan als zorgverlener of zorggebruiker? En wat zijn mogelijkheden om hier goed mee om te gaan? De animatie met daarin de kernboodschap van Aan tafel over zorg en gezondheid, wordt ook in deze ronde laten zien.

#### Ronde 2

##### Welke ontwikkelingen spelen er?

Thema's die hierin naar voren kunnen komen zijn; digitale hulpmiddelen en hoe daarmee om te gaan; samen beslissen over je behandeling; naasten helpen met zorg en gezondheid; Thuisarts.nl en het formuleren van een zorgvraag.

#### Ronde 3

##### Lokale situatie en initiatieven

Wat speelt er in de regio en welke lokale initiatieven kunnen een voorbeeldrol pakken?

### Vragenronde

Na iedere ronde is er de mogelijkheid om vragen te stellen en wordt het gesprek ook met de bezoekers in de zaal gevoerd.

### Buurtmaaltijd

Aansluitend aan de bijeenkomst is er de mogelijkheid om na te praten met een gezonde maaltijd of snack, zodat ook vragen die buiten de tijd van de bijeenkomst vallen toch besproken kunnen worden. Bij de buurtmaaltijd kunnen gesprekskaarten op tafel worden gelegd om het gesprek op gang te brengen.



## Randvoorwaarden voor de inhoud van het gesprek

### Blijf letten op eenvoudige taal

Een gesprek over de zorg heeft de neiging om snel abstract te worden. Het is dan belangrijk om op te blijven letten dat het taalgebruik helder blijft en er concrete voorbeelden en handelingsperspectieven worden gedeeld. De gespreksleiders spelen hierin een belangrijke rol en dit moet stevig aangegeven worden tijdens de briefinggesprekken. Ook is het een mogelijkheid om een 'scheidsrechter' in te zetten tijdens de bijeenkomst die kan aangeven wanneer er lastige termen of jargontermen worden gebruikt.

### Zorg voor een intieme en dynamische sfeer

Het is belangrijk dat het een gesprek met mensen is en niet óver mensen. Dat betekent dat we de gesprekken organiseren op een laagdrempelige locatie waar mensen al vaker samenkomen (buurthuizen, bibliotheken) en we zorgen dat mensen echt onderdeel van het gesprek zijn. We vragen de gespreksleiders om actief de interactie op te zoeken met het publiek, vooral voor aanvang en na afloop van het programma. Bijvoorbeeld door een paar vragen te stellen en ruimte te bieden voor vragen. Het gesprek mag ook wat vrijer verlopen. Mensen vanuit het publiek kunnen aanschuiven aan tafel voor een vraag of om hun ervaringen te delen.

*'Ik ben niet zo handig met de computer en de telefoon. Ik ga liever langs bij de dokter. Soms moet iets toch via het internet. Dan vraag ik aan de buurtteam medewerker om me te helpen.'*

*-Anita, inwoner*

## Checklist voorbereiding

- Kies een locatie en bepaal een datum en tijdstip.
- Stem met BKB af of de gesprekstafel beschikbaar is.
- Benader gespreksleiders.
- Bepaal onderwerpen en nodig tafelgasten uit.
- Houd voorgesprekken met tafelgasten, check of ze geschikt zijn en zorg voor een gevarieerde samenstelling.
- Stel een programma samen met de onderwerpen die besproken worden.
- Maak afspraken met catering en techniek voor de buurtmaaltijd en de technische ondersteuning.

## Belangrijke middelen

- **Voorbeeld uitnodiging** Zie format
- **Gesprekstafel** met objecten
- **Gesprekskaarten**

### Gesprekskaarten



## STAP 4 Redactie

Voor een goede bijeenkomst is het, naast het hebben van interessante gasten, belangrijk dat de redactie op orde is. Werk ruim tevoren het script uit, en deel dat met de tafelgasten.

### Script

Een script bevat in ieder geval de spreektekst van de presentatoren/gespreksleiders, en vragen die ze de gasten kunnen stellen. Een waardevolle toevoeging is het uitschrijven van een concepttekst op de antwoorden. Dit kan worden ingevuld op basis van de voorgesprekken. Het script met vragen en antwoorden geeft een duidelijk en compleet beeld van het verloop van de bijeenkomst, zowel voor de gespreksleiders als de tafelgasten.

Het script vormt, samen met alle praktische informatie (locatie met route-beschrijving, tijden, contactpersonen, etc.), de briefing voor de gespreksleiders en tafelgasten.

Een voorbeeld van een script/briefing is [hier](#) te vinden.

### Voor elke bijeenkomst is er een pakket aan middelen beschikbaar:

- Een hartvormige gesprekstafel inclusief zes stoelen. (De tafel kan ook in tweeën worden gesplitst zodat er meer zitplekken zijn.)
- Om de thema's die spelen in de zorg tastbaar te maken zijn er een aantal objecten beschikbaar die verschillende aspecten van de transitie verbeelden. De objecten zitten achter vensters in de gesprekstafel, en kunnen tijdens het gesprek uit de tafel worden gehaald. De objecten zijn:
  - Theekopje (Elkaar hulp en ondersteuning bieden)
  - Handspiegel (Zelfzorg)
  - Landkaart (Bereikbaarheid van de zorg)
  - Wandelschoen (Leefstijl)
  - Telefoon (Digitalisering)
  - Puzzel (Samen beslissen)



*'Patiënten hoeven zich niet schuldig te voelen als zij niet mee kunnen in nieuwe ontwikkelingen in de zorg. Vraag hulp uit je omgeving.'*  
-Mohammed, werkzaam in huisartsenpraktijk

- Een inleidende animatie waarmee het programma wordt geopend, en een (PowerPoint)presentatie met slides in huisstijl die tijdens het gesprek op achtergrondschermen worden vertoond. De presentatie is er voor het vertonen van audiovisuele elementen (animatie, korte documentaire). Deze is niet bedoeld om tekst in te verwerken.
- Gesprekskaarten om na afloop van de talkshow tijdens de maaltijd het gesprek te stimuleren.

### Aandachtspunt voorbereiding

Het gesprek en de buurtmaaltijd waar kan worden nagepraat zijn geen twee losstaande onderdelen, maar horen bij elkaar. Daarom adviseren we om de buurtmaaltijd in dezelfde ruimte te houden als het gesprek. Op die manier vloeien deze twee natuurlijker in elkaar over.

### Checklist redactie

- Plan voorgesprekken in met gespreksleiders en tafelgasten.
- Stel een script samen met vragen en mogelijke antwoorden.
- Stuur briefings naar de gespreksleiders en tafelgasten.

### Belangrijke middelen

- [Voorbeeld script](#)
- [Voorbeeld briefing](#)





*'Je mening doet er toe. Alleen met de ervaring van patiënten kunnen we nieuwe tools verbeteren. Zo wordt de zorg beter en sluit deze aan bij de wensen van de patiënt.'*

*-Hanan, religiewetenschapper en adviseur inclusie*

STAP

## 5 Werving en publiciteit

Om deelnemers en gasten te werven voor de talkshow kunnen zowel online als offline middelen worden gebruikt. Je kunt hierbij denken aan:

### Promotie

Gebruik een combinatie van online en offline middelen. Online kanalen zijn sociale media, waarbij zowel organische berichten als betaalde advertenties ingezet kunnen worden. Verspreid flyers en posters in buurtcentra, openbare bibliotheken en andere relevante locaties waar de doelgroep regelmatig komt. Een geanimeerde uitnodiging voor op sociale media kan door BKB worden gemaakt.

### Partnerships en samenwerkingen

Betrek de media vroeg, zodat zij aan kunnen geven wat voor hen interessant is. Werk samen met media-partners voor bredere exposure. Dit kan onder meer inhouden dat lokale kranten of radiostations betrokken worden om de bijeenkomst te promoten via interviews of advertenties (branded content). Alleen een bijeenkomst is voor media niet per se relevant en interessant. Zorg daarom voor: ervaringsverhalen, feiten en cijfers en de mogelijkheid om experts en ervaringsdeskundigen te spreken voor, tijdens of na de bijeenkomst. Maak daarin ook onderscheid in de insteek per media partner zodat men met een eigen verhaal naar buiten kan.

### Digitale verspreiding van materiaal

Zorg ervoor dat er digitaal promotiemateriaal beschikbaar is dat gemakkelijk kan worden gedeeld via sociale kanalen van jouw organisatie en die van partners. Dit kan gaan om aankondigingen van sprekers of relevante content die interesse wekt.

### Doelgerichte boodschap

Zorg ervoor dat de promotieboodschap duidelijk en gericht is op de doelgroep, waarbij de voordelen van de bijeenkomst toegelicht worden, zoals het interessante gesprek dat er gevoerd wordt of de buurtmaaltijd die gratis wordt aangeboden.

### Aanbevolen contentplanning

**Week 3** Aankondiging van de bijeenkomst

**Week 4** Introductie van het thema van het gesprek

**Week 5** Introductie spreker 1 met testimonial

**Week 6** Introductie spreker 2 met testimonial

**Week 7** Introductie spreker 3 met testimonial

**Week 8** Tweede aankondiging van de bijeenkomst

**Week 9** Herinnering aan bezoekers

**Week 10** **Bijeenkomst**

**Week 11** Terugblik op de bijeenkomst

- Voorbeeld branded content in **huis-aan-huis-bladen**
- Voorbeeld branded content in **wachtkamerschermen**



## Aandachtspunten werving en publiciteit

### Begin op tijd met werving en wees zichtbaar in de buurt

Om te zorgen dat de juiste mensen in de zaal zitten, is goede werving belangrijk. Start daarom de werving 4 weken voor de bijeenkomst.

### Wees zichtbaar in de buurt

Wurf via organisaties, initiatieven en centra in de buurt: zorg dat zij ruim van tevoren de uitnodiging via mail en in print ontvangen. Deze organisaties kunnen het zo tijdig doorzetten naar anderen. Maak gebruik van lokale boegbeelden en hun netwerk. Wurf daarnaast zelf met (sociale) media.

Vragen? Stuur een mail naar [zorgengezondheid@minvws.nl](mailto:zorgengezondheid@minvws.nl)

## Checklist werving en publiciteit

- Stel een wervingsplan op voor de bijeenkomst.
- Maak een uitnodiging, zie format.
- Leg contact met media voor partnerschappen.
- Zorg voor verslaglegging en een verspreidingsplan.

## Belangrijke middelen

- Voorbeeld advertentie
- Voorbeeld uitnodiging
- Voorbeeld branded content
- Voorbeeld verspreidingsplan

# Stappenplan eigen bijeenkomst organiseren

September, 2024

