

# BEVOLKINGSONDERZOEKEN NAAR KANKER

Nog geen tijd gehad  
want ik moest eerst nog een  
nieuw paar schoenen hebben?

**BLA**  
**BLA**  
**BLA**

GEEN EXCUSES. LAAT EEN UITSTRIJKJE NEMEN.

Het Bevolkingsonderzoek Borstkanker geeft vrouwen zonder klachten vanaf het jaar waarin ze 50 worden tot en met het jaar waarin ze 69 worden de kans om een screeningsmamografie te laten nemen. Dat kan om de twee jaar in een mammografische eenheid. Het onderzoek is gratis en snel. Geen excuses dus. Het bevolkingsonderzoek maakt het mogelijk om borstkanker al in een vroeg stadium op te sporen en te behandelen. Daardoor zullen meer vrouwen borstkanker overleven.

Ontdek hoe ook jij kan deelnemen op  
[www.baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be](http://www.baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be)



BEVOLKINGS  
ONDERZOEK  
BAARMOEDER  
HALSKANKER

## LOOKBOOK



**CvKO**  **CENTRUM VOOR  
KANKEROPSPORING**  
ANTWERPEN . BRUGGE . BRUSSEL . GENT . LEUVEN

 **BEVOLKINGS  
ONDERZOEK.BE**

APRIL 2023

**logo**   
GEZONDHEID  
TROEF

Het **Centrum voor Kankeropsporing** (CvKO) organiseert in opdracht van de Vlaamse overheid de **Bevolkingsonderzoeken naar kanker** (BVO).

Sinds 15 juni 2001 wordt het **Bevolkingsonderzoek Borstkanker (BVO BK)** georganiseerd en worden vrouwen van 50 tot en met 69 jaar die in Vlaanderen wonen en die in aanmerking komen voor screening om de 2 jaar uitgenodigd voor een gratis screenings-mammografie.

In juni 2013 ging het **Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker (BVO BHK)** van start. Sindsdien worden vrouwen van 25 tot en met 64 jaar die daarvoor in aanmerking komen herinnerd aan het belang van om de 3 jaar een uitstrijkje te laten nemen.

Van eind 2013 loopt het **Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker (BVO DDK)**. Alle 50 tot en met 74-jarigen die in Vlaanderen wonen en in aanmerking komen voor screening ontvangen elke 2 jaar een uitnodigingsbrief met een stoelgangstest.



BEVOLKINGS  
ONDERZOEK  
BORSTKANKER




BEVOLKINGS  
ONDERZOEK  
BAARMOEDER  
HALSKANKER

Dit LOOKBOOK kwam tot stand door samenwerking van het CvKO en de Vlaamse Logo's - april 2023

#### Inspiratiebronnen:

Inspiratiegids voor lokale besturen CvKO en Logo's - januari 2016

Inspiratie voor een lokaal borstkankerscreeningsbeleid van Logo Midden-West-Vlaanderen (2015)

Menukaarten Logo Midden-West-Vlaanderen

Menukaarten Logo Limburg.




BEVOLKINGS  
ONDERZOEK  
DIKKEDARM  
KANKER

## INTRODUCTIE

Elk jaar brengt het CvKO tijdens een **piekmaand** en samen met vele partners een bevolkingsonderzoek extra onder de aandacht; het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker in januari, het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker in maart en het Bevolkingsonderzoek Borstkanker in oktober. De piekmaand kan telkens als kapstok gebruikt worden voor acties, maar initiatieven hoeven niet beperkt te worden tot de piekmaanden.

In dit LOOKBOOK vind je per bevolkingsonderzoek inspiratie om er aan aandacht op te vestigen. Die vind je ook op de website van de Vlaamse Logo's <https://www.vlaamse-logos.be> bij het thema bevolkingsonderzoeken of in de menukaarten en de webshop van de Logo's.

Met algemene acties (bv. enkel verspreiden van affiches) breng je geen gedragsverandering teweeg. Als we echt een verschil willen maken voor maatschappelijk kwetsbare doelgroepen/niet-deelnemers dan zijn een herhaalde persoonlijke aanpak met gerichte acties en een aangepast beleid op langere termijn noodzakelijk. Het Logo, lokale besturen en lokale of regionale organisaties kunnen er toe bijdragen om het bevolkingsonderzoek bespreekbaar te maken, misvattingen uit de wereld te helpen en personen in de doelgroep te helpen om een geïnformeerde keuze te maken.

Lokale besturen die samen met hun lokale intermediairs een lokaal project over een bevolkingsonderzoek opstarten, vinden zeker een houvast in de **Gids voor begeleiding van lokale projecten voor de bevolkingsonderzoeken naar kanker**. Een eenmalige actie is een start, maar heeft meestal een uitdagend effect. Herhaling is dus belangrijk.

Op <https://bevolkingsonderzoek.incijfers.be> staan globale cijfers voor Vlaanderen, cijfers op provinciaal, regionaal en gemeentelijk niveau, evenals op niveau van statistische sector. Bij de gegevens staat steeds een legende, uitleg over de cijfers en de berekeningswijze. De juiste interpretatie van deze cijfers is belangrijk. Voor elke gemeente en per bevolkingsonderzoek vind je ook een gemeenterapport. Het Logo heeft correcte en actuele informatie over de deelname in de regio of gemeente. Elk jaar in het najaar publiceert het CvKO de cijfers in zijn jaarrapport.

In dit LOOKBOOK vind je per bevolkingsonderzoek inspiratie voor **een mix aan initiatieven**, met een rol voor de lokale besturen, intermediairs en andere lokale actoren. Ideaal is dat je initiatieven deel uitmaken van een lokaal project. Bij elke ondersteuningsmiddel is met een symbool aangeduid in welke setting ze kunnen ingezet worden.

### LOKALE BESTUREN



### GEZIN



### ONDERWIJS



### ALGEMEEN AANBOD



### VRIJE TIJD



### WERK



### ZORG EN WELZIJN



## INHOUDSTAFEL

INTRODUCTIE	p3
BEVOLKINGSONDERZOEK BAARMOEDERHALSKANKER	
1. ALGEMEEN	p5
2. IN DE KIJKER – COMMUNICATIE VOOR DE ALGEMENE BEVOLKING	p5
ONDERSTEUNINGSMIDDELEN	p5
PRAKTISCHE VOORBEELDEN	p6
3. HET MAG IETS MEER ZIJN – GERICHTE COMMUNICATIE EN INITIATIEVEN	
NAAR SPECIFIEKE DOELGROEPEN.	p7
ONDERSTEUNINGSMIDDELEN	p8
PRAKTISCHE VOORBEELDEN	p9
BEVOLKINGSONDERZOEK BORSTKANKER	p10
1. ALGEMEEN	p10
2. IN DE KIJKER – COMMUNICATIE VOOR DE ALGEMENE BEVOLKING	p10
ONDERSTEUNINGSMIDDELEN	p10
PRAKTISCHE VOORBEELDEN	p11
3. HET MAG IETS MEER ZIJN – GERICHTE COMMUNICATIE EN INITIATIEVEN	
NAAR SPECIFIEKE DOELGROEPEN.	p12
ONDERSTEUNINGSMIDDELEN	p13
PRAKTISCHE VOORBEELDEN	p14
BEVOLKINGSONDERZOEK DIKKEDARMKANKER	p15
1. ALGEMEEN	p15
2. IN DE KIJKER – COMMUNICATIE VOOR DE ALGEMENE BEVOLKING	p15
ONDERSTEUNINGSMIDDELEN	p15
PRAKTISCHE VOORBEELDEN	p16
3. HET MAG IETS MEER ZIJN – GERICHTE COMMUNICATIE EN INITIATIEVEN	
NAAR SPECIFIEKE DOELGROEPEN.	p17
ONDERSTEUNINGSMIDDELEN	p18
PRAKTISCHE VOORBEELDEN	p19
EVALUATIE	p20
ONDERSTEUNINGSMIDDELEN	p21

# Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker

## 1. ALGEMEEN

Info over het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker vind je op <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl>.

BEVOLKINGSONDERZOEK BAARMOEDERHALSKANKER	
Doelgroep	Vrouwen van het jaar waarin ze 25 jaar worden tot en met het jaar waarin ze 64 jaar worden. Selectie van de doelgroep en spreiding van de uitnodigingen.
Regelmaat onderzoek	Om de 3 jaar.
Opsporingstest	Uitstrijkje van de baarmoederhals (PAP).
Wie voert het onderzoek uit?	Huisarts of gynaecoloog.
Kostprijs voor de deelnemster	De afname van het uitstrijkje en de analyse zijn om de 3 jaar gratis als je aangesloten bent bij de Belgische ziekteverzekering. Je betaalt remgeld voor de consultatie. In sommige gevallen rekent het labo extra kosten aan (zie <a href="https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/hoeveel-kost-het-om-een-uitstrijkje-te-laten-nemen">https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/hoeveel-kost-het-om-een-uitstrijkje-te-laten-nemen</a> )
Uitnodiging	Uitnodigingsbrief van het CvKO aan vrouwen die laatste 4 jaar geen uitstrijkje lieten nemen.
Resultaat	De huisarts of de gynaecoloog deelt het resultaat mee aan de vrouw, zoals onderling afgesproken. Het CvKO stuurt geen resultaatsbrief.

Benieuwd hoe dit bevolkingsonderzoek naar kanker in jouw regio en gemeente precies verloopt? Contacteer het Logo in jouw regio - <https://www.vlaamse-logos.be>.

## 2. IN DE KIJKER – COMMUNICATIE VOOR DE ALGEMENE BEVOLKING

Bekijk, samen met het Logo, welke ondersteuningsmiddelen beschikbaar zijn. De meeste ondersteuningsmiddelen kan je in verschillende settings inzetten.

### 2.1 Ondersteuningsmiddelen

- Affiche
- Artikels
- Banner voor een infoblad
- Bladwijzer
- Cartoon
- Digitale pancarte voor beeldschermen
- E-mailbanner
- Facebookberichten
- Films
- Huisstijlhandleiding
- Meeneemkaartje
- Publieksfolder
- Roll-upbanner
- Verloop van het BVO
- Websitebanner
- Website Bevolkingsonderzoek.be

## Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker

De communicatiematrix is inspirerend om ondersteuningsmiddelen in te zetten.

### COMMUNICATIEMATRIX: COMMUNICATIE OVER BHK IN VERSCHILLENDE CONTEXTEN/SETTINGS EN VIA VERSCHILLENDE KANALEN

Doelgroep/ segment Vrouwen in de doelgroep	Context/ setting Kanaal	Medische context	Vrije tijd en verenigingsleven	Onderweg	Gezin/Familie	Buurt
	1 op 1	Consultatie huisarts Of gynaecoloog Bespreking screening of resultaatsbrief Spreken over BVO BHK bij: Arbeidsgeneesheer, Wijkgezondheids- centrum, Thuisverpleging, Apotheek, Mutualiteit	Meeneemkaartjes BVO BHK na babbel met vriendin over BVO BHK, ander lid van vereniging, buurvrouw, kapper Persoon die tolkt over BVO BHK	Toevallig gesprek over BVO BHK met medereiziger	Gesprek over BVO BHK met kinderen, partner, zus, moeder Vraag stellen over BVO BHK via 0800-lijn CvKO	Buurtwerking/wijk Mond aan mond reclame Actie voor een goed doel rond BHK
	Brief	Uitnodiging CvKO om de drie jaar Uitnodiging CvKO en HA in HA-project			Uitnodigingsbrief + folder die in de brievenbus vallen	Brief lokaal bestuur over actie BVO BHK
	Print (flyer, affiche, ...)	Affiche BVO BHK in wachtzaal huisarts/ ziekenhuis/radiologie/ apotheek Folder – drieluik BVO BHK bij huisarts/ziekenhuis/apotheek	Affiche BVO BHK Bladwijzer BVO BHK Folder – drieluik BVO BHK Roll-up banner BVO BK Meeneemkaartjes BVO BHK Bij lokale actie of in de vereniging, gadgets	Affiche BVO BHK Folder – drieluik BVO BHK Stickers op bus-of tramflan- ken De Lijn	Folder – drieluik BVO BHK	Affiche BVO BHK Folder – drieluik BVO BHK Roll-up banner BVO BHK
	Com- munity media	Artikel over BVO BHK en/of cartoon BVO BHK in tijdschrift of informatie van de mutualiteit	Artikel over BVO BHK en/of cartoon BVO BHK in infoblad gemeente, ledenblad vrouwenvereniging		Artikel over BVO BHK en/of car- toon BVO BHK in ledenbladen	Artikel over BVO BHK en/of cartoon BVO BHK in buurtkrantje infostand
	Massa media (radio, tv, krant, maga- zine)	Documentaire	Informatie over BVO BHK op lokale zender (radio of TV), in vrouwenbladen	Roll-up banner BVO BHK	BAN boodschappen op TV/ regionale zender radio of TV Soap of film	Lokale TV/radio Voorbeeldbrief en folder in tweetalig infoblad in de faciliteitengemeenten
	Digitale media	Digitale banner piekmoment BVO BHK Digitale pancarte BVO BHK Vertaling uitnodigingsbrieven op Bevolkingsonderzoek.be	Animatiefilm BVO BHK Facebook CvKO	Digitale pancarte BVO BHK Digitale loop met verloop BVO BHK	Bevolkingsonderzoek.be Animatiefilm BVO BHK Facebook CvKO	Bevolkingsonderzoek.be Animatiefilm BVO BK Facebook CvKO
	Events - groep	Presentatie voor heteroogeen doelpubliek BVO Borsstkanker	Kenniskwis over het BVO BHK Korte presentatie over het verloop van het BVO BHK Presentatie over het verloop van het BVO BHK Presentatie verloop BVO BHK in loop met foto's Presentatie voor heteroogeen doelpubliek BVO BHK Preventiemethodiek Bevolkingsonder- zoek Baarmoederhalskanker. Is dit iets voor mij? Eventueel gekoppeld aan groepsactiviteit zoals ladies night, film, theatervoorstelling, vrouwenverwendag, tentoonstelling	Marktactie		Buurtactiviteit (bv. wandeling, gezondheidsrally) Sociale kruidenier, voedselbedeling

#### 2.2 Praktische voorbeelden: (meer voorbeelden vind je ook in Deel 3)

- Gebruik tijdens de piekmaand januari de campagnebeelden van het CvKO voor het bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker.
- Verspreid affiches met het conceptbeeld en hang ze op plaatsen waar vrouwen in de doelgroep komen.
- Promoot de website Bevolkingsonderzoek.be. Gebruik de websitebanner op je eigen website.
- Publiceer een artikel of de publireportage in het lokaal infoblad. Koppel er eventueel een wedstrijd aan met kwisvragen.
- Stuur een persbericht of organiseer een persmoment om de activiteiten in de piekmaand of je actie bekend te maken.
- Toon de digitale pancarte van het BVO op de digitale infopanelen in het straatbeeld, op het scherm in de wachtzaal of op je website.
- Plaats bij een actie of tijdens de piekmaand roll-upbanners op een locatie waar personen in de doelgroep komen, zoals het gemeentehuis, de bibliotheek, de apotheker.
- Toon de animatiefilm in de rustige wachtzaal van de huisarts of van de sociale dienst, zet hem op de eigen website, stuur hem door via sociale media of gebruik hem als inleiding bij een andere activiteit.

## Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker

- Als aandachtstrekker hang je een waslijn met ondergoed op locaties waar personen van de doelgroep komen. Waarschijnlijk zullen zij zich vragen stellen over de bedoeling ervan. Bij dit soort acties zou het zeker moeten zijn dat de persoon bij wie deze vragen terecht komen, zich ook vaardig genoeg voelt om de vragen correct te beantwoorden en dat die hiervoor ook tijd over de juiste informatie beschikt.
- Door aan te sluiten bij activiteiten van lokale organisaties waaraan vrouwen in de doelgroep deelnemen, verhoog je de kans dat zij in één moeite meer te weten komen over het bevolkingsonderzoek. Als er een toneelvoorstelling, filmavond of verwenbeurs georganiseerd wordt, geef dan in de rand informatie over het bevolkingsonderzoek. Bijvoorbeeld in het inleidend woordje of op een infostand over het bevolkingsonderzoek bemand door lokale, gevormde vrijwilligers.
- Verzamel quotes van lokale sleutelfiguren en neem ze op in een artikel of op lokaal actiemateriaal.
- Personaliseer actiemateriaal met een foto van lokale sleutelfiguren, hou hierbij rekening met de afspraken op Vlaams niveau en in de huisstijlhandleiding.
- Organiseer een actie in samenspraak met de lokale handelaars en koppel er voor hen een luikje vorming aan. Bijvoorbeeld etalageactie, gebakjes, of een wedstrijd.
- Organiseer een stand op de (wekelijkse) markt, op een lokaal evenement of in de bibliotheek. Zorg ervoor dat de standhouders op voorhand goed geïnformeerd zijn over het bevolkingsonderzoek, over veel gestelde vragen en over het belang van de eigen grenzen te bewaken in het gesprek met passanten. Een gadget uitdelen, een drankje, fruit of een flyer zorgen voor extra aantrekkingskracht van je infostand. Het is eveneens een ideale gelegenheid om promotie te maken voor je activiteitenkalender.
- Beeldende kunst, poëzie of andere uitingen van lokale creativiteit op verschillende locaties en in het straatbeeld, kunnen de actie op een originele manier versterken.
- Probeer ook aandacht te hebben voor wat mensen in de omgeving van vrouwen in de doelgroep kunnen doen (bv. aanmoedigen voor deelname of bevestigen bij deelname aan het BVO).

### 3. HET MAG IETS MEER ZIJN - GERICHTE COMMUNICATIE EN INITIATIEVEN NAAR SPECIFIEKE DOELGROEPEN

Om je te ondersteunen bij de keuze van mogelijke acties in het lokaal project vind je hieronder inspirerende voorbeelden gegroepeerd per doelgroep van de actie.

Een actie gericht op (para-)medici die betrokken zijn bij de screening of intermediairs heeft tot doel

- om die professionals en intermediairs beter te informeren/motiveren om mee hun schouders te zetten onder de sensibilisering van de doelgroep van het bevolkingsonderzoek, en dit niet enkel tijdens de actieperiodes.
- om de personen in één van de doelgroepen beter te bereiken en waar mogelijk drempels voor deelname te verminderen.

In de matrix staan kernwoorden die betrekking hebben op de mogelijke acties.

Legende:

<p><b>Doelgroep:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Professionals van de screening, Intermediairs</li> <li>• Groepen in de doelgroep van het BVO met extra hoog risico op niet-deelname, Doelgroep van het bevolkingsonderzoek, Algemene bevolking</li> </ul>
<p><b>Methodieken of materialen</b> die kunnen gebruikt worden (niet exhaustief, zie overzicht van Methodieken en materialen van het CvKO voor de BVO).</p>
<p><b>Strategie in de gezondheidsmatrix:</b> Educatie (Informeren, competenties trainen, sensibiliseren), Omgevingsinterventie (fysieke omgeving, sociale omgeving), Regels en afspraken en Zorg en begeleiding.</p>

Enkele voorbeelden in de Gezondheidsmatrix voor het BVO BHK	Groepen in de doelgroep met extra hoog risico op niet-deelname BVO	Doelgroep bevolkingsonderzoek	Algemene bevolking	Professionals van de screening	Intermediairs
<b>Educatie</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informeren</li> <li>• Competenties trainen</li> <li>• Sensibiliseren</li> </ul>	<p>Gesprek met de huisarts.</p> <p>Gesprek bij apotheker.</p> <p>Kleinschalige activiteit met tolk.</p>	<p>Infosessie.</p> <p>Actie in vrije tijd.</p>	<p>Lokale actie met aandacht in de media en onderweg.</p> <p>Actie met lokale handelaars.</p>	<p>Betrek huisartsen bv via rondetafelgesprek BVO, infosheet CvKO, aanbod actie-materiaal.</p> <p>Betrek apothekers, bv via infosheet CvKO, via aanbod actiemateriaal.</p>	<p>Actie in OCMW.</p> <p>Actie werkomgeving.</p>
<b>Omgevingsinterventies</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fysieke omgeving</li> <li>• Sociale omgeving</li> </ul>	<p>Tolk in het ziekenhuis.</p> <p>Actie in OCMW.</p> <p>Betrek vertrouwensfiguren.</p>	<p>Aanspreekpersoon in de (faciliteiten-) gemeente.</p> <p>Bezoek aan ziekenhuis.</p>	<p>Actie werkomgeving.</p>		<p>Actie i.s.m. bedrijfsarts.</p>
<b>Regels en afspraken</b>	Verzekeraarbaarheid in orde				
<b>Zorg en begeleiding</b>	Buddy	Aanspreekpersoon in WGZ of groepspraktijk			

### 3.1 Ondersteuningsmiddelen voor diepergaande acties






- Didactische modellen
- Gezondheidsrally
- Huisartsenproject
- Infosessie
- Infosheet
- Kenniskwis
- Verteltas
- Webinar



## Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker

## 3.2 Praktische voorbeelden

Betrek en werk samen met partners in verschillende settings. De onderstaande lijst is niet beperkend. Betrek en werk samen met actoren in de verschillende settings.


Lokale besturen
Sociaal Huis
Lokaal dienstencentrum

Apothekers
Bedrijfsartsen en externe diensten voor preventie en bescherming op het werk
Huisartsen
Wijkgezondheidscentrum of groepspraktijk
Ziekenhuis
Ziekenfondsen

Lokale intermediairs
Lokale handelaars

Volwassenenonderwijs, secundair en hoger onderwijs

Bedrijven

## 1. ALGEMEEN

Info over het Bevolkingsonderzoek Borstkanker op <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl>.

BEVOLKINGSONDERZOEK BORSTKANKER	
Doelgroep	Vrouwen van het jaar waarin ze 50 jaar worden tot en met het jaar waarin ze 69 jaar worden. Selectie van de doelgroep en spreiding van de uitnodigingen.
Regelmaat onderzoek	Om de 2 jaar.
Opsporingstest	Screeningsmammografie.
Wie voert het onderzoek uit?	De radioloog of de medewerker in de mammografische eenheid (erkende radiologische dienst voor het bevolkingsonderzoek of mammobiel).
Kostprijs voor de deelnemster	De screeningsmammografie en de tweede beoordeling zijn om de 2 jaar gratis als je aangesloten bent bij de Belgische ziekteverzekering. Derdebetalersregeling en geen remgeld.
Uitnodiging	Uitnodigingsbrief van het CvKO aan vrouwen die laatste 2 jaar geen mammografie lieten nemen. Deelnemen kan ook met een voorschrift van de (huis)arts voor een screeningsmammografie.
Resultaat	Het CvKO deelt het resultaat schriftelijk mee aan de vrouw en aan de arts(en) wiens naam (namen) zij opgegeven heeft.

Benieuwd hoe dit bevolkingsonderzoek naar kanker in jouw regio en gemeente precies verloopt? Contacteer het Logo in jouw regio - <https://www.vlaamse-logos.be>.

## 2. IN DE KIJKER – COMMUNICATIE VOOR DE ALGEMENE BEVOLKING

Bekijk, samen met het Logo, welke ondersteuningsmiddelen beschikbaar zijn. De meeste ondersteuningsmiddelen kan je in verschillende settings inzetten.

### 2.1 Ondersteuningsmiddelen

- Affiche
- Artikels
- Banner voor een infoblad
- Bladwijzer
- Cartoon
- Digitale pancarte voor beeldschermen
- E-mail banner
- Facebookberichten
- Films
- Huisstijlhandleiding
- Meeneemkaartje
- Publieksfolder
- Roll-upbanner
- Spandoek
- Verloop van het BVO
- Websitebanner
- Website Bevolkingsonderzoek.be

De communicatiematrix is inspirerend om ondersteuningsmiddelen in te zetten.

### COMMUNICATIEMATRIX: COMMUNICATIE OVER BVO BK IN VERSCHILLENDE CONTEXTEN/SETTINGS EN VIA VERSCHILLENDE KANALEN

Doelgroep/segment Mannen en vrouwen in de doelgroep	Context/setting Kanaal	Medische context	Vrije tijd en verenigingsleven	Onderweg	Gezin/Familie	Buurt
	<b>1 op 1</b>	Folder en pakket parelseutelhanger Consultatie huisarts Of gynaecoloog Bespreking screening of resultaatbrief (Bij positieve resultaatbrief bespreking met arts en doorverwijzing) Sprekken over BVO BK bij: Arbeidsgeestesheer, Wijkgezondheidscentrum, Thuisverpleging, Apotheek, Mutualiteit	Meeneemkaartjes BVO BK na babbel met vriendin over BVO BK, ander lid van vereniging, buurvrouw, kapper Persoon die tolkt over BVO BK	Toevallig gesprek over BVO BK met medereiziger	Gesprek over BVO BK met kinderen, partner, zus, moeder Vraag stellen over BVO BK via 0800-lijn CvKO	Buurtwerking/wijk Mond aan mond reclame Actie voor een goed doel rond BK
	<b>Brief</b>	Uitnodiging CvKO om de twee jaar Uitnodiging CvKO en HA in HA-project Resultaatbrief			Uitnodigingsbrief + folder en/of resultaatbrief die in de brievenbus vallen	Brief lokaal bestuur over actie BVO BK
	<b>Print (flyer, affiche, ...)</b>	Affiche BVO BK in wachtzaal huisarts/ziekenhuis/radiologie/ apothek Folder - drieluik BVO BK bij huisarts/ziekenhuis/apotheek	Affiche BVO BK Bladwijzer BVO BK Folder - drieluik BVO BK Roll-up banner BVO BK Spandoek BVO BK - Think Pink Meeneemkaartjes BVO BK Bij lokale actie of in de vereniging, gadgets	Affiche BVO BK Folder - drieluik BVO BK Stickers op bus-of tramfanten De Lijn Spandoek BVO BK - Think Pink	Folder - drieluik BVO BK	Affiche BVO BK Folder - drieluik BVO BK Roll-up banner BVO BK Spandoek BVO BK - Think Pink
	<b>Community media</b>	Artikel over BVO BK en/of cartoon BVO BK in tijdschrift of informatie van de mutualiteit	Artikel over BVO BK en/of cartoon BVO BK in infoblad gemeente, ledenblad vrouwenvereniging		Artikel over BVO BK en/of cartoon BVO BK in ledenbladen	Artikel over BVO BK en/of cartoon BVO BK in buurtkrantje infostand
	<b>Massa media (radio, tv, krant, magazine)</b>	Documentaire	Informatie over BVO BK op lokale zender (radio of TV), in vrouwenbladen	Roll-up banner BVO BK Spandoek BVO BK - Think Pink	BAN boodschappen op TV/regionale zender radio of TV Soap of film	Lokale TV/radio Voorbeeldbrief en folder in tweetalig infoblad in de faciliteitengemeenten
	<b>Digitale media</b>	Digitale banner piekmoment BVO BK Digitale pancarte BVO BK Vertaling uitnodigingsbrieven en resultaatbrieven op Bevolkingsonderzoek.be	Animatiefilm BVO BK Facebook CvKO	Digitale pancarte BVO BK Digitale loop met verloop BVO BK	Bevolkingsonderzoek.be Animatiefilm BVO BK Facebook CvKO	Facebook CvKO
	<b>Events - groep</b>	Handleiding bezoek achter de schermen van een mammografische eenheid Presentatie voor heterogeen doelpubliek BVO BK	Kenniskwis over het BVO BK Korte presentatie over het verloop van het BVO BK Mammobox Mammoquiz Presentatie over het verloop van het BVO BK Presentatie verloop BVO BK in loop met foto's Presentatie voor heterogeen doelpubliek BVO BK Preventiemethodiek Bevolkingsonderzoek Borstkanker. Is dit iets voor mij? Eventueel gekoppeld aan groepsactiviteit zoals ladies night, film, theatervoorstelling, vrouwenwerwendag, tentoonstelling	Marktactie		Buurtactiviteit (bv. wandeling, gezondheidsrally) Sociale kruidenier, voedselbedeling

#### 2.2 Praktische voorbeelden: (meer voorbeelden vind je ook in Deel 3)

- Gebruik tijdens de piekmaand oktober de campagnebeelden van het CvKO voor het Bevolkingsonderzoek Borstkanker.
- Verspreid affiches met het conceptbeeld en hang ze op plaatsen waar vrouwen in de doelgroep komen.
- Promoot de website Bevolkingsonderzoek.be. Gebruik de websitebanner op je eigen website.
- Publiceer een artikel of de publireportage in het lokaal infoblad. Koppel er eventueel een wedstrijd aan met kwisvragen.
- Stuur een persbericht of organiseer een persmoment om de activiteiten in de piekmaand of je actie bekend te maken.
- Toon de digitale pancarte van het BVO op de digitale infopanelen in het straatbeeld, op het scherm in de wachtzaal of op je website.
- Plaats bij een actie of tijdens de piekmaand roll-upbanners op een locatie waar vrouwen in de doelgroep komen, zoals het gemeentehuis, de bibliotheek, de apotheker.

- Toon de animatiefilm in de rustige wachtzaal van de huisarts of van de sociale dienst, zet hem op de eigen website, stuur hem door via sociale media of gebruik hem als inleiding bij een andere activiteit.
- Als aandachtstrekker hang je een waslijn met BH's op locaties waar vrouwen in de doelgroep komen. Waarschijnlijk zullen zij zich vragen stellen over de bedoeling ervan. Bij dit soort acties zou het zeker moeten zijn dat de persoon bij wie deze vragen terecht komen, zich ook vaardig genoeg voelt om de vragen correct te beantwoorden en dat die hiervoor ook tijdig over de juiste informatie beschikt.
- Door aan te sluiten bij activiteiten van lokale organisaties waaraan vrouwen in de doelgroep deelnemen, verhoog je de kans dat zij in één moeite meer te weten komen over het bevolkingsonderzoek. Als er een toneelvoorstelling, filmavond of verwenbeurs georganiseerd wordt, geef dan in de rand informatie over het bevolkingsonderzoek. Bijvoorbeeld in het inleidend woordje of op een infostand over het bevolkingsonderzoek bemand door lokale, gevormde vrijwilligers.
- Verzamel quotes van lokale sleutelfiguren en neem ze op in een artikel of op lokaal actiemateriaal.
- Personaliseer actiemateriaal met een foto van lokale sleutelfiguren, hou hierbij rekening met de afspraken op Vlaams niveau en in de huisstijlhandleiding.
- Organiseer een actie in samenspraak met de lokale handelaars en koppel er voor hen een luikje vorming aan. Bijvoorbeeld etalageactie, gebakjes, of een wedstrijd.
- Organiseer een stand op de (wekelijkse)markt, op een lokaal evenement of in de bibliotheek. Zorg ervoor dat de standhouders op voorhand goed geïnformeerd zijn over het bevolkingsonderzoek, over veel gestelde vragen en over het belang van de eigen grenzen te bewaken in het gesprek met passanten. Een gadget uitdelen, een drankje, fruit of een flyer zorgen voor extra aantrekkingskracht van je infostand. Het is eveneens een ideale gelegenheid om promotie te maken voor je activiteitenkalender.
- Beeldende kunst, poëzie of andere uitingen van lokale creativiteit op verschillende locaties en in het straatbeeld, kunnen de actie op een originele manier versterken.
- Probeer ook aandacht te hebben voor wat mensen in de omgeving van vrouwen in de doelgroep kunnen doen (bv. aanmoedigen voor deelname of bevestigen bij deelname aan het BVO).

### 3. HET MAG IETS MEER ZIJN - GERICHTE COMMUNICATIE EN INITIATIEVEN NAAR SPECIFIEKE DOELGROEPEN

Om je te ondersteunen bij de keuze van mogelijke acties in het lokaal project vind je hieronder inspirerende voorbeelden gegroepeerd per doelgroep van de actie.

Een actie gericht op (para-)medici die betrokken zijn bij de screening of intermediairs heeft tot doel

- om die professionals en intermediairs beter te informeren/motiveren om mee hun schouders te zetten onder de sensibilisering van de doelgroep van het bevolkingsonderzoek, en dit niet enkel tijdens de actieperiodes.
- om de personen in één van de doelgroepen beter te bereiken en waar mogelijk drempels voor deelname te verminderen.

In de matrix staan kernwoorden die betrekking hebben op de mogelijke acties.

Legende:

<p><b>Doelgroep:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Professionals van de screening, Intermediairs</li> <li>• Groepen in de doelgroep van het BVO met extra hoog risico op niet-deelname, Doelgroep van het bevolkingsonderzoek, Algemene bevolking</li> </ul>
<p><b>Methodieken of materialen</b> die kunnen gebruikt worden (niet exhaustief, zie overzicht van Methodieken en materialen van het CvKO voor de BVO).</p>
<p><b>Strategie in de gezondheidsmatrix:</b> Educatie (Informeren, sensibiliseren, competenties trainen), Omgevingsinterventie (fysieke omgeving, sociale omgeving), Regels en afspraken en Zorg en begeleiding.</p>






Enkele voorbeelden in de Gezondheidsmatrix voor het BVO BK	Groepen in de doelgroep met extra hoog risico op niet-deelname BVO	Doelgroep bevolkingsonderzoek	Algemene bevolking	Professionals van de screening	Intermediairs
<b>Educatie</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informeren</li> <li>• Competenties trainen</li> <li>• Sensibiliseren</li> </ul>	Gesprek met de huisarts. Gesprek bij apotheker. Kleinschalige activiteit met tolk.	Infosessie. Actie in vrije tijd.	Lokale actie met aandacht in de media en onderweg. Actie met lokale handelaars.	Betrek huisartsen bv. via rondetafelgesprek BVO, infosheet CvKO, aanbod actie-materiaal. Betrek apothekers, bv via infosheet CvKO, via aanbod actiemateriaal.	Actie in OCMW. Actie in werkomgeving.
<b>Omgevingsinterventies</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fysieke omgeving</li> <li>• Sociale omgeving</li> </ul>	Tolk in het ziekenhuis. Actie in OCMW. Betrek vertrouwensfiguren.	Aanspreekpersoon in de (faciliteiten-) gemeente. Bezoek aan ziekenhuis.	Actie werkomgeving.		Actie i.s.m. bedrijfsarts.
<b>Regels en afspraken</b>	Verzekeraarbaarheid in orde				
<b>Zorg en begeleiding</b>	Buddy	Aanspreekpersoon in WGZ of groepspraktijk			

### 3.1 Ondersteuningsmiddelen voor diepergaande acties

- Didactische modellen
- Gezondheidsrally
- Huisartsenproject
- Infosessie
- Infosheet
- Kenniskwis
- Parelsleutelhanger met flyer
- Unieke blik achter de schermen
- Verteltas
- Webinar

## 3.2 Praktische voorbeelden

Betrek en werk samen met partners in verschillende settings. De onderstaande lijst is niet beperkend. Betrek en werk samen met actoren in de verschillende settings.


Lokale besturen
Sociaal Huis
Lokaal dienstencentrum

Apothekers
Bedrijfsartsen en externe diensten voor preventie en bescherming op het werk
Huisartsen
Mammografische eenheden
Wijkgezondheidscentrum of groepspraktijk
Ziekenhuis
Ziekenfondsen

Lokale intermediairs
Lokale handelaars

Volwassenenonderwijs, secundair en hoger onderwijs

Bedrijven

# Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker

## 1. ALGEMEEN

Info over het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker op <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl>.

BEVOLKINGSONDERZOEK DIKKEDARMKANKER	
Doelgroep	Mannen en vrouwen van 50 tot en met 74 jaar. Selectie van de doelgroep en spreiding van de uitnodigingen.
Regelmaat onderzoek	Om de 2 jaar
Opspringstest	Stoelgangstaal (iFOBT)
Wie voert het onderzoek uit?	Persoon neemt zelf en staaltje van de stoelgang en stuurt dit samen met het ingevulde deelnameformulier in de bubbel-envelop naar het labo.
Kostprijs voor de deelnemer of deelnemster	Gratis (De vergoeding voor de organisatie van het bevolkingsonderzoek en de analyses in het labo worden bekostigd door de Vlaamse overheid en niet via de ziekteverzekering).
Uitnodiging	Uitnodiging van het CvKO bevat een brief, folder, afnameset, handleiding, deelnameformulier en terugstuurenvelop.
Resultaat	Brief van het CvKO met het resultaat naar de deelnemer of deelnemster en hun arts.

Benieuwd hoe dit bevolkingsonderzoek naar kanker in jouw regio en gemeente precies verloopt? Contacteer het Logo in jouw regio - <https://www.vlaamse-logos.be>.

## 2. IN DE KIJKER – COMMUNICATIE VOOR DE ALGEMENE BEVOLKING

Bekijk, samen met het Logo, welke ondersteuningsmiddelen beschikbaar zijn. De meeste ondersteuningsmiddelen kan je in verschillende settings inzetten.

### 2.1 Ondersteuningsmiddelen

- Affiche
- Artikels
- Banner voor een infoblad
- Bladwijzer
- Cartoon
- Digitale pancarte voor beeldschermen
- E-mail banner
- Facebookberichten
- Films
- Huisstijlhandleiding
- Meeneemkaartje
- Publieksfolder
- Roll-upbanner
- Verloop van het BVO
- Websitebanner
- Website Bevolkingsonderzoek.be

De communicatiematrix is inspirerend om ondersteuningsmiddelen in te zetten.

**COMMUNICATIEMATRIX: COMMUNICATIE OVER BVO DDK IN VERSCHILLENDE CONTEXTEN/SETTINGS EN VIA VERSCHILLENDE KANALEN**

Doelgroep/segment Mannen en vrouwen in de doelgroep	Context/setting Kanaal	Medische context	Vrije tijd en verenigingsleven	Onderweg	Gezin/Familie	Buurt
	1 op 1	Consultatie huisarts Of gynaecoloog Bespreking screening of resultaatbrief (Bij positieve resultaatbrief bespreking met arts en doorverwijzing) Spreken over BVO DDK bij: Arbeids-geneesheer, Wijkgezondheidscentrum, Thuisverpleging, Apotheek, Mutualiteit	Meeneemkaartjes BVO DDK na babbel met vriendin over BVO DDK, ander lid van vereniging, buurvrouw, kapper Persoon die tolkt over BVO DDK	Toevallig gesprek over BVO DDK met medereiziger	Gesprek over BVO DDK met kinderen, partner, zus, moeder Vraag stellen over BVO DDK via 0800-lijn CvKO	Buurtwerking/wijk Mond aan mond reclame Actie voor een goed doeld rond DDK
	Brief	Uitnodiging CvKO om de twee jaar Herinneringsbrief Resultaatbrief			Uitnodigingsbrief + folder en/of herinneringsbrief of resultaatbrief die in de brievenbus vallen	Brief lokaal bestuur over actie BVO DDK
	Print (flyer, affiche, ...)	Affiche BVO DDK in wachtzaal huisarts/ziekenhuis/radiologie/ apotheek Folder - drieluik BVO DDK bij huisarts/ziekenhuis/apotheek	Affiche BVO DDK Bladwijzer BVO DDK Folder - drieluik BVO DDK Roll-up banner BVO DDK Meeneemkaartjes BVO DDK Bij lokale actie of in de vereniging, gadgets	Affiche BVO DDK Folder - drieluik BVO DDK Stickers op bus-of tramflanken De Lijn	Folder - drieluik BVO DDK	Affiche BVO DDK Folder - drieluik BVO DDK Roll-up banner BVO DDK
	Community media	Artikel over BVO DDK en/of cartoon BVO DDK in tijdschrift of informatie van de mutualiteit	Artikel over BVO DDK en/of cartoon BVO DDK in infoblad gemeente, ledenblad vrouwenvereniging		Artikel over BVO DDK en/of cartoon BVO DDK in ledenbladen	Artikel over BVO DDK en/of cartoon BVO DDK in buurtkrantje infostand
	Massa media (radio, tv, krant, magazine)	Documentaire	Informatie over BVO DDK op lokale zender (radio of TV), in vrouwenbladen	Roll-up banner BVO DDK	BAN boodschappen op TV/regionale zender radio of TV Soap of film	Lokale TV/radio Voorbeeldbrief en folder in tweetalig infoblad in de faciliteitengemeenten
	Digitale media	Digitale banner piekmoment BVO DDK Digitale pancarte BVO DDK Vertaling uitnodigingsbrieven en resultaatbrieven op Bevolkingsonderzoek.be	Animatiefilm BVO DDK Facebook CvKO	Digitale pancarte BVO DDK Digitale loop met verloop BVO DDK	Bevolkingsonderzoek.be Animatiefilm BVO DDK Facebook CvKO	Facebook CvKO
	Events - groep	Presentatie voor heteroegen doelpubliek BVO DDK	Kenniskwis over het BVO DDK Korte presentatie over het verloop van het BVO DDK Presentatie over het verloop van het BVO DDK Presentatie verloop BVO DDK in loop met foto's Presentatie voor heteroegen doelpubliek BVO DDK Preventiemethodiek Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker. Is dit iets voor mij? Eventueel gekoppeld aan groepsactiviteit zoals film, theatervoorstelling, tentoonstelling	Marktactie		Buurtactiviteit (bv. wandeling, gezondheidsrally) Sociale kruidenier, voedselbedeling

**2.2 Praktische voorbeelden: (meer voorbeelden vind je ook in Deel 3)**

- Gebruik tijdens de piekmaand maart de campagnebeelden van het CvKO voor het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker.
- Verspreid affiches met het conceptbeeld en hang ze op plaatsen waar mannen en vrouwen in de doelgroep komen.
- Promoot de website Bevolkingsonderzoek.be. Gebruik de websitebanner op je eigen website.
- Publiceer een artikel of de publieportage in het lokaal infoblad. Koppel er eventueel een wedstrijd aan met kwisvragen.
- Stuur een persbericht of organiseer een persmoment om de activiteiten in de piekmaand of je actie bekend te maken.
- Toon de digitale pancarte van het BVO op de digitale infopanelen in het straatbeeld, op het scherm in de wachtzaal of op je website.
- Plaats bij een actie of tijdens de piekmaand roll-upbanners op een locatie waar personen in de doelgroep komen, zoals het gemeentehuis, de bibliotheek, de apotheker.
- Toon de animatiefilm in de rustige wachtzaal van de huisarts of van de sociale dienst, zet hem op de eigen website, stuur hem door via sociale media of gebruik hem als inleiding bij een andere activiteit.



## Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker

- Als aandachtstrekker hang je een waslijn met ondergoed op locaties waar mannen en vrouwen in de doelgroep komen. Waarschijnlijk zullen zij zich vragen stellen over de bedoeling ervan. Bij dit soort acties zou het zeker moeten zijn dat de persoon bij wie deze vragen terecht komen, zich ook vaardig genoeg voelt om de vragen correct te beantwoorden en dat die hiervoor ook tijd over de juiste informatie beschikt.
- Wikkel een folder of meeneemkaartje rond wc-rollen of maak een eigen actiewikkel. Koppel je voorstel op tijd terug aan het Logo.
- Door aan te sluiten bij activiteiten van lokale organisaties waaraan personen in de doelgroep deelnemen, verhoog je de kans dat zij in één moeite meer te weten komen over het bevolkingsonderzoek. Als er een toneelvoorstelling, filmavond of verwenbeurs georganiseerd wordt, geef dan in de rand informatie over het bevolkingsonderzoek. Bijvoorbeeld in het inleidend woordje of op een infostand over het bevolkingsonderzoek bemand door lokale, gevormde vrijwilligers.
- Verzamel quotes van lokale sleutelfiguren en neem ze op in een artikel of op lokaal actiemateriaal.
- Personaliseer actiemateriaal met een foto van lokale sleutelfiguren, hou hierbij rekening met de afspraken op Vlaams niveau en in de huisstijlhandleiding.
- Organiseer een actie in samenspraak met de lokale handelaars en koppel er voor hen een luikje vorming aan. Bijvoorbeeld etalageactie, gebakjes, of een wedstrijd.
- Organiseer een stand op de (wekelijkse)markt, op een lokaal evenement of in de bibliotheek. Zorg ervoor dat de standhouders op voorhand goed geïnformeerd zijn over het bevolkingsonderzoek, over veel gestelde vragen en over het belang van de eigen grenzen te bewaken in het gesprek met passanten. Een gadget uitdelen, een drankje, fruit of een flyer zorgen voor extra aantrekkingskracht van je infostand. Het is eveneens een ideale gelegenheid om promotie te maken voor je activiteitenkalender.
- Beeldende kunst, poëzie of andere uitingen van lokale creativiteit op verschillende locaties en in het straatbeeld, kunnen de actie op een originele manier versterken.
- Probeer ook aandacht te hebben voor wat mensen in de omgeving van mannen en vrouwen in de doelgroep kunnen doen (bv. aanmoedigen voor deelname of bevestigen bij deelname aan het BVO).

### 3. HET MAG IETS MEER ZIJN - GERICHTE COMMUNICATIE EN INITIATIEVEN NAAR SPECIFIEKE DOELGROEPEN

Om je te ondersteunen bij de keuze van mogelijke acties in het lokaal project vind je hieronder inspirerende voorbeelden gegroepeerd per doelgroep van de actie.

Een actie gericht op (para-)medici die betrokken zijn bij de screening of intermediairs heeft tot doel

- om die professionals en intermediairs beter te informeren/motiveren om mee hun schouders te zetten onder de sensibilisering van de doelgroep van het bevolkingsonderzoek, en dit niet enkel tijdens de actieperiodes.
- om de personen in één van de doelgroepen beter te bereiken en waar mogelijk drempels voor deelname te verminderen.

In de matrix staan kernwoorden die betrekking hebben op de mogelijke acties.

Legende:

#### Doelgroep:

- Professionals van de screening, Intermediairs
- Groepen in de doelgroep van het BVO met extra hoog risico op niet-deelname, Doelgroep van het bevolkingsonderzoek, Algemene bevolking

**Methodieken of materialen** die kunnen gebruikt worden (niet exhaustief, zie overzicht van Methodieken en materialen van het CvKO voor de BVO).

**Strategie in de gezondheidsmatrix:** Educatie (Informeren, sensibiliseren, competenties trainen), Omgevingsinterventie (fysieke omgeving, sociale omgeving), Regels en afspraken en Zorg en begeleiding.

Enkele voorbeelden in de Gezondheidsmatrix voor het BVO DDK	Groepen in de doelgroep met extra hoog risico op niet-deelname BVO	Doelgroep bevolkingsonderzoek	Algemene bevolking	Professionals van de screening	Intermediairs
<b>Educatie</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Informeren</li> <li>• Competenties trainen</li> <li>• Sensibiliseren</li> </ul>	Gesprek met de huisarts. Gesprek bij apotheker. Kleinschalige activiteit met tolk.	Infosessie. Actie in vrije tijd.	Lokale actie met aandacht in de media en onderweg. Actie met lokale handelaars.	Betrek huisartsen bv via rondetafelgesprek BVO, infosheet CvKO, aanbod actie-materiaal. Betrek apothekers, bv via infosheet CvKO, via aanbod actiemateriaal.	Actie in OCMW. Actie werkomgeving.
<b>Omgevingsinterventies</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Fysieke omgeving</li> <li>• Sociale omgeving</li> </ul>	Tolk in het ziekenhuis. Actie in OCMW. Betrek vertrouwensfiguren.	Aanspreekpersoon in de (faciliteiten gemeente). Bezoek aan ziekenhuis.	Actie werkomgeving.		Actie i.s.m. bedrijfsarts.
<b>Regels en afspraken</b>	Verzekeraarbaarheid in orde				
<b>Zorg en begeleiding</b>	Buddy	Aanspreekpersoon in WGZ of groepspraktijk			






### 3.1 Ondersteuningsmiddelen voor diepergaande acties

- Didactische modellen
- Didactische sets
- Gezondheidsrally
- Infosessie
- Infosheet
- Kenniskwis
- Verteltas
- Webinar

## Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker

## 3.2 Praktische voorbeelden

Betrek en werk samen met partners in verschillende settings. De onderstaande lijst is niet beperkend. Betrek en werk samen met actoren in de verschillende settings.


Lokale besturen
Sociaal Huis
Lokaal dienstencentrum

Apothekers
Bedrijfsartsen en externe diensten voor preventie en bescherming op het werk
Huisartsen
Wijkgezondheidscentrum of groepspraktijk
Ziekenhuis
Ziekenfondsen

Lokale intermediairs
Lokale handelaars

Volwassenenonderwijs, secundair en hoger onderwijs

Bedrijven

## EVALUATIE

Ideaal heb je voor de evaluatie van je actie oog voor twee invalshoeken, namelijk het proces (hoe is het verlopen) en het effect (wat heeft het opgeleverd). Hoe en wat je wil evalueren, bepaal je al van bij de planning. Om te kunnen evalueren moet je immers tijdens je actie of project gegevens verzamelen en registreren.

Door te evalueren:

- krijg je zicht op welke doelstellingen en acties wel of niet gerealiseerd zijn en hoe dat komt. Worden de vooropgestelde doelstellingen (SMART) bereikt?
- zie je welke aanpak werkt (bv. ervaring met een lokale werkgroep, sleutelfiguren, lokale actoren).
- zie je welke acties werken en welk effect ze hebben (bv. bereik, tevredenheid).
- ontdek je wat niet goed liep en wat je dus beter niet herhaalt in de toekomst.
- kan je reflecteren over hoe je je aanpak en je acties kunt bijsturen en verbeteren.

Enkele richtvragen

- Welke doelgroepen heb je aangesproken? (bv. algemeen publiek, intermediairs, ...)
- Hoeveel personen in die doelgroepen zijn bereikt met de actie (bv. aantal deelnemers aan een activiteit).
- Waren de personen voor wie de actie of activiteit bedoeld was tevreden? (bv. overleg met het lokaal bestuur en partners, personen die in beeld kwamen met een quote, apothekers over actiemateriaal dat ze ontvangen hebben, personen die deelnamen aan een activiteit zoals de gezondheidsrally, een infosessie).
- Namen de partners engagementen en het mede-eigenaarschap op van het project of de acties?
- Waren verschillende settings betrokken bij het project en de acties?
- Welke redenen gaven relevante intermediairs om mee te werken aan het project of om acties te organiseren? Waarom werken sommige intermediairs niet mee aan het project?
- Had je een mix van acties (Gezondheidsmatrix)?
- Komen er reflecties naar boven die uiting geven van een effect van het project of een specifieke actie (bijvoorbeeld bij een nabespreking geven een aantal personen aan dat ze nu positiever staan tegenover het BVO dan voordat ze deelnamen aan de activiteit)?
- Signaleren de betrokken partners dat zij een verhoogde interesse of betrokkenheid zagen bij het BVO? Zijn er intenties van intermediairs om ook een project op te starten over hetzelfde of een ander BVO? Zijn er methodieken of materialen die ze verder willen gebruiken?
- Is de actie of de activiteit voor herhaling vatbaar of wordt er een vervolg aan gebreed?

Voor meer inspiratie of advies neem contact op met je Logo.



## ONDERSTEUNINGSMIDDELEN

## Affiche

### WAT?

De affiche met het conceptbeeld zorgt ervoor dat het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker onder de aandacht komt bij een ruim publiek.

### VOOR WIE?

De algemene bevolking, maar de doelgroep van het bevolkingsonderzoek in het bijzonder.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Affiches kunnen bijvoorbeeld aangebracht worden in een inkomhal, vergaderzaal, ontmoetingsplaats, wachtzaal van huisarts, een strijkatelier, een bibliotheek. Dus plaatsen waar vrouwen in de doelgroep en hun omgeving langs komen.

### PRAKTISCH:

- De affiche met het conceptbeeld is beschikbaar op A3-formaat (staand) en is gratis ter beschikking bij het Logo.
- Ook de digitale versie is beschikbaar, liggend en staand.
- De huisstijl voorziet de mogelijkheid om de foto lokaal te personaliseren of om je logo toe te voegen aan de standaardaffiche (zie Huisstijlhandleiding). Leg je voorstel via het Logo tijdig voor aan het CvKO.

**Een uitstrijkje**

**WIJ DOEN HET. EN WAT DOE JIJ?**

TIJDIG OPSPOREN IS BELANGRIJK

**Onderzoek voor vrouwen van 25 tot en met 64 jaar.**  
Het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker moedigt vrouwen van 25 tot en met 64 jaar ertoe aan om elke drie jaar een uitstrijkje te laten nemen. Het bevolkingsonderzoek maakt het mogelijk om baarmoederhalskanker te voorkomen of al in een vroeg stadium op te sporen. Voor meer informatie kun je terecht op het gratis nummer 0800 60 160.

Ontdek hoe ook jij kan deelnemen op [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be)

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

BEVOLKINGS ONDERZOEK BE Vlaanderen CvKO CENTRUM VOOR KANKEROPSPORING

## Artikels

### WAT?

Voor de piekmomenten zorgt het CvKO voor één of meerdere basisartikels en een publireportage die door lokale partners kunnen overgenomen worden.

### VOOR WIE?

Communicatie voor algemeen publiek en de doelgroep in het bijzonder.

### SETTINGS:



### GEbruik:

Plaats tijdens de piekmaand januari een artikel of de publireportage in je nieuwsbrief of op je website. Je kan kiezen voor een algemeen artikel of een artikel met gepersonaliseerde cijfers voor je gemeente.

### PRAKTISCH:

- Het Logo levert voorbeeldartikels van het CvKO aan.
- Wie op eigen initiatief een artikel wenst te publiceren, kan inspiratie vragen aan het Logo of via het Logo een voorstel terugkoppelen naar het CvKO.
- Hou in je timing rekening met de tijd die nodig is voor de feedback en de mogelijke aanpassingen.
- Tip: lokale participatiecijfers kunnen het artikel personaliseren. Contacteer hiervoor je Logo.
- <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/logos>

JANUARI 2023: MAAND VAN HET BEVOLKINGSONDERZOEK BAARMOEDERHALSKANKER

**Ik doe het straks wel. Eerst nog wat lezen.**

# BLA BLA BLA

**GEEN EXCUSES. LAAT EEN UITSTRIJKJE NEMEN.**

**VROEGTIJDIGE OPSPORING IS DE BESTE BESCHERMING TEGEN BAARMOEDERHALSKANKER**

Laat van je 25ste tot en met je 64ste elke drie jaar een uitstrijkje nemen.

Met een uitstrijkje is baarmoederhalskanker makkelijk op te sporen. Ook de voorstadia ervan, waarin de ziekte nog heel beperkt of nog niet ontwikkeld is, worden via deze test opgespoord. Je hebt dan nog geen kanker en een eenvoudige behandeling is vaak al genoeg om te voorkomen dat je wel baarmoederhalskanker krijgt.

**DE TIJD VLEGT; DRIE JAAR IS ZO VOORBIJ** ... Je krijgt een het Centrum voor Kankeropsporing een uitnodigingsbrief als je tot de doelgroep behoort en het te lang geleden is dat je een uitstrijkje hebt laten nemen. Je maakt dan zelf een afspraak met je huisarts of geneeskundig op een dag waarop je niet ingesteld bent.

**Meer weten over het bevolkingsonderzoek?**  
Bel gratis naar het Centrum voor Kankeropsporing op 0200 01010 tussen 9 uur 's ochtends en 18 uur 's avonds, stuur een e-mail naar [info@bevolkingsonderzoek.be](mailto:info@bevolkingsonderzoek.be) of surf naar <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/>

Heb je vragen over je persoonlijke medische situatie, neem contact op met je huisarts of geneeskundig.

JANUARI 2022: MAAND VAN HET BEVOLKINGSONDERZOEK BAARMOEDERHALSKANKER

**Ik doe het straks wel. Eerst nog wat lezen.**

# BLA BLA BLA

**VROEGTIJDIGE OPSPORING IS DE BESTE BESCHERMING TEGEN BAARMOEDERHALSKANKER**

Laat van je 25ste tot en met je 64ste elke drie jaar een uitstrijkje nemen.

baarmoederhalskanker makkelijk op te sporen. Ook de voorstadia die beperkt of nog niet ontwikkeld is, worden via deze test opgespoord. Je hebt dan nog geen kanker en een eenvoudige behandeling is vaak al genoeg om te voorkomen dat je wel baarmoederhalskanker krijgt.

**Meer weten over het bevolkingsonderzoek?**  
Bel gratis naar het Centrum voor Kankeropsporing op 0200 01010 tussen 9 uur 's ochtends en 18 uur 's avonds, stuur een e-mail naar [info@bevolkingsonderzoek.be](mailto:info@bevolkingsonderzoek.be) of surf naar <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/>

Heb je vragen over je persoonlijke medische situatie, neem contact op met je huisarts of geneeskundig.

**Ik doe het straks wel. Eerst nog wat lezen.**

# BLA BLA BLA

**VROEGTIJDIGE OPSPORING IS DE BESTE BESCHERMING TEGEN BAARMOEDERHALSKANKER**

Laat van je 25ste tot en met je 64ste elke drie jaar een uitstrijkje nemen.

baarmoederhalskanker makkelijk op te sporen. Ook de voorstadia die beperkt of nog niet ontwikkeld is, worden via deze test opgespoord. Je hebt dan nog geen kanker en een eenvoudige behandeling is vaak al genoeg om te voorkomen dat je wel baarmoederhalskanker krijgt.

**Meer weten over het bevolkingsonderzoek?**  
Bel gratis naar het Centrum voor Kankeropsporing op 0200 01010 tussen 9 uur 's ochtends en 18 uur 's avonds, stuur een e-mail naar [info@bevolkingsonderzoek.be](mailto:info@bevolkingsonderzoek.be) of surf naar <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/>

Heb je vragen over je persoonlijke medische situatie, neem contact op met je huisarts of geneeskundig.

## Banner voor infoblad

### WAT?

Digitale banner met het conceptbeeld van het bevolkingsonderzoek.

### VOOR WIE?

De algemene bevolking, maar de doelgroep van het bevolkingsonderzoek in het bijzonder.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

De digitale banner kan geïntegreerd worden in een infoblad of andere publicatie tijdens de piekmaand of tijdens een lokale actie.

### PRAKTISCH:

De banner is digitaal beschikbaar bij het Logo.

**Een uitstrijkje**

**WIJ DOEN HET.  
EN WAT DOE  
JIJ?**

**ONDERZOEK VOOR VROUWEN  
VAN 25 TOT EN MET 64 JAAR**

Ontdek hoe ook jij kan deelnemen op  
[www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be) of via het gratis nummer 0800 60 160

TIJDIG  
OPSPOREN IS  
BELANGRIJK

BEVOLKINGS  
ONDERZOEK.BE

Vlaanderen  
15 2018

CvKO  
CENTRUM VOOR  
KANKEROPSPORING  
ANTWERPEN BRUSSEL BRUSSEL GENT LEUVEN

BEVOLKINGS  
ONDERZOEK  
BAARMOEDER  
HALSKANKER



## Bladwijzer

### WAT?

De bladwijzer bevat informatie over het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker, het verloop en verwijzing naar de website Bevolkingsonderzoek.be.

### VOOR WIE?

Algemene bevolking, maar de doelgroep van het bevolkingsonderzoek in het bijzonder.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

De bladwijzer kan na een gesprek, infosessie of andere activiteit waar het bevolkingsonderzoek aan bod kwam, als reminder meegegeven worden. Je kan de bladwijzer ook ter beschikking stellen op een infostand, bij een marktactie of naar aanleiding van een activiteit die aansluit bij gezondheid of preventie.

### PRAKTISCH:

- digitaal te verkrijgen bij het Logo
- afmeting: 14,7 cm x 6 cm – recto verso

**Een uitstrijkje**

**WIJ DOEN HET. EN WAT DOE JIJ?**

**ONDERZOEK VOOR VROUWEN VAN 25 TOT EN MET 64 JAAR**

Ontdek hoe ook jij kan deelnemen op [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be) of via het gratis nummer 0800 60 160

TIJDIG OPSPOREN IS BELANGRIJK

BEVOLKINGS ONDERZOEK BE  
Vlaanderen  
CvKO • CENTRUM VOOR KANKEROPSPORING  
ANTWERPEN BRUSSEL GENT LEUVEN  
BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

Recto

**Onderzoek voor vrouwen van 25 tot en met 64 jaar.**

Het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker moedigt vrouwen van 25 tot en met 64 jaar ertoe aan om elke drie jaar een uitstrijkje te laten nemen. Het bevolkingsonderzoek maakt het mogelijk om baarmoederhalskanker te voorkomen of al in een vroeg stadium op te sporen. **Voor meer informatie kun je terecht op het gratis nummer 0800 60 160.**

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

Ontdek hoe ook jij kan deelnemen op [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be)

**Onze andere bevolkingsonderzoeken:**

- Dikkedarmkanker (voor mannen en vrouwen van 51 tot en met 74 jaar).
- Borstkanker (voor vrouwen van 50 tot en met 69 jaar).

Verantwoordelijke uitgever: Patrick Martens, Centrum voor Kankeropsporing vzw, Rudderzhave 4, 8000 Brugge

Verso

## Cartoon

### WAT?

Er is een cartoon beschikbaar over het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker, ontwikkeld door Ilah (Inge Heremans).

### VOOR WIE?

Voor intermediairs en specifiek voor vrouwen in de doelgroep van het bevolkingsonderzoek.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Met de cartoon kan je op een luchtige manier aandacht trekken.

### PRAKTISCH:

- Deze cartoon mag enkel gebruikt worden in het kader van het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker, met correcte bronvermelding.
- Deze cartoon is digitaal te verkrijgen bij het Logo.

*dus het is weer tijd  
om even te checken  
of ik van binnen even  
mooi ben als van buiten,  
zekeer?*



## Digitale pancarte voor beeldschermen

### WAT?

Een digitale pancarte met basisinformatie en het conceptbeeld van het bevolkingsonderzoek, die op schermen kan getoond worden, bijvoorbeeld in het gemeentehuis, in een wachtzaal of in onthaal, bij de apotheker of bij de dokter.

### VOOR WIE?

Voor intermediairs die het bevolkingsonderzoek onder de aandacht van de burger willen brengen, specifiek ook naar de vrouwen in de doelgroep.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Je kan de pancarte projecteren op een scherm, in het kader van een activiteit of tijdens een actieweek op een infostand.

### PRAKTISCH:

- De digitale pancarte is verkrijgbaar bij het Logo.
- Formaat: 896 x 504 pixels.
- <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/logos>

Pancarte piekmoment januari 2022

## E-mailbanner

## WAT?

Tijdens de maand januari kan je het piekmoment versterken door de digitale banner met het conceptbeeld toe te voegen aan je handtekening onder je mails die betrekking hebben op gezondheid en preventie.

## VOOR WIE?

Voor Logo-medewerkers en intermediairs.

## SETTINGS:



## GEBRUIK:

Maak gebruik van de e-mailbanner in je communicatie naar je publiek. Waak erover dat via de url de link gelegd wordt naar de pagina van het bevolkingsonderzoek.  
<https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl>.

## PRAKTISCH:

Deze e-mailbanner is

- te verkrijgen bij het Logo.
- ook beschikbaar zonder de vermelding 'maand januari' voor het piekmoment, zodat de banner ook tijdens lokale actiemomenten kan gebruikt worden.
- <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/logos>

TIJDIG OPSPOREN IS BELANGRIJK

Een uitstrijkje

MAAND JANUARI

ONDERZOEK VOOR VROUWEN VAN 25 TOT EN MET 64 JAAR

Ontdek hoe ook jij kan deelnemen op [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be)

BEVOLKINGS ONDERZOEK.BE

Vlaanderen

CvKO CENTRUM VOOR KANKEROPSPORING ANTWERPEN BRUSSEL BRUSSEL GENT LEUVEN

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

## Facebookberichten

### WAT?

Het CvKO bezorgt elk jaar voorbeelden van Facebookberichten aan de Logo's. Daarin komen algemene weetjes aan bod over het bevolkingsonderzoek of concrete vragen. Bijvoorbeeld hoe kan je baarmoederhalskanker vroeg opsporen of zal ik een uitnodiging ontvangen, en wanneer? Telkens met link naar het antwoord op de website [Bevolkingsonderzoek.be](http://Bevolkingsonderzoek.be).

### VOOR WIE?

Intermediairs die het bevolkingsonderzoek bij hun leden of doelpubliek onder de aandacht willen brengen van het algemeen publiek, of specifiek via de eigen kanalen van bepaalde doelgroepen.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Plaats Facebookberichten op je Facebookpagina of gebruik de Facebook omslagfoto op je Facebookpagina. Zo breng je informatie over het bevolkingsonderzoek over naar de algemene bevolking, of naar specifieke groepen en/of kan je informatie verspreiden over acties en initiatieven van het lokaal bestuur of organisaties (bv. vrouwenvereniging, buurt,...).

### PRAKTISCH:

- Het Logo kan je inspirerende voorbeelden voorstellen.



Voorbeeldberichten Facebook januari 2022

## Films

## WAT?

Er zijn twee films. Een animatiefilm waarin op een anschouwelijke manier het volgende aan bod komt: het belang van vroege opsporing, hoe baarmoederhalskanker zich ontwikkelt, wat is een uitstrijkje, hoe kan je een uitstrijkje laten nemen, hoe verneem je het resultaat. Een film waarin aan de hand van illustraties toegelicht wordt hoe een uitstrijkje genomen wordt en hoe je verneemt wat het resultaat is van het onderzoek.

## VOOR WIE?

Voor vrouwen in de doelgroep en hun omgeving en voor intermediairs.

## SETTINGS:

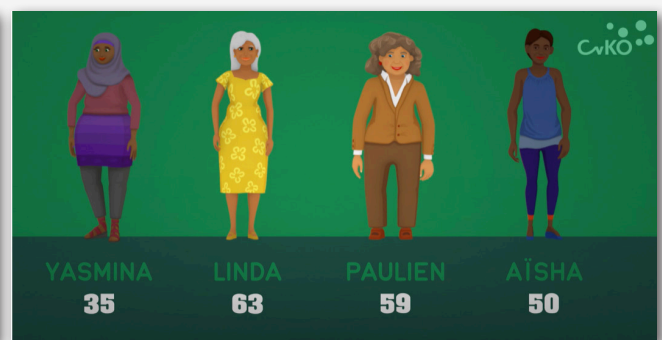


## GEBRUIK:

De films kunnen getoond worden vóór of na een presentatie, als introductie bij een activiteit over het bevolkingsonderzoek, bij een tentoonstelling, in een wachtzaal of op het scherm bij de apotheker. De films kunnen ook op de eigen website gezet worden bij algemene informatie over het bevolkingsonderzoek.

## PRAKTISCH:

- De films in MP4 formaat zijn te verkrijgen bij het Logo.  
De animatiefilm van ongeveer 4 minuten, toont hoe baarmoederhalskanker ontwikkelt, hoe het bevolkingsonderzoek verloopt, wie kan deelnemen, op welke manier en hoe je het resultaat weet. Dit wordt geïllustreerd met het verhaal van 4 vrouwen.  
In de film 'Een uitstrijkje laten nemen. Hoe gebeurt dit?' zie je in ongeveer 2 minuten met tekeningen hoe een uitstrijkje genomen wordt.
- De films zijn beschikbaar met ondertiteling in Frans, Duits, Engels, Italiaans, Pools, Roemeens, Russisch, Spaans, Turks en Arabisch.
- <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/animatiefilm-bevolkingsonderzoek-baar-moederhalskanker>  
<https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/animatiefilm-over-hoe-een-uitstrijkje-ge-nomen-wordt>



## Huisstijlhandleiding

### WAT?

Huisstijlhandleiding voor Logo's, lokale besturen en andere partners met algemene toelichting, richtlijnen over wat kan en niet kan, beschikbare materialen en richtlijnen voor de aanmaak van afgeleide beelden.

Aan de hand van de huisstijlhandleiding kunnen partners die de bevolkingsonderzoeken wensen te ondersteunen weten welke materialen beschikbaar zijn en op welke manier ze kunnen gepersonaliseerd worden, rekening houdend met de afspraken op Vlaams niveau.

### VOOR WIE?

Voor lokale besturen en intermediairs die de intentie hebben om ondersteuningsmiddelen van het bevolkingsonderzoek te personaliseren.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Het bevolkingsonderzoek heeft een eigen huisstijl. De huisstijlhandleiding die het CvKO in samenwerking met het Agentschap Zorg en Gezondheid ontwikkelde biedt een houvast voor het maken van afgeleiden of varianten op de conceptbeelden of voor personalisering van actiemateriaal van het CvKO.

Contacteer jouw Logo voor meer informatie. Voorstellen worden in de ontwerpfase via het Logo naar het CvKO teruggekoppeld voor feedback.

### PRAKTISCH:

- De huisstijlhandleiding en de formats zijn beschikbaar bij de Logo's.



## Meeneemkaartje

### WAT?

Het meeneemkaartje bevat informatie over het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker, het verloop en verwijzing naar de website Bevolkingsonderzoek.be.

### VOOR WIE?

Algemene bevolking, maar de doelgroep van het bevolkingsonderzoek in het bijzonder.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Het meeneemkaartje kan na een gesprek, infosessie of andere activiteit waar het bevolkingsonderzoek aan bod kwam, als reminder meegegeven worden. Je kan het meeneemkaartje ook ter beschikking stellen op een infostand, bij een marktactie of naar aanleiding van een activiteit die aansluit bij gezondheid of preventie.

Het meeneemkaartje zit ook in de verteltas.

### PRAKTISCH:

- gratis aan te vragen bij het Logo
- digitale versie is beschikbaar
- afmeting: 21 cm x 10,5 cm – recto verso

BEVOLKINGSONDERZOEK BAARMOEDERHALSKANKER. IS DIT IETS VOOR MIJ?

Een uitstrijkje

WIJ DOEN HET. EN WAT DOE JIJ?

ONDERZOEK VOOR VROUWEN VAN 25 TOT EN MET 64 JAAR

Ontdek hoe ook jij kan deelnemen op [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be) of via het gratis nummer 0800 60 160.

TIJDIG OPSPOREN IS BELANGRIJK

Recto

DEELNEMEN AAN HET BEVOLKINGSONDERZOEK BAARMOEDERHALSKANKER

UITSTRIJKJE ELKE 3 JAAR | VROUWEN VAN 25 T.E.M. 64 JAAR

- 1 UITNODIGING**
- 2 AFSPRAAK MAKEN MET DE DOKTER**
- 3 BIJ DE DOKTER EEN UITSTRIJKJE LATEN NEMEN**
- 4 UITSTRIJKJE IN LABO**
- 5 RESULTAAT**

Bekijk het filmpje op [www.baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be](http://www.baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be)

Verso



## Publieksfolder

### WAT?

De publieksfolder geeft op een beknopte manier informatie over het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker en een antwoord op vaak gestelde vragen. Je vindt er nuttige informatie in over het verloop, de kostprijs, de voor- en nadelen van deelname aan het bevolkingsonderzoek en het resultaat.

Deze folder wordt ook meegestuurd met de uitnodiging voor het bevolkingsonderzoek.

### VOOR WIE?

De folders zijn bestemd voor een ruim publiek, maar voor vrouwen in de doelgroep in het bijzonder.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

De folder kan na een gesprek, infosessie of andere activiteit waar het bevolkingsonderzoek aan bod kwam, als reminder meegegeven worden.

### PRAKTISCH:

- De gedrukte folders zijn gratis te verkrijgen bij het Logo.
- Op baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be staat de vertaling van deze folder in Arabisch, Frans, Duits, Engels, Italiaans, Pools, Roemeens, Russisch, Spaans en Turks.
- <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/wat-zit-er-het-uitnodigingspakket>

**Onderzoek naar baarmoederhalskanker**

**WIJ DOEN HET. EN WAT DOE JIJ?**

**Heb je vragen?**

Voor meer informatie kan je terecht:

- bij je huisarts of gynaecoloog
- op [www.baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be](http://www.baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be)
- op het gratis nummer 0800 60 160
- op [info@bevolkingsonderzoek.be](mailto:info@bevolkingsonderzoek.be)
- via onze QR-code

Je beslist zelf of je al dan niet aan het bevolkingsonderzoek deelneemt. Informeer je goed.

TIJDIG OPSPOREN IS BELANGRIJK

Informatie over het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker voor vrouwen van 25 t.e.m. 64 jaar.

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

www.baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be

Versie maart 2022.

**Wat is baarmoederhalskanker?**

Baarmoederhalskanker is een kwaadaardig gewoel dat in de baarmoederhals ontstaat. De baarmoederhals is het onderste deel van de baarmoeder dat overgaat in de vagina. In Vlaanderen krijgen elk jaar 350 vrouwen baarmoederhalskanker.

**Wat is het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker?**

Het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker biedt elke vrouw van 25 tot en met 64 jaar, om de drie jaar, een gratis uitstrijke aan.

**Waarom meedoen?**

Met een uitstrijke is baarmoederhalskanker in een vroeg stadium makkelijk op te sporen voor je er zelf iets van merkt. Ook de voorstadia ervan worden via de test opgespoord. Als er na het onderzoek een eenvoudige behandeling is vaak al genoeg om te voorkomen dat je kanker krijgt.

**Gratis?**

Je betaalt enkel de consultatie bij je huisarts of gynaecoloog. Een deel hiervan krijg je terug van je ziekenfonds. De analyse van het uitstrijke is gratis. Het kan zijn dat je een deel van de kosten toch zelf moet betalen. Heb je hier vragen over? Contacteer je ziekenfonds. Als er na het onderzoek een vervolgonderzoek nodig is, is dit goeddeels van laste van je ziekenfonds.

**Wat is een uitstrijke?**

Met een uitstrijke worden cellen van de baarmoederhals genomen en naar het labo gestuurd. Zo kunnen afwijkende cellen worden gevonden nog voor ze kunnen evolueren naar baarmoederhalskanker.

**Hoe laat je een uitstrijke nemen?**

1. Maak een afspraak met je huisarts of gynaecoloog om een uitstrijke te laten nemen. Spreek af op een dag, waarop je niet ongesteld bent.
2. Je arts zal eerst een paar vragen stellen. Winneer je voor het laatst ongesteld was, bijvoorbeeld.
3. Je kleedt je onderaan uit en gaat op de onderzoekstafel liggen.

De dokter neemt met een borstje wat slijm van de baarmoederhals af, trekt en pript. Het onderzoek is klaar.

Het uitstrijke wordt naar het labo gestuurd waar er gekeken wordt of het afwijkende cellen bevat.

**Hoelang duurt het onderzoek?**

Het onderzoek duurt met aan- en uittrekken maximum 15 minuten.

**Wanneer krijg je het resultaat?**

Na een week of twee ontvang je je dokter het resultaat. Spreek met hem of haar af hoe je het resultaat zelf vernemen, via de telefoon of door langs te gaan.

**Wat kan het resultaat zijn?**

1. Er is geen afwijking gevonden.
  - Meestal worden geen afwijkende cellen gevonden en is geen bijkomend onderzoek nodig. 9 vrouwen op de tien krijgen dit resultaat.
  - Drie jaar later kan je opnieuw een uitstrijke laten nemen.
2. Er zijn afwijkende cellen gevonden in je uitstrijke.
  - Als er wel een afwijking wordt vastgesteld, betekent dat nog lang niet dat je baarmoederhalskanker hebt. Het maakt je wellicht ongerust, maar er is bijkomend onderzoek nodig. Soms volstaat het om zes maanden later een nieuw uitstrijke te laten nemen.

"Meer dan 700.000 vrouwen in Vlaanderen laten regelmatig een uitstrijke nemen." Door jij ook mee!

**"OOK ALS JE GEVACCINEERD BENT TEGEN HPV (HET HUMAAN PAPILLOMAVIRUS) BLIJFT EEN UITSTRIJKE NODIG."**

## Roll-upbanner

### WAT?

De roll-upbanner bevat basisinformatie en een verwijzing naar de website [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be).

### VOOR WIE?

Algemene bevolking, maar de doelgroep van het bevolkingsonderzoek in het bijzonder.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Organiseer je een infomoment of andere activiteit, plaats dan de roll-upbanner op een goed zichtbare plaats.

### PRAKTISCH:

Deze banner kan geplaatst worden bij een infostand of op een plaats waar vrouwen komen die tot de doelgroep behoren.

Deze roll-upbanner is

- gratis te ontlenen bij het Logo, mits tijdige reservatie en afspraken over de ontlening
- grootte 200 cm x 80 cm
- enkel bedoeld voor gebruik binnen.



## Verloop

### WAT?

Het 'verloop' brengt de stappen in beeld voor deelname aan het bevolkingsonderzoek. Deelnemen wordt chronologisch voorgesteld, zowel schematisch als met foto's.

### VOOR WIE?

Voor lokale besturen en intermediairs die het bevolkingsonderzoek onder de aandacht van de burger en specifiek de doelgroep van het BVO willen brengen.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

- Het schema met het verloop komt terug op een aantal materialen en in methodieken zoals:
  - op een pagina met schematische voorstelling op A4 formaat
  - op de achterkant van de meeneemkaartjes en de bladwijzer
  - in de verteltas
  - in een presentatie specifiek over het verloop van het bevolkingsonderzoek
  - op de website
- Foto's van het verloop in een presentatie in 'loop'. Deze loop kan afgespeeld worden op schermen (bv na een gezondheidsrally, in een wachtzaal) of kan gebruikt worden in een individueel gesprek om het verloop van het bevolkingsonderzoek toe te lichten.

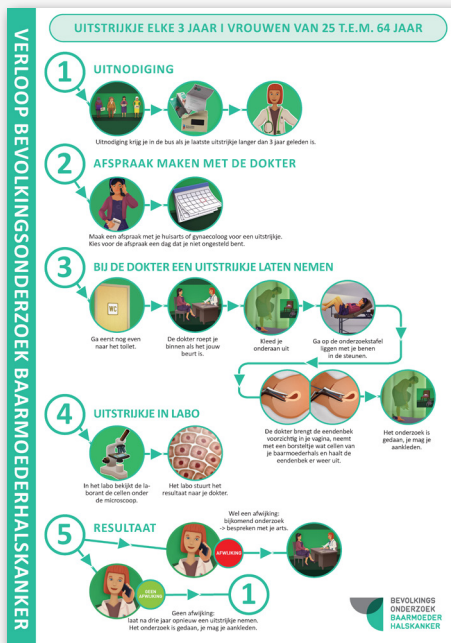
### PRAKTISCH:

Bij het Logo is het volgende beschikbaar:

- de digitale versie van het verloop
- de presentatie in loop over het verloop met foto's
- korte presentatie over het verloop

Op de homepagina van <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl> bovenaan rechts staat ook de vertaling van het verloop in het Frans, Duits, Engels, Italiaans, Russisch, Spaans, Pools, Roemeens, Turks en Arabisch.

- <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/verloop-bevolkingsonderzoek>



Liet je de laatste drie jaar geen uitstrijkje nemen? Dan krijg je thuis een brief van het Centrum voor Kankeropsporing in de bus.



## Websitebanner

### WAT?

Digitale banner over het bevolkingsonderzoek.

### VOOR WIE?

Organisaties, lokale besturen, intermediairs met een website.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Plaats de banner op je website.

### PRAKTISCH:

- De digitale banner voor websites is beschikbaar bij het Logo.



## Website Bevolkingsonderzoek.be

### WAT?

Op de website <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl> vind je alle relevante en actuele informatie over het bevolkingsonderzoek.

### VOOR WIE?

De website is bedoeld voor het algemeen publiek, voor personen in de doelgroep en voor professionals.

### SETTINGS:



### GEbruik:

Op de uitnodigingen, folders en alle andere ondersteuningsmiddelen van het CvKO wordt de website bekend gemaakt. Vaak staat op materialen een QR code met een link, zodat je rechtstreeks op de pagina van het bevolkingsonderzoek terecht komt. De bekendmaking van de website kan door lokale besturen en intermediairs versterkt worden.

### PRAKTISCH:

- Op [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be) staan specifieke pagina's voor het bevolkingsonderzoek baarmoederhalskanker <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl>.
- De website wordt toegankelijk gemaakt met een aantal functionaliteiten zoals
  - Het beeldcontrast en de grootte van het lettertype kunnen aangepast worden door de bezoeker.
  - Er is voorleesmogelijkheid voorzien.
  - Op de homepagina van elk bevolkingsonderzoek staan nu 10 vertalingen, namelijk Frans, Duits, Engels, Italiaans, Russisch, Spaans, Pools, Roemeens, Turks en Arabisch. Niet enkel de uitnodiging en de folder werden vertaald, maar ook een aantal vragen (bv. Wat is het bevolkingsonderzoek; Waarom deelnemen?; Hoe kan ik deelnemen?; Hoe verloopt het onderzoek?; Wat zijn de voor- en nadelen?).
  - Op de website vind je een reeks met veel gestelde vragen en is er een contactformulier waarmee vragen, meldingen of suggesties aan het CvKO kunnen doorgegeven worden. Organisaties kunnen dit ook doen via [sensibilisering@bevolkingsonderzoek.be](mailto:sensibilisering@bevolkingsonderzoek.be).



## Didactisch materiaal

### WAT?

Het CvKO en sommige Logo's beschikken over de volgende twee anatomische modellen:

- Anatomisch model van het vrouwelijk bekken: pakket vrouwelijk bekken, plaat met tekst, houten houder, model in kartonnen doos. Gelamineerde vertaling in het Nederlands.
- Pakket Baarmoederhals-zelf voelen, plaat met tekst, houten houder, 5 siliconen vormpjes in kartonnen doos. Gelamineerde vertaling in het Nederlands.

### VOOR WIE?

Intermediairs die het belang van vroege opsporing wensen toe te lichten aan de hand van de didactische modellen.

### SETTINGS:

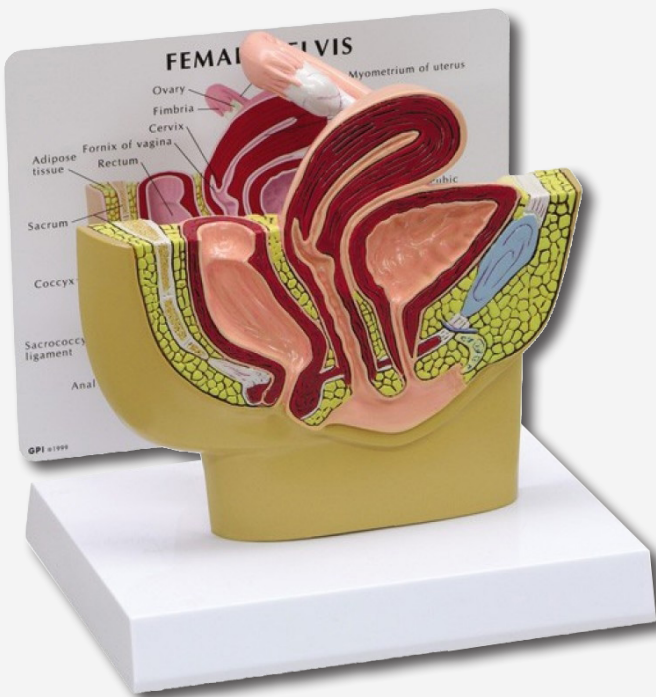


### GEBRUIK:

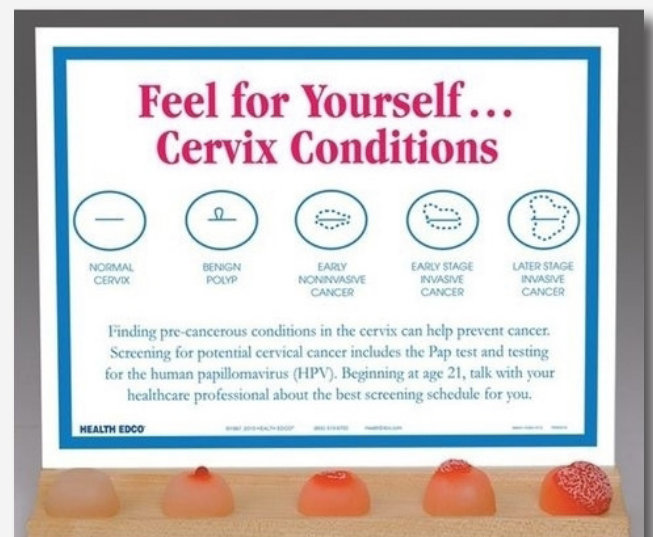
De didactische modellen kunnen in het kader van een activiteit over het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker (bv. de verteltas) gebruikt worden om in een kleine groep te tonen waar de baarmoederhals zich bevindt en hoe mogelijke letsels er uitzien of voelen.

### PRAKTISCH:

De didactische modellen kunnen rechtstreeks bij het CvKO of via het Logo ontleend worden, mits aan de uitleenvoorwaarden voldaan wordt.



Anatomisch model van het vrouwelijk bekken



Zelf voelen

## Gezondheidsrally

### WAT?

Met de gezondheidsrally kan je in de loop van een parcours op een ontspannen manier al wandelend meer te weten komen over het bevolkingsonderzoek. Je beantwoordt de vragen die je onderweg tegenkomt. Voor de lokale partners is een draaiboek voorhanden.

Er zijn 12 pancartes, waarvan 10 pancartes met vragen en een start- en eindpancarte die kunnen uitgeprint worden. Ze worden chronologisch langs een parcours geplaatst, binnen of buiten. Door de 10 vragen al wandelend in de loop van het parcours te beantwoorden kom je meer te weten over het bevolkingsonderzoek. Op het einde van het parcours zijn de antwoorden beschikbaar. Aan de gezondheidsrally kunnen een wedstrijd en een korte evaluatie gekoppeld worden.

### VOOR WIE?

Lokale intermediairs kunnen een gezondheidsrally organiseren voor vrouwen in de doelgroep van het bevolkingsonderzoek en personen in hun omgeving.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Stippel buiten of binnen een wandeling uit. Hang de 12 posters op: 1 bij de start, 1 op het einde en de 10 posters met vragen langs het parcours. Duid met pijlen telkens de weg aan naar de volgende poster. Op elke poster staat een vraag of een uitspraak waarop de deelnemers het juiste antwoord zoeken. Onderweg verzamelen ze de letters die gekoppeld zijn aan de antwoorden. Samen vormen zij een uitspraak. Op het einde van het parcours deponeren de deelnemers hun deelnameformulier in een bus of geven het af aan een medewerker. Achteraf zijn ook de juiste antwoorden beschikbaar.

### PRAKTISCH:

- Het digitale draaiboek, de posters, een overzicht van de juiste antwoorden en een voorbeeld voor deelnameformulier zijn te verkrijgen bij het Logo.
- Het draaiboek geeft een houvast aan de organisator om de gezondheidsrally vlot te laten verlopen.



## VRAAG 1

### Door welk virus wordt baarmoederhalskanker veroorzaakt?

Het uitstrijkje

**WIJ DOEN HET. EN WAT DOE JIJ?**

TIJDIG OPSPOREN IS BELANGRIJK

Humaan Papillomavirus (Q)  
Herpes (P)  
Hepatitis (O)

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

## Huisartsenproject

### WAT?

De huisarts kan de gegevens van de bevolkingsonderzoeken naar kanker van de cliënten opvolgen via <https://www.vitalink.be> of <https://www.mijngezondheid.be>.

Het CvKO kan in samenspraak met de huisarts een reguliere uitnodigingsbrief voor het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker sturen naar geselecteerde dames, samen met een brief die de huisarts ondertekent over het nut van het uitstrijke.

### VOOR WIE?

De huisarts wordt aangemoedigd om vrouwen in de doelgroep die zich nog nooit of niet recent lieten onderzoeken te informeren en te motiveren om deel te nemen aan het bevolkingsonderzoek.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

De huisarts die wenst in te stappen in het huisartsenproject volgt het stappenplan dat hiervoor uitgewerkt is. De huisarts kan rekenen op de ondersteuning van het CvKO.

### PRAKTISCH:

- Een flyer met het stappenplan over de manier waarop de huisarts vrouwen in de doelgroep kan informeren en motiveren is beschikbaar bij het Logo. Voor meer informatie kan de huisarts terecht bij het CvKO. Als meerdere huisartsen interesse tonen in dit project, kan het Logo samen met het CvKO (en het lokaal bestuur in het kader van een lokale actie) een infomoment organiseren voor de huisartsen.
- <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/wat-kan-ik-doen-als-huisarts-om-het-bevolkingsonderzoek-te-ondersteunen>

**U KAN DE GEGEVENS VAN DE BEVOLKINGSONDERZOEKEN NAAR KANKER VAN UW PATIENTEN NU OOK OPVOLGEN VIA VITALINK OF MIJNGEZONDHEID.BE!**

**Welke onderzoeksgegevens in Vitalink of op mijngezondheid.be?**

Per bevolkingsonderzoek ziet u per jaar:

- De datum waarop uw patiënt werd uitgenodigd en de datum waarop zij/hij zich heeft laten onderzoeken (datum deelname aan het bevolkingsonderzoek).
- Het resultaat van het onderzoek.
- Uitleg of er verdere opvolging nodig is en zo ja, welk opvolgingsonderzoek aangeraden is.
- Een indicatie wanneer de volgende uitnodiging komt voor een onderzoek. Krijgt uw patiënt geen uitnodiging meer, dan ziet u daarvoor de reden.

**Er staan fouten in de gegevens?**  
Klopt de informatie niet of heb je vragen over de bevolkingsonderzoeken? Contacteer het Centrum voor Kankeropsporing:

- mail naar [info@bevolkingsonderzoek.be](mailto:info@bevolkingsonderzoek.be)
- of bel het gratis nummer 0800 60 140 (elke werkdag van 9-12u en van 13-16u).

**INFORMEREN EN MOTIVEREN WANT TIJDIG OPSPOREN IS BELANGRIJK**

**WAT KAN IK DOEN ALS HUISARTS?**

**BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER**

**GEACHTE DOKTER,**

U als huisarts, geniet het volle vertrouwen van uw patiënt. Wat u zegt, telt! Wij vragen daarom uw medewerking om de deelname aan de Bevolkingsonderzoeken Bors- en Baarmoederhalskanker te verhogen. Een project van het Centrum voor Kankeropsporing toonde immers aan dat er aanzienlijk meer vrouwen deelnemen aan de bevolkingsonderzoeken naar kanker als ze hiervoor mede door hun huisarts worden uitgenodigd.

**Doelgroep van project Bevolkingsonderzoek Borskanker:**  
vrouwen die de laatste 4 jaren niet deelnamen aan het bevolkingsonderzoek of nooit eerder een screeningsmamografie hebben laten uitvoeren.

**Doelgroep van project Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker:**  
vrouwen die minstens 5 jaar geen uitstrijke hebben laten nemen.

**Stappenplan?**

1. U stelt een Excel-lijst van uw vrouwen (EMD) opstellen van 25 t/m 69 jaar op en stuurt deze door via de eHealthbox van het CvKO.
  - In verschillende kolommen: naam, voornaam, geboortedatum, straat, huisnummer, postcode, woonplaats, rijksregisternummer indien geregistreerd.
2. Het Centrum voor Kankeropsporing voegt de datum van laatste screening toe en selecteert als dusdanig de vrouwen die daadwerkelijk in aanmerking komen voor dit project. Wij sturen u de aangepaste lijst terug. Bovendien ontvangt u van ons een modelbrief die u tekstuueel, indien gewenst, kan aanpassen (b.v. de herkenbaarheid verhogen door het logo van uw praktijk toe te voegen).
3. Wij vragen u de aangepaste Excel-lijst na te kijken. Mogelijk zijn er dames op de lijst waarvan u vindt dat zij momenteel niet in aanmerking voor screening (b.v. door ernstige co-morbiditeit, familiale omstandigheden...). U haalt deze dames uit de lijst en stuurt de lijst terug naar ons.
  - Om privacy-rendelen mogen we niet de medische exclusie-renden weten van elke dame apart.
  - We willen graag de exclusie-renden weten op laagregred niveau (b.v. 5 dames omwille van demantie en 1 omwille van longkanker).
4. Wij sturen de geselecteerde dames een reguliere uitnodigingsbrief voor het Bevolkingsonderzoek Borskanker, samen met de brief ondertekend door uw naam, en een brief ondertekend door u over het nut van het uitstrijke of de reguliere brief van het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker.

**Hulp nodig bij het trekken van de lijsten uit uw EMD?**

- We hebben van heel wat EMD-pakketten een beknopte handleiding.
- Eenlijn.be biedt ondersteuning via webinars.

**Meer informatie?**  
[els.vandemalle@bevolkingsonderzoek.be](mailto:els.vandemalle@bevolkingsonderzoek.be)  
[stephanie.tarras@bevolkingsonderzoek.be](mailto:stephanie.tarras@bevolkingsonderzoek.be)



## Infosessie

### WAT?

Aan de hand van een uitgebreide presentatie geeft een door het CvKO gevormde spreker uitleg over alle aspecten van het bevolkingsonderzoek.

Thema's die in deze presentatie aan bod komen zijn baarmoederhalskanker, bij wie komt baarmoederhalskanker meest voor, mogelijke preventie, het vroeg opsporen van baarmoederhalskanker en hoe het bevolkingsonderzoek verloopt.

### VOOR WIE?

Voor vrouwen in de doelgroep van het bevolkingsonderzoek of andere geïnteresseerden, zoals vrouwen ouder dan 64 jaar, voor hun partners en voor intermediairs.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

De infosessie maakt best deel uit van een ruimere actie waarvoor het Logo je kan ondersteunen.

### PRAKTISCH:

- Het Logo beschikt over de actuele versie van de PowerPointpresentaties.
- Het Logo gaat na welke gevormde spreker de presentatie kan verzorgen en wie beschikbaar is. Stel dat niemand in de regio beschikbaar is, legt het Logo de vraag voor aan het CvKO. Ad hoc vorming van een lokale spreker is mogelijk.
- Vanaf 20 deelnemers komt het CvKO tussen in de vergoeding van de spreker. De praktische regeling verloopt via het Logo.
- Duur: ongeveer 1u30 met mogelijkheid om vragen te stellen. Er is ook een kortere presentatie beschikbaar met accent op het verloop van het bevolkingsonderzoek.
- Het Logo kan helpen bij met de aankondiging en de praktische organisatie.
- Bekijk samen met het Logo welke ondersteuningsmiddelen bij de infosessie kunnen gebruikt worden.
- <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/logos>

BEVOLKINGS  
ONDERZOEK  
BAARMOEDER  
HALSKANKER

Spreker  
Functie

Bevolkingsonderzoek  
Baarmoederhalskanker Vlaanderen

BEVOLKINGS  
ONDERZOEK.BE

Vlaanderen  
is 2018

CvKO  
CENTRUM VOOR  
KANKEROPSPORING  
ANTWERPEN · BRUGGE · BRUSSEL · GENT · LEUVEN

# Infosheet voor de huisarts en de apotheker

## WAT?

Voor het piekmoment ontwikkelt het CvKO jaarlijks een digitale infosheet met actuele en relevante informatie voor de huisartsen en de apothekers en verspreidt die naar de voorzitters van de LOK van de huisartsen, de eerstelijnszones en het apothekersnetwerk. In de infosheet wordt aandacht besteed aan cijfers met betrekking tot het bevolkingsonderzoek en wordt gefocust op een specifiek thema.

## VOOR WIE?

De infosheet is bestemd voor de huisartsen en apothekers, en kan ook lokaal of voor de eerstelijnszone gebruikt worden.

## SETTINGS:



## GEBRUIK:

De infosheet kan in het kader van een lokale actie over het bevolkingsonderzoek ook verspreid worden naar de lokale huisartsen en apothekers, eventueel gepersonaliseerd voor de gemeente of eerstelijnszone.

## PRAKTISCH:

- De infosheets zijn beschikbaar bij het Logo.
- <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/praktische-informatie-voor-de-huisarts>
- <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/apothekers>

**ALGEMENE INFOSHEET**

**VERLIES HET PREVENTIEBELEID VAN UW KWETSBARE PATIËNTEN ZEKER NIET UIT HET OOG.**

**BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER**

Voor vrouwen van 25 tot en met 64 jaar is het aangewezen om zich driemaal te laten screenen voor baarmoederhalskanker d.m.v. een baarmoederhalsstrisje. Frequenter screenen is niet zinvol voor de vrouwen binnen de doelgroep zonder verhoogd risico. In juni 2023 startte de Vlaamse overheid met het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker. Er werd een efficiënt uitnodigingsmodel uitgewerkt, waarbij alleen vrouwen uitgenodigd worden die op eigen initiatief geen uitrijke laten nemen. Uitnodigingsstrategie: Het Centrum voor Kankeropsporing (CvKO) stuurt dus enkel een uitnodigingsbrief naar alle vrouwen die nog nooit of meer dan 48 maanden geleden een uitrijke hebben laten nemen. Voor de organisatie en evaluatie van het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker werkt het CvKO nauw samen met Stichting Kankerregister.

**Resultaten screeningsjaar 2018**

Wouter Beke, Vlaams minister van Welzijn, Volksgezondheid en Gezin stelde op 5 december 2019, het jaarsrapport 2018 voor.

Enkele relevante cijfers:

- 63,2% van de doelgroep was preventief in orde (totale dekking). In de gezondheidsdoelstelling voor Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker wordt er gestreefd naar een totale dekkinggraad van 65% tegen 2020.

**Totale dekkinggraad 2018 - Vlaams Gewest**

Jaar	90-94 jaar	85-89 jaar	80-84 jaar	75-79 jaar	70-74 jaar	65-69 jaar	60-64 jaar
2018	69.7%	67.5%	67.8%	66.7%	66.3%	64.5%	54.1%

Figuur 2: Totale dekking Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker per leeftijdscategorie - Vlaanderen (2018)

Er is een groot verschil in stadiumverdeling van de invasieve tumoren bij vrouwen die gescand zijn en vrouwen die nooit gescand zijn. Bij de vrouwen die vooropgesteld aan de diagnose misten één screening hadden, waren 68,1% van de tumoren stadium I en slechts 7,9% stadium IV. Bij de nooit gescande vrouwen zijn er meer tumoren in een vroege stadium en slechts 4,2% stadium I.

Interessie in het volledige jaarsrapport? Ga naar: <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/professionelen/terzuster>

Weet u of uw patiënte niet wanneer zij de laatste keer een uitrijke heeft laten nemen?

Bel gratis 0800/60.160.

Of zoek het op via uw EMD op vitalink of [www.myhealthviewer.be](http://www.myhealthviewer.be)

Meer info? Ga naar <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/>

**Welke meerwaarde kan u bieden in het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker?**

**INFORMEREN EN MOTIVEREN**

- Voor 14,3% van de vrouwen kan er geen enkele deadline teruggevonden worden sinds 2008, terwijl dit wel aangewezen is. U kan als vertrouwenspersoon deze vrouwen informeren over het bevolkingsonderzoek en hen motiveren om deel te nemen.
- Bovendien weten we dat (kans) arme vrouwen & vrouwen met een beperking zich minder laten screenen. Verlies het preventiebeleid van uw kwetsbare patiënten zeker niet uit het oog.
- Indien u wenst te weten wanneer een patiënte de laatste keer een uitrijke liet nemen, kan u hiervoor de MyHealthViewer consulteren.
- Uw patiënte kan zich ook via de website [www.baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be](http://www.baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be) inschrijven op een gratis herinneringsmail waarbij zij automatisch na drie jaar wordt uitgenodigd voor het bevolkingsonderzoek.
- Nog steeds gaan de meeste klachten over het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker over het ontvangen van een factuur van het labo'. De meerderheid van de klachten is terecht. Indien uw patiënte geen afwijzend screeninguitrijke heeft, worden de kosten voor een bijkomende HPV-typing doorgerekend aan uw patiënte. Wees hiervan bewust. Correct is dat er enkel HPV-typing wordt aangevraagd nadat een afwijzend cytologisch resultaat, dus pas na het resultaat van de cytologie bekend is.

**IN GEVAL VAN AFWIJKEND SCREEINGRESULTAAT**

- 15% van de vrouwen met een afwijzend screeningresultaat ondergaan geen adequate vervolgonderzoeken. Dit geldt ook voor 50% van de vrouwen met een uitrijke van onvoldoende kwaliteit. Wil rekenen op een uitrijke met afwijzende screeningresultaten te contacteren en hen te verwijzen voor de vereiste opsporingstelling.

Met vriendelijke groeten,

Dr. Patricia Martens  
vzw Centrum voor Kankeropsporing

Algemene infosheet, voor huisarts en voor apotheker (januari 2022)

## Kenniskwis

### WAT?

Kwis met 11 vragen over het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker.

### VOOR WIE?

Lokale intermediairs die de kennis willen verhogen van algemeen publiek en personen in de doelgroep over het bevolkingsonderzoek.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Organiseer een wedstrijdelement in je activiteit (bv infostand, marktactie), artikel of andere publicatie.

### PRAKTISCH:

- De kwis met de vragen en de antwoorden is beschikbaar bij het Logo.
- Er is ook een versie in eenvoudige taal, bijvoorbeeld voor mensen die moeite hebben met lezen, mensen met lage taalvaardigheden, anderstaligen die Nederlands leren.

BEVOLKINGS  
ONDERZOEK  
BAARMOEDER  
HALSKANKER

## EEN UITSTRIJKJE LAAT JE BEST JAARLIJKS NEMEN

OF

BEVOLKINGS  
ONDERZOEK  
BAARMOEDER  
HALSKANKER

### KWIS BAARMOEDER- HALSKANKER

#### WAT WEET JE OVER HET BEVOLKINGSONDERZOEK BAARMOEDERHALSKANKER?

Duid aan wat volgens jou het juiste antwoord is.

- Het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker is bedoeld voor...
  - Vrouwen van 20 tot en met 60 jaar
  - Vrouwen van 25 tot en met 64 jaar
  - Vrouwen van 25 tot en met 75 jaar
- Elke vrouw van 25 tot en met 64 jaar krijgt een uitnodiging.
  - Juist
  - Fout
- Een uitstrijkje is aangewezen om de drie jaar
  - Juist
  - Fout
- Ook al ben je in de menopauze, een uitstrijkje elke drie jaar blijft noodzakelijk.
  - Juist
  - Fout
- Als je gevaccineerd bent, moet je geen uitstrijkje meer laten nemen vanaf je 25ste.
  - Juist
  - Fout
- Baarmoederkanker en baarmoederhalskanker zijn twee verschillende kankers.
  - Juist
  - Fout
- Baarmoederhalskanker is besmettelijk.
  - Juist
  - Fout
- Als je lesbisch bent, kan je ook besmet geraken met het HPV.
  - Juist
  - Fout
- Ook als je altijd condooms hebt gebruikt, kan je toch besmet zijn met het HPV.
  - Juist
  - Fout
- Roken is ongezond en heeft invloed op het risico om baarmoederhalskanker te krijgen.
  - Juist
  - Fout

Meer info?  
<https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/>

BEVOLKINGS ONDERZOEK.BE Vlaanderen 2018 CvKO CENTRUM VOOR KANKEROPSPORING ANTWERPEN BRUSSEL BRUSSEL GENT LEUVEN

## Verteltas

### WAT?

Met de verteltas ga je in dialoog met personen in maatschappelijk kwetsbare situaties. Tijdens een groepsessie in een vertrouwde omgeving staat het verloop van het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker in ongeveer een uur tijd centraal.

Een door het Logo gevormde medewerker in de organisatie begeleidt de groepsessie.

De verteltas bevat veel beeldmateriaal en weinig tekst.

### VOOR WIE?

De verteltas is voor een kleine groep (6 à 8) vrouwen in de doelgroep met basiskennis van het Nederlands in organisaties die in nauw contact staan met of een aanbod hebben naar de maatschappelijk kwetsbare doelgroepen. Ook aan de vraag van andere organisaties voor deze methodiek kan tegemoet gekomen worden in overleg met het Logo.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Een begeleider die vertrouwd is met de doelgroep en door het Logo wordt opgeleid, legt het verloop van het bevolkingsonderzoek uit aan de hand van vertelplaten. De bedoeling is dat over het bevolkingsonderzoek een gesprek op gang komt, waarin ook drempels voor deelname kunnen aan bod komen. De verteltas is bijvoorbeeld ook geschikt om anderstalige nieuwkomers te informeren.

### PRAKTISCH:

- De organisatie zoekt samen met het Logo binnen de organisatie naar een geschikte begeleider.
- Het Logo kan helpen bij de aankondiging en de praktische uitwerking en leent de verteltas gratis uit mits een aantal afspraken.
- Het Logo en de begeleider maken een afspraak voor een vormingsmoment (train-the-trainer). Hierbij maakt de begeleider kennis met alle onderdelen van de verteltas. Nadien neemt de begeleider alles zelf goed door, bereidt zich voor en vraagt waar nodig meer informatie of duidelijkheid aan het Logo. Dan kan de begeleider in de organisatie aan de slag met de verteltas.
- Als er geen geschikte begeleider gevonden wordt in de organisatie, kan beroep gedaan worden op een externe begeleider die vertrouwd is met de doelgroep in de organisatie. Voor de kost voor de begeleiding van de groepsessie door een externe begeleider met de verteltas en met minstens 6 deelnemers kan je via het Logo rekenen op een vergoeding door het CvKO voor de begeleider.



## Webinar

### WAT?

Het CvKO ontwikkelt in 2022 verschillende webinars voor professionals over de bevolkingsonderzoeken naar kanker, waaronder een voor het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker.

### VOOR WIE?

De webinars zijn bedoeld voor onder meer Logo-medewerkers, intermediairs, zorgverleners, maatschappelijk werkers.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

De webinar laat je toe om als professional op het moment dat je past actuele informatie te verkrijgen over het bevolkingsonderzoek.

### PRAKTISCH:

- Bij het Logo is meer informatie beschikbaar over de verschillende webinars (bv over Incijfers, over de verteltas).
- Op vraag kan het CvKO via het Logo een webinar organiseren op maat van een specifieke beroepsgroep.
- <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/webinars-bevolkingsonderzoek-baarmoederhalskanker>



## Betrek het lokaal bestuur

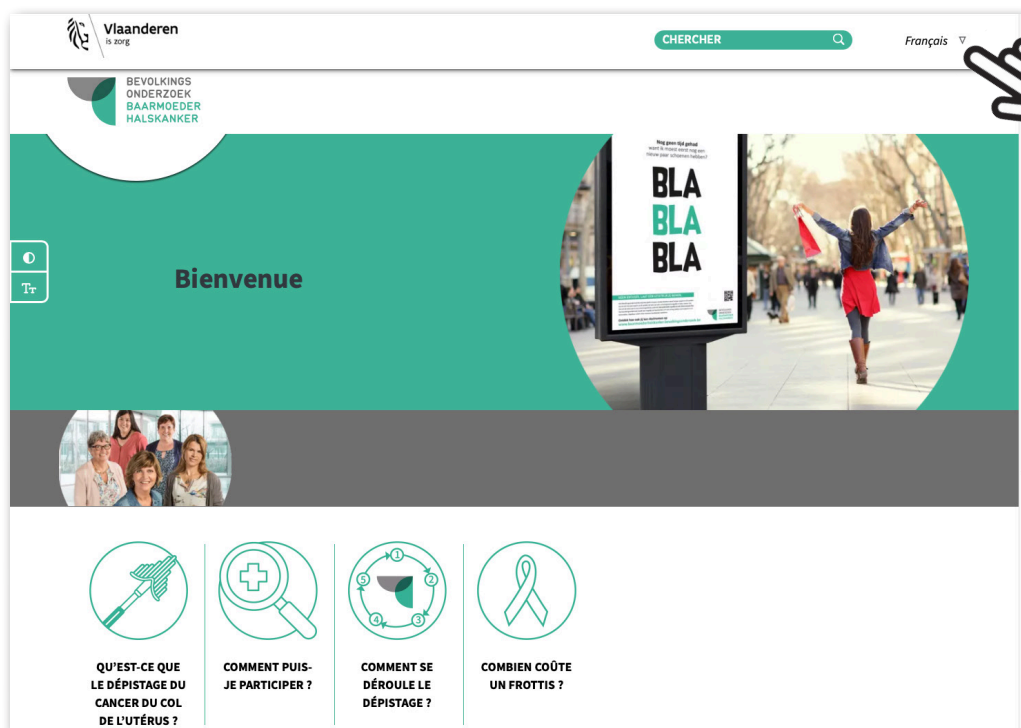
### WAT KAN JE DOEN?

- Bespreek met het lokaal bestuur op welke manier een lokaal project vorm kan krijgen en op een systematische manier kan georganiseerd worden. Introduceer en gebruik hiervoor de **Gids voor begeleiding van lokale projecten voor de bevolkingsonderzoeken naar kanker** (BLIK).
- Pleit ervoor dat in de gemeente een aanspreekpersoon is voor een lokale actie of voor beantwoording van vragen over het bevolkingsonderzoek. Dit is zeker een aandachtspunt in de faciliteitengemeenten.
- Neem contact op met het Logo met vragen in verband met vertaling van actiemateriaal.

### WAT KAN HET LOKAAL BESTUUR DOEN?

- Elk jaar tijdens het piekmoment in januari het bevolkingsonderzoek onder de aandacht brengen van de algemene bevolking. Hiervoor zijn ondersteuningsmiddelen beschikbaar bij het Logo.
- Het gemeenterapport raadplegen met cijfers over deelname aan het bevolkingsonderzoek in de gemeente of stad. Vraag hierover informatie aan het Logo.
- Samen met het Logo, bevoegde schepenen, verantwoordelijken en diensten van het lokaal bestuur en de relevante lokale partners een lokaal project uitwerken om groepen die minder geneigd zijn om aan het bevolkingsonderzoek deel te nemen te bereiken. **De Gids voor begeleiding van lokale projecten voor de bevolkingsonderzoeken naar kanker** biedt hiervoor zeker houvast.
- Adviesraden betrekken bij lokale acties met de bedoeling een divers publiek te kunnen bereiken. Bijvoorbeeld de cultuurraad, seniorenadviesraad, welzijnsraad, sportadviesraad, raad voor de lokale economie, integratieraad, multiculturele adviesraad, raad voor de toegankelijkheid in de gemeente of stad. Naast bespreking van activiteiten kan ook een korte voorstelling over het bevolkingsonderzoek op de agenda gezet worden.
- Initiatieven om het bevolkingsonderzoek of acties te ondersteunen en te verankeren in het lokaal gezondheidsbeleid. Eenmalige acties hebben meestal een beperkt effect, dus herhaling en verdieping zijn belangrijk.
- Een regiefunctie opnemen. Zelfs als het lokaal bestuur zelf geen plannen heeft tijdens de piekmomenten, dan kan het wel inventariseren welke activiteiten er op het grondgebied plaatsvinden, deze bundelen en erover communiceren via de eigen communicatiekanalen.
- Lokale intermediairs, verenigingen en sleutelfiguren in de buurten aanspreken om mee te werken aan een lokale actie. Bespreek met het Logo op welke manier ze goed kunnen geïnformeerd worden over het bevolkingsonderzoek zodat ze correcte informatie kunnen verstrekken aan vrouwen in de doelgroep.
- Bespreken met de dienst communicatie van de gemeente of de stad op welke manier het bevolkingsonderzoek of de actie via de eigen kanalen onder de aandacht van de algemene bevolking kan gebracht worden. Bijvoorbeeld via de eigen website, het gemeenteblad of het stadsmagazine, digitale borden in het straatbeeld, de activiteitenkalender, een persbericht of persmoment voor lokale of regionale pers (lokale tv, streeknieuws, huis-aan-huisbladen), Facebookberichten of berichten en teasers voor acties via andere sociale media. Ook lokale flyers met naast iconen van het bevolkingsonderzoek ook de iconen van de gemeente en partners om acties in de kijker te stellen (zie Huisstijlhandleiding).
- Een online platform of digitaal buurtnetwerk (zoals Hoplr) kan de bekendmaking van lokale activiteiten bevorderen. Er wordt wel opgemerkt dat vooral personen die digitaal vaardig zijn hierop hun weg vinden.
- Zorgen voor lokale blikvangers in het straatbeeld en voor een aandachtstrekker bijvoorbeeld in kinderopvang, sportgebouwen of sportinfrastructuur en andere plaatsen waar gezinnen komen. Vraag hiervoor tips aan het Logo. Het is belangrijk dat mensen met vragen terecht kunnen bij personen die goed op de hoogte zijn van het bevolkingsonderzoek.
- Een kick-off voor de actie organiseren.
- Als de keuze gemaakt wordt om ondersteuningsmiddelen van het CvKO te personaliseren voor de gemeente, hou dan zeker rekening met de afspraken op Vlaams niveau en de **Huisstijlhandleiding**. Hou bij het personaliseren (bv foto's van lokale sleutelfiguren) rekening met de diversiteit van de doelgroep in de gemeente of stad. Bijvoorbeeld een artikel met een interview met een lokale huisarts (inspiratie publicatie) of met een foto van lokale intermediairs en hun persoonlijke quotes. Leg ontwerpen via het Logo voor aan het CvKO. Voorzie voldoende tijd en budget om het gepersonaliseerd materiaal aan te maken. Het is bijvoorbeeld niet altijd even gemakkelijk om vrouwen in de doelgroep te vinden die bereid zijn om op de foto te staan die wijd verspreid wordt in de gemeente.
- Een infostand zetten in diensten van het lokaal bestuur waar vrouwen in de doelgroep langskomen. Bijvoorbeeld het stad- of gemeentehuis, cultureel centrum, bibliotheek, buurt- of wijkcentra, lokale dienstencentra. Een infostand kan ook op een event dat veel bezoekers aantrekt. Het is belangrijk dat de standhouders na een korte vorming goed op de hoogte zijn van het bevolkingsonderzoek.
- Besteed ook aandacht aan wat personen buiten de doelgroep en in de omgeving van vrouwen in de doelgroep kunnen doen tijdens de actie.

- Een brief naar de huisartsen, apothekers en andere zorgverleners met informatie over de geplande acties en met vraag voor actieve ondersteuning ervan. In samenspraak met het Logo een pakket (gift bag) samenstellen met ondersteuningsmiddelen en het persoonlijk aan hen bezorgen.
- Als facilititeitengemeente verkennen op welke manier burgers inzage kunnen hebben in de vertaling in het Frans van de documenten van het CvKO. Dit kan bijvoorbeeld bij een aanspreekpersoon van het lokaal bestuur.  
De vertaling in het Frans staat op de website <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/fr>



## NUTTIGE INFORMATIE

- Personen die een sticker op de brievenbus plakken om geen ongeadresseerd reclamedrukwerk te ontvangen zien de berichten niet in de huis-aan-huisbladen of flyers die gratis bedield worden.

## Betrek het Sociaal Huis

### WAT KAN JE DOEN?

Maatschappelijk werkers zijn vertrouwensfiguren van personen in de doelgroep. Als zij goed op de hoogte zijn van het verloop van het bevolkingsonderzoek en financiële aspecten (consultatie arts en uitstrijkje om de drie jaar gratis) en de kost voor vervolgonderzoek kunnen zij vragen van vrouwen in de doelgroep beantwoorden.

- Bekijk met het OCMW of het Sociaal Huis of een actie in de dienst mogelijk is. Bij voorkeur een actie die kadert in een ruimer lokaal project. Leg uit welke ondersteuningsmiddelen hiervoor bij het Logo kunnen aangevraagd worden.
- Organiseer een vormingsmoment voor de maatschappelijk werkers en andere medewerkers als zij dit wensen. Deze vorming, waarin veel gestelde vragen over het bevolkingsonderzoek aan bod komen, is ideaal om foutieve opvattingen of vooroordelen van de bevolkingsonderzoeken te weerleggen. De maatschappelijk werkers krijgen handvaten aangereikt om het thema bespreekbaar te maken met hun cliënten. Misschien is er interesse voor een digitale vorming of een **webinar**.
- Bezorg hen een didactisch pakket met het verloop van het bevolkingsonderzoek, een voorbeeld van de uitnodigingsbrief en folder en andere ondersteuningsmiddelen.
- Bekijk of een gelijkaardig initiatief mogelijk is met de sociale dienst van de mutualiteit.

### WAT KAN HET OCMW OF HET SOCIAAL HUIS DOEN?

- Gedurende een beperkte periode een actie organiseren over het bevolkingsonderzoek, met een infostand of aandachtstrekker in het Sociaal Huis of het OCMW. Beelden op een digitaal scherm kunnen het verband met het bevolkingsonderzoek versterken (bv. **digitale pancarte**, **film** op een discrete plaats). Dit past best in een ruimer project in de gemeente waarbij het Logo je kan ondersteunen.
- In het OCMW of het Sociaal Huis wordt het bevolkingsonderzoek in de kijker gesteld, bijvoorbeeld met een groene loper, infostand, groene aankleding. Alle medewerkers dragen een groen lintje.
- Met een kleine groep vrouwen kan een activiteit gepland worden waarop het bevolkingsonderzoek op een informele manier ter sprake kan komen, bijvoorbeeld groene lintjes maken, groepsgesprek met een huisarts of gynaecoloog waarbij vragen kunnen gesteld worden, bezoek aan het ziekenhuis.
- Maatschappelijk werkers beantwoorden vragen of spreken personen in de doelgroep in de mate van het mogelijke aan tijdens individuele begeleiding. Zij kunnen als vertrouwenspersoon correcte informatie verstrekken aan vrouwen in de doelgroep. Als reminder geven ze een **meeneemkaartje** of een **bladwijzer** mee; apart of in een goodiebag met nuttige producten.
- Maatschappelijk werkers kunnen reacties van vrouwen in de doelgroep over drempels om deel te nemen aan het bevolkingsonderzoek signaleren aan een contactpersoon die betrokken is bij het lokaal project.
- De maatschappelijk werker kan met vrouwen die niet aangesloten zijn bij de Belgische ziekteverzekering of die niet in regel zijn, bekijken op welke manier een oplossing kan gevonden worden (verzekeraarbaarheid in orde zetten in samenspraak met de verzekeringsinstelling). Dit is belangrijk voor de consultatie bij de huisarts/gynaecoloog en voor eventueel bijkomend onderzoek.



## Betrek het lokaal dienstencentrum

### WAT KAN JE DOEN?

Lokale dienstencentra bieden meestal een gevarieerd aanbod aan, waaronder informatieve, recreatieve en vormende activiteiten. Amusement, ontspannende activiteiten, sociale en culturele evenementen bijwonen of wat bijleren is er meestal mogelijk. Vaak is er ook een cafetaria, soms worden warme maaltijden aangeboden of kan je er terecht voor lichaamsverzorging. Mogelijk is er een nauwe samenwerking met buurthuizen en clubhuisjes.

- Bekijk met de begeleiders of vormingswerkers of een actie rond het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker in de werking past, hierbij rekening houdend met de leeftijd en de interesses van het cliënteel.
- Het initiatief sluit bij voorkeur aan bij een ruimer lokaal project. Leg uit welke ondersteuningsmiddelen hiervoor bij het Logo kunnen aangevraagd worden.
- Organiseer een vormingsmoment voor de medewerkers als zij dit wensen. Deze vorming, waarin veel gestelde vragen over het bevolkingsonderzoek aan bod komen, is ideaal om foutieve opvattingen of vooroordelen van de bevolkingsonderzoeken te weerleggen. De medewerkers krijgen handvaten aangereikt om het thema bespreekbaar te maken.
- Bezorg hen een didactisch pakket met het verloop van het bevolkingsonderzoek, een voorbeeld van de uitnodigingsbrief en folder en andere ondersteuningsmiddelen.

### WAT KAN HET LOKAAL DIENSTENCENTRUM DOEN?

- Gedurende een beperkte periode een actie organiseren over het bevolkingsonderzoek, met een infostand of aandachtstrekker. Beelden op een digitaal scherm kunnen het verband met het bevolkingsonderzoek versterken (bv. **digitale pancarte**, **film** op een discrete plaats). Dit past best in een ruimer project in de gemeente. Het Logo kan je hierbij ondersteunen.
- Het bevolkingsonderzoek wordt in de kijker gesteld, bijvoorbeeld met een groene loper, infostand, groene aankleding. Alle medewerkers dragen een groen lintje.
- Met een kleine groep vrouwen in de doelgroep van het bevolkingsonderzoek kan een activiteit gepland worden waarop het bevolkingsonderzoek op een informele manier ter sprake kan komen, bijvoorbeeld groene lintjes maken, een **kenniskwis**, groepsgesprek met een huisarts of gynaecoloog waarbij vragen kunnen gesteld worden.
- Medewerkers die goed geïnformeerd zijn over het bevolkingsonderzoek beantwoorden vragen of spreken personen in de doelgroep in de mate van het mogelijke aan tijdens individuele begeleiding. Als reminder geven ze een **meeneemkaartje** of een bladwijzer mee. Zij kunnen reacties van vrouwen in de doelgroep over drempels om deel te nemen aan het bevolkingsonderzoek signaleren aan een contactpersoon die betrokken is bij het lokaal project.

## Betrek de apothekers

### WAT KAN JE DOEN?

Bekijk voor de lokale situatie via welke contacten je de apothekers best kan bereiken: via de apothekersvereniging of het apothekersnetwerk, via een vertegenwoordiger van de apothekers in een lokale adviesraad of via een contactpersoon van de eerstelijnszone.

Afhankelijk van de lokale situatie werk je dan voorstellen uit in samenspraak met je contactpersonen.

Bespreek met de apothekers op welke manier zij het BVO aan vrouwen kunnen bekend maken. Benadruk hun rol als laagdrempelige vertrouwensfiguren waarmee de vrouwen in contact komen.

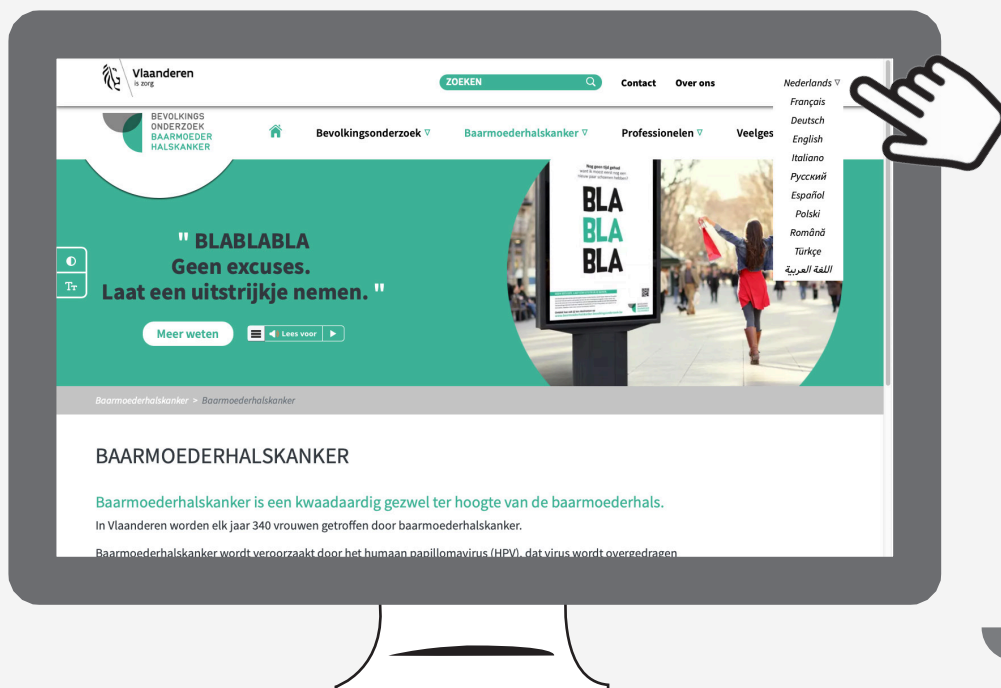
Als apothekers goed op de hoogte zijn van de organisatie van het bevolkingsonderzoek kunnen zij hun rol optimaal opnemen.

Aanbod voor de apothekers:

- Bezorg de apothekers voorbeelden van ondersteuningsmiddelen voor het BVO, zoals de **affiche**, een **folder**, het **meeneemkaartje** samen met de **infosheet** voor apothekers (en huisartsen) en de eventuele activiteitenkalender voor lokale acties rond preventie. Dit kan onder de vorm van een **didactisch pakket** dat persoonlijk aan elke apotheker bezorgd wordt. Vermeld ook hoe en waar ze ondersteuningsmiddelen kunnen aanvragen.
- Bekijk met het Logo of de infosheet door het CvKO kan gepersonaliseerd worden voor de gemeente of de regio.
- Mogelijk hebben de apothekers samen met hun regionale vereniging of in de eerstelijnszone interesse voor een **webinar**, een infoavond of **een artikel** in hun nieuwsbrief? Bespreek dit dan tijdig met het Logo.

### WAT KAN DE APOTHEKER DOEN?

- Personen met vragen correct informeren over het bevolkingsonderzoek. Voor meer informatie cliënteel verwijzen naar het gratis nummer 0800 60 160 en <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be>
- Vrouwen informeren dat ze zich via de website <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/inschrijving-baarmoederhalskanker-bevolkingsonderzoek> kunnen inschrijven op een gratis herinneringsmail waarbij zij automatisch na drie jaar worden uitgenodigd voor het bevolkingsonderzoek.
- Tijdens de piekmaand of de lokale actiemaand een affiche ophangen, de **digitale pancarte** tonen op het scherm, een **roll-upbanner** plaatsen, **meeneemkaartjes** ter beschikking stellen.
- Zich mee engageren in het lokaal project of de lokale werkgroep.
- De **vertalingen** op de website van het CvKO gebruiken of ernaar verwijzen. Daar staat de vertaling van basisinformatie over het BVO en de uitnodiging met de folder in het **Arabisch, Duits, Engels, Frans, Italiaans, Pools, Roemeens, Russisch, Spaans en Turks**.



## Betrek bedrijfsartsen en externe diensten

### WAT KAN JE DOEN?

- Informeer bedrijfsartsen en externe diensten voor preventie en bescherming op het werk over het bevolkingsonderzoek, het lokaal project en de gekozen actie.
- Betrek zelf ook de lokale ondernemingen bij de lokale actie en bekijk samen met hen op welke manier ze het bevolkingsonderzoek onder de aandacht van hun medewerkers kunnen brengen.
- Persoonlijke contacten bieden zeker een meerwaarde. Laat hen weten dat ze ondersteuningsmiddelen kunnen aanvragen bij het Logo.

Dit zorgt ervoor dat ook in de directe werkomgeving aandacht besteed wordt en correcte informatie verspreid wordt over het bevolkingsonderzoek.

### WAT KAN DE BEDRIJFSARTS DOEN?

- Zich correct informeren over het bevolkingsonderzoek.
- Bij de werkgevers en werknemers aandacht vestigen op het belang van vroege opsporing, het bevolkingsonderzoek en hun vragen beantwoorden.
- De bestaande ondersteuningsmiddelen gebruiken, zoals **affiches, meeneemkaartjes, bladwijzers, roll-up-banners, een digitale pancarte** op de beeldschermen, een infostand.
- Vertrouwenspersonen inschakelen op het werk.

## Betrek de huisartsen

### WAT KAN JE DOEN?

Betrek de huisartsen bij het lokaal project en bekijk samen op welke manier zij kunnen bijdragen om de vrouwen in de doelgroep goed te informeren, met specifiek aandacht voor vrouwen die (nog) niet deelnemen aan het bevolkingsonderzoek. **Uit onderzoek blijkt dat het advies van de huisarts een trigger kan zijn om een uitstrijkje te laten nemen.** Speel in op de rol van de huisarts als vertrouwensfiguur waarmee de vrouwen in contact komen. Vestig hiermee de aandacht op het signaal van vrouwen dat de huisarts met hen belang van een uitstrijkje nog niet besproken heeft.

Als huisartsen goed op de hoogte zijn van de organisatie van het bevolkingsonderzoek kunnen zij hun rol optimaal opnemen. In communicatie over het bevolkingsonderzoek en het uitstrijkje, wordt de vrouw voor antwoord op persoonlijke vragen altijd verwezen naar de huisarts (of gynaecoloog).

Bekijk voor de lokale situatie via welke contacten je de huisartsen best kan bereiken: via de huisartsenkring, via een vertegenwoordiger van de huisartsen in een lokale adviesraad of via een contactpersoon van de eerstelijnszone.

Afhankelijk van de lokale situatie werk je dan voorstellen uit in samenspraak met je contactpersonen.

### VOORBEELDEN VAN AANBOD NAAR DE HUISARTSEN

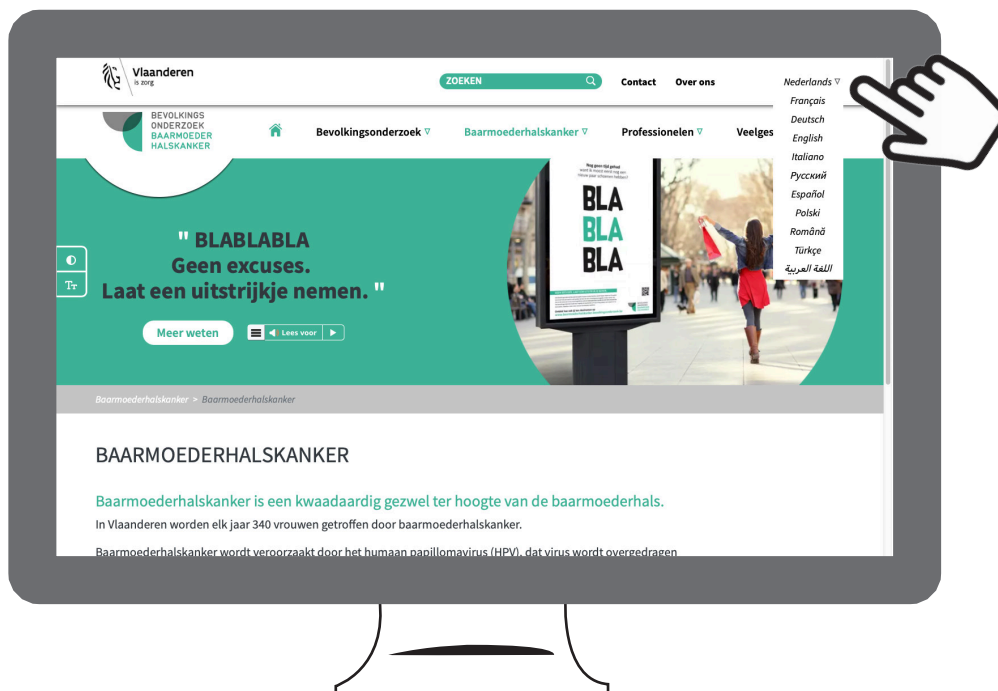
- De **infosheet** kan in overleg met het CvKO gepersonaliseerd worden voor de gemeente, een groep van gemeenten of de regio (bv huisartsenkring, eerstelijnszone of Logoregio).
- Stel een didactisch pakket met ondersteuningsmiddelen over het BVO samen en bekijk of dit in het kader van een lokaal project persoonlijk kan overhandigd worden in de huisartsenpraktijk. Ook een begeleidende brief, **de infosheet en de brochure over het huisartsenproject** kunnen daarin. Vermeld ook duidelijk waar de huisartsen ondersteuningsmiddelen kunnen aanvragen.
- Neem voor een artikel in het lokale infoblad een interview af met een huisarts. Mogelijk biedt de **publireportage** hiervoor inspiratie. Neem een motiverende quote van een arts op in lokaal communicatiemateriaal.
- Organiseer in samenspraak met het Logo, het CvKO en de huisartsenkring en/of de ELZ een **webinar**, waarbij ook vragen van de huisartsen beantwoord worden.
- Tijdens een rondetafelgesprek en in dialoog met de huisartsen bekijk je samen redenen waarom vrouwen geen uitstrijkje laten nemen. De huisartsen geven dan aan op welke drempels zij zelf stuiten (op niveau van hun praktijk, gemeente, deelgemeente of buurt) of wat zij horen van hun patiënten. Lees eventueel ter voorbereiding het verslag van de focusgroepen hierover dat ter beschikking is bij het Logo.
- Nodig een huisarts of gynaecoloog uit om vragen van vrouwen te beantwoorden over het uitstrijkje. In het gesprek kunnen drempels aan bod komen om een uitstrijkje te laten nemen. Bijvoorbeeld de overtuiging dat een uitstrijkje niet nodig is, onrust bij een afwijkend uitstrijkje en angst voor het bijkomend onderzoek. Dit gesprek kan met de vrouwen vooraf voorbereid worden en kan ook bijvoorbeeld als vervolgactiviteit op een sessie met de **verteltas** georganiseerd worden.
- Huisartsen kunnen aangesproken worden om deel te nemen aan het huisartsenproject voor het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker. In dit project ontvangt de vrouw een herinneringsbrief voor een uitstrijkje van de huisarts. Vraag hierover meer informatie aan het Logo.

### WAT KUNNEN DE HUISARTSEN DOEN?

- De vrouwen die zich nog niet of niet recent lieten onderzoeken systematisch individueel informeren en motiveren om deel te nemen. Deze groepen laten zich minder screenen:
  - vrouwen in bepaalde leeftijdsgroepen, namelijk ouder dan 50 en de leeftijdsgroep 25-29 jaar
  - vrouwen met een beperking
  - (kans)arme vrouwen.
- Vitalink, Myhealthviewer.be of MijnGezondheid.be consulteren om te weten wanneer een patiënte de laatste keer een uitstrijkje liet nemen.
- Beeldmateriaal, zoals het **verloop** of het **filmpje** over hoe een uitstrijkje genomen wordt gebruiken of verwijzen naar de vertalingen van actiemateriaal op de website Bevolkingsonderzoek.be.
- Intekenen op het **huisartsenproject** van het CvKO.
- Contact opnemen met vrouwen bij wie na het afwijkend uitstrijkje bijkomend onderzoek nodig is. Hen in een persoonlijk gesprek het belang van bijkomend onderzoek uitleggen, hen motiveren om het bijkomend onderzoek te laten uitvoeren en hen informeren over waar ze hiervoor terecht kunnen.

## NUTTIGE INFORMATIE VOOR DE HUISARTSEN

- Ondersteuningsmiddelen zijn beschikbaar bij het Logo, zoals:
  - **digitale pancarte** of **loop** op een scherm in de wachtzaal
  - **meeneemkaartjes, bladwijzers of publieksfolders**
  - link naar films van het CvKO over het uitstrijkje
- Op de **website** van het CVKO staat de vertaling van basisinformatie over het BVO en de uitnodiging met de folder in het **Arabisch, Duits, Engels, Frans, Italiaans, Pools, Roemeens, Russisch, Spaans en Turks**.



- Vrouwen kunnen zich via de [website https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/inschrijving-baarmoederhalskanker-bevolkingsonderzoek](https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/inschrijving-baarmoederhalskanker-bevolkingsonderzoek) inschrijven om een gratis herinneringsmail te ontvangen waarbij zij automatisch na drie jaar worden uitgenodigd voor het bevolkingsonderzoek.

## Betrek het wijkgezondheidscentrum of de groepspraktijk

### WAT KAN JE DOEN?

De faciliteiten in een wijkgezondheidscentrum (WGC) of een groepspraktijk bieden meestal mogelijkheden om een thema onder de aandacht te brengen van hun cliënteel.

Bespreek de manier waarop zij het bevolkingsonderzoek en de lokale actie kunnen ondersteunen. Het Logo kan hierbij helpen. Je kan een **didactisch pakket** met ondersteuningsmiddelen over het BVO samenstellen en dit in het kader van een lokaal project persoonlijk overhandigen in de praktijk. Laat hen weten dat ze ondersteuningsmiddelen kunnen aanvragen bij het Logo.

Je kan het wijkgezondheidscentrum of de groepspraktijk betrekken in de lokale werkgroep die een actie voorbereidt.

### WAT KAN HET WIJKGEZONDHEIDSCENTRUM OF DE GROEPSPRAKTIJK DOEN?

- Zich mee engageren in het lokaal project.
- Ervoor zorgen dat vrouwen bij iemand terecht kunnen om te praten over hun bezorgdheid of angst voor een uitstrijkje of onrust voor een vervolgonderzoek. Dit initiatief kan tegemoet komen aan de nood die vrouwen signaleren.
- Ondersteuningsmiddelen zoals de **roll-upbanner**, **digitale pancarte** op een scherm, **meeneemkaartjes**, **affiches**, een poster of **loop met het verloop** inzetten. Ze zijn verkrijgbaar bij het Logo.
- De arts kan vrouwen die zich nog niet of niet recent lieten onderzoeken persoonlijk informeren en motiveren om deel te nemen. Vrouwen in bepaalde leeftijdsgroepen (ouder dan 50, leeftijdsgroep 25-29 jaar), vrouwen met een beperking, (kans)arme vrouwen en vrouwen uit Oost-Europa laten zich minder screenen.
- Een groepsessie met de **verteltas** organiseren.
- Het wijkgezondheidscentrum of de groepspraktijk kan intekenen op het **huisartsenproject**.

## Betrek het ziekenhuis

### WAT KAN JE DOEN?

Bespreek met de verantwoordelijke van de dienst communicatie of de sociale dienst van het ziekenhuis de mogelijkheden om het bevolkingsonderzoek en de lokale actie te ondersteunen. Persoonlijke contacten bieden zeker een meerwaarde. Laat hen weten dat ze ondersteuningsmiddelen kunnen aanvragen bij het Logo.

### WAT KAN HET ZIEKENHUIS DOEN?

- Zich mee engageren in een lokaal project over het bevolkingsonderzoek.
- Een groep van geïnteresseerde vrouwen begeleiden bij een bezoek aan het ziekenhuis. Dit kan bijvoorbeeld ter gelegenheid van een opendeurdag of dag van de zorg.  
Een vertrouwenspersoon of begeleidster van een groep vrouwen of een medewerker van de sociale dienst of dienst communicatie geeft aan de vrouwen uitleg over de dienst gynaecologie, maar ook over het onthaal (elektronische aanmelding) en de betalingsmodaliteiten.  
Een medewerker van de dienst gynaecologie geeft uitleg over het uitstrijkje en beantwoordt vragen zoals over hoe alles precies verloopt, over de kostprijs van onderzoek en over hoe je het resultaat verneemt.  
Het bezoek kan op voorhand voorbereid worden met de groep, bijvoorbeeld als vervolgvacature op de **verteltas** voor het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker.  
Bij de voorbereiding kan ook een sociale tolk of intercultureel medewerker betrokken worden. Hierdoor komen de medewerksters van het ziekenhuis in contact met vrouwen en met hun vragen over of hun angst voor het ziekenhuis, onderzoeken of voor financiële implicaties.  
Er kan ook uitleg gegeven worden over bijkomend onderzoek na een afwijkend uitstrijkje.
- Ondersteuningsmiddelen kunnen ingezet worden, zoals **affiches, meeneemkaartjes of het verloop** van het bevolkingsonderzoek op een poster. Bijvoorbeeld de digitale banner, animatiefilm of verloop van het bevolkingsonderzoek in 'loop' tonen op een scherm.  
Deze ondersteuningsmiddelen kunnen aangevraagd worden bij het Logo.
- Een **infostand** opstellen over een of meerdere bevolkingsonderzoeken, bemand door personen die goed op de hoogte zijn.
- Contactpersonen voor lotgenotencontact bekend maken.

## Betrek ziekenfondsen

### WAT KAN JE DOEN?

Informeer en betrek de lokale afdelingen van de ziekenfondsen over het bevolkingsonderzoek en over de lokale actie.

### WAT KAN HET ZIEKENFONDS DOEN?

- Het bevolkingsonderzoek en de lokale actie ondersteunen. De GVO-diensten van de ziekenfondsen zetten ook regelmatig informatie over de bevolkingsonderzoeken in hun ledenblad of op de website.
- Zich engageren in de lokale actie en het activiteitenaanbod via hun kanalen mee promoten.
- De ondersteuningsmiddelen voor het bevolkingsonderzoek inzetten, zoals de **affiches**, de **folders**, de **mee-neemkaartjes**, de **digitale pancartes** op de beeldschermen.
- De maatschappelijk werkers in de sociale dienst kunnen vragen van leden over de uitnodigingsbrief of een factuur van het labo beantwoorden of hen helpen om uit te zoeken of ze nog een uitnodiging zullen ontvangen op <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl> of wanneer hun laatste onderzoek was op <https://www.mijngezondheid.belgie.be>.



## Betrek de lokale intermediairs

### WAT KAN JE DOEN?

De term lokale intermediairs kan je zeer breed interpreteren. Hier verstaan we er de lokale actoren onder die op basis van hun professionele of recreatieve bezigheden regelmatig in aanraking komen met de doelgroep van het bevolkingsonderzoek. Als je een steekkaart van de gemeente of de stad opstelt, dan krijg je ook zicht op de actoren die relevant zijn om specifieke groepen meer en beter te informeren over het bevolkingsonderzoek.

Opbouwen en onderhouden van een lokaal netwerk van organisaties die rechtstreeks werken met en naar vrouwen in maatschappelijk kwetsbare situaties en met hen een vertrouwensband hebben, vergt heel wat investering voor ons en voor hen. De kans op slagen verhoogt als je een win/win situatie kan vinden waarbij aansluiting gevonden wordt bij elkaars doelen. Denk ruim, betrek bijvoorbeeld ook de Gezinsbond, een sociale huisvestingsmaatschappij, sport voor 50-plussers.

- Geef vorming aan de intermediairs, bijvoorbeeld tijdens een 'prikkelmoment', over het bevolkingsonderzoek baarmoederhalskanker. Luister naar hun vragen en voorstellen om bepaalde groepen beter te kunnen bereiken.
- Organiseer een gezondheidsrally voor de lokale intermediairs, zodat zij op een informele manier meer te weten komen over het bevolkingsonderzoek en hun betrokkenheid verhoogt.
- Stel een visueel pakket samen met ondersteuningsmiddelen voor het bevolkingsonderzoek en een lijst met veel gestelde vragen; maak een korte e-learning.
- Organiseer samen met intermediairs een **infosessie** in de gemeente of eerstelijnszone waarbij een deskundige spreker het belang van vroegtijdige opsporing uitlegt, het verloop van het bevolkingsonderzoek toelicht en vragen beantwoordt. Het Logo ondersteunt je bij het organiseren van een infosessie. Indien nodig kan in samenspraak met het CvKO een adhoc vorming georganiseerd worden voor een geïnteresseerde spreker. Hiermee kan correcte informatie gedeeld worden met een heterogeen doelpubliek (vrouwen in en buiten de doelgroep, mannen, lokale actoren). De attitude dat het niet nodig is om zich te laten onderzoeken, bijvoorbeeld omdat je geen klachten hebt, kan hier beïnvloed worden.
- Stel aan de lokale intermediairs voor om een kleinschalige activiteit voor de vrouwen in hun eigen doelgroep te organiseren. Door met de intermediairs ook aandacht te hebben voor praktische vragen die vrouwen hebben kan je hier ook werken aan de verlaging van drempels voor de vrouw om een uitstrijkje te laten nemen. Vragen zoals waar kan ik een uitstrijkje laten nemen, van wie komt de uitnodiging, hoeveel kost een uitstrijkje, kostprijs consultatie huisarts of gynaecoloog.
- Stel voor om een activiteit in de vrije tijd of in het kader van een vorming te organiseren, waarbij in spelvorm **kwisvragen** over het bevolkingsonderzoek beantwoord worden. De kwisvragen kunnen individueel of in groep ingevuld worden, schriftelijk of mondeling, op papier of digitaal. Waarom geen **gezondheidsrally**? Waar mogelijk wordt een beloning verbonden aan de juiste antwoorden of krijgt de winnaar een prijs. Hiermee kan iemand op een laagdrempelige manier nieuwe informatie verwerven over het bevolkingsonderzoek, kan kennis bevestigd worden of misvattingen rechtgezet.
- Verken samen met het lokaal bestuur of er aansluiting kan gevonden worden bij een thema of activiteit in de gemeente waarvoor vrouwen interesse hebben. Een gevormde begeleidster geeft bijvoorbeeld op een informele manier vrouwen in hun eigen taal informatie over het bevolkingsonderzoek, met gebruik van ondersteuningsmiddelen.

#### Voorbeelden van activiteiten

- sportieve activiteiten en bewegen zoals fietsen, wandelen, fitness, joggen
- culturele en kunstzinnige activiteiten, lezen, vrouwen in de kunst, tentoonstelling of museumbezoek
- religieuze activiteiten, activiteiten in de geloofsgemeenschap, parochie of moskee
- lichaamsverzorging, modeshow of voorstelling van seizoencollectie (lingerie)
- workshops en hobby's zoals tuinieren, koken, naaien, breien
- rookstopsessies (vermits roken een bijkomende risicofactor is) of Bewegen op Verwijzing.
- Besteed zeker aandacht aan de rol en de vorming van vrijwilligers. Vrouwen geven correcte informatie aan vrouwen (peers) in een niet-medische omgeving. De attitude ten opzichte van ziekte, kanker of het bevolkingsonderzoek kan hierbij aan bod komen.
- Ga na of via sociale verenigingen of sociale dienstverlening de mogelijkheid bestaat om discreet met iemand (buddy) te spreken over de uitnodiging of iemand te vinden die hen vergezelt naar het onderzoek. Dit initiatief komt tegemoet aan de nood van sommige vrouwen die iemand zoeken om in vertrouwen te spreken over het bevolkingsonderzoek of aan de vraag om hen te begeleiden naar de huisarts of de gynaecoloog.
- Verken of er sociale tolken actief zijn in de gemeente of in een organisatie (ziekenhuis) waar je beroep kan op doen (<https://www.integratie-inburgering.be/nl/wat-kunnen-we-voor-jou-doen/ondersteuning-voor-je-organisatie-of-lokaal-bestuur/wil-je-een-beroep-doen-op-een-sociaal-tolk-of-vertaler>).

Bied hen een vorming aan over het bevolkingsonderzoek zodat zij in hun eigen job en op lokale activiteiten de informatie op een correcte manier kunnen overbrengen. Op de website <https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl> staat zowel de vertaling van de uitnodiging, de folder en het verloop als basisinformatie in Arabisch, Duits, Engels, Frans, Italiaans, Pools, Roemeens, Russisch, Spaans en Turks.

Maak het aanbod bekend aan de relevante lokale partners. Hierdoor speel je in op de taalbarrière die vrouwen in de doelgroep kunnen ervaren.

- Pols bij vertrouwensfiguren van een specifieke doelgroep of zij bereid zijn om uitspraken (quotes) over deelname aan het bevolkingsonderzoek te delen en te laten verspreiden via hun vertrouwde kanalen. Bijvoorbeeld: een lokale arts (of artsen) verbonden aan een wijkgezondheidscentrum, een lid van een vrouwenorganisatie, een vrouw van een lokaal dienstencentrum, thuisverpleegkundige. Bewaak de inhoud van de uitspraken en koppel de voorstellen via het Logo terug naar het CvKO. Deze uitspraken kunnen herhaald worden via de lokale media. Combineer ze waar mogelijk met foto's zodat de uitspraken levensecht zijn. De uitspraken en/of foto's kunnen mits duidelijke afspraken hierover opgenomen worden in een artikel voor het lokaal infoblad, flyers over de actie, de infosheet voor huisartsen/apothekers, e-mailbanner, website van de gemeente/stad. Hiermee kunnen sleutelfiguren en personen met wie vrouwen in de doelgroep vertrouwd zijn, getuigen over het belang van vroege opsporing en deelname aan het bevolkingsonderzoek.

## WAT KUNNEN INTERMEDIARIS DOEN?

- Jaarlijks het piekmoment in de kijker stellen en/of zich engageren in een lokaal project voor het bevolkingsonderzoek.
- Informatie over het bevolkingsonderzoek koppelen aan een activiteit waarmee hun eigen doelgroep vertrouwd is.

Voorbeelden:

- Een vrouwenvereniging organiseert een wandeling, gekoppeld aan een infomoment, **kenniskwis** of de **gezondheidsrally**.
- Een wandelclub combineert een wandeling met de gezondheidsrally.
- Vóór het begin van een vergadering van een adviesraad of een vereniging geeft een gevormde spreker toelichting over het bevolkingsonderzoek met illustratie van beeldmateriaal, zoals een **filmpje** van het CvKO.
- Een interview met een deskundige of bekendmaking van de actie voor het bevolkingsonderzoek op de lokale radio of de seniorenradio.
- Tijdens een ladies night wordt ook het bevolkingsonderzoek onder de aandacht gebracht, zoals met een korte inleidende presentatie, een aandachtstrekker, een infostand of een goodiebag waarin ook informatie zit over het bevolkingsonderzoek.
- In samenspraak met de moskee wordt aan een aparte activiteit voor vrouwen (bv. in de vrouwenwerkgroep) of mannen (bv. op vrijdag na het avondgebed) een informatiemoment gekoppeld. Indien gewenst kan voor deze activiteit ook een tolk opgeleid worden.
- Initiatief nemen voor een groepssessie met de **verteltas** waarbij een door het Logo gevormde begeleidster waarmee de personen vertrouwd zijn, uitleg geeft over het bevolkingsonderzoek met visueel materiaal en in de taal die zij begrijpen. Er is ruimte voor gedachtewisseling en beantwoording van vragen. Opbouw- werkers of buurtwerkers gaan hiermee aan de slag, evenals andere organisaties van of voor personen in maatschappelijk kwetsbare situaties.
- Initiatieven nemen binnen hun eigen werking om correcte informatie te verspreiden over het bevolkingsonderzoek via hun eigen kanalen. Bijvoorbeeld informatie of een interview in een ledenblad, **digitale banner** op de website, via **Facebookberichten** en andere sociale media.

## Betrek lokale handelaars

### WAT KAN JE DOEN?

Bekijk met de lokale handelaars op welke manier zij de lokale actie voor het bevolkingsonderzoek in de kijker kunnen stellen en informeer hen over het bevolkingsonderzoek. Dit kan bijvoorbeeld via de lokale middenstandsorganisatie.

Denk ook aan nachtwinkels, etnische winkels, sociale kruidenier, grootwarenhuizen en aan de marktkramers (marktactie).

Maak gebruik van hun eigen kanalen of fora. Lokale handelaars en hun medewerkers worden hierdoor ook voor zichzelf herinnerd aan het belang van vroege opsporing. Dit kan ervoor zorgen dat vrouwen in de omgeving van de vrouw correct geïnformeerd worden over het belang van het bevolkingsonderzoek en er andere vrouwen kunnen aan herinneren.

### WAT KUNNEN LOKALE HANDELAARS DOEN?

- De lokale actie ondersteunen, bv. met **affches** of flyers, en de actie zichtbaar maken in het straatbeeld. Die kan je aanvragen bij het Logo. Meedoen aan de lokale actie kan ook het gesprek tussen de medewerkers over preventie op gang brengen. Groene lintjes dragen.
- Zelf een initiatief nemen dat aansluit bij de lokale actie voor het bevolkingsonderzoek, bv.
  - bakkers decoreren gebakjes, bakken iets opvallend voor de actie of laten broodzakken bedrukken met informatie over het bevolkingsonderzoek of de lokale activiteitenkalender.
  - de kringwinkel en de linteriewinkels leveren ondergoed voor een slinger in het straatbeeld.
- Meedoen aan een etalageactie die gekoppeld is aan een wedstrijd of themawandeling, waar lokale kunstwerken de etalages sieren of waarbij etalages groene accenten gebruiken.
- Een marktactie organiseren met een aantrekkelijk marktkraam en opgeleide vrijwilligsters die vrouwen kunnen aanspreken.
- Een nuttige inbreng leveren voor goodiebags voor deelnemers aan een actie waarbij aandacht besteed wordt aan het bevolkingsonderzoek.

## Betrek onderwijs

### WAT KAN JE DOEN?

Maak een afspraak met een schoolondersteuner van een secundaire school, een docent in het hoger onderwijs of een verantwoordelijke in het volwassenonderwijs. Verken of de inhoud en het belang van het bevolkingsonderzoek aan bod kan komen in de lessen in het secundair onderwijs, het hoger onderwijs of het volwassenenonderwijs in de gemeente of stad.

In de leerplannen van het secundair onderwijs (1/9/2021) zijn er bijvoorbeeld aanknopingspunten bij Maatschappij en Welzijn. In de onderwijsdoelen is aansluiting mogelijk bij sleutelcompetenties lichamelijke en geestelijke gezondheid.

In hogescholen kan je zowel docenten benaderen als de studenten als toekomstige professionelen. Zij kunnen kennismaken met het bevolkingsonderzoek en met de rol die ze daarin kunnen spelen.

In het volwassenenonderwijs volgen personen in de doelgroep cursussen zoals tweedekansonderwijs, Nederlands voor anderstaligen (NT2), talen, administratie, digitale vaardigheden. In de lessen Maatschappelijke oriëntatie vind je raakvlakken.

### WAT KUNNEN SCHOLEN OF HET VOLWASSENENONDERWIJS DOEN?

- Een gevormde spreker uitnodigen in de les.
- Er kan geëxploreerd worden of er praktische oefeningen of opdrachten zijn waarbij de studenten op hun beurt de informatie kunnen delen met personen in de doelgroep in hun directe omgeving, bv via interview of noteren van verhalen. Dit kan ervoor zorgen dat personen in de doelgroep via deze weg informatie krijgen over het bevolkingsonderzoek. Maar ook dat gezinsleden het gesprek aangaan.
- Sommige opleidingen in het secundair of hoger onderwijs bieden studenten de mogelijkheid om kortere of langere stages te lopen in lokale projecten (verpleging, communicatie).
- Je kan een pancarte tonen op een scherm (bv in de inkom, in een ontspanningsruimte) in het kader van een activiteit tijdens een actieweek of een infostand plaatsen waar personen die goed op de hoogte zijn correcte informatie geven over het bevolkingsonderzoek.
- Lesgevers van Ligo gaan aan de slag met de **verteltas**.
- Mogelijk vinden begeleiders in de werking voor moeders van Okan of lesgevers bij Atlas, In-Gent of andere integratiecentra (<https://www.integratie-inburgering.be/nl/contact/contactpunten>) aanknopingspunten in de lessen maatschappelijke oriëntatie voor nieuwkomers.

## Betrek bedrijven

### WAT KAN JE DOEN?

De werkomgeving kan de lokale actie versterken. Contacteer diverse ondernemingen en baseer je hiervoor op de lokale bedrijvengids. Kijk ook of er een maatwerkbedrijf of sociale tewerkstellingsinitiatieven zijn waardoor je personen in maatschappelijk kwetsbare situaties kan bereiken.

Vraag je lokaal bestuur of lokale organisaties wat hun plannen zijn tijdens de actiemaand, zodat samenwerkingen kunnen gecreëerd worden.

Persoonlijke contacten of een gepersonaliseerde brief kunnen zeker een meerwaarde bieden om bedrijven te motiveren om de lokale actie te ondersteunen. Bekijk met hen op welke manier dit kan.

Vraag na bij het Logo welke ondersteuningsmiddelen ingezet kunnen worden.

### WAT KUNNEN BEDRIJVEN DOEN?

- Meewerken aan de lokale actie. De actie logistiek of financieel ondersteunen.
- Hun medewerkers informeren over het bevolkingsonderzoek en de lokale actie. Dit kan aan de hand van de ondersteuningsmiddelen die bij het Logo verkrijgbaar zijn, zoals:
  - affches
  - meeneemkaartjes
  - digitale pancartes
  - roll-upbanners
- Een interne memo versturen, een artikel in het personeelsblad, de digitale pancarte op beeldschermen, een infostandje, een bericht via sociale media, een groene loper aan de receptie of het onthaal, groene lintjes dragen.
- Medewerkers kunnen zich profileren als aanspreekpersoon voor de collega's voor meer informatie over de actie of het bevolkingsonderzoek. Ze kunnen samen een actiewerkgroepje vormen en kijken welke mogelijkheden er zijn. Vorming voor hen is aangewezen.
- Afstemmen met de bedrijfsarts of de externe dienst voor preventie op het werk.

**WAT?**

De affiche met het conceptbeeld zorgt ervoor dat het Bevolkingsonderzoek Borstkanker onder de aandacht komt bij een ruim publiek.

**VOOR WIE?**

De algemene bevolking, maar de doelgroep van het bevolkingsonderzoek in het bijzonder.

**SETTINGS:****GEBRUIK:**

Affiches kunnen bijvoorbeeld aangebracht worden in een inkomhal, vergaderzaal, ontmoetingsplaats, wachtzaal van huisarts, een strijkatelier, een bibliotheek. Dus plaatsen waar vrouwen in de doelgroep en hun omgeving langs komen.

**PRAKTISCH:**

- De affiche met het conceptbeeld is beschikbaar op A3-formaat (staand) en is gratis ter beschikking bij het Logo.
- Ook de digitale versie is beschikbaar, liggend en staand.
- De huisstijl voorziet de mogelijkheid om de foto lokaal te personaliseren of om je logo toe te voegen aan de standaardaffiche (zie Huisstijlhandleiding). Leg je voorstel via het Logo tijdig voor aan het CvKO.

**Een screenings-mammografie**

**WIJ DOEN HET. EN WAT DOE JIJ?**

TIJDIG OPSPOREN IS BELANGRIJK

Gratis onderzoek voor vrouwen van 50 tot en met 69 jaar.

Het Bevolkingsonderzoek Borstkanker geeft vrouwen van 50 tot en met 69 jaar de kans om elke twee jaar een screeningsmammografie te laten nemen. Het bevolkingsonderzoek maakt het mogelijk om borstkanker al in een vroeg stadium op te sporen en te behandelen. Voor meer informatie kun je terecht op het gratis nummer 0800 60 160.

Ontdek hoe ook jij kan deelnemen op [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be)

BEVOLKINGS ONDERZOEK BORSTKANKER

### WAT?

Voor de piekmomenten zorgt het CvKO voor één of meerdere basisartikels en een publireportage die door lokale partners kunnen overgenomen worden.

### VOOR WIE?

Communicatie voor algemeen publiek en de doelgroep in het bijzonder.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Plaats tijdens de piekmaand oktober een artikel of de publireportage in je nieuwsbrief of op je website. Je kan kiezen voor een algemeen artikel of een artikel met gepersonaliseerde cijfers voor je gemeente.

### PRAKTISCH:

- Het Logo levert voorbeeldartikels van het CvKO aan.
- Wie op eigen initiatief een artikel wenst te publiceren, kan inspiratie vragen aan het Logo of via het Logo een voorstel terugkoppelen naar het CvKO.  
Hou in je timing rekening met de tijd die nodig is voor de feedback en de mogelijke aanpassingen.
- Tip: lokale participatiecijfers kunnen het artikel personaliseren. Contacteer hiervoor je Logo.
- <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bk/logos>

**OKTOBER 2022: MAAND VAN HET BEVOLKINGSONDERZOEK BORSTKANKER.**

**Ik doe het straks wel. Eerst nog wat lezen.**

# BLA BLA BLA

**VROEGTIJDIGE OPSPORING IS DE BESTE BESCHERMING TEGEN BORSTKANKER**

Laat van je 50ste tot en met je 69ste elke twee jaar gratis een screeningsmammografie nemen.

Meer weten over het Bevolkingsonderzoek?  
Bel gratis naar het Centrum voor Kankeropsporing op 0800 60160 tussen 9 en 12 uur en 13 en 16 uur, stuur een e-mail naar [info@bevolkingsonderzoek.be](mailto:info@bevolkingsonderzoek.be), of surf naar <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/>

Heb je vragen over je persoonlijke medische situatie, contacteer je huisarts.

BEVOLKINGS ONDERZOEK BORSTKANKER

CvKO ONDERZOEK VOOR DE BEVOLKING VAN VLAANDEREN

Artikel oktober 2022

**OKTOBER 2022: MAAND VAN HET BEVOLKINGSONDERZOEK BORSTKANKER.**

**Ik doe het straks wel. Eerst nog wat lezen.**

# BLA BLA BLA

**VROEGTIJDIGE OPSPORING IS DE BESTE BESCHERMING TEGEN BORSTKANKER**

Laat van je 50ste tot en met je 69ste elke twee jaar een screeningsmammografie nemen.

Meer weten over het bevolkingsonderzoek?  
Bel gratis naar het Centrum voor Kankeropsporing op 0800 60160, tussen 9 en 12 uur en 13 en 16 uur, stuur een e-mail naar [info@bevolkingsonderzoek.be](mailto:info@bevolkingsonderzoek.be), of surf naar <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/>

Heb je vragen over je persoonlijke medische situatie, contacteer je huisarts.

BEVOLKINGS ONDERZOEK BORSTKANKER

**PUBLIREPORTAGE**

**Ik doe het straks wel. Eerst nog wat lezen.**

# BLA BLA BLA

**VROEGTIJDIGE OPSPORING IS DE BESTE BESCHERMING TEGEN BORSTKANKER**

Laat van je 50ste tot en met je 69ste elke twee jaar gratis een screeningsmammografie nemen.

Meer weten over het bevolkingsonderzoek?  
Bel gratis naar het Centrum voor Kankeropsporing op 0800 60160, tussen 9 en 12 uur en 13 en 16 uur, stuur een e-mail naar [info@bevolkingsonderzoek.be](mailto:info@bevolkingsonderzoek.be), of surf naar <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/>

Heb je vragen over je persoonlijke medische situatie, contacteer je huisarts.

BEVOLKINGS ONDERZOEK BORSTKANKER

CvKO ONDERZOEK VOOR DE BEVOLKING VAN VLAANDEREN

Publireportage oktober 2022

## Banner voor infoblad

## WAT?

Digitale banner met het conceptbeeld van het bevolkingsonderzoek.

## VOOR WIE?

De algemene bevolking, maar de doelgroep van het bevolkingsonderzoek in het bijzonder.

## SETTINGS:



## GEBRUIK:

De digitale banner kan geïntegreerd worden in een infoblad of andere publicatie tijdens de piekmaand of tijdens een lokale actie.

## PRAKTISCH:

• De banner is digitaal beschikbaar bij het Logo.

**Een screenings-mammografie**

**WIJ DOEN HET. EN WAT DOE JIJ?**

**GRATIS ONDERZOEK VOOR VROUWEN VAN 50 TOT EN MET 69 JAAR**

Ontdek hoe ook jij kan deelnemen op [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be) of via het gratis nummer 0800 60 160

TIJDIG OPSPOREN IS BELANGRIJK

BEVOLKINGS ONDERZOEK.BE

Vlaanderen is zorg

CvKO CENTRUM VOOR KANKEROPSPORING ANTWERPEN BRUGGE BRUSSEL GENT LEUVEN

BEVOLKINGS ONDERZOEK BORSTKANKER



**WAT?**

De bladwijzer bevat informatie over het Bevolkingsonderzoek Borstkanker, het verloop en verwijzing naar de website Bevolkingsonderzoek.be.

**VOOR WIE?**

Algemene bevolking, maar de doelgroep van het bevolkingsonderzoek in het bijzonder.

**SETTINGS:****GEBUIK:**

De bladwijzer kan na een gesprek, infosessie of andere activiteit waar het bevolkingsonderzoek aan bod kwam, als reminder meegegeven worden. Je kan de bladwijzer ook ter beschikking stellen op een infostand, bij een marktactie of naar aanleiding van een activiteit die aansluit bij gezondheid of preventie.

**PRAKTISCH:**

- digitaal te verkrijgen bij het Logo
- afmeting: 14,7 cm x 6 cm – recto verso

**Een screenings-mammografie**

**WIJ DOEN HET. EN WAT DOE JIJ?**

**GRATIS ONDERZOEK VOOR VROUWEN VAN 50 TOT EN MET 69 JAAR**

Ontdek hoe ook jij kan deelnemen op [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be) of via het gratis nummer 0800 60 160

TIJDIG OPSPOREN IS BELANGRIJK

BEVOLKINGS ONDERZOEK BE

Vlaanderen

CvKO CENTRUM VOOR KANKEROPSPORING ANTWERPEN BRUGGE BRUSSEL GENT LEUVEN

BEVOLKINGS ONDERZOEK BORSTKANKER

Recto

**Gratis onderzoek voor vrouwen van 50 tot en met 69 jaar.**

Het Bevolkingsonderzoek Borstkanker geeft vrouwen van 50 tot en met 69 jaar de kans om elke twee jaar een screenings-mammografie te laten nemen. Het bevolkingsonderzoek maakt het mogelijk om borstkanker al in een vroeg stadium op te sporen en te behandelen. **Voor meer informatie kun je terecht op het gratis nummer 0800 60 160.**

BEVOLKINGS  
ONDERZOEK  
BORSTKANKEROntdek hoe ook jij kan deelnemen  
op [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be)**Onze andere bevolkingsonderzoeken:**

- Baarmoederhalskanker (voor vrouwen van 25 tot en met 64 jaar).
- Dikkedarmkanker (voor mannen en vrouwen van 51 tot en met 74 jaar).



Verantwoordelijke uitgever: Patrick Martens, Centrum voor Kankeropsporing vzw, Ruddereshove 4, 8000 Brugge

Verso

### WAT?

Er zijn een aantal cartoons van Ilah (Inge Heremans) beschikbaar over het Bevolkingsonderzoek Borstkanker.

### VOOR WIE?

Voor intermediairs en specifiek voor vrouwen in de doelgroep van het bevolkingsonderzoek.

### SETTINGS:

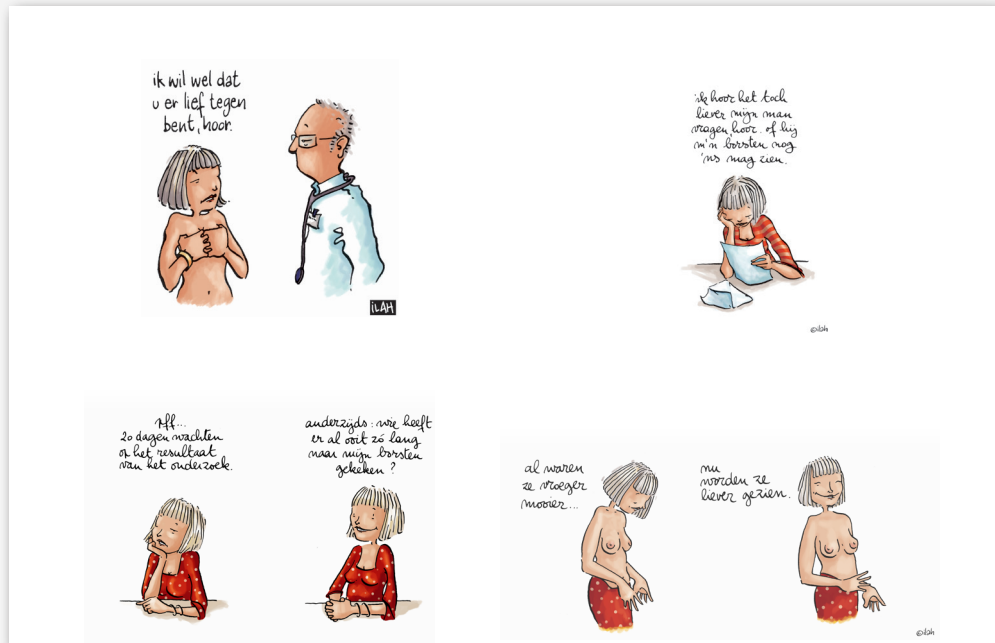


### GEBRUIK:

Met de cartoon kan je op een luchtige manier aandacht trekken.

### PRAKTISCH:

- Deze cartoons mogen enkel gebruikt worden in het kader van het Bevolkingsonderzoek Borstkanker, met correcte bronvermelding.
- Ze zijn digitaal te verkrijgen bij het Logo.



## Digitale pancarte

## WAT?

Een digitale pancarte met basisinformatie en het conceptbeeld van het bevolkingsonderzoek, die op schermen kan getoond worden, bijvoorbeeld in het gemeentehuis, in een wachtzaal of in onthaal, bij de apotheker of bij de dokter.

## VOOR WIE?

Voor intermediairs die het bevolkingsonderzoek onder de aandacht van de burger willen brengen, specifiek ook naar de vrouwen in de doelgroep.

## SETTINGS:



## GEBRUIK:

Je kan de pancarte projecteren op een scherm, in het kader van een activiteit of tijdens een actieweek op een infostand.

## PRAKTISCH:

- De digitale pancarte is verkrijgbaar bij het Logo.
- Formaat: 896 x 504 pixels
- <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bk/logos>

Pancarte piekmoment oktober 2022

## E-mailbanner Bevolkingsonderzoek Borstkanker

## WAT?

Tijdens de maand oktober kan je het piekmoment versterken door de digitale banner toe te voegen aan je handtekening onder je mails die betrekking hebben op gezondheid en preventie.

## VOOR WIE?

Voor Logo-medewerkers en intermediairs.

## SETTINGS:



## GEBRUIK:

Maak gebruik van de e-mailbanner in je communicatie naar je publiek. Waak erover dat via de url de link gelegd wordt naar de pagina van het bevolkingsonderzoek.

<https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl>.

## PRAKTISCH:

Deze e-mailbanner is

- te verkrijgen bij het Logo.
- ook beschikbaar zonder de vermelding 'maand oktober' zodat de banner ook tijdens lokale actiemomenten kan gebruikt worden.
- <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bk/logos>

TIJDIG OPSPOREN IS BELANGRIJK

MAAND OKTOBER

Een screenings-mammografie

WIJ DOEN HET. EN WAT DOE JIJ?

GRATIS ONDERZOEK VOOR VROUWEN VAN 50 TOT EN MET 69 JAAR

Ontdek hoe ook jij kan deelnemen op [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be)

BEVOLKINGS ONDERZOEK.BE

Vlaanderen

CvKO CENTRUM VOOR KANKEROPSPORING  
ANTWERPEN BRUSSEL BRUSSEL GENT LEUVEN

BEVOLKINGS ONDERZOEK BORSTKANKER

**WAT?**

Het CvKO bezorgt elk jaar voorbeelden van Facebookberichten aan de Logo's. Daarin komen algemene weetjes aanbod over het bevolkingsonderzoek, of concrete vragen. Bijvoorbeeld hoe kan je borstkanker vroeg opsporen of zal ik een uitnodiging ontvangen, en wanneer? Telkens met link naar het antwoord op de website Bevolkingsonderzoek.be.

**VOOR WIE?**

Intermediairs die het bevolkingsonderzoek bij hun leden of doelpubliek onder de aandacht willen brengen van het algemeen publiek, of specifiek via de eigen kanalen van bepaalde doelgroepen.

**SETTINGS:****GEBRUIK:**

Plaats Facebookberichten op je Facebookpagina of gebruik de Facebook omslagfoto op je Facebookpagina. Zo breng je informatie over het bevolkingsonderzoek over naar de algemene bevolking, of naar specifieke groepen en/of kan je informatie verspreiden over acties en initiatieven van het lokaal bestuur of organisaties (bv. vrouwenvereniging, buurt,...).

**PRAKTISCH:**

- Het Logo kan je inspirerende voorbeelden voorstellen.

Voorbeeldberichten Facebook Oktober 2022

**WAT?**

Er zijn twee films. In de animatiefilm komt op een kleurrijke en duidelijke manier het volgende aan bod: het belang van vroege opsporing, wat is een screeningsmammografie, hoe kan je een screeningsmammografie laten nemen, hoe verloopt het onderzoek praktisch en hoe verneem je het resultaat. In de film over het verloop wordt aan de hand van foto's uitgelegd hoe een screeningsmammografie genomen wordt.

**VOOR WIE?**

Voor vrouwen in de doelgroep en hun omgeving.

**SETTINGS:****GEBRUIK:**

De films kunnen getoond worden vóór of na een presentatie, als introductie bij een activiteit over het bevolkingsonderzoek, bij een tentoonstelling, in een wachtzaal of op het scherm bij de apotheker. De films kunnen ook op de eigen website gezet worden bij algemene informatie over het bevolkingsonderzoek.

**PRAKTISCH:**

- De films in MP4 formaat zijn te verkrijgen bij het Logo.
- De animatiefilm van ongeveer 5 minuten, toont hoe het bevolkingsonderzoek verloopt, wie kan deelnemen en hoe je het resultaat ontvangt. Dit wordt geïllustreerd aan de hand van het verhaal van een vrouw. In de film 'Hoe verloopt het onderzoek' zie je in ongeveer 3 minuten hoe een screeningsmammografie genomen wordt.
- De films zijn beschikbaar met ondertiteling in Frans, Duits, Engels, Italiaans, Pools, Roemeens, Russisch, Spaans, Turks en Arabisch.
- <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bk/animatiefilm-bevolkingsonderzoek-borstkanker>  
<https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bk/hoe-verloopt-het-onderzoek>



## Huisstijlhandleiding

### WAT?

Huisstijlhandleiding voor Logo's, lokale besturen en andere partners met algemene toelichting, richtlijnen over wat kan en niet kan, beschikbare materialen en richtlijnen voor de aanmaak van afgeleide beelden.

Aan de hand van de huisstijlhandleiding kunnen partners die de bevolkingsonderzoeken wensen te ondersteunen weten welke materialen beschikbaar zijn en op welke manier ze kunnen gepersonaliseerd worden, rekening houdend met de afspraken op Vlaams niveau.

### VOOR WIE?

Voor lokale besturen en intermediairs die de intentie hebben om ondersteuningsmiddelen van het bevolkingsonderzoek te personaliseren.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Het bevolkingsonderzoek heeft een eigen huisstijl. De huisstijlhandleiding die het CvKO in samenwerking met het Agentschap Zorg en Gezondheid ontwikkelde biedt een houvast voor het maken van afgeleiden of varianten op de conceptbeelden of voor personalisering van actiemateriaal van het CvKO.

Contacteer jouw Logo voor meer informatie. Voorstellen worden in de ontwerpfase via het Logo naar het CvKO teruggekoppeld voor feedback.

### PRAKTISCH:

- De huisstijlhandleiding en de formats zijn beschikbaar bij de Logo's.



## Meeneemkaartje

### WAT?

Het meeneemkaartje bevat informatie over het Bevolkingsonderzoek Borstkanker, het verloop en verwijzing naar de website Bevolkingsonderzoek.be.

### VOOR WIE?

Algemene bevolking, maar de doelgroep van het bevolkingsonderzoek in het bijzonder.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Het meeneemkaartje kan na een gesprek, infosessie of andere activiteit waar het bevolkingsonderzoek aan bod kwam, als reminder meegegeven worden. Je kan het meeneemkaartje ook ter beschikking stellen op een infostand, bij een marktactie of naar aanleiding van een activiteit die aansluit bij gezondheid of preventie.

Het meeneemkaartje zit ook in de verteltas.

### PRAKTISCH:

- gratis aan te vragen bij het Logo
- digitale versie is beschikbaar
- afmeting: 21 cm x 10,5 cm – recto verso.

**BEVOLKINGSONDERZOEK BORSTKANKER. IS DIT IETS VOOR MIJ?**

Een screenings-mammografie

**WIJ DOEN HET. EN WAT DOE JIJ?**

**GRATIS ONDERZOEK VOOR VROUWEN VAN 50 TOT EN MET 69 JAAR**

Ontdek hoe ook jij kan deelnemen op [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be) of via het gratis nummer 0800 60 160.

TIJDIG OPSPOREN IS BELANGRIJK

Recto

**DEELNEMEN AAN HET BEVOLKINGSONDERZOEK BORSTKANKER**

SCREENINGSMAMMOGRAFIE ELKE 2 JAAR I VROUWEN VAN 50 T.E.M. 69 JAAR

- 1 UITNODIGING OF MET VOORSCHRIFT**
- 2 AFSpraak MAKEN**
- 3 NAAR DE MAMMOGRAFISCHE EENHEID**
- 4 SCREENINGSMAMMOGRAFIE NEMEN**
- 5 BEOORDELING**
- 6 RESULTAAT**

Bekijk het filmpje op [www.borstkanker.bevolkingsonderzoek.be](http://www.borstkanker.bevolkingsonderzoek.be)

Verso



### WAT?

De publieksfolder geeft op een beknopte manier informatie over het Bevolkingsonderzoek Borstkanker en een antwoord op vaak gestelde vragen. Je vindt er nuttige informatie in over het verloop, de kostprijs, de voor- en nadelen van deelname aan het bevolkingsonderzoek en het resultaat.

Deze folder wordt ook meegestuurd met de uitnodiging voor het bevolkingsonderzoek.

### VOOR WIE?

Voor een ruim publiek, maar voor vrouwen in de doelgroep in het bijzonder.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

De folder kan na een gesprek, infosessie of andere activiteit waar het bevolkingsonderzoek aan bod kwam, als reminder meegegeven worden.

### PRAKTISCH:

- De gedrukte folders zijn gratis te verkrijgen bij het Logo.
- Op [borstkanker.bevolkingsonderzoek.be](http://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be) staat de vertaling van deze folder in Arabisch, Frans, Duits, Engels, Italiaans, Pools, Roemeens, Russisch, Spaans en Turks.
- <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bk/wat-zit-er-het-uitnodigingspakket>

Versie maart 2022

## Roll-upbanner

## WAT?

De roll-upbanner bevat basisinformatie en een verwijzing naar de website [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be).

## VOOR WIE?

Algemene bevolking, maar de doelgroep van het bevolkingsonderzoek in het bijzonder.

## SETTINGS:



## GEBRUIK:

Organiseer je een infomoment of andere activiteit, plaats dan de roll-upbanner op een goed zichtbare plaats.

## PRAKTISCH:

Deze banner kan geplaatst worden bij een infostand of op een plaats waar vrouwen komen die tot de doelgroep behoren.

Deze roll-upbanner is

- gratis te ontlenen bij het Logo
- grootte 200cm x 80 cm
- enkel bedoeld voor gebruik binnen.



## Spandoek

## WAT?

Spandoek "De screeningsmammografie. Wij doen het. En wat doe jij?" van Think Pink.

## VOOR WIE?

Voor lokale besturen of intermediairs die het Bevolkingsonderzoek Borstkanker onder de aandacht willen brengen.

## SETTINGS:



## GEBRUIK:

Het spandoek kan bevestigd worden aan een afsluiting of een hek. Met deze nadarbanner zet je het bevolkingsonderzoek naar borstkanker in de kijker. Op het spandoek staat het campagnebeeld met de slogan "De screeningsmammografie. Wij doen het. En wat doe jij?". Dit spandoek is geschikt om buiten te gebruiken tijdens evenementen.

## PRAKTISCH:

Het spandoek kan je ontlennen bij het Logo.



### WAT?

Het 'verloop' brengt de stappen in beeld voor deelname aan het bevolkingsonderzoek. Deelnemen wordt chronologisch voorgesteld, zowel schematisch als met foto's.

### VOOR WIE?

Voor lokale besturen en intermediairs die het bevolkingsonderzoek onder de aandacht van de burger en specifiek de doelgroep van het BVO willen brengen.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

- Het schema met het verloop komt terug op een aantal materialen en in methodieken zoals:
  - op een pagina met schematische voorstelling op A4 formaat
  - op de achterkant van de meeneemkaartjes en de bladwijzer
  - in de verteltas
  - in een presentatie specifiek over het verloop van het bevolkingsonderzoek
  - op de website
- Foto's van het verloop in een presentatie in 'loop'. Deze loop kan afgespeeld worden op schermen (bv na een gezondheidsrally, in een wachtzaal) of kan gebruikt worden in een individueel gesprek om het verloop van het bevolkingsonderzoek toe te lichten.

### PRAKTISCH:

Bij het Logo is het volgende beschikbaar:

- de digitale versie van het verloop
- de presentatie in loop over het verloop met foto's
- korte presentatie over het verloop

Op de homepagina van <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl> bovenaan rechts staat ook de vertaling van het verloop in het Frans, Duits, Engels, Italiaans, Russisch, Spaans, Pools, Roemeens, Turks en Arabisch.

- <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bk/hoe-verloopt-het-onderzoek-0>



## Websitebanner

**WAT?**

Digitale banner over het bevolkingsonderzoek.

**VOOR WIE?**

Organisaties, lokale besturen, intermediairs met een website.

**SETTINGS:****GEBRUIK:**

Plaats de banner op je website.

**PRAKTISCH:**

- De digitale banner voor websites is beschikbaar bij het Logo.



**WAT?**

Op de website <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl> vind je alle relevante en actuele informatie over het bevolkingsonderzoek.

**VOOR WIE?**

De website is bedoeld voor het algemeen publiek, voor personen in de doelgroep en voor professionals.

**SETTINGS:****GEBRUIK:**

Op de uitnodigingen, folders en alle andere ondersteuningsmiddelen van het CvKO wordt de website bekend gemaakt. Vaak staat op materialen ook een QR code met een link, zodat je rechtstreeks op de pagina van het bevolkingsonderzoek terecht komt. De bekendmaking van de website kan door lokale besturen en intermediairs versterkt worden.

**PRAKTISCH:**

- Op [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be) staan specifieke pagina's voor het bevolkingsonderzoek <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl>.
- De website wordt toegankelijk gemaakt met een aantal functionaliteiten zoals
  - Het beeldcontrast en de grootte van het lettertype kunnen aangepast worden door de bezoeker.
  - Er is voorleesmogelijkheid voorzien.
  - Op de homepagina van elk bevolkingsonderzoek staan nu 10 vertalingen, namelijk Frans, Duits, Engels, Italiaans, Russisch, Spaans, Pools, Roemeens, Turks en Arabisch. Niet enkel de uitnodigingen en de folder werden vertaald, maar ook een aantal vragen (bv. Wat is het bevolkingsonderzoek?; Waarom deelnemen?; Hoe kan ik deelnemen?; Hoe verloopt het onderzoek?; Wat zijn de voor- en nadelen?).
  - Op de website vind je een reeks met veelgestelde vragen en is er een contactformulier waarmee vragen, meldingen of suggesties aan het CvKO kunnen doorgegeven worden. Organisaties kunnen dit ook doen via [sensibilisering@bevolkingsonderzoek.be](mailto:sensibilisering@bevolkingsonderzoek.be).



## Didactische modellen

### WAT?

Siliconen modellen van de voelborst kunnen ontleend worden.

### VOOR WIE?

Intermediairs die het belang van vroege opsporing wensen toe te lichten aan de hand van de didactische modellen.

### SETTINGS:

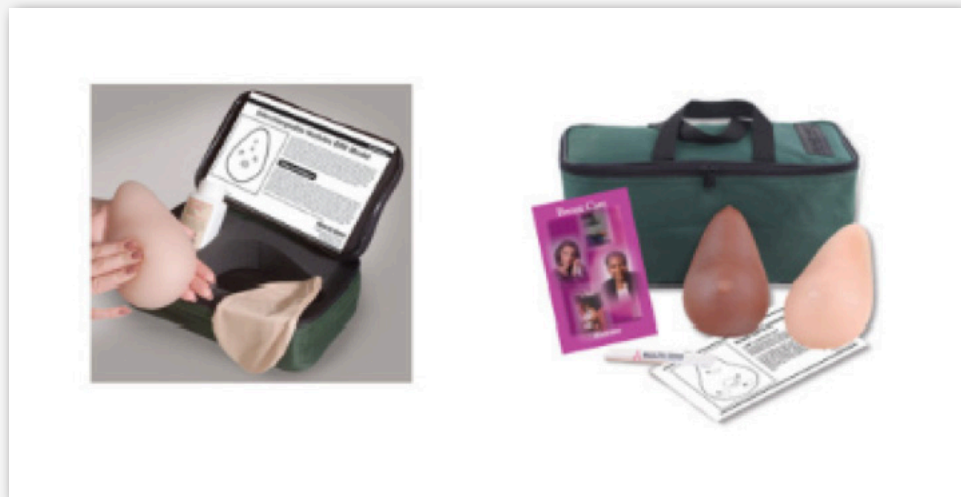


### GEBUIK:

De didactische modellen kunnen in het kader van een activiteit over het Bevolkingsonderzoek Borstkanker (bv. de verteltas) gebruikt worden om in een kleine groep het belang van vroege opsporing uit te leggen. Complementair kan ook de parelsleutelhanger gebruikt worden.

### PRAKTISCH:

De didactische modellen kunnen rechtstreeks bij het CvKO of via het Logo ontleend worden, mits aan de uitleenvoorwaarden voldaan wordt.



### WAT?

Met de gezondheidsrally kan je in de loop van een parcours al wandelend meer te weten komen over het bevolkingsonderzoek. Je beantwoordt de vragen die je onderweg tegenkomt. Voor de lokale partners is een draaiboek voorhanden.

Er zijn 12 pancartes, waarvan 10 pancartes met vragen en een start- en eindpancarte die kunnen uitgeprint worden. Ze worden chronologisch langs een parcours geplaatst, binnen of buiten. Door de 10 vragen al wandelend in de loop van het parcours te beantwoorden kom je meer te weten over het bevolkingsonderzoek. Op het einde van het parcours zijn de antwoorden beschikbaar. Aan de gezondheidsrally kunnen een wedstrijd en een korte evaluatie gekoppeld worden.

### VOOR WIE?

Lokale intermediairs kunnen een gezondheidsrally organiseren voor vrouwen in de doelgroep van het bevolkingsonderzoek en personen in hun omgeving.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Stippel buiten of binnen een wandeling uit. Hang de 12 posters op: 1 bij de start, 1 op het einde en de 10 posters met vragen langs het parcours. Duid met pijlen telkens de weg aan naar de volgende poster. Op elke poster staat een vraag of een uitspraak waarop de deelnemers het juiste antwoord zoeken. Onderweg verzamelen ze de letters die gekoppeld zijn aan de antwoorden. Samen vormen zij een uitspraak. Op het einde van het parcours deponeren de deelnemers hun deelnameformulier in een bus of geven het af aan een medewerker. Achteraf zijn ook de juiste antwoorden beschikbaar.

### PRAKTISCH:

- Het digitale draaiboek, de posters, een overzicht van de juiste antwoorden en een voorbeeld voor deelnameformulier zijn te verkrijgen bij het Logo.
- Het draaiboek geeft een houvast aan de organisator om de gezondheidsrally vlot te laten verlopen.





### WAT?

De huisarts kan de gegevens van de bevolkingsonderzoeken naar kanker van de cliënten opvolgen via <https://www.vitalink.be> of <https://www.mijngezondheid.be>.

Het CvKO kan in samenspraak met de huisarts een reguliere uitnodigingsbrief voor het Bevolkingsonderzoek Borstkanker sturen naar geselecteerde dames, samen met een brief die de huisarts ondertekent over het nut van de screeningsmammografie.

### VOOR WIE?

De huisarts wordt aangemoedigd om vrouwen in de doelgroep die zich nog nooit of niet recent lieten onderzoeken te informeren en te motiveren om deel te nemen aan het bevolkingsonderzoek.

### SETTINGS:



### GEBUIK:

De huisarts die wenst in te stappen in het huisartsenproject volgt het stappenplan dat hiervoor uitgewerkt werd. De huisarts kan rekenen op de ondersteuning van het CvKO.

### PRAKTISCH:

- Een flyer met het stappenplan over de manier waarop de huisarts vrouwen in de doelgroep kan informeren en motiveren is beschikbaar bij het Logo. Voor meer informatie kan de huisarts terecht bij het Logo en het CvKO.
- Als meerdere huisartsen interesse tonen in dit project, kan het Logo samen met het CvKO (en het lokaal bestuur in het kader van een lokale actie) een infomoment organiseren voor de huisartsen.
- <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bk/wat-kan-ik-als-huisarts-doen-om-het-bevolkingsonderzoek-te-ondersteunen>

**U KAN DE GEGEVENS VAN DE BEVOLKINGSONDERZOEKEN NAAR KANKER VAN UW PATIENTEN NU OOK OPVOLGEN VIA VITALINK OF MUNGEZONDHEID BE!**

Welke onderzoeksgegevens in Vitalink of op mijngezondheid.be?

Per bevolkingsonderzoek ziet u per jaar:

- De datum waarop uw patiënt werd uitgenodigd en de datum waarop zij/zij zich heeft laten onderzoeken (datum deelname aan het bevolkingsonderzoek).
- Het resultaat van het onderzoek.
- Uiting of er verdere opvolging nodig is en zo ja, welk opvolgingsonderzoek aangeraden is.
- Een indicatie wanneer de volgende uitnodiging komt voor een onderzoek. Krijgt uw patiënt geen uitnodiging meer, dan ziet u daarvoor de reden.

**Er staan fouten in de gegevens?**  
Kijpt de informatie niet of heb je vragen over de bevolkingsonderzoeken? Contacteer het Centrum voor Kankeropsporing.

- mail naar [info@bevolkingsonderzoek.be](mailto:info@bevolkingsonderzoek.be)
- of bel het gratis nummer 0800 60 160 elke werkdag van 9-12u en van 13-16u.

**INFORMEREN EN MOTIVEREN WANT TIJDIG OPSPOREN IS BELANGRIJK**

**WAT KAN IK DOEN ALS HUISARTS?**

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

BEVOLKINGS ONDERZOEK BORSTKANKER

---

**GEACHTE DOKTER,**

U, als huisarts, speelt het vlote vertaalmens van uw patiënt. Wat u zegt, heit Wij vragen daarom uw medewerking om de deelname aan de Bevolkingsonderzoeken Borst- en Baarmoederhalskanker te verhogen. Een grootproject van het Centrum voor Kankeropsporing loodte immers aan dat er aanzienlijk meer vrouwen deelnamen aan de bevolkingsonderzoeken naar kanker als ze hiervoor mede door hun huisarts werden uitgenodigd.

**Doelgroep van project Bevolkingsonderzoek Borstkanker:**  
vrouwen die de laatste 4 jaren niet deelnamen aan het bevolkingsonderzoek of nooit eerder een screeningsmammografie hebben laten uitvoeren.

**Doelgroep van project Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker:**  
vrouwen die minstens 5 jaar geen uitstrijking hebben laten nemen.

**Stappenplan?**

1. U stelt een Excel-lijst van uw vrouwelijke GMD-patiënten van 25 t/m 69 jaar op en stuurt deze door via de vritstribune van het CvKO.
  - In verschillende kolommen: naam, voornaam, geboortedatum, straat, huisnummer, postcode, woonplaats, rijksregisternummer indien geregistreerd.
2. Het Centrum voor Kankeropsporing voegt de datum van laatste screening toe en selecteert als dusdanig de vrouwen die daadwerkelijk in aanmerking komen voor dit project. Wij sturen u de aangepaste lijst terug. Bovendien ontvangt u van ons een modelbrief die u tekent, indien gewenst, kan aangepast ik u de herkenbaarheid verhogen door het logo aan uw praktijk toe te voegen.
3. Wij vragen u de aangepaste Excel-lijst na te kijken. Mogelijk zijn er dames op de lijst waarvan u vindt dat zij momenteel niet in aanmerking voor screening ik u door ernstige omstandigheden, familieomstandigheden, ... U haalt deze dames uit de lijst en stuurt de lijst terug naar ons.
  - Om privacy-rezonen mogen we niet de medische exclusie-rezonen weten van elke dame apart.
  - We willen graag de exclusie redenen weten op gegregreerd niveau (ik 5 dames samen van de eerste en 7 omwille van longkanker).
4. Wij sturen de geselecteerde dames een reguliere uitnodigingsbrief voor het Bevolkingsonderzoek Borstkanker, samen met de brief ondertekend door uw naam, en een brief ondertekend door u over het nut van het uitzijfje of de reguliere brief van het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker.

**Hulp nodig bij het trekken van de lijsten uit uw GMD?**

- We hebben van heel veel EMD-pakketten een beknopte handleiding.
- Eenlijn is bereid ondersteuning via webinars.

**Meer informatie?**  
[els.vandema@bevolkingsonderzoek.be](mailto:els.vandema@bevolkingsonderzoek.be)  
[stephanie.karavits@bevolkingsonderzoek.be](mailto:stephanie.karavits@bevolkingsonderzoek.be)

**WAT?**

Aan de hand van een uitgebreide presentatie geeft een door het CvKO gevormde spreker uitleg over alle aspecten van het bevolkingsonderzoek.

Thema's die in deze presentatie aan bod komen zijn borstkanker, bij wie komt borstkanker meest voor, mogelijke preventie, het vroeg opsporen van borstkanker en hoe je kan deelnemen.

**VOOR WIE?**

Voor vrouwen in de doelgroep van het bevolkingsonderzoek of andere geïnteresseerden, zoals vrouwen jonger dan 50 jaar of ouder dan 69 jaar, voor hun partners en voor intermediairs.

**SETTINGS:****GEBRUIK:**

De infosessie maakt best deel uit van een ruimere actie waarvoor het Logo je kan ondersteunen.

**PRAKTISCH:**

- Het Logo beschikt over de actuele versie van de PowerPointpresentaties.
- Het Logo gaat na welke gevormde spreker de presentatie kan verzorgen en wie beschikbaar is. Stel dat niemand in de regio beschikbaar is, legt het Logo de vraag voor aan het CvKO. Ad hoc vorming van een lokale spreker is mogelijk.
- Vanaf 20 deelnemers komt het CvKO tussen in de vergoeding van de spreker. De praktische regeling verloopt via het Logo.
- Duur: ongeveer 1u30 mogelijkheid om vragen te stellen. Er is ook een kortere versie beschikbaar met focus op het verloop.
- Het Logo kan helpen met de aankondiging en de praktische organisatie.
- Bekijk samen met het Logo welke ondersteuningsmiddelen bij de infosessie kunnen gebruikt worden.
- <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bk/logos>

### WAT?

Voor het piekmoment ontwikkelt het CvKO jaarlijks een digitale infosheet met actuele en relevante informatie voor de huisartsen en de apothekers en verspreidt die naar de voorzitters van de LOK van de huisartsen, de eerstelijnszones en het apothekersnetwerk. In de infosheet wordt aandacht besteed aan cijfers met betrekking tot het bevolkingsonderzoek en wordt gefocust op een specifiek thema.

### VOOR WIE?

De infosheet is bestemd voor de huisartsen en apothekers, en kan ook lokaal of voor de eerstelijnszone gebruikt worden.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

De infosheet kan in het kader van een lokale actie over het bevolkingsonderzoek ook verspreid worden naar de lokale huisartsen en apothekers, eventueel gepersonaliseerd voor de gemeente of eerstelijnszone.

### PRAKTISCH:

- De infosheets zijn beschikbaar bij het Logo.
- <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bk/informatiefiche-voor-de-huisarts>
- <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bk/apothekers>

**INFOSHEET VOOR HUISARTSEN EN APOTHEKERS**



**SCREENEN REDT LEVENS**

**Hoe borstkanker vroeg vinden?**<sup>1,2</sup>  
Een tweejaarlijkse mammografie kan in de groep 50-69 jaar borstkankers vroeg opsporen. Jaarlijks worden meer dan 200.000 vrouwen van 50 t.e.m. 69 jaar gescreend in het bevolkingsonderzoek borstkanker.  
De kans om een borstkanker in Stadium I te vinden vergroot als de dame regelmatig meedoet en als de radiologen telkens de nieuwste mammografieën kunnen vergelijken met de vorige.

**Hoe groot is het voordeel?**<sup>3</sup>  
Een tweejaarlijkse mammografie doet in de groep 50-69 jaar de sterfte aan borstkanker dalen met 30 à 50% als je 1.000 vrouwen 10 jaar lang niet screent, sterft ongeveer 8 vrouwen aan borstkanker. Als je iedereen in die groep wel screent, voorkom je 3 van die 8 overlijdens.

**Worden alle borstkankers gevonden?**<sup>4</sup>  
De globale sensitiviteit van het programma ligt rond de 70%, wat betekent dat ongeveer 30% van alle kankers in de gescreende populatie intervalekankers zijn. Dat zijn meestal borstkankers die pas ontstaan zijn na de screening, slechts een minderheid betreft kankers die gemist werden. Het risico dat men een kanker mist wordt in het bevolkingsonderzoek zo laag mogelijk gehouden door meerdere radiologen naar de beelden te laten kijken.

**Scoreert opportunistic screening beter?**  
Er zijn twee screeningsdruits: het Bevolkingsonderzoek Borstkanker en de opportunistic screening. Er bestaan geen cijfers over de sensitiviteit van opportunistic screening. Het belangrijkste voordeel van het bevolkingsonderzoek t.o.v. de opportunistic screening is echter dat het bevolkingsonderzoek de **lage** opsporing en parateerit; elke mammografie wordt minstens door twee radiologen beoordeeld, de apparatuur wordt dagelijks streng gecontroleerd door externe organisaties en de radiologen moeten geregeld bijscholing volgen. Het is daarom redelijk om aan te nemen dat de sensitiviteit van het programma hoger is.

BEVOLKINGS ONDERZOEK BORSTKANKER

**Hebt u vragen of heeft een cliënt van u vragen?**  
Bel naar het gratis nummer 0800/60.160 (elke werkdag van 9.00 tot 12.00 uur en van 13.00 tot 16.00 uur)  
Stuur de vraag naar [info@bevolkingsonderzoek.be](mailto:info@bevolkingsonderzoek.be)  
Surf naar [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be)

Elk jaar wordt bij meer dan 6.000 vrouwen in Vlaanderen een invasieve borstkanker gevonden. Gelukkig ligt de overlevingsgemiddelde rond de 31,3%. Echter, als borstkanker laat gevonden wordt is de overlevingskans minder dan 40% (zie grafiek). Tijdig opproten is dus belangrijk!

**Breast cancer: relative survival by pathological stage in females (Belgium, 2015-2019)**



© 2022 Report 2264 (2021) bevolkingsonderzoek borstkanker op <https://www.bevolkingsonderzoek.be>  
<https://www.bevolkingsonderzoek.be/onderzoek/borstkanker>






**BEVOLKINGS ONDERZOEK BORSTKANKER**



**Hebt u vragen of heeft een cliënt van u vragen?**  
Bel naar het gratis nummer 0800/60.160 (elke werkdag van 9.00 tot 12.00 uur en van 13.00 tot 16.00 uur)  
Stuur de vraag naar [info@bevolkingsonderzoek.be](mailto:info@bevolkingsonderzoek.be)  
Surf naar [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be)

**Voor wie is het bevolkingsonderzoek niet bedoeld?**

- Vrouwen die jonger dan 50 of ouder dan 69 jaar zijn
- Vrouwen die de afgelopen 10 jaar borstkanker hadden
- Vrouwen die een bilaterale borstamputatie hebben ondergaan
- Vrouwen met een sterk verhoogd risico op borstkanker

**Wat met vrouwen met verhoogd risico op borstkanker?**  
Het is belangrijk te weten dat vrouwen met een matig verhoogd risico wel mogen deelnemen, terwijl vrouwen met een sterk verhoogd risico beter individueel worden opgevolgd. Het CvKO kan niet weten welke vrouwen een sterk verhoogd risico hebben, daarom zullen deze vrouwen toch een uitnodiging krijgen. Belk hier de procedure rond risico-inschatting voor de vroegtijdige opsporing van borstkanker in de Gezondheidszorg van Donatus Medica:  
[www.ggdls.be/vroegtijdige-opsporing-van-borstkanker/](http://www.ggdls.be/vroegtijdige-opsporing-van-borstkanker/)

**Waarom geen echo?**  
Bij het bevolkingsonderzoek wordt niet bij elke vrouw een echo gedaan omdat er geen bewijs is dat dat nuttig is voor vrouwen tussen de 50 en 69 jaar (zonder sterk verhoogd risico). Het is daarom niet bewezen dat er door het toevoegen van een echo wel ernstige bijkomende onderzoeken gebeuren. Daarom wordt in het bevolkingsonderzoek een echo alleen gedaan als de radiologen dat nodig vinden. In dat geval wordt de vrouw daarvoor terug geroepen.

Met vriendelijke groeten,  
  
Dr. Patrick Martens  
Voor Centrum voor Kankeropsporing






Algemene infosheet, voor de huisarts en de apotheker oktober 2022

**WAT?**

Kwis met 11 vragen over het Bevolkingsonderzoek Borstkanker.

**VOOR WIE?**

Lokale intermediairs die de kennis willen verhogen van algemeen publiek en personen in de doelgroep over het bevolkingsonderzoek.

**SETTINGS:****GEBRUIK:**

Organiseer een wedstrijdelement in je activiteit (bv infostand, marktactie), artikel of andere publicatie.

**PRAKTISCH:**

• De kwis met de vragen en de antwoorden is beschikbaar bij het Logo.



**KWIS  
BORSTKANKER**



**WAT WEET JE  
OVER HET  
BEVOLKINGSONDERZOEK  
BORSTKANKER?**

Duid aan wat volgens jou het juiste antwoord is.

**1. Het Bevolkingsonderzoek Borstkanker is bedoeld voor...**

- a) Vrouwen van 40 tot en met 49 jaar
- b) Vrouwen van 50 tot en met 69 jaar
- c) Vrouwen van 60 tot en met 79 jaar

**2. Elke vrouw van 50 tot en met 69 jaar krijgt een uitnodiging.**

- a) Juist
- b) Fout

**3. Je borsten zelf onderzoeken is de beste manier om borstkanker vroeg op te sporen.**

- a) Juist
- b) Fout

**4. Een screeningsmammografie is aangewezen om de twee jaar**

- a) Juist
- b) Fout

**5. Een mammografie is een onderzoek van de borsten door middel van röntgenstralen.**

- a) Juist
- b) Fout

**6. Ook mannen kunnen borstkanker krijgen.**

- a) Juist
- b) Fout

**7. Waarvoor kan je bellen naar het gratis nummer 0800/60 160 van het Centrum voor Kankeropsporing?**

- a) Om je afspraak voor een mammografie te verzetten
- b) Om vragen te stellen over het Bevolkingsonderzoek Borstkanker
- c) Om je af te melden voor het Bevolkingsonderzoek Borstkanker
- d) Al deze antwoorden zijn juist

**8. In Vlaanderen kunnen vrouwen in 70 mammografische eenheden terecht om een screeningsmammografie in het kader van het Bevolkingsonderzoek te laten nemen.**

- a) Juist
- b) Fout

**9. Als een knobbelletje in de borst pijn doet, is het kanker.**

- a) Juist
- b) Fout

**10. Als er geen borstkanker voorkomt in mijn familie, is de kans heel klein dat ik borstkanker zal krijgen.**

- a) Juist
- b) Fout

**11. De kans dat in ons land een vrouw borstkanker overleeft, is groot. Vooral als een kankergezwell vroeg wordt gevonden.**

- a) Juist
- b) Fout

Meer info?  
<https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/>






ANTWERPEN BRUGGE BRUSSEL VEERT LEUVEN

## Parelsleutelhanger met flyer

### WAT?

Om op een eenvoudige manier uit te leggen wat vroeg opsporen betekent, vergelijken we afwijkingen in de borst met parels. De parelsleutelhanger bestaat uit vier pareltjes met een touwtje aan een ring. De parels verschillen in grootte en kleur. Ze geven de grootte weer van de afwijkingen die op een bepaalde manier kunnen gevonden worden.

### VOOR WIE?

Intermediairs.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

De parelsleutelhanger met de flyer kan tijdens een individueel gesprek van een huisarts, een apotheker, een gevormde begeleider of intermediair met een vrouw van de doelgroep gebruikt worden om het belang van vroege opsporing en deelname aan het bevolkingsonderzoek toe te lichten.

### PRAKTISCH:

- Het A4-blad voor toelichting van de parelsleutelhanger en de parelsleutelhangers met de flyer zijn beschikbaar bij het Logo.

**Een screeningsmammografie**  
**WIJ DOEN HET. EN WAT DOE JIJ?**

**GRATIS ONDERZOEK VOOR VROUWEN VAN 50 TOT EN MET 69 JAAR**

Tijdig opsporen is belangrijk

Ontdek hoe ook jij kan deelnemen op [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be) of via het gratis nummer 0800 60 160.

**GRATIS ONDERZOEK VOOR VROUWEN VAN 50 TOT EN MET 69 JAAR**

Vrouwen van 50 tot en met 69 jaar kunnen deelnemen aan het Bevolkingsonderzoek Borstkanker. Zij kunnen om de twee jaar een screeningsmammografie laten nemen met een voorschrift van hun arts of met een uitnodiging van het Centrum voor Kankeropsporing.

Een screeningsmammografie is bedoeld voor vrouwen die geen klachten hebben aan de borsten en die geen verhoogd risico op borstkanker hebben.

Het verschil tussen vroeg ontdekken en toevallig zelf ontdekken wordt je uitgelegd met de parelsleutelhanger (zie keerzijde). Een afwijking die je toevallig zelf ontdekt is meestal een paar centimeter groot. Met een screeningsmammografie om de twee jaar kan een afwijking van een paar millimeter gevonden worden.

Een screeningsmammografie is een momentopname. Let tussen twee onderzoeken in op mogelijke veranderingen aan de borst. Wanneer je iets opmerkt, bespreek je dit best met je arts.

**DE PARELSLEUTELHANGER**

Om op een eenvoudige manier uit te leggen wat vroeg opsporen betekent, vergelijken we afwijkingen in de borst met parels. De grootte van de parel komt ongeveer overeen met de grootte van de afwijking die op een bepaalde manier kan gevonden worden.

Natuurlijk is niet elk knobbelletje in de borst borstkanker. En borstkanker kan er ook anders uitzien dan een knobbelletje.

Gemiddelde grootte (2 à 3mm) van een afwijking die de radioloog kan opsporen na herhaalde deelname aan het Bevolkingsonderzoek Borstkanker.

Gemiddelde grootte van een afwijking (1cm) die de radioloog kan opsporen als je de eerste keer een screeningsmammografie laat nemen.

Gemiddelde grootte (1 à 2 cm) van een afwijking die de arts kan vinden bij een klinisch borstsonderzoek of die je zelf ontdekt als je regelmatig je borsten bekijkt of eraan voelt.

Gemiddelde grootte (2 à 3 cm) van een knobbelletje dat je zelf ontdekt.

Dit is gebaseerd op een initiatief van de Vlaamse Logo's.

**Een screeningsmammografie**  
**WIJ DOEN HET. EN WAT DOE JIJ?**

**GRATIS ONDERZOEK VOOR VROUWEN VAN 50 TOT EN MET 69 JAAR**

Tijdig opsporen is belangrijk

Ontdek hoe ook jij kan deelnemen op [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be) of via het gratis nummer 0800 60 160.

**GRATIS ONDERZOEK VOOR VROUWEN VAN 50 TOT EN MET 69 JAAR**

Vrouwen van 50 tot en met 69 jaar kunnen deelnemen aan het Bevolkingsonderzoek Borstkanker. Zij kunnen om de twee jaar een screeningsmammografie laten nemen met een voorschrift van hun arts of met een uitnodiging van het Centrum voor Kankeropsporing.

Een screeningsmammografie is bedoeld voor vrouwen die geen klachten hebben aan de borsten en die geen verhoogd risico op borstkanker hebben.

Het verschil tussen vroeg ontdekken en toevallig zelf ontdekken wordt je uitgelegd met de parelsleutelhanger. Een afwijking die je toevallig zelf ontdekt is meestal een paar centimeter groot. Met een screeningsmammografie om de twee jaar kan een afwijking van een paar millimeter gevonden worden.

Een screeningsmammografie is een momentopname. Let tussen twee onderzoeken in op mogelijke veranderingen aan de borst. Wanneer je iets opmerkt, bespreek je dit best met je arts.

Het verschil tussen vroeg ontdekken en toevallig zelf ontdekken wordt je uitgelegd met de parelsleutelhanger. Een afwijking die je toevallig zelf ontdekt is meestal een paar centimeter groot. Met een screeningsmammografie om de twee jaar kan een afwijking van een paar millimeter gevonden worden.

Een screeningsmammografie is een momentopname. Let tussen twee onderzoeken in op mogelijke veranderingen aan de borst. Wanneer je iets opmerkt, bespreek je dit best met je arts.

**DE PARELSLEUTELHANGER**

Om op een eenvoudige manier uit te leggen wat vroeg opsporen betekent, vergelijken we afwijkingen in de borst met parels. De grootte van de parel komt ongeveer overeen met de grootte van de afwijking die op een bepaalde manier kan gevonden worden.

Natuurlijk is niet elk knobbelletje in de borst borstkanker. En borstkanker kan er ook anders uitzien dan een knobbelletje.

**1.** Gemiddelde grootte (2 à 3mm) van een afwijking die de radioloog kan opsporen na herhaalde deelname aan het Bevolkingsonderzoek Borstkanker.

**2.** Gemiddelde grootte van een afwijking (1cm) die de radioloog kan opsporen als je de eerste keer een screeningsmammografie laat nemen.

**3.** Gemiddelde grootte (1 à 2 cm) van een afwijking die de arts kan vinden bij een klinisch borstsonderzoek of die je zelf ontdekt als je regelmatig je borsten bekijkt of eraan voelt.

**4.** Gemiddelde grootte (2 à 3 cm) van een knobbelletje dat je zelf ontdekt.

Dit is gebaseerd op een initiatief van de Vlaamse Logo's.

**WAT?**

Tijdens een bezoek aan een mammografische eenheid (= voor het bevolkingsonderzoek erkende radiologische dienst) kunnen vrouwen samen de eerste stap zetten en in een positieve sfeer kennis maken met een screeningsmammografie. De aanwezigen krijgen er antwoord op hun vragen, zorgen en twijfels. Hierdoor kan de angst of de onzekerheid verminderen om een screeningsmammografie te laten nemen.

**VOOR WIE?**

Voor een groepje vrouwen in de doelgroep van het bevolkingsonderzoek.

Een bezoek aan een mammografische eenheid kan eventueel gecombineerd worden met een groepsscreening. Het spreekt voor zich dat dit een grondige voorbereiding en samenwerking vergt tussen de aanvrager, het Logo, het CvKO en de mammografische eenheid.

**SETTINGS:****GEBRUIK:**

Een bezoek aan de mammografische eenheid kan antwoorden bieden op praktische vragen die vrouwen in de doelgroep hebben over de screeningsmammografie, hun geïnformeerde beslissing faciliteren en mogelijk de drempel voor deelname verlagen. Het bezoek kan voorbereid worden in samenspraak met een vertrouwenspersoon van de vrouwen, een opbouw- of vormingswerker of sociaal verpleegkundige.

**PRAKTISCH:**

- Contacteer jouw Logo voor de praktische regeling.



**WAT?**

Met de verteltas ga je in dialoog met personen in maatschappelijk kwetsbare situaties. In een groepsessie staat het verloop van een Bevolkingsonderzoek Borstkanker centraal.

Een door het Logo gevormde medewerker in de organisatie begeleidt de groepsessie.

De verteltas bevat veel beeldmateriaal en weinig tekst.

**VOOR WIE?**

De verteltas is voor een kleine groep (6 à 8) vrouwen in de doelgroep met basiskennis van het Nederlands in organisaties die in nauw contact staan met of een aanbod hebben naar de maatschappelijk kwetsbare doelgroepen. Ook aan de vraag van andere organisaties voor deze methodiek kan tegemoet gekomen worden in overleg met het Logo.

**SETTINGS:****GEBRUIK:**

Een begeleider die vertrouwd is met de doelgroep en door het Logo wordt opgeleid, legt het verloop van het bevolkingsonderzoek uit aan de hand van vertelplaten. De bedoeling is dat over het bevolkingsonderzoek een gesprek op gang komt, waarin ook drempels voor deelname kunnen aan bod komen. De verteltas is bijvoorbeeld ook geschikt om anderstalige nieuwkomers te informeren.

**PRAKTISCH:**

- De organisatie zoekt samen met het Logo binnen de organisatie naar een geschikte begeleider.
- Het Logo kan helpen bij de aankondiging en de praktische uitwerking en leent de verteltas gratis uit mits een aantal afspraken.
- Het Logo en de begeleider maken een afspraak voor een vormingsmoment (train-the-trainer). Hierbij maakt de begeleider kennis met alle onderdelen van de verteltas. Nadien neemt de begeleider alles zelf goed door, bereidt zich voor en vraagt waar nodig meer informatie of duidelijkheid aan het Logo. Dan kan de begeleider in de organisatie aan de slag met de verteltas.
- Als er geen geschikte begeleider gevonden wordt in de organisatie, kan beroep gedaan worden op een externe begeleider die vertrouwd is met de doelgroep in de organisatie. Voor de kost voor de begeleiding van de groepsessie door een externe begeleider met de verteltas en met minstens 6 deelnemers kan je via het Logo rekenen op een vergoeding door het CvKO voor de begeleider.



**WAT?**

Het CvKO ontwikkelt in 2022 verschillende webinars voor professionals over de bevolkingsonderzoeken naar kanker, waaronder een voor het Bevolkingsonderzoek Borstkanker.

**VOOR WIE?**

De webinars zijn bedoeld voor onder meer Logo-medewerkers, intermediairs, zorgverleners, maatschappelijk werkers.

**SETTINGS:****GEBRUIK:**

De webinar laat je toe om als professional op het moment dat je past actuele informatie te verkrijgen over het bevolkingsonderzoek.

**PRAKTISCH:**

- Bij het Logo is meer informatie beschikbaar over de verschillende webinars (bv over Incijfers, over de verteltas).
- Op vraag kan het CvKO via het Logo een webinar organiseren op maat van een specifieke beroepsgroep.
- <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bk/webinar-bevolkingsonderzoek-borstkanker>





## Betrek het lokaal bestuur

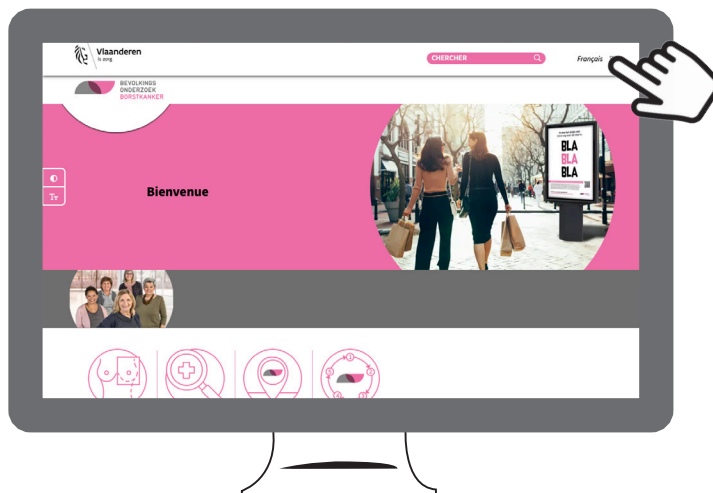
### WAT KAN JE DOEN?

- Bespreek met het lokaal bestuur op welke manier een lokaal project vorm kan krijgen en op een systematische manier kan georganiseerd worden. Introduceer en gebruik hiervoor de **Gids voor begeleiding van lokale projecten voor de bevolkingsonderzoeken naar kanker (BLIK)**.
- Pleit ervoor dat in de gemeente een aanspreekpersoon is voor een lokale actie of voor beantwoording van vragen over het bevolkingsonderzoek. Dit is zeker een aandachtspunt in de faciliteitengemeenten.
- Neem contact op met het Logo met vragen in verband met vertaling van actiemateriaal.

### WAT KAN HET LOKAAL BESTUUR DOEN?

- Elk jaar tijdens het piekmoment in oktober het bevolkingsonderzoek onder de aandacht brengen van de algemene bevolking. Hiervoor zijn ondersteuningsmiddelen beschikbaar bij het Logo.
- Het gemeenterapport raadplegen met cijfers over deelname aan het bevolkingsonderzoek in de gemeente of stad.
- Samen met het Logo, bevoegde schepenen, verantwoordelijken en diensten van het lokaal bestuur en de relevante lokale partners een lokaal project uitwerken om groepen die minder geneigd zijn om aan het bevolkingsonderzoek deel te nemen te bereiken. **De Gids voor begeleiding van lokale projecten voor de bevolkingsonderzoeken naar kanker** biedt hiervoor zeker houvast.
- Adviesraden betrekken bij lokale acties met de bedoeling een divers publiek te kunnen bereiken. Bijvoorbeeld de cultuurraad, seniorenadviesraad, welzijnsraad, sportadviesraad, raad voor de lokale economie, integratieraad, multiculturele adviesraad, raad voor de toegankelijkheid in de gemeente of stad.
- Initiatieven om het bevolkingsonderzoek of acties te ondersteunen en te verankeren in het lokaal gezondheidsbeleid. Eenmalige acties hebben meestal een beperkt effect, dus herhaling en verdieping is belangrijk.
- Een regiefunctie opnemen: zelfs als een lokaal bestuur zelf geen plannen heeft tijdens de piekmomenten, dan kan het wel inventariseren welke activiteiten er op het grondgebied plaatsvinden, die bundelen en over communiceren via de eigen communicatiekanalen.
- Lokale intermediairs, verenigingen en sleutelfiguren in de buurten aanspreken om mee te werken aan een lokale actie. Bespreek met het Logo op welke manier ze goed kunnen geïnformeerd worden over het bevolkingsonderzoek zodat ze correcte informatie kunnen verstrekken aan vrouwen in de doelgroep.
- Bespreken met de dienst communicatie van de gemeente of de stad op welke manier het bevolkingsonderzoek of de actie via de eigen kanalen onder de aandacht van de algemene bevolking kan gebracht worden. Bijvoorbeeld via de eigen website, het gemeenteblad of het stadsmagazine, digitale borden in het straatbeeld, de activiteitenkalender, een persbericht of persmoment voor lokale of regionale pers (lokale tv, streeknieuws, huis-aan-huisbladen), Facebookberichten of berichten en teasers voor acties via andere sociale media. Ook lokale flyers met naast iconen van het bevolkingsonderzoek ook de iconen van de gemeente en partners om acties in de kijker te stellen (zie Huisstijlhandleiding).
- Een online platform of digitaal buurtnetwerk (zoals Hoplr) kan de bekendmaking van lokale activiteiten bevorderen. Er wordt wel opgemerkt dat vooral personen die digitaal vaardig zijn hierop hun weg vinden.
- Zorgen voor lokale blikvangers in het straatbeeld en voor een aandachtstrekker bijvoorbeeld in sportgebouwen of sportinfrastructuur en plaatsen waar gezinnen komen. Vraag hiervoor tips aan het Logo. Het is belangrijk dat mensen met vragen terecht kunnen bij personen die goed op de hoogte zijn van het bevolkingsonderzoek en de acties.
- Een kick-off voor de actie organiseren.
- Als de keuze gemaakt wordt om ondersteuningsmiddelen van het CvKO te personaliseren voor de gemeente, hou dan zeker rekening met de afspraken op Vlaams niveau en de **Huisstijlhandleiding**. Hou bij het personaliseren (bv foto's van lokale sleutelfiguren) rekening met de diversiteit van de doelgroep in de gemeente of stad. Bijvoorbeeld een artikel met een interview met een lokale huisarts (inspiratie publieportage) of met een foto van lokale intermediairs en hun persoonlijke quotes. Leg ontwerpen via het Logo voor aan het CvKO. Voorzie voldoende tijd en budget om het gepersonaliseerd materiaal aan te maken. Het is bijvoorbeeld niet altijd even gemakkelijk om vrouwen in de doelgroep of sleutelfiguren te vinden die bereid zijn om op de foto te staan die wijd verspreid wordt in de gemeente.
- Een infostand zetten in diensten van het lokaal bestuur waar vrouwen in de doelgroep langskomen. Bijvoorbeeld het stad- of gemeentehuis, cultureel centrum, bibliotheek, buurt of wijkcentra, lokale dienstencentra. Een infostand kan ook op een event dat veel bezoekers aantrekt. Het is belangrijk dat de standhouders na een korte vorming goed op de hoogte zijn van het bevolkingsonderzoek.
- Besteed ook aandacht aan wat personen buiten de doelgroep en in de omgeving van vrouwen in de doelgroep tijdens de actie kunnen doen.
- Een brief naar de huisartsen, apothekers en andere zorgverleners met informatie over de geplande acties en met de vraag voor actieve ondersteuning ervan. In samenspraak met het Logo een pakket (gift bag) samenstellen met ondersteuningsmiddelen en het persoonlijk aan hen bezorgen.

- Verkennen hoe de verplaatsing naar een mammografische eenheid kan bevorderd worden (bv gratis ticket voor de bus, inschakeling vrijwilligers).
  - Als faciliteitengemeente verkennen op welke manier burgers inzage kunnen hebben in de vertaling in het Frans van de documenten van het CvKO. Dit kan bijvoorbeeld bij een aanspreekpersoon van het lokaal bestuur.
- De vertaling in het Frans staat op de website <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/fr>



## NUTTIGE INFORMATIE

Personen die een sticker op de brievenbus plakken om geen ongeadresseerd reclamedrukwerk te ontvangen zien de berichten niet in de huis-aan-huisbladen of flyers die gratis bedeed worden.

**WAT KAN JE DOEN?**

Maatschappelijk werkers zijn vertrouwensfiguren van personen in de doelgroep. Als zij goed op de hoogte zijn van het verloop van het bevolkingsonderzoek en financiële aspecten (geen remgeld voor de screeningsmammografie om de twee jaar) en de kost voor vervolgonderzoek kunnen zij vragen van vrouwen in de doelgroep beantwoorden.

- Bekijk met het OCMW of het Sociaal Huis of een actie in de dienst mogelijk is. Bij voorkeur een actie die kadert in een ruimer lokaal project. Leg uit welke ondersteuningsmiddelen hiervoor bij het Logo kunnen aangevraagd worden.
- Organiseer een vormingsmoment voor de maatschappelijk werkers en andere medewerkers als zij dit wensen. Deze vorming, waarin veel gestelde vragen over het bevolkingsonderzoek aan bod komen, is ideaal om foutieve opvattingen of vooroordelen van de bevolkingsonderzoeken te weerleggen. De maatschappelijk werkers krijgen handvaten aangereikt om het thema bespreekbaar te maken met hun cliënten. Misschien is er interesse voor een digitale vorming of een **webinar**.
- Bezorg hen een didactisch pakket met het verloop van het bevolkingsonderzoek, een voorbeeld van de uitnodigingsbrief en folder en andere ondersteuningsmiddelen.
- Bekijk of een gelijkaardig initiatief mogelijk is met de sociale dienst van de mutualiteit.

**WAT KAN HET OCMW OF HET SOCIAAL HUIS DOEN?**

- Gedurende een beperkte periode een actie organiseren over het bevolkingsonderzoek, met een infostand of aandachtstrekker in het Sociaal Huis of het OCMW. Beelden op een digitaal scherm kunnen het verband met het bevolkingsonderzoek versterken (bv. **digitale pancarte**, **film** op een discrete plaats). Dit past best in een ruimer project in de gemeente waarbij het Logo je kan ondersteunen.
- In het OCMW of het Sociaal Huis wordt het bevolkingsonderzoek in de kijker gesteld, bijvoorbeeld met een roze loper, infostand, roze aankleding. Alle medewerkers dragen een roze lintje.
- Met een kleine groep vrouwen kan een activiteit gepland worden waarop het bevolkingsonderzoek op een informele manier ter sprake kan komen, bijvoorbeeld roze lintjes maken, groepsgesprek met een huisarts of gynaecoloog waarbij vragen kunnen gesteld worden, groepsbezoek aan de mammografische eenheid.
- Maatschappelijk werkers beantwoorden vragen of spreken personen in de doelgroep in de mate van het mogelijke aan tijdens individuele begeleiding. Zij kunnen als vertrouwenspersoon correcte informatie verstrekken aan vrouwen in de doelgroep. Als reminder geven ze een **meeneemkaartje** of een **bladwijzer** mee; apart of in een goodiebag met nuttige producten.
- Maatschappelijk werkers kunnen reacties van vrouwen in de doelgroep over drempels om deel te nemen aan het bevolkingsonderzoek signaleren aan een contactpersoon die betrokken is bij het lokaal project.
- De maatschappelijk werker kan met vrouwen die niet aangesloten zijn bij de Belgische ziekteverzekering of die niet in regel zijn, bekijken op welke manier een oplossing kan gevonden worden (verzekeraarbaarheid in orde zetten in samenspraak met de verzekeringsinstelling). Dit is belangrijk voor de screeningsmammografie in de mammografische eenheid en voor eventueel bijkomend onderzoek dat niet gratis is.

## Betrek het lokaal dienstencentrum

### WAT KAN JE DOEN?

Lokale dienstencentra bieden meestal een gevarieerd aanbod aan, waaronder informatieve, recreatieve en vormende activiteiten. Amusement, ontspannende activiteiten, sociale en culturele evenementen bijwonen of wat bijleren is er meestal mogelijk. Vaak is er ook een cafetaria, soms worden warme maaltijden aangeboden of kan je er terecht voor lichaamsverzorging. Mogelijk is er een nauwe samenwerking met buurthuizen en clubhuisjes.

- Bekijk met de begeleiders of vormingswerkers of een actie rond het Bevolkingsonderzoek Borstkanker in de werking past, hierbij rekening houdend met de leeftijd en de interesses van het cliënteel.
- Het initiatief sluit bij voorkeur aan bij een ruimer lokaal project. Leg uit welke ondersteuningsmiddelen hiervoor bij het Logo kunnen aangevraagd worden.
- Organiseer een vormingsmoment voor de medewerkers als zij dit wensen. Deze vorming, waarin veel gestelde vragen over het bevolkingsonderzoek aan bod komen, is ideaal om foutieve opvattingen of vooroordelen van de bevolkingsonderzoeken te weerleggen. De medewerkers krijgen handvaten aangereikt om het thema bespreekbaar te maken.
- Bezorg hen een didactisch pakket met het verloop van het bevolkingsonderzoek, een voorbeeld van de uitnodigingsbrief en folder en andere ondersteuningsmiddelen.

### WAT KAN HET LOKAAL DIENSTENCENTRUM DOEN?

- Gedurende een beperkte periode een actie organiseren over het bevolkingsonderzoek, met een infostand of aandachtstrekker. Beelden op een digitaal scherm kunnen het verband met het bevolkingsonderzoek versterken (bv. **digitale pancarte**, **film** op een discrete plaats). Dit past best in een ruimer project in de gemeente. Het Logo kan je hierbij ondersteunen.
- Het bevolkingsonderzoek wordt in de kijker gesteld, bijvoorbeeld met een roze loper, infostand, roze aankleding. Alle medewerkers dragen een roze lintje.
- Met een kleine groep vrouwen in de doelgroep van het bevolkingsonderzoek kan een activiteit gepland worden waarop het bevolkingsonderzoek op een informele manier ter sprake kan komen, bijvoorbeeld roze lintjes maken, een **kenniskwis**, groepsgesprek met een huisarts of gynaecoloog waarbij vragen kunnen gesteld worden.
- Medewerkers beantwoorden vragen of spreken personen in de doelgroep in de mate van het mogelijke aan tijdens individuele begeleiding. Als reminder geven ze een **meeneemkaartje** of een **bladwijzer** mee. Zij kunnen reacties van vrouwen in de doelgroep over drempels om deel te nemen aan het bevolkingsonderzoek signaleren aan een contactpersoon die betrokken is bij het lokaal project.

## Betrek de apothekers

### WAT KAN JE DOEN?

Bekijk voor de lokale situatie via welke contacten je de apothekers best kan bereiken: via de apothekersvereniging of het apothekersnetwerk, via een vertegenwoordiger van de apothekers in een lokale adviesraad of via een contactpersoon van de eerstelijnszone.

Afhankelijk van de lokale situatie werk je dan voorstellen uit in samenspraak met je contactpersonen.

Bespreek met de apothekers op welke manier zij het BVO aan vrouwen kunnen bekend maken. Benadruk hun rol als laagdrempelige vertrouwensfiguren waarmee de vrouwen in contact komen.

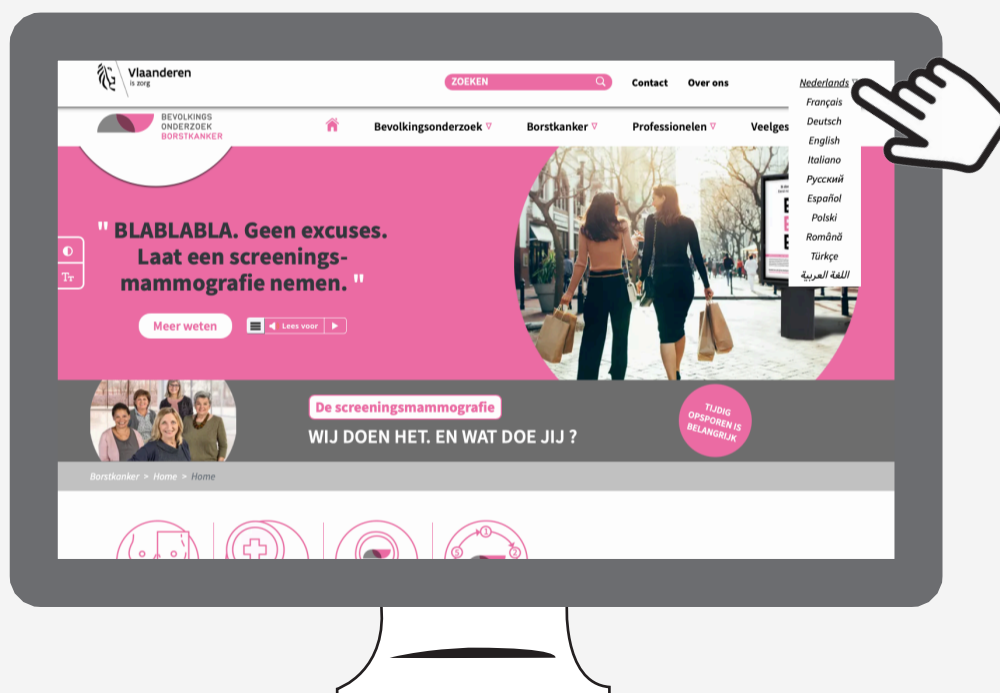
Als apothekers goed op de hoogte zijn van de organisatie van het bevolkingsonderzoek kunnen zij hun rol optimaal opnemen.

Aanbod voor de apothekers

- Bezorg de apothekers voorbeelden van ondersteuningsmiddelen voor het BVO, zoals de **affiche**, een **folder**, het **meeneemkaartje** samen met de **infosheet** voor apothekers (en huisartsen) en de eventuele activiteitenkalender voor lokale acties rond preventie. Dit kan onder de vorm van een **didactisch pakket** dat persoonlijk aan elke apotheker bezorgd wordt. Vermeld ook hoe en waar ze ondersteuningsmiddelen kunnen aanvragen.
- Bekijk met het Logo of de infosheet door het CvKO kan gepersonaliseerd worden voor de gemeente of de regio.
- Mogelijk hebben de apothekers samen met hun regionale vereniging of in de eerstelijnszone interesse voor een **webinar**, een infoavond of **een artikel** in hun nieuwsbrief? Bespreek dit dan tijdig met het Logo.

### WAT KAN DE APOTHEKER DOEN?

- Personen met vragen correct informeren over het bevolkingsonderzoek. Voor meer informatie cliënteel verwijzen naar het gratis nummer 0800 60 160 en <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl>
- Tijdens de piekmaand of de lokale actiemaand een affiche ophangen, de **digitale pancarte** tonen op het scherm, een **roll-upbanner** plaatsen, **meeneemkaartjes** ter beschikking stellen.
- Zich mee engageren in het lokaal project of de lokale werkgroep.
- De **vertalingen** op de website van het CvKO gebruiken of ernaar verwijzen. Daar staat de basisinformatie over het BVO en de uitnodiging met de folder in het **Arabisch, Duits, Engels, Frans, Italiaans, Pools, Roemeens, Russisch, Spaans en Turks**.



**WAT KAN JE DOEN?**

- Informeer bedrijfsartsen en externe diensten voor preventie en bescherming op het werk over het bevolkingsonderzoek, het lokaal project en de gekozen actie.
- Betrek zelf ook de lokale ondernemingen bij de lokale actie en bekijk samen met hen op welke manier ze het bevolkingsonderzoek onder de aandacht van hun medewerkers kunnen brengen.
- Persoonlijke contacten bieden zeker een meerwaarde. Laat hen weten dat ze ondersteuningsmiddelen kunnen aanvragen bij het Logo.

Dit zorgt ervoor dat ook in de directe werkomgeving aandacht besteed wordt en correcte informatie verspreid wordt over het BVO.

**WAT KAN DE BEDRIJFSARTS DOEN?**

- Zich correct informeren over het bevolkingsonderzoek.
- Bij de werkgevers en werknemers aandacht vestigen op het belang van vroege opsporing, het bevolkingsonderzoek en hun vragen beantwoorden. Is bijvoorbeeld dienstvrijstelling of klein verlet mogelijk voor het onderzoek?
- De bestaande ondersteuningsmiddelen gebruiken, zoals **affiches, meeneemkaartjes, bladwijzers, roll-up-banners, een digitale pancarte** op de beeldschermen, een infostand.
- Vertrouwenspersonen inschakelen op het werk.

## WAT KAN JE DOEN?

Betrek de huisartsen bij het lokaal project en bekijk samen op welke manier zij kunnen bijdragen om de vrouwen in de doelgroep goed te informeren, met specifiek aandacht voor de vrouwen die (nog) niet deelnemen aan het bevolkingsonderzoek. **Uit onderzoek blijkt dat het advies van de huisarts een trigger kan zijn om een screeningsmammografie te laten nemen.** Speel in op de rol van de huisarts als vertrouwensfiguur waarmee de vrouwen in contact komen. Vestig hiermee de aandacht op het signaal van vrouwen dat de huisarts met hen het belang van een screeningsmammografie nog niet besproken heeft.

Als huisartsen goed op de hoogte zijn van de organisatie van het bevolkingsonderzoek kunnen zij hun rol optimaal opnemen. In communicatie over het bevolkingsonderzoek en de screeningsmammografie, wordt de vrouw voor antwoord op persoonlijke vragen altijd verwezen naar de huisarts (of gynaecoloog).

Bekijk voor de lokale situatie via welke contacten je de huisartsen best kan bereiken: via de huisartsenkring, via een vertegenwoordiger van de huisartsen in een lokale adviesraad of via een contactpersoon van de eerstelijnszone.

Afhankelijk van de lokale situatie werk je dan voorstellen uit in samenspraak met je contactpersonen.

## VOORBEELDEN VAN AANBOD NAAR DE HUISARTSEN

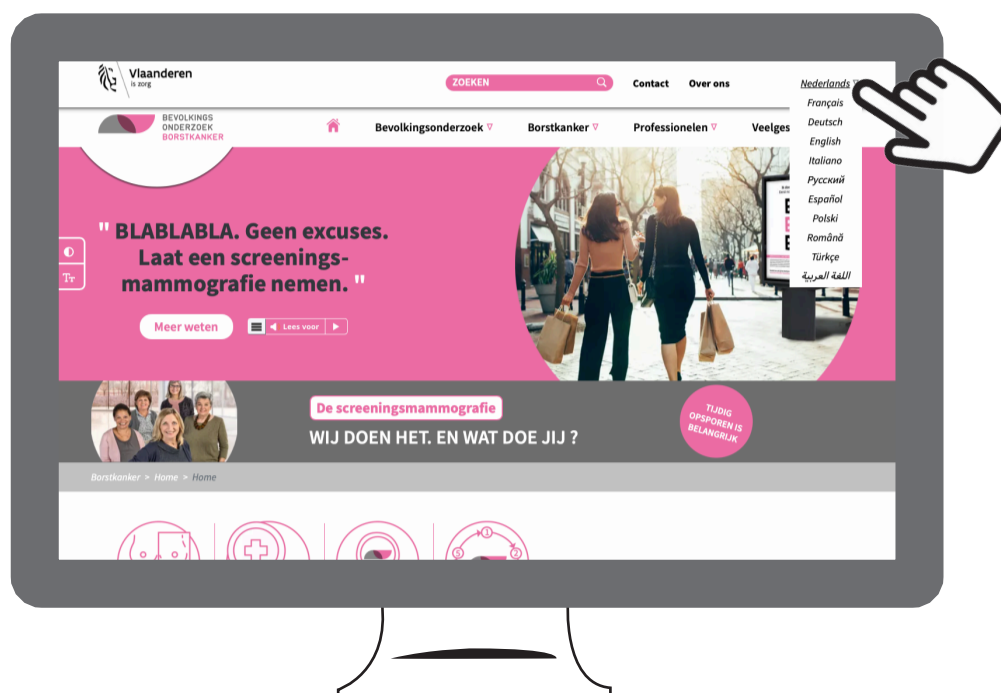
- De **infosheet** kan in overleg met het CvKO gepersonaliseerd worden voor de gemeente, een groep van gemeenten of de regio (bv huisartsenkring, eerstelijnszone).
- Stel een didactisch pakket met ondersteuningsmiddelen over het BVO samen en bekijk of dit in het kader van een lokaal project persoonlijk kan overhandigd worden in de huisartsenpraktijk. Ook een begeleidende brief, de **infosheet en de brochure over het huisartsenproject** kunnen daarin. Vermeld ook duidelijk waar de huisartsen ondersteuningsmiddelen kunnen aanvragen.
- Neem voor een artikel in het lokale infoblad een interview af met een huisarts. Mogelijk biedt de **publireportage** hiervoor inspiratie. Neem een motiverende quote van een arts op in lokaal communicatiemateriaal.
- Organiseer in samenspraak met het Logo, het CvKO en de huisartsenkring en/of de ELZ een **webinar**, waarbij ook vragen van de huisartsen beantwoord worden.
- Tijdens een rondetafelgesprek en in dialoog met de huisartsen bekijk je samen redenen waarom vrouwen geen screeningsmammografie laten nemen. De huisartsen geven dan aan op welke drempels zij zelf stuiten (op niveau van hun praktijk, gemeente, deelgemeente of buurt) of wat zij horen van hun patiënten.
- Nodig een huisarts of gynaecoloog uit om vragen van vrouwen te beantwoorden over vroege opsporing van borstkanker en de screeningsmammografie. In het gesprek kunnen drempels aan bod komen om deel te nemen aan het bevolkingsonderzoek. Bijvoorbeeld de overtuiging dat een mammografie om de twee jaar niet nodig is, onrust om te weten of er een afwijking gevonden is en angst voor het bijkomend onderzoek. Dit gesprek kan met de vrouwen vooraf voorbereid worden en kan bijvoorbeeld als vervolgactiviteit op een sessie met de **verteltas** georganiseerd worden.
- Huisartsen kunnen aangesproken worden om deel te nemen aan het huisartsenproject voor het Bevolkingsonderzoek Borstkanker. In dit project ontvangt de vrouw een brief ondertekend door de huisarts, samen met een uitnodigingsbrief van het CvKO als zij de laatste vier jaar niet deelnam of nooit eerder een screeningsmammografie liet nemen. Vraag hierover meer informatie aan het Logo.

## Wat kunnen de huisartsen doen?

- De vrouwen die zich nog niet of niet recent lieten onderzoeken systematisch individueel informeren en motiveren om deel te nemen. Deze groepen laten zich minder screenen:
  - vrouwen ouder dan 60 jaar
  - vrouwen met een beperking
  - (kans)arme vrouwen
  - vrouwen uit Oost-Europa, Turkije en Maghreblanden.
- Vitalink, Myhealthviewer.be of MijnGezondheid.be consulteren om te weten wanneer een patiënte de laatste keer een screeningsmammografie liet nemen.
- Beeldmateriaal, zoals het **verloop** of het **filmpje** over hoe een screeningsmammografie genomen wordt, gebruiken of verwijzen naar de vertalingen van actiemateriaal op de website.
- Intekenen op het **huisartsenproject** van het CvKO.
- Met de **parelsleutelhanger** het belang van vroegtijdige opsporing van borstkanker bespreekbaar maken met patiënten.
- Contact opnemen met vrouwen bij wie na de afwijkende screeningsmammografie bijkomend onderzoek nodig is. Hen in een persoonlijk gesprek het belang van bijkomend onderzoek uitleggen, hen motiveren om het bijkomend onderzoek te laten uitvoeren en hen informeren over waar ze hiervoor terecht kunnen.

## Nuttige informatie voor de huisartsen

- Ondersteuningsmiddelen zijn beschikbaar bij het Logo, zoals
  - de **digitale pancarte** of **loop** op een scherm in de wachtzaal
  - **meeneemkaartjes**, **bladwijzers** of **publieksfolders**
  - link naar **films** van het CvKO over de screeningsmammografie
- Op de website van het CVKO staat de vertaling van basisinformatie over het BVO en de uitnodiging met de folder in het **Arabisch, Duits, Engels, Frans, Italiaans, Pools, Roemeens, Russisch, Spaans en Turks**.





## Betrek de mammografische eenheden

### WAT KAN JE DOEN?

Bespreek met de verantwoordelijke van de mammografische eenheid in de buurt welke acties mogelijk zijn. Vaak ervaren vrouwen drempels om een screeningsmammografie te laten nemen.

Vrouwen ouder dan 60 jaar, vrouwen met een beperking en (kans)arme vrouwen laten zich minder screenen. Bekijk samen of de dienst open staat voor een groepsbezoek waarbij een medewerker uitleg geeft over de dienst (onthaal, radiologische dienst, mammografietoestel) en over het verloop van de screeningsmammografie met tijd om vragen te beantwoorden. Hiermee komen de medewerkers van de mammografische eenheid op een andere manier in contact met vrouwen in de doelgroep en geven antwoorden op de vragen die zij hebben over het BVO. Ze bouwen relaties op met begeleiders en tolken. Gebruik voor het bezoek als houvast de tool '**Unieke blik achter de schermen van de mammografische eenheid**'.

Een bezoek aan een mammografische eenheid kan eventueel gecombineerd worden met een groepsscreening. Het spreekt voor zich dat dit een grondige voorbereiding en samenwerking vergt tussen de aanvrager, het Logo, het CvKO en de mammografische eenheid. Verken samen met het CvKO en de mammografische eenheid of het mogelijk is.

Bezorg de mammografische eenheid voorbeelden van ondersteuningsmiddelen voor het BVO, zoals de **affiche**, een **folder**, het **meeneemkaartje**, de **parelsleutelhanger** en de eventuele activiteitenkalender voor lokale acties rond preventie. Dit kan onder de vorm van een didactisch pakket dat persoonlijk aan elke mammografische eenheid bezorgd wordt. Vermeld ook hoe en waar ze ondersteuningsmiddelen kunnen aanvragen.

### WAT KAN DE MAMMOGRAFISCHE EENHEID DOEN?

- Zich mee engageren in het lokaal project of de lokale werkgroep.
- De mammografische eenheid maakt gebruik van de ondersteuningsmiddelen die relevant zijn voor de vrouwen die een (screenings-)mammografie laten nemen.
- Tijdens de piekmaand of de lokale actiemaand een **affiche** ophangen, de **digitale pancarte** tonen op het scherm, een **roll-upbanner** plaatsen, **meeneemkaartjes** ter beschikking stellen.
- De dienst organiseert een opendeurdag in het kader van een lokale actie, open bedrijvendag of dag van de zorg.
- De mammografische eenheid is bereid om kleine groepen een **rondleiding** te geven op de dienst of om vrouwen een screeningsmammografie te laten nemen met een groepsafspraken.
- De administratieve en technische medewerkers engageren zich ervoor dat personen met een beperking op een kwaliteitsvolle manier een screeningsmammografie kunnen laten nemen. Ze stemmen af met de begeleider van personen met een fysieke of mentale handicap.
- De mammografische eenheid staat ervoor open dat een (sociale) tolk aanwezig is voor en na het onderzoek om de communicatie te bevorderen.
- Op verzoek kunnen Franstalige vrouwen woonachtig in een faciliteitengemeente het resultaat van de screeningsmammografie in het Frans krijgen van het CvKO. De medewerkers duiden het verzoek aan in het dossier van de screeningsmammografie van de vrouw.
- De **vertalingen** op de website van het CvKO gebruiken of ernaar verwijzen. Daar staat de basisinformatie over het BVO en de uitnodiging met de folder in het **Arabisch, Duits, Engels, Frans, Italiaans, Pools, Roemeens, Russisch, Spaans en Turks**.



**WAT KAN JE DOEN?**

De faciliteiten in een wijkgezondheidscentrum (WGC) of een groepspraktijk bieden meestal mogelijkheden om een thema onder de aandacht te brengen van hun cliënteel.

Bespreek de manier waarop zij het bevolkingsonderzoek en de lokale actie kunnen ondersteunen. Het Logo kan hierbij helpen. Je kan een **didactisch pakket** met ondersteuningsmiddelen over het BVO samenstellen en dit in het kader van een lokaal project persoonlijk overhandigen in de praktijk.

Je kan het wijkgezondheidscentrum of de groepspraktijk betrekken in de lokale werkgroep die een lokale actie voorbereidt.

**WAT KAN HET WIJKGEZONDHEIDSCENTRUM OF DE GROEPSPRAKTIJK DOEN?**

- Zich mee engageren in het lokaal project.
- Ervoor zorgen dat vrouwen bij iemand terecht kunnen om te praten over hun bezorgdheid of angst voor een screeningsmammografie of onrust voor een vervolgonderzoek. Dit initiatief kan tegemoet komen aan de nood die vrouwen signaleren.
- Ondersteuningsmiddelen zoals de **roll-upbanner**, **digitale pancarte** op een scherm, **meeneemkaartjes**, **affiches**, een poster of **loop met het verloop** inzetten. Ze zijn verkrijgbaar bij het Logo.
- De arts kan vrouwen die zich nog niet of niet recent lieten onderzoeken persoonlijk informeren en motiveren om deel te nemen. Vrouwen ouder dan 60 jaar, vrouwen met een beperking, (kans)arme vrouwen en vrouwen afkomstig uit Maghreblanden, Noord- Oost- en West-Europa en Turkije laten zich minder screenen.
- Een groepssessie met de **verteltas** organiseren.
- Het wijkgezondheidscentrum of de groepspraktijk kan intekenen op het **huisartsenproject**.

**WAT KAN JE DOEN?**

Besprek met de verantwoordelijke van de dienst communicatie of de sociale dienst van het ziekenhuis de mogelijkheden om het bevolkingsonderzoek en de lokale actie te ondersteunen. Persoonlijke contacten bieden zeker een meerwaarde. Laat hen weten dat ze ondersteuningsmiddelen kunnen aanvragen bij het Logo.

**WAT KAN HET ZIEKENHUIS DOEN?**

- Zich mee engageren in een lokaal project over het bevolkingsonderzoek.
- Een groep van geïnteresseerde vrouwen (en mannen) begeleiden bij een bezoek aan de mammografische eenheid in het ziekenhuis. Dit kan bijvoorbeeld ter gelegenheid van een opendeurdag of dag van de zorg. Een vertrouwenspersoon of begeleidster van een groep vrouwen of een medewerker van de sociale dienst of dienst communicatie geeft aan de vrouwen uitleg over de dienst, maar ook over het onthaal (elektronische aanmelding) en de betalingsmodaliteiten. Een medewerkster van de radiologie geeft uitleg over de screeningsmammografie en beantwoordt vragen zoals over hoe alles precies verloopt, over de kostprijs van het onderzoek en over hoe je het resultaat weet. Hiervoor kan de tool "**Unieke blik achter de schermen van de mammografische eenheid**" als houvast gebruikt worden. Het bezoek kan op voorhand voorbereid worden met de groep, bijvoorbeeld als vervolgvacature op de **verteltas** voor het Bevolkingsonderzoek Borstkanker. Bij de voorbereiding kan ook een sociale tolk of intercultureel medewerker betrokken worden. Hierdoor komen de medewerksters van het ziekenhuis op een andere manier in contact met vrouwen en hun vragen of hun angst voor het ziekenhuis, onderzoeken of voor financiële implicaties. Er kan ook uitleg gegeven worden over bijkomend onderzoek na een screeningsmammografie.
- Ondersteuningsmiddelen kunnen ingezet worden, zoals **affches**, **meeneemkaartjes** of het **verloop** van het bevolkingsonderzoek op een poster. Bijvoorbeeld de digitale banner, animatiefilm of verloop van het bevolkingsonderzoek in 'loop' tonen op een scherm. Deze ondersteuningsmiddelen kunnen aangevraagd worden bij het Logo.
- Een **infostand** opstellen over een of meerdere bevolkingsonderzoeken, bemand door personen die goed op de hoogte zijn.
- Contactpersonen voor lotgenotencontact bekend maken.

## Betrek ziekenfondsen

### WAT KAN JE DOEN?

Informeert en betrekt de lokale afdelingen van de ziekenfondsen over het bevolkingsonderzoek en over de lokale actie.

### WAT KAN HET ZIEKENFONDS DOEN?

- Het bevolkingsonderzoek en de lokale actie ondersteunen. De GVO-diensten van de ziekenfondsen zetten ook regelmatig informatie over de bevolkingsonderzoeken in hun ledenblad of op de website.
- Zich engageren in de lokale actie en het activiteiten aanbod via hun kanalen mee promoten.
- De ondersteuningsmiddelen voor het bevolkingsonderzoek inzetten, zoals de **affiches**, de **folders**, de **meeneemkaartjes**, de **digitale pancartes** op de beeldschermen.
- De maatschappelijk werkers in de sociale dienst kunnen vragen van leden over de uitnodigingsbrief of een factuur beantwoorden of helpen om uit te zoeken of ze nog uitgenodigd worden op <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl> of wanneer hun laatste onderzoek was op <https://www.mijngezondheid.be>.

## WAT KAN JE DOEN?

De term lokale intermediairs kan je zeer breed interpreteren. Hier verstaan we er de lokale actoren onder die op basis van hun professionele of recreatieve bezigheden regelmatig in aanraking komen met de doelgroep van het bevolkingsonderzoek. Als je een steekkaart van de gemeente of de stad opstelt, dan krijg je ook zicht op de actoren die relevant zijn om specifieke groepen meer en beter te informeren over het bevolkingsonderzoek.

Opbouwen en onderhouden van een lokaal netwerk van organisaties die rechtstreeks werken met en naar vrouwen in maatschappelijk kwetsbare situaties en met hen een vertrouwensband hebben, vergt heel wat investering voor ons en voor hen. De kans op slagen verhoogt als je een win/win situatie kan vinden waarbij aansluiting gevonden wordt bij elkaars doelen. Denk ruim, betrek bijvoorbeeld ook de Gezinsbond, een sociale huisvestingsmaatschappij, sport voor 50-plussers.

- Geef vorming aan de intermediairs, bijvoorbeeld tijdens een 'prikkelmoment', over het bevolkingsonderzoek borstkanker. Luister naar hun vragen en voorstellen om bepaalde groepen beter te kunnen bereiken.
- Organiseer een gezondheidsrally voor de lokale intermediairs, zodat zij op een informele manier meer te weten komen over het bevolkingsonderzoek en hun betrokkenheid verhoogt.
- Stel een visueel pakket samen met ondersteuningsmiddelen voor het bevolkingsonderzoek en een lijst met veel gestelde vragen; maak een korte e-learning.
- Organiseer samen met intermediairs een **infosessie** in de gemeente of eerstelijnszone waarbij een deskundige spreker het belang van vroegtijdige opsporing uitlegt, het verloop van het bevolkingsonderzoek toelicht en vragen beantwoordt. Het Logo ondersteunt je bij het organiseren van een infosessie. Indien nodig kan in samenspraak met het CvKO een adhoc vorming georganiseerd worden voor een geïnteresseerde spreker. Hiermee kan correcte informatie gedeeld worden met een heterogeen doelpubliek (vrouwen in en buiten de doelgroep, mannen, lokale actoren). De attitude dat het niet nodig is om zich te laten onderzoeken, bijvoorbeeld omdat je geen klachten hebt, kan hier beïnvloed worden.
- Stel aan de lokale intermediairs voor om een kleinschalige activiteit voor de vrouwen in hun eigen doelgroep te organiseren. Door met de intermediairs ook aandacht te hebben voor praktische vragen die vrouwen hebben kan je hier ook werken aan de verlaging van drempels voor de vrouw om een screeningsmammografie te laten nemen. Vragen zoals waar kan ik een screeningsmammografie laten nemen, van wie komt de uitnodiging, hoeveel kost een screeningsmammografie, hoe ken ik het resultaat?
- Stel voor om een activiteit in de vrije tijd of in het kader van een vorming te organiseren, waarbij in spelvorm **kwisvragen** over het bevolkingsonderzoek beantwoord worden. De kwisvragen kunnen individueel of in groep ingevuld worden, schriftelijk of mondeling, op papier of digitaal. Waarom geen **gezondheidsrally**? Waar mogelijk wordt een beloning verbonden aan de juiste antwoorden of krijgt de winnaar een prijs. Hiermee kan iemand op een laagdrempelige manier nieuwe informatie verwerven over het bevolkingsonderzoek, kan kennis bevestigd worden of misvattingen rechtgezet.
- Verken samen met het lokaal bestuur of er aansluiting kan gevonden worden bij een thema of activiteit in de gemeente waarvoor vrouwen interesse hebben.  
Een gevormde begeleidster geeft bijvoorbeeld op een informele manier aan vrouwen in hun eigen taal informatie over het bevolkingsonderzoek, met gebruik van ondersteuningsmiddelen.  
Voorbeelden van activiteiten
  - sportieve activiteiten en bewegen zoals fietsen, wandelen, fitness, joggen
  - culturele en kunstzinnige activiteiten, lezen, vrouwen in de kunst, tentoonstelling of museumbezoek
  - religieuze activiteiten, activiteiten in de geloofsgemeenschap, parochie of moskee
  - lichaamsverzorging, modeshow of voorstelling van seizoencollectie (lingerie)
  - workshops en hobby's zoals tuinieren, koken, naaien, breien
  - rookstopsessies (vermits roken een bijkomende risicofactor is) of Bewegen op Verwijzing.
- Besteed zeker aandacht aan de rol en de vorming van vrijwilligers. Vrouwen geven correcte informatie aan vrouwen (peers) in een niet-medische omgeving. De attitude ten opzichte van ziekte, kanker of het bevolkingsonderzoek kan hierbij aan bod komen.
- Ga na of via sociale verenigingen of sociale dienstverlening de mogelijkheid bestaat om discreet met iemand (buddy) te spreken over de uitnodiging of iemand te vinden die hen vergezelt naar het onderzoek. Dit initiatief komt tegemoet aan de nood van sommige vrouwen die iemand zoeken om in vertrouwen te spreken over het bevolkingsonderzoek of aan de vraag om hen te begeleiden naar de huisarts of de gynaecoloog.
- Verken of er sociale tolken actief zijn in de gemeente of in een organisatie (ziekenhuis) waar je beroep kan op doen (<https://www.integratie-inburgering.be/nl/wat-kunnen-we-voor-jou-doen/ondersteuning-voor-je-organisatie-of-lokaal-bestuur/wil-je-een-beroep-doen-op-een-sociaal-tolk-of-vertaler>). Bied hen een vorming aan over het bevolkingsonderzoek zodat zij in hun eigen job en op lokale activiteiten de informatie op een correcte manier kunnen overbrengen. Op de website <https://borstkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl> staat zowel de vertaling van de uitnodiging, de folder en het verloop als basisinformatie in Arabisch, Duits, Engels, Frans, Italiaans, Pools, Roemeens, Russisch, Spaans en Turks.

Maak het aanbod bekend aan de relevante lokale partners. Hierdoor speel je in op de taalbarrière die vrouwen in de doelgroep kunnen ervaren.

- Pols bij vertrouwensfiguren van een bepaalde doelgroep of zij bereid zijn om uitspraken (quotes) over deelname aan het bevolkingsonderzoek te delen en te laten verspreiden via hun vertrouwde kanalen. Bijvoorbeeld: een lokale arts (of artsen) verbonden aan een wijkgezondheidscentrum, een lid van een vrouwen- of seniorenorganisatie, een medewerker van een lokaal dienstencentrum, thuisverpleegkundige. Bewaak de inhoud van de uitspraken en koppel de voorstellen via het Logo terug naar het CvKO. Deze uitspraken kunnen herhaald worden via de lokale media. Combineer ze waar mogelijk met foto's zodat de uitspraken levensecht zijn. De uitspraken en/of foto's kunnen mits duidelijke afspraken hierover opgenomen worden in een artikel voor het lokaal infoblad, flyers over de actie, de infosheet voor huisartsen/apothekers, e-mailbanner, website van de gemeente/stad. Hiermee kunnen sleutelfiguren en personen met wie vrouwen in de doelgroep vertrouwd zijn getuigen over het belang van vroege opsporing en deelname aan het bevolkingsonderzoek.

## WAT KUNNEN INTERMEDIAIRS DOEN?

- Jaarlijks het piekmoment in de kijker stellen en/of zich engageren in een lokaal project voor het bevolkingsonderzoek.
- Informatie over het bevolkingsonderzoek koppelen aan een activiteit waarmee hun eigen doelgroep vertrouwd is.  
Voorbeelden:
  - Een vereniging of club organiseert een wandeling, gekoppeld aan een infomoment, **kenniskwis** of de **gezondheidsrally**.
  - Een wandelclub combineert een wandeling met de gezondheidsrally.
  - Vóór het begin van een vergadering van een adviesraad of een vereniging geeft een gevormde spreker toelichting over het bevolkingsonderzoek met illustratie van beeldmateriaal, zoals een **filmpje** van het CvKO.
  - Een interview met een deskundige of bekendmaking van de actie voor het bevolkingsonderzoek op de lokale radio of de seniorenradio.
  - Tijdens een ladies night of vóór een theater- of filmvoorstelling wordt ook het bevolkingsonderzoek onder de aandacht gebracht, zoals bijvoorbeeld met een korte inleidende presentatie, een aandachtstrekker, een infostand of een goodiebag waarin ook informatie zit over het bevolkingsonderzoek.
  - In samenspraak met de moskee wordt aan een aparte activiteit voor vrouwen (bv. in de vrouwenwerkgroep) of mannen (bv. op vrijdag na het avondgebed) een informatiemoment gekoppeld. Indien gewenst kan voor deze activiteit ook een tolk opgeleid worden.
- Initiatief nemen voor een groepsessie met de **verteltas** waarbij een door het Logo gevormde begeleidster waarmee de personen vertrouwd zijn, uitleg geeft over het bevolkingsonderzoek met visueel materiaal en in de taal die zij begrijpen. Er is ruimte voor gedachtewisseling en beantwoording van vragen. Opbouwwerkers of buurtwerkers gaan hiermee aan de slag, evenals andere organisaties van of voor vrouwen in maatschappelijk kwetsbare situaties.
- Initiatieven nemen binnen hun eigen werking om correcte informatie te verspreiden over het bevolkingsonderzoek via hun eigen kanalen. Bijvoorbeeld informatie of een interview in een ledenblad, **digitale banner** op de website, via **Facebookberichten** en andere sociale media.

**WAT KAN JE DOEN?**

Bekijk met de lokale handelaars op welke manier zij de lokale actie voor het bevolkingsonderzoek in de kijker kunnen stellen en informeer hen over het bevolkingsonderzoek. Dit kan bijvoorbeeld via de lokale middenstandsorganisatie.

Denk ook aan nachtwinkels, etnische winkels, sociale kruidenier, grootwarenhuizen en aan de marktkramers (marktactie).

Maak gebruik van hun eigen kanalen of fora. Lokale handelaars en hun medewerkers worden hierdoor ook voor zichzelf herinnerd aan het belang van vroege opsporing. Dit kan ervoor zorgen dat personen in de omgeving van de vrouw geïnformeerd zijn over het belang van het bevolkingsonderzoek en er vrouwen kunnen aan herinneren.

**WAT KUNNEN LOKALE HANDELAARS DOEN?**

- De lokale actie ondersteunen, bv. met **affiches** of flyers, en de actie zichtbaar maken in het straatbeeld. Die kan je aanvragen bij het Logo. Meedoen aan de lokale actie kan ook het gesprek tussen de medewerkers over preventie op gang brengen. Roze lintjes dragen.
- Zelf een initiatief nemen dat aansluit bij de lokale actie voor het bevolkingsonderzoek, bv.
  - bakkers decoreren gebakjes, bakken iets opvallend voor de actie of laten broodzakken bedrukken met informatie over het bevolkingsonderzoek of de lokale activiteitenkalender.
  - de kringwinkel en de linteriewinkels leveren ondergoed voor een slinger in het straatbeeld.
- Meedoen aan een etalageactie die gekoppeld is aan een wedstrijd of themawandeling, waar lokale kunstwerken de etalages sieren, waarbij etalages roze accenten gebruiken of waarin de geschiedenis van de linterie in beeld gebracht wordt.
- Een marktactie organiseren met een aantrekkelijk marktkraam en opgeleide vrijwilligsters die vrouwen kunnen aanspreken.
- Een nuttige inbreng leveren voor goodiebags voor deelnemers aan een actie waarbij aandacht besteed wordt aan het bevolkingsonderzoek.

**WAT KAN JE DOEN?**

Maak een afspraak met een schoolondersteuner van een secundaire school, een docent in het hoger onderwijs of een verantwoordelijke in het volwassenonderwijs. Verken of de inhoud en het belang van het bevolkingsonderzoek aan bod kan komen in de lessen in het secundair onderwijs, het hoger onderwijs of het volwassenenonderwijs in de gemeente of stad.

In de leerplannen van het secundair onderwijs (1/9/2021) zijn er bijvoorbeeld aanknopingspunten bij Maatschappij en Welzijn. In de onderwijsdoelen is aansluiting mogelijk bij sleutelcompetenties lichamelijke en geestelijke gezondheid.

In hogescholen kan je zowel docenten benaderen als de studenten als toekomstige professionelen. Zij kunnen kennismaken met het bevolkingsonderzoek en met de rol die ze daarin kunnen spelen.

In het volwassenenonderwijs volgen personen in de doelgroep cursussen zoals tweedekansonderwijs, Nederlands voor anderstaligen (NT2), talen, administratie, digitale vaardigheden. In de lessen Maatschappelijke oriëntatie vind je raakvlakken.

**WAT KUNNEN SCHOLEN OF HET VOLWASSENENONDERWIJS DOEN?**

- Een gevormde spreker uitnodigen in de les.
- Er kan geëxploreerd worden of er praktische oefeningen of opdrachten zijn waarbij de studenten op hun beurt de informatie kunnen delen met personen in de doelgroep in hun directe omgeving, bv via interview of noteren van verhalen. Dit kan ervoor zorgen dat personen in de doelgroep via deze weg informatie krijgen over het bevolkingsonderzoek. Maar ook dat gezinsleden het gesprek aangaan.
- Sommige opleidingen in het secundair of hoger onderwijs bieden studenten de mogelijkheid om kortere of langere stages te lopen in lokale projecten (verpleging, communicatie).
- Je kan een pancarte tonen op een scherm (bv in de inkom, in een ontspanningsruimte) in het kader van een activiteit tijdens een actieweek of een infostand plaatsen waar personen die goed op de hoogte zijn correcte informatie geven over het bevolkingsonderzoek.
- Lesgevers van Ligo gaan aan de slag met de **verteltas**.
- Mogelijk vinden begeleiders in de werking voor moeders van Okan of lesgevers bij Atlas, In-Gent of andere integratiecentra (<https://www.integratie-inburgering.be/nl/contact/contactpunten>) aanknopingspunten in de lessen maatschappelijke oriëntatie voor nieuwkomers.



**WAT KAN JE DOEN?**

De werkomgeving kan de lokale actie versterken. Contacteer diverse ondernemingen en baseer je hiervoor op de lokale bedrijvengids. Kijk ook of er een maatwerkbedrijf of sociale tewerkstellingsinitiatieven zijn waardoor je personen in maatschappelijk kwetsbare situaties kan bereiken.

Vraag je lokaal bestuur of lokale organisaties wat hun plannen zijn tijdens de actiemaand, zodat samenwerkingen kunnen gecreëerd worden.

Persoonlijke contacten of een gepersonaliseerde brief kunnen zeker een meerwaarde bieden om bedrijven te motiveren om de lokale actie te ondersteunen. Bekijk met hen op welke manier dit kan.

Vraag na bij het Logo welke ondersteuningsmiddelen ingezet kunnen worden.

**WAT KUNNEN BEDRIJVEN DOEN?**

- Meewerken aan de lokale actie. De actie logistiek of financieel ondersteunen.
- Hun medewerkers informeren over het bevolkingsonderzoek en de lokale actie. Dit kan aan de hand van de ondersteuningsmiddelen die bij het Logo verkrijgbaar zijn, zoals:
  - **affches**
  - **meeneemkaartjes**
  - **digitale pancartes**
  - **roll-upbanners**
  - **spandoek**
- Een interne memo versturen, een artikel in het personeelsblad, de digitale pancarte op beeldschermen, een infostandje, een bericht via sociale media, een roze loper aan de receptie of het onthaal, roze lintjes dragen.
- Medewerkers kunnen zich profileren als aanspreekpersoon voor collega's voor meer informatie over de actie of het bevolkingsonderzoek. Ze kunnen samen een actiewerkgroepje vormen en kijken welke mogelijkheden er zijn. Vorming voor hen is aangewezen.
- Afstemmen met de bedrijfsarts of de externe dienst voor preventie op het werk.
- Mogelijkheden bekijken voor dienstvrijstelling of klein verlet voor het onderzoek.

## Affiche

### WAT?

De affiche met het conceptbeeld zorgt ervoor dat het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker onder de aandacht komt bij een ruim publiek.

### VOOR WIE?

De algemene bevolking, maar de doelgroep van het bevolkingsonderzoek in het bijzonder.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Affiches kunnen bijvoorbeeld aangebracht worden in een inkomhal, vergaderzaal, ontmoetingsplaats, wachtzaal van huisarts, een strijkatelier, een bibliotheek. Dus plaatsen waar mannen en vrouwen in de doelgroep en hun omgeving langs komen.

### PRAKTISCH:

- De affiche met het conceptbeeld is beschikbaar op A3-formaat (staand) en is gratis ter beschikking bij het Logo.
- Ook de digitale versie is beschikbaar, liggend en staand.
- De huisstijl voorziet de mogelijkheid om de foto lokaal te personaliseren of om je logo toe te voegen aan de standaardaffiche (zie Huisstijlhandleiding). Leg je voorstel via het Logo tijdig voor aan het CvKO.



## Artikels

### WAT?

Voor de piekmomenten zorgt het CvKO voor één of meerdere basisartikels en een publieportage die door lokale partners kunnen overgenomen worden.

### VOOR WIE?

Communicatie voor algemeen publiek en de doelgroep in het bijzonder.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Plaats tijdens de piekmaand maart een artikel of de publieportage in je nieuwsbrief of op je website. Je kan kiezen voor een algemeen artikel of een artikel met gepersonaliseerde cijfers voor je gemeente.

### PRAKTISCH:

- Het Logo levert voorbeeldartikels van het CvKO aan.
- Wie op eigen initiatief een artikel wenst te publiceren, kan inspiratie vragen aan het Logo of via het Logo een voorstel terugkoppelen naar het CvKO. Hou in je timing rekening met de tijd die nodig is voor de feedback en de mogelijke aanpassingen.
- Tip: lokale participatiecijfers kunnen het artikel personaliseren. Contacteer hiervoor je Logo.
- <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/ddk/piekmoment-maart>

MAART 2023: MAAND VAN DIKKEDARMKANKER

**Ik doe het straks wel. Eerst nog wat lezen.**

# BLA BLA BLA

**GEEN EXCUSIES. DOE DE STOELANGTST.**

**VROEGTIJDIGE OPSORPING IS DE BESTE BESCHERMING TEGEN DIKKEDARMKANKER**

Doe van je 50ste tot en met je 74ste elke twee jaar de stoelgangtest.

Met de stoelgangtest onderzoekt een labo of je stoelgangstaal bloedsporen bevat. Te veel bloed in de stoelgang kan wijzen op dikkedarmkanker of op poliepen, dit zijn voorlopers van dikkedarmkanker. Tijdig opponen is belangrijk. Bij een snelle vaststelling kan een (vwaardere) behandeling worden vermeden en is de kans op volledige genezing groter.

**DE TIJD VLIJGT: TWEE JAAR IS ZO VOORBIJ...**  
Je krijgt van het Centrum voor Kankeropsporing een uitnodigingsbrief met de stoelgangtest als je tot de doelgroep behoort.

**Meer weten over het bevolkingsonderzoek?**  
Bel gratis naar het Centrum voor Kankeropsporing op 0800 60160 tussen 9 en 12 uur en 13 en 16 uur, stuur een e-mail naar [info@bevolkingsonderzoek.be](mailto:info@bevolkingsonderzoek.be) of surf naar <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/>

Heb je vragen over je persoonlijke medische situatie, contacteer je huisarts.

PUBLIEPORTAGE

**Ik doe het straks wel. Eerst nog wat lezen.**

# BLA BLA BLA

**VROEGTIJDIGE OPSORPING IS DE BESTE BESCHERMING TEGEN DIKKEDARMKANKER**

Doe van je 50ste tot en met je 74e elke twee jaar een stoelgangtest.

Het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker geeft mannen en vrouwen van 50 tot en met het jaar waarin men 74 wordt de kans om elke twee jaar een stoelgangtest te laten onderzoeken. Ze ontvangen hiervoor een brief met een afnamezet. Het onderzoek is gratis en snel. Geen excuus dus. Het bevolkingsonderzoek maakt het mogelijk om dikkedarmkanker te voorkomen of al in een vroeg stadium op te sporen. Daardoor zullen minder mannen en vrouwen aan deze kanker overlijden.

**DE TIJD VLIJGT: TWEE JAAR IS ZO VOORBIJ... WAAROM NU AL TIJDIG EN UITNODIGING!**  
Walter (55 jaar): "Ik deed twee jaar geleden al mee en de stoelgangtest was niet verplicht. De was gratis en snel, waarom is het nu al nodig om terug mee te doen?"  
Dr. Patrick Martens, directeur Centrum voor Kankeropsporing: "De tijd van het Centrum voor Kankeropsporing elke twee jaar een uitnodiging met gratis stoelgangtest. De stoelgangtest bestaat om die twee jaar in drie maanden belangrijk. Voorlopers van dikkedarmkanker (poliepen) kunnen worden. Maar niet altijd. Een stoelgangtest is een monsternamming. Het kan dat er poliepen zijn, maar dat moet niet betekenen dat het moment dat je de stoelgangtest doet. Daarom is het belangrijk elke twee jaar mee te doen."

**JL, MAAR IK HAD DE STOELANGTST EVEN SPUZI GELIJD, EN DAN VERGETTEN.**  
Liliane (64 jaar): "Ik had toen andere dingen aan mijn hoofd. Naja, die heb opzij en heb er dusden wat meer aan gedaan?"  
Dr. Patrick Martens: "Veel voorkomende redenen om niet mee te doen zijn gebrek aan kennis over de uitnodigingsbrief. En van uitsluit, komt afkomst. Dat is jammer. Leg de uitnodigingsbrief in het zicht (bv. al bij het toilet) zodat je het later niet vergeet."

**JL, MAAR IK HER ANGST VOOR HET EVENTUELE BLOEDROOS ONTOEGES...?**  
Anny (55 jaar): "De stoelgangtest valt misschien wat mee, maar wat als die afwijkt? Het vervolgonderzoek is een coloscopie, en die maakt nog angst?"  
Dr. Patrick Martens: "Het bevolkingsonderzoek is juist bedoeld voor mensen zonder klachten en zonder verhoogd (herhaal) risico. Het ontstaat van dikkedarmkanker veel later in het leven. Daarom wordt de prikke vaak laat ontdekt. De stoelgangtest spoort bloed in de stoelgang op. Dit wordt gebruikt om poliepen of precancer. Poliepen groeien lang en geven geen klachten. Ze kunnen dus worden ontdekt al die voorlopers tot dikkedarmkanker. Door dit bevolkingsonderzoek kunnen we er op tijd zijn!"  
Anny (55 jaar): "Ik heb nu niet mee, het maakt me alleen maar ongerust."  
Dr. Patrick Martens: "Je bent natuurlijk angstig en al wel al die beslissingen. Lees onze folder of website of een onderstaande QR, zodat je goed geïnformeerd bent voor je de beslissing neemt. De informatie je krijgen terug te horen!"

**JL, MAAR HET GEEFT MI ALLEEN MAAR STRESS...**  
Sandy (72 jaar): "Ik heb niet mee, het maakt me alleen maar ongerust."  
Dr. Patrick Martens: "Het bevolkingsonderzoek is juist bedoeld voor mensen zonder klachten en zonder verhoogd (herhaal) risico. Het ontstaat van dikkedarmkanker veel later in het leven. Daarom wordt de prikke vaak laat ontdekt. De stoelgangtest spoort bloed in de stoelgang op. Dit wordt gebruikt om poliepen of precancer. Poliepen groeien lang en geven geen klachten. Ze kunnen dus worden ontdekt al die voorlopers tot dikkedarmkanker. Door dit bevolkingsonderzoek kunnen we er op tijd zijn!"

**JA, MAAR IK VOEL ME GOED, WAAROM MEEDOEN?**  
Karel (52 jaar): "Ik voel me goed, heb geen klachten en dikkedarmkanker heeft nog niet over in mijn familie. Waarom zou ik meedoen?"  
Dr. Patrick Martens: "Het bevolkingsonderzoek is juist bedoeld voor mensen zonder klachten en zonder verhoogd (herhaal) risico. Het ontstaat van dikkedarmkanker veel later in het leven. Daarom wordt de prikke vaak laat ontdekt. De stoelgangtest spoort bloed in de stoelgang op. Dit wordt gebruikt om poliepen of precancer. Poliepen groeien lang en geven geen klachten. Ze kunnen dus worden ontdekt al die voorlopers tot dikkedarmkanker. Door dit bevolkingsonderzoek kunnen we er op tijd zijn!"

**JA, MAAR IK WIL MEEDOEN MAAR KRUIS GEEN UITNODIGING!**  
Hans (58 jaar): "Ik heb al een coloscopie laten doen omdat ik bang was. In de familie voorkomend, maar ik krijg geen gratis uitnodiging! Zou ik, ik wil meedoen!"  
Dr. Patrick Martens: "Het bevolkingsonderzoek is juist bedoeld voor mensen zonder klachten en zonder verhoogd (herhaal) risico. Het ontstaat van dikkedarmkanker veel later in het leven. Daarom wordt de prikke vaak laat ontdekt. De stoelgangtest spoort bloed in de stoelgang op. Dit wordt gebruikt om poliepen of precancer. Poliepen groeien lang en geven geen klachten. Ze kunnen dus worden ontdekt al die voorlopers tot dikkedarmkanker. Door dit bevolkingsonderzoek kunnen we er op tijd zijn!"

**JA, MAAR IK WIL MEEDOEN MAAR KRUIS GEEN UITNODIGING!**  
Hans (58 jaar): "Ik heb al een coloscopie laten doen omdat ik bang was. In de familie voorkomend, maar ik krijg geen gratis uitnodiging! Zou ik, ik wil meedoen!"  
Dr. Patrick Martens: "Het bevolkingsonderzoek is juist bedoeld voor mensen zonder klachten en zonder verhoogd (herhaal) risico. Het ontstaat van dikkedarmkanker veel later in het leven. Daarom wordt de prikke vaak laat ontdekt. De stoelgangtest spoort bloed in de stoelgang op. Dit wordt gebruikt om poliepen of precancer. Poliepen groeien lang en geven geen klachten. Ze kunnen dus worden ontdekt al die voorlopers tot dikkedarmkanker. Door dit bevolkingsonderzoek kunnen we er op tijd zijn!"

**BLA BLA BLA... GEEN EXCUSIES. DOE DE STOELANGTST.**

Heb je persoonlijke vragen of twijfel je om deel te nemen? Contacteer je huisarts. Meer weten over het bevolkingsonderzoek? Bel gratis naar het Centrum voor Kankeropsporing op 0800 60160, tussen 9 en 12 uur en 13 en 16 uur, stuur een e-mail naar [info@bevolkingsonderzoek.be](mailto:info@bevolkingsonderzoek.be) of surf naar <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/>

MAART 2023: MAAND VAN DIKKEDARMKANKER

**Ik doe het straks wel. Eerst nog wat lezen.**

# BLA BLA BLA

**GEEN EXCUSIES. DOE DE STOELANGTST.**

**VROEGTIJDIGE OPSORPING IS DE BESTE BESCHERMING TEGEN DIKKEDARMKANKER**

Doe van je 50ste tot en met je 74ste elke twee jaar de stoelgangtest.

**Meer weten over het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker?**  
Bel gratis naar het Centrum voor Kankeropsporing op 0800 60160 tussen 9 en 12 uur en 13 en 16 uur, stuur een e-mail naar [info@bevolkingsonderzoek.be](mailto:info@bevolkingsonderzoek.be) of surf naar <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/>

Heb je vragen over je persoonlijke medische situatie, contacteer je huisarts.

Voorbeelden van de campagne in 2023

## Banner voor infoblad

## WAT?

Digitale banner met het conceptbeeld van het bevolkingsonderzoek.

## VOOR WIE?

De algemene bevolking, maar de doelgroep van het bevolkingsonderzoek in het bijzonder.

## SETTINGS:



## GEBRUIK:

De digitale banner kan geïntegreerd worden in een infoblad of andere publicatie tijdens de piekmaand of tijdens een lokale actie.

## PRAKTISCH:

- De banner is digitaal beschikbaar bij het Logo;

TIJDIG  
OPSPOREN IS  
BELANGRIJK

De stoelgangtest

WIJ DOEN HET.  
EN WAT DOE  
JIJ?

GRATIS ONDERZOEK VOOR MANNEN EN  
VROUWEN VAN 55 TOT EN MET 74 JAAR

Ontdek hoe ook jij kan deelnemen op  
[www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be) of via het gratis nummer 0800 60 160

BEVOLKINGS  
ONDERZOEK.BE

Vlaanderen  
is zorg

CvKO  
CENTRUM VOOR  
KANKEROPSPORING  
ANTWERPEN BRUGGE BRUSSEL GENT LEUVEN

BEVOLKINGS  
ONDERZOEK  
DIKKEDARM  
KANKER

## Bladwijzer

### WAT?

De bladwijzer bevat informatie over het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker, het verloop en verwijzing naar de website [Bevolkingsonderzoek.be](http://Bevolkingsonderzoek.be).

### VOOR WIE?

Algemene bevolking, maar de doelgroep van het bevolkingsonderzoek in het bijzonder.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

De bladwijzer kan na een gesprek, infosessie of andere activiteit waar het bevolkingsonderzoek aan bod kwam, als reminder meegegeven worden. Je kan de bladwijzer ook ter beschikking stellen op een infostand, bij een marktactie of naar aanleiding van een activiteit die aansluit bij gezondheid of preventie.

### PRAKTISCH:

- digitaal te verkrijgen bij het Logo
- afmeting: 14,7 cm x 6 cm – recto verso.

### Gratis onderzoek voor mannen en vrouwen van 50 tot en met 74 jaar.

Het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker geeft mannen en vrouwen van 50 tot en met 74 jaar de kans om elke twee jaar een stoelgangstaal te laten onderzoeken. Het bevolkingsonderzoek maakt het mogelijk om dikkedarmkanker te voorkomen of al in een vroeg stadium op te sporen. **Voor meer informatie kun je terecht op het gratis nummer 0800 60 160.**



Ontdek hoe ook jij kan deelnemen op [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be)

#### Onze andere bevolkingsonderzoeken:

- Baarmoederhalskanker (voor vrouwen van 25 tot en met 64 jaar).
- Borstkanker (voor vrouwen van 50 tot en met 69 jaar).



Verantwoordelijke uitgever: Patrick Martens, Centrum voor Kankeropsporing vzw, Ruddereshove 4, 8500 Brugge

## Cartoon

### WAT?

Er is een cartoon beschikbaar over het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker, ontwikkeld door Ilah (Inge Heremans).

### VOOR WIE?

Voor intermediairs en specifiek voor mannen en vrouwen in de doelgroep van het bevolkingsonderzoek.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Met de cartoon kan je op een luchtige manier aandacht trekken.

### PRAKTISCH:

- Deze cartoon mag enkel gebruikt worden in het kader van het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker, met correcte bronvermelding.
- Deze cartoon is digitaal te verkrijgen bij het Logo.



## Digitale pancarte

### WAT?

Een digitale pancarte met basisinformatie en het conceptbeeld van het bevolkingsonderzoek, die op schermen kan getoond worden, bijvoorbeeld in het gemeentehuis, in een wachtzaal of in onthaal, bij de apotheker of bij de dokter.

### VOOR WIE?

Voor intermediairs die het bevolkingsonderzoek onder de aandacht van de burger willen brengen, specifiek ook naar mannen en vrouwen in de doelgroep.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Je kan de pancarte projecteren op een scherm, in het kader van een activiteit of tijdens een actieweek op een infostand.

### PRAKTISCH:

- De digitale pancarte is verkrijgbaar bij het Logo.
- Formaat: 896 x 504 pixels
- <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/ddk/peikmoment-maart>



Pancarte peikmoment maart 2022

## E-mailbanner

## WAT?

Tijdens de maand maart kan je het piekmoment versterken door de digitale banner toe te voegen aan je handtekening onder je mails die betrekking hebben op gezondheid en preventie.

## VOOR WIE?

Voor Logo-medewerkers en intermediairs.

## SETTINGS:



## GEBRUIK:

Maak gebruik van de e-mailbanner in je communicatie naar je publiek. Waak erover dat via de url de link gelegd wordt naar de pagina van het bevolkingsonderzoek.

<https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl>

## PRAKTISCH:

Deze e-mailbanner is

- te verkrijgen bij het Logo.
- ook beschikbaar zonder de vermelding 'maand maart' zodat de banner ook tijdens lokale actiemomenten kan gebruikt worden.
- <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/ddk/piekmoment-maart>

TIJDIG OPSPOREN IS BELANGRIJK

De stoelgangtest

MAAND MAART

WIJ DOEN HET. EN WAT DOE JIJ?

GRATIS ONDERZOEK VOOR MANNEN EN VROUWEN VAN 55 TOT EN MET 74 JAAR

Ontdek hoe ook jij kan deelnemen op [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be)

BEVOLKINGS ONDERZOEK.BE

Vlaanderen

CvKO CENTRUM VOOR KANKEROPSPORING  
ANTWERPEN BRUSSEL BRUSSEL GENT LEUVEN

BEVOLKINGS ONDERZOEK DIKKEDARM KANKER



## Facebookberichten

### WAT?

Het CvKO bezorgt elk jaar voorbeelden van Facebookberichten aan de Logo's. Daarin komen algemene weetjes aanbod over het bevolkingsonderzoek, of concrete vragen. Bijvoorbeeld hoe kan je dikkedarmkanker vroeg opsporen of zal ik een uitnodiging met afnameset ontvangen, en wanneer? Telkens met link naar het antwoord op de website [Bevolkingsonderzoek.be](http://Bevolkingsonderzoek.be).

### VOOR WIE?

Intermediairs die het bevolkingsonderzoek bij hun leden of doelpubliek onder de aandacht willen brengen van het algemeen publiek, of specifiek via de eigen kanalen van bepaalde doelgroepen.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

- Plaats Facebookberichten op je Facebookpagina of gebruik de Facebook omslagfoto op je Facebookpagina. Zo breng je informatie over het bevolkingsonderzoek over naar de algemene bevolking, of naar specifieke groepen en/of kan je informatie verspreiden over acties en initiatieven van het lokaal bestuur of organisaties (bv. buurt, vereniging,...).

### PRAKTISCH:

- Het Logo kan je inspirerende voorbeelden voorstellen.

**Ik doe het straks wel.**  
Eerst nog even mijn Facebook checken.

# BLA BLA BLA

**GEEN EXCUSES. DOE DE STOELGANGTEST.**

Heb je persoonlijke vragen of twijfel je om deel te nemen? Contacteer je huisarts.  
Meer weten over het bevolkingsonderzoek? Bel gratis naar het Centrum voor Kankeropsporing op 0800/60.160 tussen 9 en 12 uur en 13 en 16 uur, stuur een e-mail naar [info@bevolkingsonderzoek.be](mailto:info@bevolkingsonderzoek.be) of surf naar [www.dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be](http://www.dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be).






Voorbeelden berichten maart in 2022

## Films

## WAT?

Er zijn twee films. In de animatiefilms komt op een kleurrijke en duidelijke manier het volgende aan bod: het belang van vroege opsporing, hoe kan je een stoelgangstaal nemen, hoe verloopt het onderzoek praktisch en hoe verneem je het resultaat. In de animatiefilm 'Hoe neem je een staal van je stoelgang?' wordt stap per stap getoond hoe je het stoelgangstaal moet nemen met de afnameset.

## VOOR WIE?

Voor mannen en vrouwen in de doelgroep en hun omgeving.

## SETTINGS:

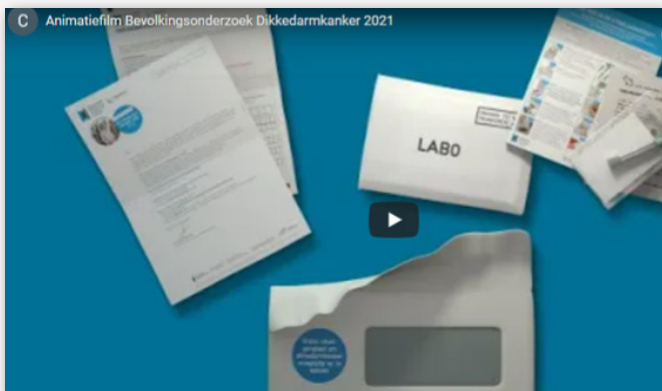


## GEBRUIK:

De films kunnen getoond worden vóór of na een presentatie, als introductie bij een activiteit over het bevolkingsonderzoek, bij een tentoonstelling, in een wachtzaal of op het scherm bij de apotheker. De films kunnen ook op de eigen website gezet worden bij algemene informatie over het bevolkingsonderzoek.

## PRAKTISCH:

- De films in MP4 formaat zijn te verkrijgen bij het Logo.
- De animatiefilm van ongeveer 3 minuten toont hoe dikkedarmkanker ontwikkelt, hoe het bevolkingsonderzoek verloopt, wie kan deelnemen, op welke manier en hoe je het resultaat weet. Dit wordt geïllustreerd met het verhaal van een man.
- In de animatiefilm 'Hoe neem je een staal van je stoelgang' (Gebruiksaanwijzing) zie je in ongeveer 2 minuten hoe je een staal van je stoelgang moet nemen met de afnameset.
- De films zijn beschikbaar met ondertiteling in Frans, Duits, Engels, Italiaans, Pools, Roemeens, Russisch, Spaans, Turks en Arabisch.
- <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/ddk/animatiefilm-bevolkingsonderzoek-dikkedarmkanker>  
<https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/ddk/animatiefilm-gebruiksaanwijzing-afnameset>



## Huisstijlhandleiding

### WAT?

Huisstijlhandleiding voor Logo's, lokale besturen en andere partners met algemene toelichting, richtlijnen over wat kan en niet kan, beschikbare materialen en richtlijnen voor de aanmaak van afgeleide beelden.

Aan de hand van de huisstijlhandleiding kunnen partners die de bevolkingsonderzoeken wensen te ondersteunen weten welke materialen beschikbaar zijn en op welke manier ze kunnen gepersonaliseerd worden, rekening houdend met de afspraken op Vlaams niveau.

### VOOR WIE?

Voor lokale besturen en intermediairs die de intentie hebben om ondersteuningsmiddelen van het bevolkingsonderzoek te personaliseren.

### SETTINGS:



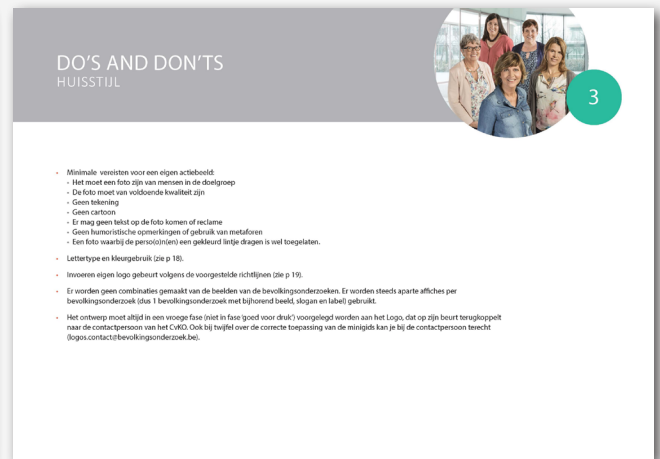
### GEBUIK:

Het bevolkingsonderzoek heeft een eigen huisstijl. De huisstijlhandleiding die het CvKO in samenwerking met het Agentschap Zorg en Gezondheid ontwikkelde biedt een houvast voor het maken van afgeleiden of varianten op de conceptbeelden of voor personalisering van actiemateriaal van het CvKO.

Contacteer jouw Logo voor meer informatie. Voorstellen worden in de ontwerpfasen via het Logo naar het CvKO teruggekoppeld voor feedback.

### PRAKTISCH:

- De huisstijlhandleiding en de formats zijn beschikbaar bij de Logo's.



## Meeneemkaartje

### WAT?

Het meeneemkaartje bevat informatie over het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker, het verloop en verwijzing naar de website Bevolkingsonderzoek.be.

### VOOR WIE?

Algemene bevolking, maar de doelgroep van het bevolkingsonderzoek in het bijzonder.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Het meeneemkaartje kan na een gesprek, infosessie of andere activiteit waar het bevolkingsonderzoek aan bod kwam, als reminder meegegeven worden. Je kan het meeneemkaartje ook ter beschikking stellen op een infostand, bij een marktactie of naar aanleiding van een activiteit die aansluit bij gezondheid of preventie.

Het meeneemkaartje zit ook in de verteltas.

### PRAKTISCH:

- gratis aan te vragen bij het Logo
- digitale versie is beschikbaar
- afmeting: 21 cm x 10,5 cm – recto verso.



Recto



Verso

### WAT?

De publieksfolder geeft op een beknopte manier informatie over het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker en een antwoord op vaak gestelde vragen. Je vindt er nuttige informatie in over het verloop, de kostprijs, de voor- en nadelen van deelname aan het bevolkingsonderzoek en het resultaat.

Deze folder wordt ook meegestuurd met de uitnodiging voor het bevolkingsonderzoek.

### VOOR WIE?

Voor een ruim publiek, maar voor mannen en vrouwen in de doelgroep in het bijzonder.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

De folder kan na een gesprek, infosessie of andere activiteit waar het bevolkingsonderzoek aan bod kwam, als reminder meegegeven worden.

### PRAKTISCH:

- De gedrukte folders zijn gratis te verkrijgen bij het Logo.
- Op [dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be](http://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be) staat de vertaling van deze folder in Arabisch, Frans, Duits, Engels, Italiaans, Pools, Roemeens, Russisch, Spaans en Turks.
- <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/ddk/hoe-kan-ik-meedoen>

**Jij beslist**

It is best if you are a stooling patient. It is also important to discuss the pros and cons of the stooling test with your doctor. You can also ask your doctor if you have any questions.

**Vraag zeker advies aan je arts.**

• als je klachten hebt zoals:  
- bloed of slijm in je stoelgang;  
- een verandering in je normale stoelgangpatroon;  
- vaak buikpijn of krampen;  
- het gevoel dat je naar het toilet moet, terwijl je niet moet;  
- gewichtsverlies zonder reden;  
• als je volgens je arts een sterk verhoogd risico op dikkedarmkanker hebt;  
• als meerdere mensen in je naaste familie (ouders, broers, zussen of kinderen) dikkedarmkanker kregen.

**Gratis onderzoek naar dikkedarmkanker**

**WIJ DOEN HET. EN WAT DOE JIJ?**

**TUJDIG OPSPREKEN IS BELANGRIJK**

Informatie over het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker voor mannen en vrouwen van 50 t.e.m. 74 jaar.

BEVOLKINGS ONDERZOEK DIKKEDARM KANKER

[www.dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be](http://www.dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be)

**Wat is dikkedarmkanker?**

Dikkedarmkanker is een kwaadaardig gezwel in de dikke darm en begint vaak met poliepen. Dit zijn geen klachten, maar kunnen zonder dat je er wat van merkt uitgroeien tot dikkedarmkanker. Dus al veel je je goed, de stoelgangtest is ook voor jou bedoeld!

**Wat is het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker?**

Het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker geeft mannen en vrouwen van 50 tot en met 74 jaar, die kans om hun stoelgang te laten onderzoeken. Ze ontvangen hiervoor een brief met een afnamekaart. Deze stoelgangtest moet elke twee jaar herhaald worden.

**Wanneer meedoen?**

Dikkedarmkanker is de tweede meest voorkomende kanker bij vrouwen en de derde meest voorkomende kanker bij mannen. Met de stoelgangtest kunnen we mogelijk zien of je dikkedarmkanker hebt voordat je er zelf iets van merkt. Hoe eerder we dikkedarmkanker ontdekken, hoe groter de kans op een succesvolle behandeling.

**Gratis?**

Je kan gratis deelnemen aan het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker.

**Wat is een stoelgangtest?**

De stoelgangtest wordt bloed op in de stoelgang die niet met het bloot oog zichtbaar is. Bloed in de stoelgang kan wijzen op dikkedarmkanker of de voorlopers ervan. Soms zijn mannen vinden het vervelend om een staal van hun stoelgang te nemen. Met de afnamekaart gaat dat gelukkig erg vlot.

**Je doet het zelf thuis.**

> Bij de afnamekaart die je thuis ontvangt zit een gebruiksaanwijzing. Daarin staat alles goed uitgelegd. Je kunt ook een frangje bellen of [www.bevolkingsonderzoek.be/dikkedarmkanker](http://www.bevolkingsonderzoek.be/dikkedarmkanker) bellen.

> Het nemen van je stoelgangstaal duurt maar vijf minuten.

> Je nuh het de afnameformuliert in op de achterkant van de brief. Daarna kun je de stoelgangtest opsturen.

**Wanneer krijg je het resultaat?**

Ongeveer twee weken nadat je het staal naar het labo hebt gezonden, krijgen jij en je arts het resultaat.

**Wat kan het resultaat zijn?**

Er zijn twee mogelijke resultaten:

1. Er is geen afwijking gevonden.
  - 94 % van de deelnemers krijgt dit resultaat.
  - Twee jaar later krijg je een nieuwe brief om de stoelgangtest opnieuw te doen.
2. Er is meer bloed dan normaal gevonden in je stoelgang.
  - 6% van de deelnemers krijgt dit resultaat.
  - Er is een darmonterszoek nodig om te kijken wat er aan de hand is. Je huisarts kan je helpen om dit onderzoek te plannen.
  - Bij de helft van de mensen met dit resultaat wordt niets gevonden, bij de andere helft worden er poliepen of dikkedarmkanker gevonden.

"Elk jaar doen meer dan 300.000 mannen en vrouwen van 50 t.e.m. 74 jaar in Vlaanderen mee aan het onderzoek". Hoe jij ook meedoet?

Versie maart 2022

BEVOLKINGS ONDERZOEK DIKKEDARM KANKER

## Roll-upbanner

### WAT?

De roll-upbanner bevat basisinformatie en een verwijzing naar de website [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be).

### VOOR WIE?

Algemene bevolking, maar de doelgroep van het bevolkingsonderzoek in het bijzonder.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Organiseer je een infomoment of andere activiteit, plaats dan de roll-upbanner op een goed zichtbare plaats.

### PRAKTISCH:

Deze banner kan geplaatst worden bij een infostand of op een plaats waar mannen en vrouwen komen die tot de doelgroep behoren.

Deze roll-upbanner is

- gratis te ontlenen bij het Logo, mits tijdige reservatie en afspraken over de ontlending
- grootte 200 cm x 80 cm
- enkel bedoeld voor gebruik binnen.



## Verloop

### WAT?

Het 'verloop' brengt de stappen in beeld voor deelname aan het bevolkingsonderzoek. Deelnemen wordt chronologisch voorgesteld, zowel schematisch als met foto's.

### VOOR WIE?

Voor lokale besturen en intermediairs die het bevolkingsonderzoek onder de aandacht van de burger en specifiek de doelgroep van het BVO willen brengen.

### SETTINGS:



### GEbruIK:

- Het schema met het verloop komt terug op een aantal materialen en in methodieken zoals:
  - op een pagina met schematische voorstelling op A4 formaat
  - op de achterkant van de meeneemkaartjes en de bladwijzer
  - in de verteltas
  - in een presentatie specifiek over het verloop van het bevolkingsonderzoek
- Foto's van het verloop in een presentatie in 'loop'. Deze loop kan afgespeeld worden op schermen (bv na een gezondheidsrally, in een wachtzaal) of kan gebruikt worden in een individueel gesprek om het verloop van het bevolkingsonderzoek toe te lichten.

### PRAKTISCH:

Bij het Logo is het volgende beschikbaar:

- de digitale versie van het verloop
- de presentatie in loop over het verloop met foto's
- korte presentatie over het verloop
- op de website

Op de homepagina van <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl> bovenaan rechts staat ook de vertaling van het verloop in het Frans, Duits, Engels, Italiaans, Russisch, Spaans, Pools, Roemeens, Turks en Arabisch.

- <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/ddk/verloop-bevolkingsonderzoek>



In de enveloppe zit je uitnodigingsbrief met op de achterzijde het deelname-formulier, een folder met meer uitleg, de gebruiksaanwijzing, het opvangpapier en een bubbel-enveloppe met de afnameuurtje.



BEVOLKINGS  
ONDERZOEK  
DIKKEDARM  
KANKER



## Websitebanner

### WAT?

Digitale banner over het bevolkingsonderzoek.

### VOOR WIE?

Organisaties, lokale besturen, intermediairs met een website.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Plaats de banner op je website.

### PRAKTISCH:

- De digitale banner voor websites is beschikbaar bij het Logo.

**De stoelgangtest**

**WIJ DOEN HET.  
EN WAT DOE  
JIJ?**

TIJDIG  
OPSPOREN IS  
BELANGRIJK

BEVOLKINGS  
ONDERZOEK  
DIKKEDARM  
KANKER

**GRATIS ONDERZOEK VOOR MANNEN EN VROUWEN VAN 55 TOT EN MET 74 JAAR**  
Ontdek hoe ook jij kan deelnemen op [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be)



## Website Bevolkingsonderzoek.be

### WAT?

Op de website <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl> vind je alle relevante en actuele informatie over het bevolkingsonderzoek.

### VOOR WIE?

De website is bedoeld voor het algemeen publiek, voor personen in de doelgroep en voor professionals.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Op de uitnodigingen, folders en alle andere ondersteuningsmiddelen van het CvKO wordt de website bekend gemaakt. Vaak staat op materialen ook een QR code met een link, zodat je rechtstreeks op de pagina van het bevolkingsonderzoek terecht komt. De bekendmaking van de website kan door lokale besturen en intermediairs versterkt worden.

### PRAKTISCH:

- Op [www.bevolkingsonderzoek.be](http://www.bevolkingsonderzoek.be) staan specifieke pagina's voor het bevolkingsonderzoek <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl>
- De website wordt toegankelijk gemaakt met een aantal functionaliteiten zoals
  - Het beeldcontrast en de grootte van het lettertype kunnen aangepast worden door de bezoeker. 
  - Er is voorleesmogelijkheid voorzien. 
  - Op de homepagina van elk bevolkingsonderzoek staan nu 10 vertalingen, namelijk Frans, Duits, Engels, Italiaans, Russisch, Spaans, Pools, Roemeens, Turks en Arabisch. Niet enkel de uitnodiging, de herinneringsbrief, het deelnameformulier, de gebruiksaanwijzing en de folder werden vertaald, maar ook een aantal vragen (bv. Wat is het bevolkingsonderzoek?; Waarom deelnemen?; Hoe kan ik deelnemen?; Hoe verloopt het onderzoek?; Wat zijn de voor- en nadelen?).
  - Op de website vind je een reeks met veelgestelde vragen en is er een contactformulier waarmee vragen, meldingen of suggesties aan het CvKO kunnen doorgegeven worden. Organisaties kunnen dit ook doen via [sensibilisering@bevolkingsonderzoek.be](mailto:sensibilisering@bevolkingsonderzoek.be).



## Didactisch materiaal

## WAT?

Siliconen modellen van de dikke darm en veranderingen in de dikke darm kunnen ontleend worden. Er is ook een gelamineerde vertaling van de tekst in het Nederlands.

## VOOR WIE?

Intermediairs die het belang van vroege opsporing wensen toe te lichten aan de hand van de didactische modellen.

## SETTINGS:

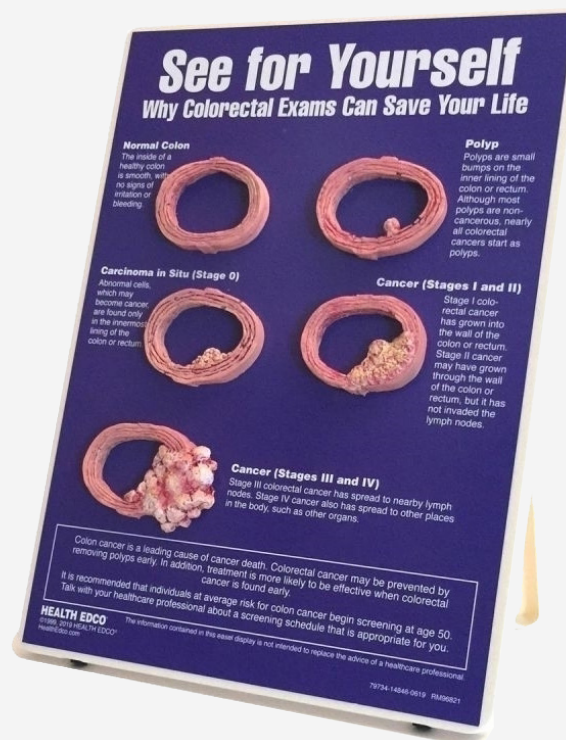
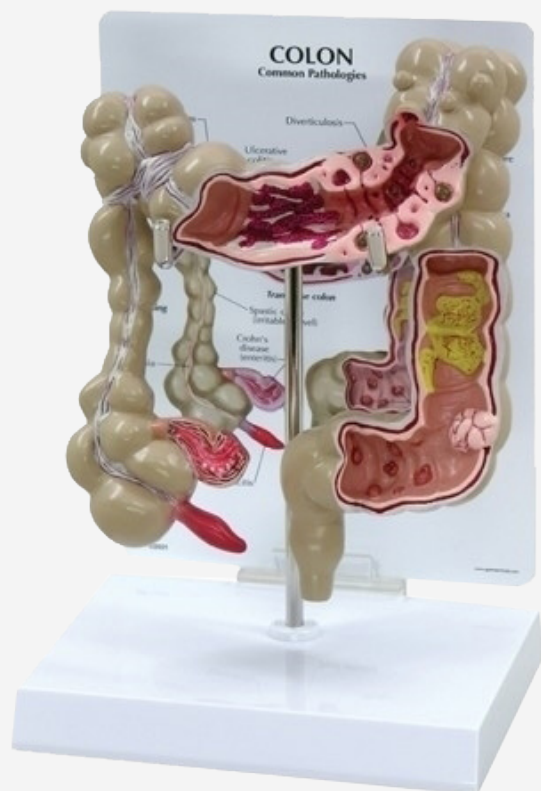


## GEBRUIK:

De didactische modellen kunnen in het kader van een activiteit over het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker (bv. de verteltas) gebruikt worden om in een kleine groep te tonen waar de dikke darm zich bevindt en hoe mogelijke letsels er uitzien.

## PRAKTISCH:

De didactische modellen kunnen rechtstreeks bij het CvKO of via het Logo ontleend worden, mits aan de uitleenvoorwaarden voldaan wordt.



## Didactische set

### WAT?

De didactische set voor het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker bevat een voorbeeld van de uitnodigingsbrief, de folder, het deelnameformulier, de gebruiksaanwijzing, de afnameset, productinformatie en de bubbel-envelop.

### VOOR WIE?

Intermediairs kunnen aan de hand van de voorbeelden illustreren hoe de uitnodigingsbrief van het bevolkingsonderzoek er uit ziet en op welke manier je zelf een stoelgangstaal kan nemen. De didactische sets kunnen niet gebruikt worden voor deelname.

### SETTINGS:



### PRAKTISCH:

Didactische sets voor het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker kunnen aangevraagd worden bij het CvKO via het Logo. De voorbeelden zitten ook in de **verteltas**.



## Gezondheidsrally

### WAT?

Met de gezondheidsrally kan je in de loop van een parcours al wandelend meer te weten komen over het bevolkingsonderzoek. Je beantwoordt de vragen die je onderweg tegenkomt. Voor de lokale partners is een draaiboek voorhanden.

Er zijn 12 pancartes, waarvan 10 pancartes met vragen en een start- en eindpancarte die kunnen uitgeprint worden. Ze worden chronologisch langs een parcours geplaatst, binnen of buiten. Door de 10 vragen al wandelend in de loop van het parcours te beantwoorden kom je meer te weten over het bevolkingsonderzoek. Op het einde van het parcours zijn de antwoorden beschikbaar. Aan de gezondheidsrally kunnen een wedstrijd en een korte evaluatie gekoppeld worden.

### VOOR WIE?

Lokale intermediairs kunnen een gezondheidsrally organiseren voor mannen en vrouwen in de doelgroep van het bevolkingsonderzoek en personen in hun omgeving.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Stippel buiten of binnen een wandeling uit. Hang de 12 posters op: 1 bij de start, 1 op het einde en de 10 posters met vragen langs het parcours. Duid met pijlen telkens de weg aan naar de volgende poster. Op elke poster staat een vraag of een uitspraak waarop de deelnemers het juiste antwoord zoeken. Onderweg verzamelen ze de letters die gekoppeld zijn aan de antwoorden. Samen vormen zij een uitspraak. Op het einde van het parcours deponeren de deelnemers hun deelnameformulier in een bus of geven het af aan een medewerker. Achteraf zijn ook de juiste antwoorden beschikbaar.

### PRAKTISCH:

- Het digitale draaiboek, de posters, een overzicht van de juiste antwoorden en een voorbeeld voor deelnameformulier zijn te verkrijgen bij het Logo.
- Het draaiboek geeft een houvast aan de organisator om de gezondheidsrally vlot te laten verlopen.



## Infosessie

### WAT?

Aan de hand van een uitgebreide presentatie geeft een door het CvKO gevormde spreker uitleg over alle aspecten van het bevolkingsonderzoek.

Thema's die in deze presentatie aan bod komen zijn dikkedarmkanker, bij wie komt dikkedarmkanker meest voor, mogelijke preventie, het vroeg opsporen van dikkedarmkanker en hoe je kan deelnemen aan het bevolkingsonderzoek.

### VOOR WIE?

Voor mannen vrouwen in de doelgroep van het bevolkingsonderzoek of andere geïnteresseerden, zoals personen jonger dan 50 jaar of ouder dan 74 jaar, voor hun partners en voor intermediairs.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

- De infosessie maakt best deel uit van een ruimere actie waarvoor het Logo je kan ondersteunen.

### PRAKTISCH:

- Het Logo beschikt over de actuele versie van de PowerPointpresentaties.
- Het Logo gaat na welke gevormde spreker de presentatie kan verzorgen en wie beschikbaar is. Stel dat niemand in de regio beschikbaar is, legt het Logo de vraag voor aan het CvKO. Ad hoc vorming van een lokale spreker is mogelijk.
- Vanaf 20 deelnemers komt het CvKO tussen in de vergoeding van de spreker. De praktische regeling verloopt via het Logo.
- Duur: ongeveer 1u30 met mogelijkheid om vragen te stellen. Er is ook een kortere presentatie beschikbaar met accent op het verloop van het bevolkingsonderzoek.
- Het Logo kan helpen bij met de aankondiging en de praktische organisatie.
- Bekijk samen met het Logo welke ondersteuningsmiddelen bij de infosessie kunnen gebruikt worden.
- <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/ddk/peikmoment-maart>

BEVOLKINGS  
ONDERZOEK  
DIKKEDARM  
KANKER

Spreker  
Functie

**Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker  
Vlaanderen**

BEVOLKINGS  
ONDERZOEK.BE

Vlaanderen  
is zorg

CvKO CENTRUM VOOR  
KANKEROPSPORING  
ANTWERPEN BRUGGE BRUSSEL GENT LEUVEN

# Infosheet voor de huisarts en de apotheker

## WAT?

Voor het piekmoment ontwikkelt het CvKO jaarlijks een digitale infosheet met actuele en relevante informatie voor de huisartsen en de apothekers en verspreidt die naar de voorzitters van de LOK van de huisartsen, de eerstelijnszones en het apothekersnetwerk. In de infosheet wordt aandacht besteed aan cijfers met betrekking tot het bevolkingsonderzoek en wordt gefocust op een specifiek thema.

## VOOR WIE?

De infosheet is bestemd voor de huisartsen en apothekers, en kan ook lokaal of voor de eerstelijnszone gebruikt worden.

## SETTINGS:



## GEBRUIK:

- De infosheet kan in het kader van een lokale actie over het bevolkingsonderzoek ook verspreid worden naar de lokale huisartsen en apothekers, eventueel gepersonaliseerd voor de gemeente of eerstelijnszone.

## PRAKTISCH:

- De infosheets zijn beschikbaar bij het Logo.
- <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/ddk/infosheet-voor-de-huisarts-2022>  
<https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/ddk/apothekers>

**INFOSHEET VOOR DE PROFESSIONELN**

**DALING STERTE DIKKEDARMKANKER DOOR BEVOLKINGSONDERZOEK**

**BEVOLKINGS ONDERZOEK DIKKEDARM KANKER**

**Waarom meer voorlopers van dikkedarmkanker?**

**Meer weten over de impact van het bevolkingsonderzoek?**

**Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker in Vlaanderen, de regio**

**Waarom meer voorlopers van dikkedarmkanker?**

**Meer weten over de impact van het bevolkingsonderzoek?**

**Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker in Vlaanderen, de regio**

**BEGRIJPT U WEL DEN VRAAG IN DE SCHEENINGSLIJST BEVOLKINGSONDERZOEK?**

**INSTRAPPEN IN HET VROEDTIJDE**

**DEELNAME ONGETE GROEFT IN LAAG**

**CIKA SIJN GEEN CORRECTE FOLLOW-UP NA FIT**

**SCREENINGSLIJST 2022 IN EEN NOTENDOP**

**Meer weten over artsen? Ga naar:**

**Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker**

Infosheet voor de huisarts maart 2022

**INFOSHEET VOOR DE APOTHEEK**

**DALING STERTE DIKKEDARMKANKER DOOR BEVOLKINGSONDERZOEK**

**BEVOLKINGS ONDERZOEK DIKKEDARM KANKER**

**Waarom meer voorlopers van dikkedarmkanker?**

**Meer weten over de impact van het bevolkingsonderzoek?**

**Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker in Vlaanderen, de regio**

**Waarom meer voorlopers van dikkedarmkanker?**

**Meer weten over de impact van het bevolkingsonderzoek?**

**Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker in Vlaanderen, de regio**

**BEGRIJPT U WEL DEN VRAAG IN DE SCHEENINGSLIJST BEVOLKINGSONDERZOEK?**

**INSTRAPPEN IN HET VROEDTIJDE**

**DEELNAME ONGETE GROEFT IN LAAG**

**CIKA SIJN GEEN CORRECTE FOLLOW-UP NA FIT**

**SCREENINGSLIJST 2022 IN EEN NOTENDOP**

**Meer weten over artsen? Ga naar:**

**Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker**

Infosheet voor de apotheker maart 2022

## WAT?

Kwis met 11 vragen over het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker.

## VOOR WIE?

Lokale intermediairs die de kennis willen verhogen van algemeen publiek en personen in de doelgroep over het bevolkingsonderzoek.

## SETTINGS:




## GEBRUIK:

- Organiseer een wedstrijdelement in je activiteit (bv infostand, marktactie), artikel of andere publicatie.

## PRAKTISCH:

- De kwis met de vragen en de antwoorden is beschikbaar bij het Logo.



**KWIS  
DIKKEDARM-  
KANKER**

**BEVOLKINGS  
ONDERZOEK  
DIKKEDARM  
KANKER**

**WAT WEET JE  
OVER HET  
BEVOLKINGSONDERZOEK  
DIKKEDARMKANKER?**

Duid aan wat  
volgens jou het  
juiste antwoord is.

1. Het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker is bedoeld voor...
  - a) Mannen en vrouwen van 50 tot en met 74 jaar
  - b) Mannen en vrouwen van 45 tot en met 70 jaar
2. Elke persoon van 50 tot en met 74 jaar krijgt een uitnodiging.
  - a) Juist
  - b) Fout

b) Fout. Je krijgt in die leeftijdsgroep geen uitnodiging.

  - Als je dikkedarmkanker hebt of had.
  - Als je de voorbije twee jaar je stoelgang liet onderzoeken.
  - Als je de voorbije vier jaar een virtuele coloscopie hebt gehad.
  - Als je de voorbije tien jaar een coloscopie of kijkonderzoek van je dikke darm liet uitvoeren.
3. Een stoelgangtest is aangewezen om de twee jaar
  - a) Juist
  - b) Fout
4. Als je jonger bent dan 50 of ouder bent dan 74 jaar (en dus niet uitgenodigd wordt voor het bevolkingsonderzoek) kan je geen dikkedarmkanker meer krijgen.
  - a) Juist
  - b) Fout
5. Fout. Het risico op dikkedarmkanker neemt toe met de leeftijd. 90% van alle dikkedarmkanker in Vlaanderen komt voor na de leeftijd van 50 jaar. We raden dan ook aan om vanaf je 50e via het bevolkingsonderzoek om de twee jaar een stoelgangtest te laten uitvoeren. Dikkedarmkanker kan nog voorkomen na de leeftijd van 74 jaar, maar deze personen worden niet meer uitgenodigd voor het Vlaamse bevolkingsonderzoek. Voor 74-plussers is immers niet aangetoond dat de voordelen van het bevolkingsonderzoek opwegen t.o.v. de nadelen.
  - a) Juist
  - b) Fout
6. Als ik een stoelgangtest doe weet ik met zekerheid of ik dikkedarmkanker heb of niet.
  - a) Juist
  - b) Fout

a) Fout. Poliepen (de voorlopers van dikkedarmkanker) groeien heel traag en geven gedurende lange tijd geen klachten. Vroegtijdige opsporing van kanker (en dat geldt voor alle kankers) is juist bedoeld voor mensen zonder klachten. Als er bepaalde klachten zijn, moet een (huis)arts gecontacteerd worden, zodat hij of zij een diagnose kan stellen. Bij klachten is de stoelgangtest misschien niet de juiste test. Poliepen bloeden immers niet altijd, dus bij klachten die wijzen op dikkedarmkanker, is het nodig om meteen een afspraak te maken bij een arts en een volledige coloscopie te plannen.

BEVOLKINGS  
ONDERZOEK  
BE

Vlaanderen  
IS 2018

CvKO  
ANTWERPEN BRUGGE BRUSSEL GENT LEUVEN

logo  
VL  
GEZONDHEID  
TROEF

BEVOLKINGS  
ONDERZOEK  
DIKKEDARM  
KANKER

## Verteltas

### WAT?

Met de verteltas ga je in dialoog met personen in maatschappelijk kwetsbare situaties. In een groepsessie staat het verloop van het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker centraal.

Een door het Logo gevormde medewerker in de organisatie begeleidt de groepsessie.

De verteltas bevat veel beeldmateriaal en weinig tekst.

### VOOR WIE?

De verteltas is voor een kleine groep (6 à 8) mannen en/of vrouwen in de doelgroep met basiskennis van het Nederlands in organisaties die in nauw contact staan met of een aanbod hebben naar de maatschappelijk kwetsbare doelgroepen. Ook aan de vraag van andere organisaties voor deze methodiek kan tegemoet gekomen worden in overleg met het Logo.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

Een begeleider die vertrouwd is met de doelgroep en door het Logo wordt opgeleid, legt het verloop van het bevolkingsonderzoek uit aan de hand van vertelplaten. De bedoeling is dat over het bevolkingsonderzoek een gesprek op gang komt, waarin ook drempels voor deelname kunnen aan bod komen. De verteltas is bijvoorbeeld ook geschikt om anderstalige nieuwkomers te informeren.

### PRAKTISCH:

- De organisatie zoekt samen met het Logo binnen de organisatie naar een geschikte begeleider.
- Het Logo kan helpen bij de aankondiging en de praktische uitwerking en leent de verteltas gratis uit mits een aantal afspraken.
- Het Logo en de begeleider maken een afspraak voor een vormingsmoment (train-the-trainer). Hierbij maakt de begeleider kennis met alle onderdelen van de verteltas. Nadien neemt de begeleider alles zelf goed door, bereidt zich voor en vraagt waar nodig meer informatie of duidelijkheid aan het Logo. Dan kan de begeleider in de organisatie aan de slag met de verteltas.
- Als er geen geschikte begeleider gevonden wordt in de organisatie, kan beroep gedaan worden op een externe begeleider die vertrouwd is met de doelgroep in de organisatie. Voor de kost voor de begeleiding van de groepsessie door een externe begeleider met de verteltas en met minstens 6 deelnemers kan je via het Logo rekenen op een vergoeding door het CvKO voor de begeleider.





## Webinar

### WAT?

Het CvKO ontwikkelt in 2022 verschillende webinars voor professionals over de bevolkingsonderzoeken naar kanker, waaronder een voor het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker.

### VOOR WIE?

De webinars zijn bedoeld voor onder meer Logo-medewerkers, intermediairs, zorgverleners, maatschappelijk werkers.

### SETTINGS:



### GEBRUIK:

De webinar laat je toe om als professional op het moment dat je past actuele informatie te verkrijgen over het bevolkingsonderzoek.

### PRAKTISCH:

- Bij het Logo is meer informatie beschikbaar over de verschillende webinars (bv over Incijfers, over de verteltas).
- Op vraag kan het CvKO via het Logo een webinar organiseren op maat van een specifieke beroepsgroep.
- <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/ddk/webinars-bevolkingsonderzoek-dikkedarmkanker>



## Betrek het lokaal bestuur

### WAT KAN JE DOEN?

- Bespreek met het lokaal bestuur op welke manier een lokaal project vorm kan krijgen en op een systematische manier kan georganiseerd worden. Introduceer en gebruik hiervoor de **Gids voor begeleiding van lokale projecten voor de bevolkingsonderzoeken naar kanker** (BLIK).
- Pleit ervoor dat in de gemeente een aanspreekpersoon is voor een lokale actie of voor beantwoording van vragen over het bevolkingsonderzoek. Dit is zeker een aandachtspunt in de facilitieitengemeenten.
- Neem contact op met het CvKO met vragen in verband met vertaling van actiemateriaal.

### WAT KAN JE DOEN?

- Elk jaar tijdens het piekmoment in maart het bevolkingsonderzoek onder de aandacht brengen van de algemene bevolking. Hiervoor zijn ondersteuningsmiddelen beschikbaar bij het Logo.
- Het gemeenterapport raadplegen met cijfers over deelname aan het bevolkingsonderzoek in de gemeente of stad. Vraag hierover informatie aan het Logo.
- Samen met het Logo, bevoegde schepenen, verantwoordelijken en diensten van het lokaal bestuur en de relevante lokale partners een lokaal project uitwerken om groepen die minder geneigd zijn om aan het bevolkingsonderzoek deel te nemen te bereiken. **De Gids voor begeleiding van lokale projecten voor de bevolkingsonderzoeken naar kanker** biedt hiervoor zeker houvast.
- Adviesraden betrekken bij lokale acties met de bedoeling een divers publiek te kunnen bereiken. Bijvoorbeeld de cultuurraad, seniorenadviesraad, welzijnsraad, sportadviesraad, raad voor de lokale economie, integratieraad, multiculturele adviesraad, raad voor de toegankelijkheid in de gemeente of stad. Naast bespreking van activiteiten kan ook een korte voorstelling over het bevolkingsonderzoek op de agenda gezet worden.
- Initiatieven om het bevolkingsonderzoek of acties te ondersteunen en te verankeren in het lokaal gezondheidsbeleid. Eenmalige acties hebben meestal een beperkt effect, dus herhaling en verdieping zijn belangrijk.
- Een regiefunctie opnemen. Zelfs als het lokaal bestuur zelf geen plannen heeft tijdens de piekmomenten, dan kan het wel inventariseren welke activiteiten er op het grondgebied plaatsvinden, deze bundelen en erover communiceren via de eigen communicatiekanalen.
- Lokale intermediairs, verenigingen en sleutelfiguren in de buurten aanspreken om mee te werken aan een lokale actie. Bespreek met het Logo op welke manier ze goed kunnen geïnformeerd worden over het bevolkingsonderzoek zodat ze correcte informatie kunnen verstrekken aan vrouwen en mannen in de doelgroep.
- Bespreken met de dienst communicatie van de gemeente of de stad op welke manier het bevolkingsonderzoek of de actie via de eigen kanalen onder de aandacht van de algemene bevolking kan gebracht worden. Bijvoorbeeld via de eigen website, het gemeenteblad of het stadsmagazine, digitale borden in het straatbeeld, de activiteitenkalender, een persbericht of persmoment voor lokale of regionale pers (lokale tv, streeknieuws, huis-aan-huisbladen), Facebookberichten of berichten en teasers voor acties via andere sociale media. Ook lokale flyers met naast iconen van het bevolkingsonderzoek ook de iconen van de gemeente en partners om acties in de kijker te stellen (zie Huisstijlhandleiding).
- Een online platform of digitaal buurtnetwerk (zoals Hoplr) kan de bekendmaking van lokale activiteiten bevorderen. Er wordt wel opgemerkt dat vooral personen die digitaal vaardig zijn hierop hun weg vinden.
- Zorgen voor lokale blikvangers in het straatbeeld en voor een aandachtstrekker bijvoorbeeld in kinderopvang, sportgebouwen of sportinfrastructuur en andere plaatsen waar gezinnen komen. Vraag hiervoor tips aan het Logo. Het is belangrijk dat mensen met vragen terecht kunnen bij personen die goed op de hoogte zijn van het bevolkingsonderzoek.
- Een kick-off voor de actie organiseren.
- Als de keuze gemaakt wordt om ondersteuningsmiddelen van het CvKO te personaliseren voor de gemeente, hou dan zeker rekening met de afspraken op Vlaams niveau en de **Huisstijlhandleiding**. Hou bij het personaliseren (bv foto's van lokale sleutelfiguren) rekening met de diversiteit van de doelgroep in de gemeente of stad. Bijvoorbeeld een artikel met een interview met een lokale huisarts (inspiratie publicatie) of met een foto van lokale intermediairs en hun persoonlijke quotes. Leg ontwerpen via het Logo voor aan het CvKO. Voorzie voldoende tijd en budget om het gepersonaliseerd materiaal aan te maken. Het is bijvoorbeeld niet altijd even gemakkelijk om vrouwen en mannen in de doelgroep te vinden die bereid zijn om op de foto te staan die wijd verspreid wordt in de gemeente.
- Een infostand zetten in diensten van het lokaal bestuur waar vrouwen en mannen in de doelgroep langskomen. Bijvoorbeeld het stad- of gemeentehuis, cultureel centrum, bibliotheek, buurt- of wijkcentra, lokale dienstencentra. Een infostand kan ook op een event dat veel bezoekers aantrekt. Het is belangrijk dat de standhouders na een korte vorming goed op de hoogte zijn van het bevolkingsonderzoek.
- Besteed ook aandacht aan wat personen buiten de doelgroep en in de omgeving van vrouwen en mannen in de doelgroep kunnen doen tijdens de actie.

- Een brief naar de huisartsen, apothekers en andere zorgverleners met informatie over de geplande acties en met vraag voor actieve ondersteuning ervan. In samenspraak met het Logo een pakket (gift bag) samenstellen met ondersteuningsmiddelen en het persoonlijk aan hen bezorgen.
  - Verken in een faciliteitengemeente op welke manier burgers inzage kunnen hebben in de vertaling in het Frans van de documenten van het CvKO. Dit kan bijvoorbeeld bij een aanspreekpersoon van het lokaal bestuur.
- De vertaling in het Frans staat op de website <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/fr>



## NUTTIGE INFORMATIE

Personen die een sticker op de brievenbus plakken om geen ongeadresseerd reclamedrukwerk te ontvangen zien de berichten niet in de huis-aan-huisbladen of flyers die gratis bedeed worden.

## Betrek het Sociaal Huis

### WAT KAN JE DOEN?

Maatschappelijk werkers zijn vertrouwensfiguren van personen in de doelgroep. Als zij goed op de hoogte zijn van het verloop van het bevolkingsonderzoek en financiële aspecten (uitnodiging met gratis afnameset en onderzoek van het stoelgangstaal in het labo om de twee jaar, maar kost voor vervolgonderzoek) kunnen zij vragen van mannen en vrouwen in de doelgroep beantwoorden.

- Bekijk met het OCMW of het Sociaal Huis of een actie in de dienst mogelijk is. Bij voorkeur een actie die kadert in een ruimer lokaal project. Leg uit welke ondersteuningsmiddelen hiervoor bij het Logo kunnen aangevraagd worden.
- Organiseer een vormingsmoment voor de maatschappelijk werkers en andere medewerkers als zij dit wensen. Deze vorming, waarin veel gestelde vragen over het bevolkingsonderzoek aan bod komen, is ideaal om foutieve opvattingen of vooroordelen van de bevolkingsonderzoeken te weerleggen. De maatschappelijk werkers krijgen handvaten aangereikt om het thema bespreekbaar te maken met hun cliënten. Misschien is er interesse voor een digitale vorming of een **webinar**.
- Bezorg hen een didactisch pakket met het verloop van het bevolkingsonderzoek, een voorbeeld van de uitnodigingsbrief, folder en afnameset en andere ondersteuningsmiddelen.
- Bekijk of een gelijkaardig initiatief mogelijk is met de sociale dienst van de mutualiteit.

### WAT KAN HET OCMW OF HET SOCIAAL HUIS DOEN?

- Gedurende een beperkte periode een actie organiseren over het bevolkingsonderzoek, met een infostand of aandachtstrekker in het Sociaal Huis of het OCMW. Beelden op een digitaal scherm kunnen het verband met het bevolkingsonderzoek versterken (bv. **digitale pancarte**, **film** op een discrete plaats). Dit past best in een ruimer project in de gemeente waarbij het Logo je kan ondersteunen.
- In het OCMW of het Sociaal Huis wordt het bevolkingsonderzoek in de kijker gesteld, bijvoorbeeld met een blauwe loper, infostand, blauwe aankleding. Alle medewerkers dragen een blauw lintje.
- Met een kleine groep kan een activiteit gepland worden waarop het bevolkingsonderzoek op een informele manier ter sprake kan komen, bijvoorbeeld een groepsgesprek met een huisarts waarbij vragen kunnen gesteld worden.
- Maatschappelijk werkers beantwoorden vragen of spreken personen in de doelgroep in de mate van het mogelijke aan tijdens individuele begeleiding. Zij kunnen als vertrouwenspersoon correcte informatie verstrekken aan vrouwen in de doelgroep. Als reminder geven ze een **meeneemkaartje** of een **bladwijzer** mee; apart of in een goodiebag met nuttige producten.
- Maatschappelijk werkers kunnen reacties van personen in de doelgroep over drempels om deel te nemen aan het bevolkingsonderzoek signaleren aan een contactpersoon die betrokken is bij het lokaal project.
- De maatschappelijk werker kan met mannen en vrouwen die niet aangesloten zijn bij de Belgische ziekteverzekering of die niet in regel zijn, bekijken op welke manier een oplossing kan gevonden worden (verzekeraarbaarheid in orde zetten in samenspraak met de verzekeringsinstelling). Dit is belangrijk voor eventueel bijkomend onderzoek dat niet gratis is.

## Betrek het lokaal dienstencentrum

### WAT KAN JE DOEN?

Lokale dienstencentra bieden meestal een gevarieerd aanbod aan, waaronder informatieve, recreatieve en vormende activiteiten. Amusement, ontspannende activiteiten, sociale en culturele evenementen bijwonen of wat bijleren is er meestal mogelijk. Vaak is er ook een cafetaria, soms worden warme maaltijden aangeboden of kan je er terecht voor lichaamsverzorging. Mogelijk is er een nauwe samenwerking met buurthuizen en clubhuisjes.

- Bekijk met de begeleiders of vormingswerkers of een actie rond het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker in de werking past, hierbij rekening houdend met de leeftijd en de interesses van het cliënteel.
- Het initiatief sluit bij voorkeur aan bij een ruimer lokaal project. Leg uit welke ondersteuningsmiddelen hiervoor bij het Logo kunnen aangevraagd worden.
- Organiseer een vormingsmoment voor de medewerkers als zij dit wensen. Deze vorming, waarin veel-gestelde vragen over het bevolkingsonderzoek aan bod komen, is ideaal om foutieve opvattingen of vooroordelen van de bevolkingsonderzoeken te weerleggen. De medewerkers krijgen handvaten aangereikt om het thema bespreekbaar te maken.
- Bezorg hen een didactisch pakket met het verloop van het bevolkingsonderzoek, een voorbeeld van de uitnodigingsbrief en folder en andere ondersteuningsmiddelen.

### WAT KAN HET LOKAAL DIENSTENCENTRUM DOEN?

- Gedurende een beperkte periode een actie organiseren over het bevolkingsonderzoek, met een infostand of aandachtstrekker. Beelden op een digitaal scherm kunnen het verband met het bevolkingsonderzoek versterken (bv. **digitale pancarte**, **film** op een discrete plaats). Dit past best in een ruimer project in de gemeente. Het Logo kan je hierbij ondersteunen.
- Het bevolkingsonderzoek wordt in de kijker gesteld, bijvoorbeeld met een blauwe loper, infostand, blauwe aankleding. Alle medewerkers dragen een blauw lintje.
- Met een kleine groep mannen of vrouwen in de doelgroep van het bevolkingsonderzoek kan een activiteit gepland worden waarop het bevolkingsonderzoek op een informele manier ter sprake kan komen, bijvoorbeeld een **kenniskwis**, groepsgesprek met een huisarts of gynaecoloog waarbij vragen kunnen gesteld worden.
- Medewerkers die goed geïnformeerd zijn over het bevolkingsonderzoek beantwoorden vragen of spreken personen in de doelgroep in de mate van het mogelijke aan tijdens individuele begeleiding. Als reminder geven ze een **meeneemkaartje** of een **bladwijzer** mee. Zij kunnen reacties van mannen en vrouwen in de doelgroep over drempels om deel te nemen aan het bevolkingsonderzoek signaleren aan een contactpersoon die betrokken is bij het lokaal project.

## Betrek de apothekers

### WAT KAN JE DOEN?

Bekijk voor de lokale situatie via welke contacten je de apothekers best kan bereiken: via de apothekersvereniging of het apothekersnetwerk, via een vertegenwoordiger van de apothekers in een lokale adviesraad of via een contactpersoon van de eerstelijnszone.

Afhankelijk van de lokale situatie werk je dan voorstellen uit in samenspraak met je contactpersonen.

Bespreek met de apothekers op welke manier zij het BVO aan mannen en vrouwen kunnen bekend maken. Benadruk hun rol als laagdrempelige vertrouwensfiguren waarmee de personen in de doelgroep in contact komen.

Als apothekers goed op de hoogte zijn van de organisatie van het bevolkingsonderzoek kunnen zij hun rol optimaal opnemen.

### AANBOD VOOR DE APOTHEKERS

- Bezorg de apothekers voorbeelden van ondersteuningsmiddelen voor het BVO, zoals **affiche, folder, meeneemkaartje** samen met **infosheet** voor apothekers (en huisartsen) en de eventuele activiteitenkalender voor lokale acties rond preventie. Dit kan onder de vorm van een **didactisch pakket** dat persoonlijk aan elke apotheker bezorgd wordt. Vermeld ook hoe en waar ze ondersteuningsmiddelen kunnen aanvragen.
- Bekijk met het Logo of de **infosheet** door het CvKO kan gepersonaliseerd worden voor de gemeente of de regio.
- Mogelijk hebben de apothekers samen met hun regionale vereniging of in de eerstelijnszone interesse voor een **webinar**, een infoavond of **een artikel** in hun nieuwsbrief? Bespreek dit dan tijdig met het Logo.

### WAT KAN DE APOTHEKER DOEN?

- Personen met vragen correct informeren over het bevolkingsonderzoek. Voor meer informatie cliënteel verwijzen naar het gratis nummer 0800 60 160 en <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl>
- Tijdens de piekmaand of de lokale actiemaand een affiche ophangen, de **digitale pancarte** tonen op het scherm, een **roll-upbanner** plaatsen, **meeneemkaartjes** ter beschikking stellen, of aan de hand van de **didactische set** van het bevolkingsonderzoek uitleggen op welke manier je een stoelgangstaal moet nemen.
- Zich mee engageren in het lokaal project of de lokale werkgroep.
- De vertalingen op de **website** van het CvKO gebruiken of ernaar verwijzen. Daar staat de vertaling van basisinformatie over het BVO en de uitnodiging met de folder in het **Arabisch, Duits, Engels, Frans, Italiaans, Pools, Roemeens, Russisch, Spaans en Turks**.



## Betrek bedrijfsartsen en externe diensten

### WAT KAN JE DOEN?

- Informeer bedrijfsartsen en externe diensten voor preventie en bescherming op het werk over het bevolkingsonderzoek, het lokaal project en de gekozen actie.
  - Betrek zelf ook de lokale ondernemingen bij de lokale actie en bekijk samen met hen op welke manier ze het bevolkingsonderzoek onder de aandacht van hun medewerkers kunnen brengen.
  - Persoonlijke contacten bieden zeker een meerwaarde. Laat hen weten dat ze ondersteuningsmiddelen kunnen aanvragen bij het Logo.
- Dit zorgt ervoor dat ook in de directe werkomgeving aandacht besteed wordt en correcte informatie verspreid wordt over het BVO.

### WAT KAN DE BEDRIJFSARTS DOEN?

- Zich correct informeren over het bevolkingsonderzoek.
- Bij de werkgevers, werknemers en werkneemsters aandacht vestigen op het belang van vroege opsporing, het bevolkingsonderzoek en hun vragen beantwoorden.
- De bestaande ondersteuningsmiddelen gebruiken, zoals **affiches, meeneemkaartjes, bladwijzers, roll-upbanners, een digitale pancarte** op de beeldschermen, een infostand.
- Vertrouwenspersonen inschakelen op het werk.

## Betrek de huisartsen

### WAT KAN JE DOEN?

Betrek de huisartsen bij het lokaal project en bekijk samen op welke manier zij kunnen bijdragen om de mannen en vrouwen in de doelgroep goed te informeren, met specifiek aandacht voor mannen en vrouwen die (nog) niet deelnemen aan het bevolkingsonderzoek. **Uit onderzoek blijkt dat het advies van de huisarts een trigger kan zijn om zich preventief te laten onderzoeken.** Speel in op de rol van de huisarts als vertrouwensfiguur waarmee de mannen en vrouwen in contact komen. Vestig hiermee de aandacht op het signaal van mannen en vrouwen dat de huisarts met hen het laten onderzoeken van een stoelgangstaal nog niet besproken heeft.

Als huisartsen goed op de hoogte zijn van de organisatie van het bevolkingsonderzoek kunnen zij hun rol optimaal opnemen. In communicatie over het bevolkingsonderzoek en het stoelgangstaal worden personen voor antwoord op hun persoonlijke vragen altijd verwezen naar de huisarts.

Bekijk voor de lokale situatie via welke contacten je de huisartsen best kan bereiken: via de huisartsenkring, via een vertegenwoordiger van de huisartsen in een lokale adviesraad of via een contactpersoon van de eerstelijnszone.

Afhankelijk van de lokale situatie werk je dan voorstellen uit in samenspraak met je contactpersonen.

### VOORBEELDEN VAN AANBOD NAAR DE HUISARTSEN

- De **infosheet** kan in overleg met het CvKO gepersonaliseerd worden voor de gemeente, een groep van gemeenten of de regio (bv huisartsenkring, eerstelijnszone).
- Stel een didactisch pakket met ondersteuningsmiddelen over het BVO samen en bekijk of dit in het kader van een lokaal project persoonlijk kan overhandigd worden in de huisartsenpraktijk. Ook een begeleidende brief, een **didactische set** met het uitnodigingspakket en de **infosheet** kunnen daarin. Vermeld ook duidelijk waar de huisartsen ondersteuningsmiddelen kunnen aanvragen.
- Neem voor een artikel in het lokale infoblad een interview af met een huisarts. Mogelijk biedt de **publireportage** hiervoor inspiratie. Neem een motiverende quote van een arts op in lokaal communicatiemateriaal.
- Organiseer in samenspraak met het Logo, het CvKO en de huisartsenkring en/of de ELZ een **webinar**, waarbij ook de vragen van de huisartsen beantwoord worden.
- Tijdens een rondetafelgesprek en in dialoog met de huisartsen bekijk je samen redenen waarom mannen en vrouwen geen stoelgangstaal willen laten onderzoeken in het bevolkingsonderzoek. De huisartsen kunnen aangeven op welke drempels zij zelf stuiten (op niveau van hun praktijk, gemeente, deelgemeente of buurt) of wat zij horen van hun patiënten.
- Nodig een huisarts of maag-darmspecialist uit om tijdens een gesprek vragen van mannen en vrouwen te beantwoorden over vroege opsporing van dikkedarmkanker en het stoelgangstaal. In het gesprek kunnen drempels aan bod komen om een stoelgangstaal te nemen en om deel te nemen aan het bevolkingsonderzoek. Bijvoorbeeld de overtuiging dat een stoelgangstaal om de twee jaar niet nodig is, onrust om te weten dat er een afwijking gevonden is en angst voor het bijkomend onderzoek. Dit gesprek kan met mannen en vrouwen vooraf voorbereid worden en kan ook bijvoorbeeld als vervolgcactiviteit op een sessie met de **verteltas** georganiseerd worden.

### WAT KUNNEN DE HUISARTSEN DOEN?

- De mannen en vrouwen die zich nog niet of niet recent lieten onderzoeken systematisch persoonlijk informeren en motiveren om deel te nemen. Personen in de volgende groepen kan de huisarts individueel opvolgen. Instappers, de jongere groep (50-60-jarigen) en de 70-plussers zijn vaak minder gescreend dan de middelste leeftijdsgroep. Mannen nemen duidelijk minder deel, evenals (kans)arme personen in de doelgroep. Personen met een fysieke en visuele handicap en personen met een licht verstandelijke handicap zijn minst gescreend, evenals personen met als eerste nationaliteit Turkije, Maghreb, Afrikaanse landen en Oost-Europa niet EU.
- Vitalink, Myhealthviewer.be of MijnGezondheid.be consulteren om te weten wanneer een patiënte de laatste keer een stoelgangstaal liet onderzoeken.
- Beeldmateriaal, zoals het **verloop** of het **filmpje** over hoe je een stoelgangstaal moet nemen gebruiken of verwijzen naar de vertalingen van actiemateriaal op de **website bevolkingsonderzoek.be**. Personen die de uitnodiging of de afnameset niet meer hebben, kunnen als ze daarvoor in aanmerking komen gratis een nieuwe afnameset aanvragen.
- Contact opnemen met de man of vrouw bij wie na deelname aan het bevolkingsonderzoek een afwijking vastgesteld werd in het stoelgangstaal en er bijkomend onderzoek nodig is. Hem of haar in een persoonlijk gesprek het belang van het bijkomend onderzoek uitleggen, motiveren om het bijkomend onderzoek te laten uitvoeren en informeren waar dit kan gebeuren.



## NUTTIGE INFORMATIE VOOR DE HUISARTSEN

- Ondersteuningsmiddelen zijn beschikbaar bij het Logo, zoals
  - de **digitale pancarte** of **loop** op een scherm in de wachtzaal
  - **meeneemkaartjes, bladwijzers of publieksfolders**
  - link naar **films** van het CvKO over het bevolkingsonderzoek dikkedarmkanker en over hoe je een stoelgangstaal moet nemen
- Op de **website** van het CVKO staat de vertaling van basisinformatie over het BVO en de uitnodiging met de folder in het **Arabisch, Duits, Engels, Frans, Italiaans, Pools, Roomeens, Russisch, Spaans en Turks.**



## Betrek het wijkgezondheidscentrum of de groepspraktijk

### WAT KAN JE DOEN?

De faciliteiten in een wijkgezondheidscentrum of een groepspraktijk bieden meestal mogelijkheden om een thema onder de aandacht te brengen van hun cliënteel.

Bespreek de manier waarop zij het bevolkingsonderzoek en de lokale actie kunnen ondersteunen. Het Logo kan je hierbij helpen. Je kan een **didactisch pakket** met ondersteuningsmiddelen over het BVO samenstellen en dit in het kader van een lokaal project persoonlijk overhandigen in de praktijk. Laat hen weten dat ze ondersteuningsmiddelen kunnen aanvragen bij het Logo.

Je kan het wijkgezondheidscentrum of de groepspraktijk betrekken in de lokale werkgroep die een actie voorbereidt.

### WAT KAN HET WIJKGEZONDHEIDSCENTRUM OF DE GROEPSPRAKTIJK DOEN?

- Zich mee engageren in het lokaal project.
- Ervoor zorgen dat mannen en vrouwen bij iemand terecht kunnen om te praten over hun bezorgdheid of angst voor dikkedarmkanker, het stoelgangstaal of voor een vervolgonderzoek. Dit initiatief kan tegemoet komen aan de nood die mannen en vrouwen signaleren.
- Ondersteuningsmiddelen zoals de **roll-upbanner**, **digitale pancarte** op een scherm, **meeneemkaartjes**, **affiches**, een poster of **loop met het verloop** inzetten. Ze zijn verkrijgbaar bij het Logo.
- De arts kan mannen en vrouwen die zich nog niet of niet recent lieten onderzoeken persoonlijk informeren en motiveren om deel te nemen. Mannen nemen minder deel dan vrouwen. Personen in bepaalde leeftijdsgroepen (50-60 en 70-74 jaar), personen met een beperking, (kans)arme mannen en vrouwen, en personen afkomstig uit Turkije, de Maghreblanden, Afrikaanse landen en uit Oost-Europa niet-EU laten zich minder screenen.
- Een groepsessie met de **verteltas** organiseren.

## Betrek het ziekenhuis

### WAT KAN JE DOEN?

Bespreek met de verantwoordelijke van de dienst communicatie of de sociale dienst van het ziekenhuis de mogelijkheden om het bevolkingsonderzoek en de lokale actie te ondersteunen. Persoonlijke contacten bieden zeker een meerwaarde. Laat hen weten dat ze ondersteuningsmiddelen kunnen aanvragen bij het Logo.

### WAT KAN HET ZIEKENHUIS DOEN?

- Zich mee engageren in een lokaal project over het bevolkingsonderzoek.
- Een groep van geïnteresseerde mannen en vrouwen begeleiden bij een bezoek aan het ziekenhuis. Dit kan bijvoorbeeld ter gelegenheid van een opendeurdag of dag van de zorg. Een vertrouwenspersoon of begeleidster van een groep of een medewerker van de sociale dienst of dienst communicatie geeft aan mannen en vrouwen uitleg over het ziekenhuis, de dienst maag-en darmziekten, maar ook over het onthaal (elektronische aanmelding) en de betalingsmodaliteiten. Een medewerker van de dienst maag-darmziekten geeft uitleg over dikkedarmkanker, het onderzoek van een stoelgangstaal en beantwoordt vragen zoals over onderzoek bij darmklachten of over bijkomend onderzoek na een afwijkend stoelgangstaal na deelname aan het bevolkingsonderzoek. Het bezoek kan op voorhand voorbereid worden met de groep, bijvoorbeeld als vervolgvacature op de **verteltas** voor het Bevolkingsonderzoek Dikkedarmkanker. Bij de voorbereiding kan ook een sociale tolk of intercultureel medewerker betrokken worden. Hierdoor komen de medewerkers van het ziekenhuis op een andere manier in contact met mannen en vrouwen en hun vragen of hun angst voor het ziekenhuis, voor een darmonderzoek of voor financiële implicaties.
- Ondersteuningsmiddelen inzetten, zoals **affches**, **meeneemkaartjes**, het **verloop** van het bevolkingsonderzoek op een poster. Bijvoorbeeld de digitale banner, animatiefilm of verloop van het bevolkingsonderzoek in 'loop' tonen op een scherm. Deze ondersteuningsmiddelen kunnen aangevraagd worden bij het Logo.
- Een **infostand** opstellen over een of meerdere bevolkingsonderzoeken, bemand door personen die goed op de hoogte zijn.
- Contactpersonen voor lotgenotencontact bekend maken.

## Betrek ziekenfondsen

### WAT KAN JE DOEN?

Informeer en betrek de lokale afdelingen van de ziekenfondsen over het bevolkingsonderzoek en over de lokale actie.

### WAT KAN HET ZIEKENFONDS DOEN?

- Het bevolkingsonderzoek en de lokale actie ondersteunen. De GVO-diensten van de ziekenfondsen zetten ook regelmatig informatie over de bevolkingsonderzoeken in hun ledenblad of op de website.
- Zich engageren in de lokale actie en het activiteiten aanbod via hun kanalen mee promoten.
- De ondersteuningsmiddelen voor het bevolkingsonderzoek inzetten, zoals de **affiches**, de **folders**, de **meeneemkaartjes**, de **digitale pancartes** op de beeldschermen.
- De maatschappelijk werkers in de sociale dienst kunnen vragen van leden over de uitnodigingsbrief beantwoorden of hen helpen om uit te zoeken of ze nog uitgenodigd worden op <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl> of wanneer hun laatste onderzoek was op <https://www.mijngezondheid.be>.

## Betrek de lokale intermediairs

### WAT KAN JE DOEN?

De term lokale intermediairs kan je zeer breed interpreteren. Hier verstaan we er de lokale actoren onder die op basis van hun professionele of recreatieve bezigheden regelmatig in aanraking komen met de doelgroep van het bevolkingsonderzoek. Als je een steekkaart van de gemeente of de stad opstelt, dan krijg je ook zicht op de actoren die relevant zijn om specifieke groepen meer en beter te informeren over het bevolkingsonderzoek.

Opbouwen en onderhouden van een lokaal netwerk van organisaties die rechtstreeks werken met en naar mensen in maatschappelijk kwetsbare situaties en met hen een vertrouwensband hebben, vergt heel wat investering voor ons en voor hen. De kans op slagen verhoogt als je een win/win situatie kan vinden waarbij aansluiting gevonden wordt bij elkaars doelen. Denk ruim, betrek bijvoorbeeld ook de Gezinsbond, een sociale huisvestingsmaatschappij, sport voor 50-plussers.

- Geef vorming aan de intermediairs, bijvoorbeeld tijdens een 'prikkelmoment', over het bevolkingsonderzoek dikkedarmkanker. Luister naar hun vragen en voorstellen om bepaalde groepen beter te kunnen bereiken.
- Organiseer een gezondheidsrally voor de lokale intermediairs, zodat zij op een informele manier meer te weten komen over het bevolkingsonderzoek en hun betrokkenheid verhoogt.
- Stel een visueel pakket samen met ondersteuningsmiddelen voor het bevolkingsonderzoek en een lijst met veelgestelde vragen; maak een korte e-learning.
- Organiseer samen met intermediairs een **infosessie** in de gemeente of eerstelijnszone waarbij een deskundige spreker het belang van vroegtijdige opsporing uitlegt, het verloop van het bevolkingsonderzoek toelicht en vragen beantwoordt. Het Logo ondersteunt je bij het organiseren van een infosessie. Indien nodig kan in samenspraak met het CvKO een adhoc vorming georganiseerd worden voor een geïnteresseerde spreker. Hiermee kan correcte informatie gedeeld worden met een heterogeen doelpubliek (mannen, vrouwen in en buiten de doelgroep, lokale actoren). De attitude dat het niet nodig is om zich te laten onderzoeken, bijvoorbeeld omdat je geen klachten hebt, kan hier beïnvloed worden.
- Stel aan de lokale intermediairs voor om een kleinschalige activiteit voor de mannen of vrouwen in hun eigen doelgroep te organiseren. Door met de intermediairs ook aandacht te hebben voor praktische vragen die mannen en vrouwen hebben, kan je hier ook werken aan de verlaging van drempels om een stoelgangstaal te laten onderzoeken. Vragen zoals hoe neem ik een stoelgangstaal, van wie komt de uitnodiging, hoeveel kost het om het stoelgangstaal te laten onderzoeken in het labo, hoe ken ik het resultaat?
- Stel voor om een activiteit in de vrije tijd of in het kader van een vorming te organiseren, waarbij in spelvorm kwisvragen over het bevolkingsonderzoek beantwoord worden. De **kwisvragen** kunnen individueel of in groep ingevuld worden, schriftelijk of mondeling, op papier of digitaal. Waarom geen **gezondheidsrally**? Waar mogelijk wordt een beloning verbonden aan de juiste antwoorden of krijgt de winnaar een prijs. Hiermee kan iemand op een laagdrempelige manier nieuwe informatie verwerven over het bevolkingsonderzoek, kan kennis bevestigd worden of misvattingen rechtgezet.
- Verken samen met het lokaal bestuur of er aansluiting kan gevonden worden bij een thema of activiteit in de gemeente waarvoor mannen of vrouwen interesse hebben.  
Een gevormde begeleider geeft bijvoorbeeld op een informele manier aan mannen en vrouwen in hun eigen taal informatie over het bevolkingsonderzoek, met gebruik van ondersteuningsmiddelen.

Voorbeelden van activiteiten

- sportieve activiteiten en bewegen zoals fietsen, wandelen, fitness, joggen
- culturele en kunstzinnige activiteiten, lezen, mannen en vrouwen in de kunst, tentoonstelling of museumbezoek
- religieuze activiteiten, activiteiten in de geloofsgemeenschap, parochie of moskee
- lichaamsverzorging, modeshow of voorstelling van seizoencollectie (lingerie)
- workshops en hobby's zoals tuinieren, koken, naaien, breien
- rookstopsessies (vermits roken een bijkomende risicofactor is) of Bewegen op Verwijzing.
- Besteed zeker aandacht aan de rol en de vorming van vrijwilligers. Vrouwen of mannen geven correcte informatie aan vrouwen of mannen (peers) in een niet-medische omgeving. De attitude ten opzichte van ziekte, kanker of het bevolkingsonderzoek kan hierbij aan bod komen.
- Ga na of via sociale verenigingen of sociale dienstverlening de mogelijkheid bestaat om discreet met iemand (buddy) te spreken over de uitnodiging of iemand te vinden die al deelgenomen heeft.
- Verken of er sociale tolken actief zijn in de gemeente of in een organisatie (ziekenhuis) waar je beroep kan op doen (<https://www.integratie-inburgering.be/nl/wat-kunnen-we-voor-jou-doen/ondersteuning-voor-je-organisatie-of-lokaal-bestuur/wil-je-een-beroep-doen-op-een-sociaal-tolk-of-vertaler>). Bied hen een vorming aan over het bevolkingsonderzoek zodat zij in hun eigen job en op lokale activiteiten de informatie op een correcte manier kunnen overbrengen. Op de website <https://dikkedarmkanker.bevolkingsonderzoek.be/nl> staat zowel de vertaling van de uitnodiging, de folder en het verloop als basisinformatie in **Arabisch, Duits, Engels, Frans, Italiaans, Pools, Roemeens, Russisch, Spaans en Turks**.

Maak het aanbod bekend aan de relevante lokale partners. Hierdoor speel je in op de taalbarrière die mannen en vrouwen in de doelgroep kunnen ervaren.

- Pols bij vertrouwensfiguren van een specifieke doelgroep of zij bereid zijn om uitspraken (quotes) over deelname aan het bevolkingsonderzoek te delen en te laten verspreiden via hun vertrouwde kanalen. Bijvoorbeeld: een lokale arts (of artsen) verbonden aan een wijkgezondheidscentrum, een lid van een organisatie of sportclub, een medewerker van een lokaal dienstencentrum, thuisverpleegkundige. Bewaak de inhoud van de uitspraken en koppel de voorstellen via het Logo terug naar het CvKO. Deze uitspraken kunnen herhaald worden via de lokale media. Combineer ze waar mogelijk met foto's zodat de uitspraken levensecht zijn. De uitspraken en/of foto's kunnen mits duidelijke afspraken hierover opgenomen worden in een artikel voor het lokaal infoblad, flyers over de actie, de infosheet voor huisartsen/apothekers, e-mailbanner, website van de gemeente/stad. Hiermee kunnen sleutelfiguren en personen met wie mannen en vrouwen in de doelgroep vertrouwd zijn, getuigen over het belang van vroege opsporing en deelname aan het bevolkingsonderzoek.

## WAT KUNNEN INTERMEDIAIRS DOEN?

- Jaarlijks het piekmoment in de kijker stellen en/of zich engageren in een lokaal project voor het bevolkingsonderzoek.
- Informatie over het bevolkingsonderzoek koppelen aan een activiteit waarmee hun eigen doelgroep vertrouwd is.  
Voorbeelden:
  - Een vereniging of club organiseert een wandeling, gekoppeld aan een infomoment, **kenniskwis** of de **gezondheidsrally**.
  - Een wandelclub combineert een wandeling met de gezondheidsrally.
  - Vóór het begin van een vergadering van een adviesraad of een vereniging geeft een gevormde spreker toelichting over het bevolkingsonderzoek met illustratie van beeldmateriaal, zoals een **filmpje** van het CvKO.
  - Een interview met een deskundige of bekendmaking van de actie voor het bevolkingsonderzoek op de lokale radio of de seniorenradio.
  - Voor of na een film of theatervoorstelling kan een lokale actie voor het bevolkingsonderzoek onder de aandacht gebracht worden, zoals met een korte inleidende presentatie, een aandachtstrekker, een infostand of een goodiebag waarin ook informatie zit over het bevolkingsonderzoek.
  - In samenspraak met de moskee wordt aan een aparte activiteit voor vrouwen (bv. in de vrouwenwerkgroep) of mannen (bv. op vrijdag na het avondgebed) een informatiemoment gekoppeld. Indien gewenst kan voor deze activiteit ook een tolk opgeleid worden.
- Initiatief nemen voor een groepsessie met de **verteltas** waarbij een door het Logo gevormde begeleider waarmee de personen vertrouwd zijn, uitleg geeft over het bevolkingsonderzoek met visueel materiaal en in de taal die zij begrijpen. Er is ruimte voor gedachtewisseling en beantwoording van vragen. Opbouwwerkers of buurtwerkers gaan hiermee aan de slag, evenals andere organisaties van of voor personen in maatschappelijk kwetsbare situaties.
- Initiatieven nemen binnen hun eigen werking om correcte informatie te verspreiden over het bevolkingsonderzoek via hun eigen kanalen. Bijvoorbeeld informatie of een interview in een ledenblad, **digitale banner** op de website, via **Facebookberichten** en andere sociale media.

## Betrek lokale handelaars

### WAT KAN JE DOEN?

Bekijk met de lokale handelaars op welke manier zij de lokale actie voor het bevolkingsonderzoek in de kijker kunnen stellen en informeer hen over het bevolkingsonderzoek. Dit kan bijvoorbeeld via de lokale middenstandsorganisatie.

Denk ook aan nachtwinkels, etnische winkels, sociale kruidenier, grootwarenhuizen en aan de marktkramers (marktactie).

Maak gebruik van hun eigen kanalen of fora. Lokale handelaars en hun medewerkers worden hierdoor ook voor zichzelf herinnerd aan het belang van vroege opsporing. Dit kan ervoor zorgen dat personen in de omgeving van de vrouwen en mannen in de doelgroep geïnformeerd zijn over het belang van het bevolkingsonderzoek en er mannen en vrouwen kunnen aan herinneren.

### WAT KUNNEN LOKALE HANDELAARS DOEN?

Enkele voorbeelden:

- De lokale actie ondersteunen, bv. met affiches of flyers, en de actie zichtbaar maken in het straatbeeld. Die kan je aanvragen bij het Logo. Meedoen aan de lokale actie kan ook het gesprek tussen de medewerkers over preventie op gang brengen. Blauwe lintjes dragen.
- Zelf een initiatief nemen dat aansluit bij de lokale actie voor het bevolkingsonderzoek, bv.
  - bakkers decoreren gebakjes, bakken iets opvallend voor de actie of laten broodzakken bedrukken met informatie over het bevolkingsonderzoek of de lokale activiteitenkalender.
  - de kringwinkel en de lingeriewinkels leveren ondergoed voor een slinger in het straatbeeld.
- Meedoen aan een originele etalageactie die gekoppeld is aan een wedstrijd of themawandeling, waar lokale kunstwerken de etalages sieren, waarbij etalages blauwe accenten gebruiken of waarin de geschiedenis van de lingerie in beeld gebracht wordt.
- Een marktactie organiseren met een aantrekkelijk markt kraam en opgeleide vrijwilligers die mannen en vrouwen kunnen aanspreken.
- Een nuttige inbreng leveren voor goodiebags voor deelnemers aan een actie waarbij aandacht besteed wordt aan het bevolkingsonderzoek.

## Betrek onderwijs

### WAT KAN JE DOEN?

Maak een afspraak met een schoolondersteuner van een secundaire school, een docent in het hoger onderwijs of een verantwoordelijke in het volwassenonderwijs. Verken of de inhoud en het belang van het bevolkingsonderzoek aan bod kan komen in de lessen in het secundair onderwijs, het hoger onderwijs of het volwassenenonderwijs in de gemeente of stad.

In de leerplannen van het secundair onderwijs (1/9/2021) zijn er bijvoorbeeld aanknopingspunten bij Maatschappij en Welzijn. In de onderwijsdoelen is aansluiting mogelijk bij sleutelcompetenties lichamelijke en geestelijke gezondheid.

In hogescholen kan je zowel docenten benaderen als de studenten als toekomstige professionelen. Zij kunnen kennismaken met het bevolkingsonderzoek en met de rol die ze daarin kunnen spelen.

In het volwassenenonderwijs volgen personen in de doelgroep cursussen zoals tweedekansonderwijs, Nederlands voor anderstaligen (NT2), talen, administratie, digitale vaardigheden. In de lessen Maatschappelijke oriëntatie vind je raakvlakken.

### WAT KUNNEN SCHOLEN OF HET VOLWASSENENONDERWIJS DOEN?

- Een gevormde spreker uitnodigen in de les.
- Er kan geëxploreerd worden of er praktische oefeningen of opdrachten zijn waarbij de studenten op hun beurt de informatie kunnen delen met personen in de doelgroep in hun directe omgeving, bv via interview of noteren van verhalen. Dit kan ervoor zorgen dat personen in de doelgroep via deze weg informatie krijgen over het bevolkingsonderzoek. Maar ook dat gezinsleden het gesprek aangaan.
- Sommige opleidingen in het secundair of hoger onderwijs bieden studenten de mogelijkheid om kortere of langere stages te lopen in lokale projecten (verpleging, communicatie).
- Je kan een pancarte tonen op een scherm (bv in de inkom, in een ontspanningsruimte) in het kader van een activiteit tijdens een actieweek of een infostand plaatsen waar personen die goed op de hoogte zijn correcte informatie geven over het bevolkingsonderzoek.
- Lesgevers van Ligo gaan aan de slag met de **verteltas**.
- Mogelijk vinden begeleiders in de werking voor moeders van Okan of lesgevers bij Atlas, In-Gent of andere integratiecentra (<https://www.integratie-inburgering.be/nl/contact/contactpunten>) aanknopingspunten in de lessen maatschappelijke oriëntatie voor nieuwkomers.



## Betrek bedrijven

### WAT KAN JE DOEN?

De werkomgeving kan de lokale actie versterken. Contacteer diverse ondernemingen en baseer je hiervoor op de lokale bedrijvengids. Kijk ook of er een maatwerkbedrijf of sociale tewerkstellingsinitiatieven zijn waardoor je personen in maatschappelijk kwetsbare situaties kan bereiken. Vraag je lokaal bestuur of lokale organisaties wat hun plannen zijn tijdens de actiemaand, zodat samenwerkingen kunnen gecreëerd worden.

Persoonlijke contacten of een gepersonaliseerde brief kunnen zeker een meerwaarde bieden om bedrijven te motiveren om de lokale actie te ondersteunen. Bekijk met hen op welke manier dit kan.

Vraag na bij het Logo welke ondersteuningsmiddelen ingezet kunnen worden.

### WAT KUNNEN BEDRIJVEN DOEN?

- Meewerken aan de lokale actie. De actie logistiek of financieel ondersteunen.
- Hun medewerkers informeren over het bevolkingsonderzoek en de lokale actie. Dit kan aan de hand van de ondersteuningsmiddelen die bij het Logo verkrijgbaar zijn, zoals:
  - **affiches**
  - **meeneemkaartjes**
  - **digitale pancartes**
  - **roll-upbanners**
- Een interne memo versturen, een artikel in het personeelsblad, de digitale pancarte op beeldschermen, een infostandje, een bericht via sociale media, een blauwe loper aan de receptie of het onthaal, blauwe lintjes dragen.
- Medewerkers kunnen zich profileren als aanspreekpersoon voor de collega's voor meer informatie over de actie of het bevolkingsonderzoek. Ze kunnen samen een actiewerkgroepje vormen en kijken welke mogelijkheden er zijn. Vorming voor hen is aangewezen.
- Afstemmen met de bedrijfsarts of de externe dienst voor preventie op het werk.