

INTERVENTIES: MET VALLEN EN OPSTAAN

In het project *Senioren sterker maken* is tijdens het kennisatelier 'Interventies: met vallen en opstaan' met senioren, professionals en beleidsmakers nagegaan wat een succesvolle interventie nodig heeft. Succes- en faalfactoren van de interventies uitgevoerd in de vier gemeenten zijn besproken. In deze infographic zetten we de belangrijkste bevindingen uiteen en bieden we met dit invuldocument een tool die handvatten biedt voor een succesvolle interventie.

In deze tool wordt allereerst ingegaan op de belangrijke betrokkenen die vanaf het eerste uur bij de interventie betrokken dienen te worden. Vervolgens wordt specifiek ingegaan op de implementatiefase.

DE DOELGROEP

De doelgroep is het startpunt van de interventie. Door de doelgroep te kennen, kan de interventie aangepast worden aan de behoeften en leefwereld van de doelgroep. Dit is van belang van werving tot borging.

KEN, DOORLEEF EN BETREK DE DOELGROEP

Raad en daad

- Bedenk hoe en waar de doelgroep te bereiken is (winkels, bibliotheek, apotheek, kerk/moskee, supermarkt, ouderenbonden, buurthuizen, andere programma's en activiteiten).
- Achterhaal de drijfveren en belemmeringen van de doelgroep om deel te (blijven) nemen.
- Betrek de doelgroep vanaf het allereerste begin actief bij het opzetten en organiseren van de interventie.
Bijvoorbeeld als ambassadeur of als voorlichter/ ervaringsdeskundige in een wervingsfilmpje, flyer of bijeenkomst.
- Let op leeftijd als inclusiecriteria. Een strakke eis m.b.t. leeftijd kan ervoor zorgen dat mensen die baat hebben bij de interventie niet mee mogen doen.



Heeft u overal aan gedacht? Aandachtspunten:

-
-
-
-

BEREIK DE DOELGROEP MET EEN MIX VAN WERVINGSSTRATEGIEËN

Raad en daad

- Werf en informeer via verschillende mediakanalen passend bij de doelgroep. Denk hierbij aan flyers, sociale media, een wervingsfilmpje, aandacht in lokale kranten etc.
- Actieve en persoonlijke benadering door lokale ambassadeurs, sleutelfiguren, mond-op-mond reclame, buddysysteem (deelnemers nemen iemand mee naar de interventie) of het organiseren van informatie-/voorlichtingsbijeenkomsten.
- Ludieke actie met BN'er of bekende uit de buurt of regio



Heeft u overal aan gedacht? Aandachtspunten:

-
-
-
-

COMMUNICEER POSITIEF, COMPLEET EN REGELMATIG NAAR DE DOELGROEP

Raad en daad

- 'Samen bewegen' spreekt bijvoorbeeld meer aan dan 'Valpreventie'. Meer mensen zullen zich zo aangesproken voelen, waardoor een grotere doelgroep wordt bereikt.

- Geef alle informatie die relevant is voor de doelgroep (over de kosten, locatie, coronamaatregelen).
- Zorg dat de doelgroep de informatie begrijpt. Stem de informatie zodoende af op de doelgroep (taal, taalgebruik).
- Communiceer regelmatig en over een langere periode over de interventie.



Heeft u overal aan gedacht?

Aandachtspunten:

-
-
-
-

OVERIGE STAKEHOLDERS

Een brede samenwerking waarbij de verschillende partners integraal betrokken zijn bij en actief bijdragen aan de interventie is een succesfactor.



KEN EN BETREK DE RELEVANTE STAKEHOLDERS

Raad en daad

- Inventariseer welke stakeholders er zijn en welke reeds kennis en kunde hebben op het gebied van de interventie: voorkom dubbel werk en bundel de krachten!
- Brede samenwerking kan bijdragen aan de werving als partners zich actief inzetten voor de werving.
- Denk bij samenwerking bijvoorbeeld aan de bibliotheek, supermarkt, buurthuizen, verenigingen, ouderenbonden, apotheek, wijkverpleegkundigen, etc.
- Partners kunnen een belangrijke rol spelen in de doorstroom van deelnemers naar ander (regulier) aanbod.

Heeft u overal aan gedacht? Aandachtspunten:

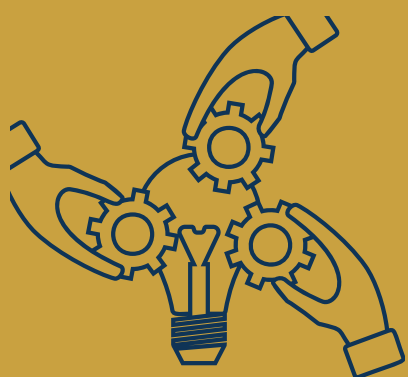
-
-
-
-



ZORG VOOR EEN GOEDE VERWIJSSTRUCTUUR

Raad en daad

- Zorg voor een goede verwijsstructuur van eerste- en tweedelijnszorg naar preventieve interventies door alle relevante stakeholders vroegtijdig te betrekken.
- Zorg voor een goede verwijsstructuur tussen interventies in het preventieve domein. Dit helpt bij de doorstroom van senioren naar de juiste interventie.
- Houd verwijzingen zo laagdrempelig mogelijk (bijv. via telefoon of mail). Daarbij helpt het als de partij waarnaar verwezen wordt actief contact zoekt met de persoon die verwezen wordt (warme overdracht).



Heeft u overal aan gedacht?

Aandachtspunten:

-
-
-
-

UITVOERDENE ORGANISATIE(S)

Voor een goede interventie is het van belang dat de interventie goed omarmd en verankerd is in de organisatie en dat de juiste competenties en middelen aanwezig zijn in de organisatie.

OMARM DE INTERVENTIE

Raad en daad

- Stimuleer dat men in de organisatie een open houding heeft ten aanzien van (nieuwe) interventies en empowerment.
- Betrek de mensen in de organisatie vanaf het begin. Wanneer men mee kan denken over de interventie, is de kans groter dat zij de interventie zullen omarmen.
- Organiseer vanuit expertise en vakmanschap (bottom-up). Uitrol naar collega's kan hierdoor tevens gemakkelijker gaan doordat men dezelfde taal spreekt.
- Wijs verschillende personen (kartrekkers) aan die het gedachtegoed van de interventie uitdragen binnen de organisatie en die korte lijntjes hebben met de belangrijke stakeholders, waardoor hij/zij hen makkelijk verbindt.
- Wees zuinig op deze kartrekkers! Het is van belang dat meer mensen zich inzetten voor de interventie zodat het project niet afhankelijk is van (de beschikbaarheid) van één persoon.

Heeft u overal aan gedacht? Aandachtspunten:

-
-
-
-



STRUCTURELE INZET VAN TIJD EN GELD



Raad en daad

- Ga zorgvuldig na hoe veel tijd en geld de interventie van de organisatie vraagt: is dit financieel haalbaar voor de organisatie en hebben de uitvoerende professionals voldoende tijd om de interventie uit te voeren?
- Ga op zoek naar structurele financiering voor een langdurige borging van de interventie.
- Denk vanaf het begin van de interventie na over hoe de interventie langdurig uitgevoerd kan worden, blijven de uitvoerende professionals betrokken?
- Bij een kortdurende interventie: denk vanaf het begin van de interventie na over hoe de deelnemers kunnen doorstromen naar ander (regulier) aanbod.

Heeft u overal aan gedacht? Aandachtspunten:

-
-
-
-

IMPLEMENTATIE VAN DE INTERVENTIE

Het implementeren van een interventie is maatwerk, waarbij rekening gehouden moet worden met de behoeften en leefwereld van de doelgroep, de lokale situatie, én waarbij de werkzame elementen van de interventie behouden dienen te worden.

FLEXIBILITEIT EN INTEGRALITEIT

- Sluit aan bij het bestaande aanbod.
- Maak er een feestje van! Sociaal contact is voor senioren een belangrijke reden om mee te doen met een interventie.
- Deelname moet makkelijk, laagdrempelig, flexibel en toegankelijk zijn. Deelname dient goedkoop, liefst gratis, te zijn en de deelnemers moeten op elk moment met de interventie kunnen starten.
- De interventie moet afgestemd zijn op de leefwereld en behoeften van de doelgroep. Houdt daarom bijvoorbeeld rekening met de locatie van de interventie (goed bereikbaar, toegankelijk [met loop hulpmiddelen], toilet aanwezig, etc) en het tijdstip waarop de interventie gegeven wordt.

Heeft u overal aan gedacht? Aandachtspunten:

-
-
-
-



WERKZAME ELEMENTEN

- De essentie van een effectieve interventie zijn de werkzame elementen. Breng om die reden de werkzame elementen van de interventie duidelijk in kaart.
- De interventie-uitvoerders dienen goed toegerust en getraind te zijn om de werkzame elementen van de interventie uit te voeren.

Heeft u overal aan gedacht? Aandachtspunten:

-
-
-
-



TIP: KANT- EN KLARE INTERVENTIES

Er zijn integrale kant-en-klare interventies beschikbaar en interventie-specifieke landelijke kennisnetwerken waarbij u kunt aansluiten. De kant-en-klare interventies kunnen voordelen bieden, zo is er vaak een pakket beschikbaar dat helpt bij de implementatie van de interventie. Bijvoorbeeld met (wervings)materialen.

Senioren sterker maken
fysiek en sociaal



Deze tool is tot stand gekomen
door samenwerking van:

