BEVOLKINGSONDERZOEKEN NAAR KANKER

LOOKBOOK

CvKO CENTRUM VOOR KANKEROPSPORING

ANTWERPEN . BRUGGE . BRUSSEL . GENT . LEUVEN

BEVOLKINGS ONDERZOEK.BE

SEPTEMBER 2025

gezondheidsmakers

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 of 5 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 uitnodigingbrief met een stoelgangstest.

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

BEVOLKINGS ONDERZOEK BORSTKANKER

BEVOLKINGS ONDERZOEK DIKKEDARM KANKER

Dit LOOKBOOK kwam tot stand door samenwerking van het CvKO en Gezondheidsmakers – april 2023

Inspiratiebronnen:

Inspiratiegids voor lokale besturen CvKO en Gezondheidsmakers - januari 2016

Inspiratie voor een lokaal borstkan-kerscreeningsbeleid van Gezondheid-smakers Midden-West-Vlaanderen (2015)

Menukaarten Gezondheidsmakers Midden-West-Vlaanderen

Menukaarten Gezondheidsmakers Limburg.

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 Gezondheidsmakers https://gezondheidsmakers.be/ bij inspiratie thema bevolkingsonderzoeken en het aanbod van Gezondheidsmakers.

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. Gezondheidsmakers, 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 uitdovend 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. Gezondheidsmakers 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

EVALUATIE p10

ONDERSTEUNINGSMIDDELEN p11

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	Voor vrouwen van 25 tot en met 29 jaar om de 3 jaar. Voor vrouwen van 30 tot en met 64 jaar om de 5 jaar.
Opsporingstest	Uitstrijkje van de baarmoederhals (PAP).
Wie voert het onderzoek uit?	Huisarts of gynaecoloog.
Kostprijs voor de deelneemster	De afname van het uitstrijkje en de analyse zijn om de 3 of 5 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 https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/hoeveel-kost-het-om-een-uitstrijkje-te-laten-nemen)
Uitnodiging	Uitnodigingsbrief van het CvKO aan vrouwen die laatste 4 of 6 jaar geen uitstrijkje lieten nemen.
Resultaat	De huisarts of de gynaecoloog deelt het resultaat mee aan de vrouw, zoals onderling afgesproken.

Benieuwd hoe dit bevolkingsonderzoek naar kanker in jouw regio en gemeente precies verloopt?
Contacteer Gezondheidsmakers in jouw regio - https://gezondheidsmakers.be/

2. IN DE KIJKER – COMMUNICATIE VOOR DE ALGEMENE BEVOLKING

Bekijk, samen met Gezondheidsmakers, 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
- Wachtkamerfilmpje
- Websitebanner
- Website Bevolkingsonderzoek.be

De communicatiematrix is inspirerend om ondersteuningsmiddelen in te zetten.

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

Doel-groep/ 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 of vijf jaar **Uitnodiging CVKO en HA**			**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 tramflanken 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 cartoon 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 heterogeen doelpubliek BVO Borstkanker**	**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 heterogeen 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.

- 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 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:

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, competenties trainen, sensibiliseren), Omgevingsinterventie (fysieke omgeving, sociale omgeving), Regels en afspraken en Zorg en begeleiding.

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**
Educatie • **Informeren** • **Competenties trainen** • **Sensibiliseren**	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 actiemateriaal. Betrek apothekers, bv via infosheet CvKO, via aanbod actiemateriaal.	Actie in OCMW. Actie werkomgeving.
Omgevingsinterventies • **Fysieke omgeving** • **Sociale omgeving**	Tolk in het ziekenhuis. Actie in OCMW. Betrek vertrouwensfiguren.	Aanspreekpersoon in de (faciliteiten-) gemeente. Bezoek aan ziekenhuis.	Actie werkomgeving.		Actie i.s.m. bedrijfsarts.
Regels en afspraken	Verzekerbaarheid in orde				
Zorg en begeleiding	Buddy	Aanspreekpersoon in WGZ of groepspraktijk			

3.1 Ondersteuningsmiddelen voor diepergaande acties

- Didactische modellen
- Gezondheidsrally
- Infosessie
- Infosheet
- Kenniskwis
- Kwiswandeling
- Vertelkaartjes
- 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
- 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 gebreid?

Voor meer inspiratie of advies neem contact op met Gezondheidsmakers.

Ontwikkeld in samenwerking met Gezondheidsmakers
Verantwoordelijke uitgever – Centrum voor Kankeropsporing vzw - 2023

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 Gezondheidsmakers.
- 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 Gezondheidsmakers tijdig voor aan het CvKO.

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

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:

- Gezondheidsmakers levert voorbeeldartikels van het CvKO aan.
- Wie op eigen initiatief een artikel wenst te publiceren, kan inspiratie vragen aan Gezondheidsmakers of via Gezondheidsmakers 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 Gezondheidsmakers.
- https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/gezondheidsmakers

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

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 Gezondheidsmakers.

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 Gezondheidsmakers
- afmeting: 14,7 cm x 6 cm – recto verso

Recto

Verso

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

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 Gezondheidsmakers.

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 Gezondheidsmakers.
- Formaat: 896 x 504 pixels.
- https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/gezondheidsmakers

Pancarte piekmoment januari 2025

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

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 Gezondheidsmakers-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 Gezondheiddsmakers.
- 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/gezondheidsmakers

Facebookberichten

WAT?

Het CvKO bezorgt elk jaar voorbeelden van Facebookberichten aan Gezondheidsmakers. 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.

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:

- Gezondheidsmakers kan je inspirerende voorbeelden voorstellen.

Voorbeeldberichten Facebook januari 2022

Films

WAT?

Er zijn twee films. Een animatiefilm waarin op een aanschouwelijke 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 Gezondheidsmakers.
  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-baarmoederhalskanker
  https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/animatiefilm-over-hoe-een-uitstrijkje-genomen-wordt

Huisstijlhandleiding

WAT?

Huisstijlhandleiding voor Gezondheidsmakers, 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 Departement Zorg ontwikkelde biedt een houvast voor het maken van afgeleiden of varianten op de conceptbeelden of voor personalisering van actiemateriaal van het CvKO.

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

PRAKTISCH:

- De huisstijlhandleiding en de formats zijn beschikbaar bij Gezondheidsmakers.

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

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:

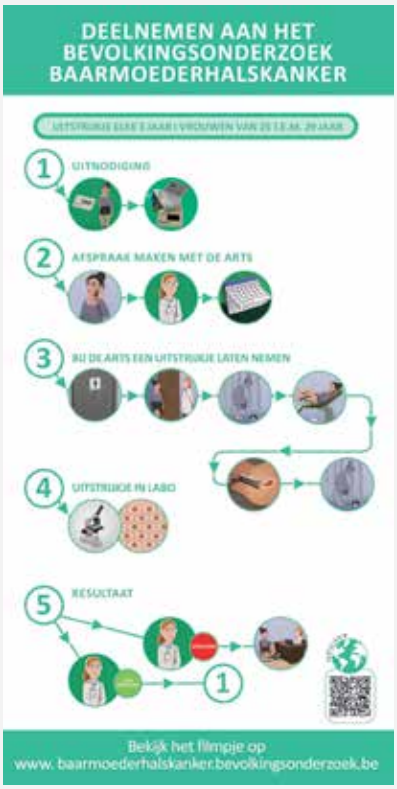
Het meeneemkaartje kan na een gesprek, infosessie of andere activiteit waar het bevolkingsonderzoek aan bod kwam, als reminder meegegeven worden. Je kan het meeneemkaartje ook ter beschikking stellen op een in-fostand, bij een marktactie of naar aanleiding van een activiteit die aansluit bij gezondheid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

Het meeneemkaartje zit ook in de verteltas.

PRAKTISCH:

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

Recto



Verso

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

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 Gezondheidsmakers.
- 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

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

Roll-upbanner

WAT?

De roll-upbanner bevat basisinformatie en een verwijzing naar de website 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 Gezondheidsmakers, mits tijdige reservatie en afspraken over de ontlening
- grootte 200 cm x 80 cm
- enkel bedoeld voor gebruik binnen.

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

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 en affiche 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.

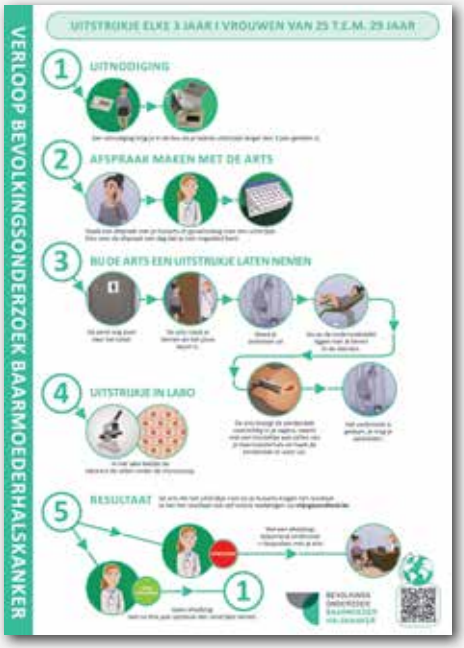
PRAKTISCH:

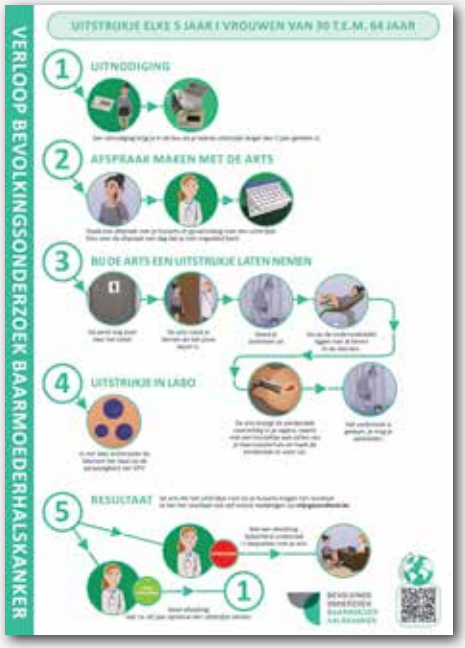
Bij Gezondheidsmakers is het volgende beschikbaar:

- 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





BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

Wachtkamerfilmpje

WAT?

Een wachtkamerfilmpje over het verloop van het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker. Het verloop brengt de stappen in beeld voor deelname aan het bevolkingsonderzoek. Deelnemen wordt chronologisch voorgesteld, zowel schematisch als aan de hand van illustraties.

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 wachtkamerfilmpje kan getoond worden in een wachtzaal of op het scherm bij de apotheker.

PRAKTISCH:

- Het filmpje in MP4 formaat zijn te verkrijgen bij Gezondheidsmakers.
  Het wachtkamerfilmpje van 2 minuten, toont hoe het bevolkingsonderzoek verloopt in stappen.
  Het deelnemen wordt chronologisch voorgesteld aan de hand van illustraties.
- https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/wachtkamerfilmpje-0

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

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 Gezondheidsmakers.

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 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.

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

Didactisch materiaal

WAT?

Het CvKO en Gezondheidsmakers 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.

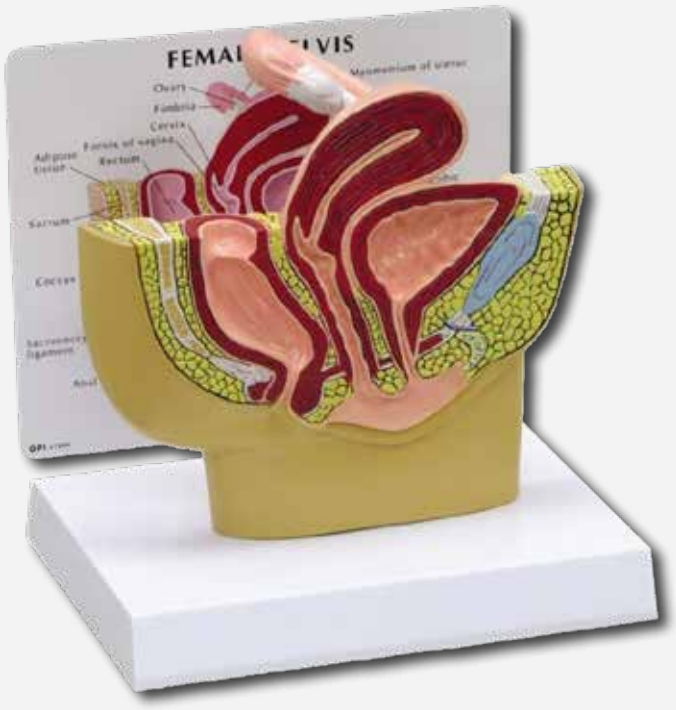
SETTINGS:

GEBRUIK:

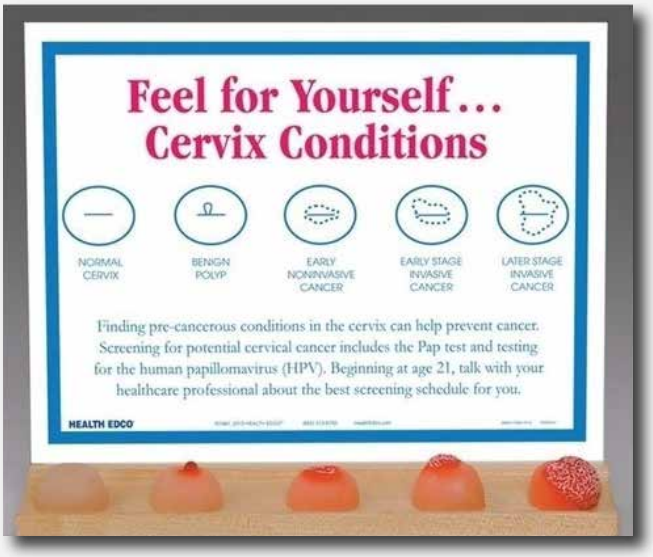
De didactische modellen kunnen in het kader van een activiteit over het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker (bv. de verteltas) gebruikt worden om in een kleine groep te tonen waar de baarmoederhals zich bevindt en hoe mogelijke letsels er uitzien of voelen.

PRAKTISCH:

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



Anatomisch model van het vrouwelijk bekken



Zelf voelen

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

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 Gezondheidsmakers.
- 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 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 Gezondheidsmakers je kan ondersteunen.

PRAKTISCH:

- Gezondheidsmakers beschikt over de actuele versie van de PowerPointpresentaties.
- Gezondheidsmakers gaat na welke gevormde spreker de presentatie kan verzorgen en wie beschikbaar is. Stel dat niemand in de regio beschikbaar is, legt Gezondheidsmakers 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 Gezondheidsmakers.
- Duur: ongeveer 1u30 met mogelijkheid om vragen te stellen. Er is ook een kortere presentatie beschikbaar met accent op het verloop van het bevolkingsonderzoek.
- Gezondheidsmakers kan helpen bij met de aankondiging en de praktische organisatie.
- Bekijk samen met Gezondheidsmakers welke ondersteuningsmiddelen bij de infosessie kunnen gebruikt worden.
- https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/gezondheidsmakers

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

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 Gezondheidsmakers.
- https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/praktische-informatie-voor-de-huisarts
  https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/apothekers

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

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 Gezondheidsmakers.

KWIS BAARMOEDER-HALSKANKER

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

WAT WEET JE OVER HET BEVOLKINGSONDERZOEK BAARMOEDERHALSKANKER?

Duid aan wat volgens jou het juiste antwoord is.

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

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

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

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

Kwiswandeling

WAT?

Met de kwiswandeling kan je in de loop van een uitgestippelde parcours al wandelend meer te weten komen over het bevolkingsonderzoek. Je beantwoordt de uitspraken die je onderweg tegenkomt. Voor de lokale partners is er een handleiding voorhanden.

De 10 pancartes met uitspraken die uitgeprint kunnen worden hang je langs een parcours binnen of buiten. Door de 10 uitspraken al wandelend in de loop van het parcours te beantwoorden kom je meer te weten over het bevolkingsonderzoek. De deelnemers beantwoorden de uitspraak door het tonen van het juist of fout kaartje. Daarna wordt het juiste antwoord gegeven met een kleine toelichting.

VOOR WIE?

Lokale intermediairs kunnen een kwiswandeling 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 10 posters op. Duid met pijlen telkens de weg aan naar de volgende poster. Op elke poster staat een uitspraak waarop de deelnemers antwoorden met het juist of fout kaartje. Daarna wordt het juiste antwoord gegeven met een kleine toelichting.

PRAKTISCH:

- De handleiding, de posters en antwoorden zijn te verkrijgen bij Gezondheidsmakers.

KWISWANDELING - Bevolkingsonderzoek naar kanker - HANDLEIDING

Materialen:

Materiaal in A3- formaat

Materiaal in A3 – formaat

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

Vertelkaartjes

WAT?

Met de vertelkaartjes ga je in dialoog met personen in de doelgroep van het bevolkingsonderzoek. Tijdens een individueel gesprek wordt het bevolkingsonderzoek toegelicht aan de hand van de genummerde kaartjes.

Tijdens het individueel gesprek worden de verschillende stappen van het bevolkingsonderzoek visueel voorgesteld en doorlopen.

VOOR WIE?

Voor zorgverleners, maatschappelijk werkers, lokale intermediairs die in contact staan met de personen in de doelgroep over het bevolkingsonderzoek.

SETTINGS:

GEBRUIK:

- De vertelkaartjes worden getoond en de verschillende stappen worden doorlopen tijdens een individueel gesprek.

PRAKTISCH:

- De vertelkaartjes zijn beschikbaar bij Gezondheidsmakers

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

Verteltas

WAT?

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

Een door de Gezondheidsmakers gevormde medewerker in de organisatie begeleidt de groepssessie.

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 Gezondheidsmakers.

SETTINGS:

GEBRUIK:

Een begeleider die vertrouwd is met de doelgroep en door Gezondheidsmakers 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 Gezondheidsmakers binnen de organisatie naar een geschikte begeleider.
- Gezondheidsmakers kan helpen bij de aankondiging en de praktische uitwerking en leent de verteltas gratis uit mits een aantal afspraken.
- Gezondheidsmakers 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 Gezondheidsmakers. 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 groepssessie door een externe begeleider met de verteltas en met minstens 6 deelnemers kan je via Gezondheidsmakers rekenen op een vergoeding door het CvKO voor de begeleider.

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

Webinar

WAT?

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

VOOR WIE?

De webinars zijn bedoeld voor onder meer Gezondheidsmakers-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 Gezondheidsmakers is meer informatie beschikbaar over de verschillende webinars (bv over Incijfers, over de verteltas).
- Op vraag kan het CvKO via Gezondheidsmakers een webinar organiseren op maat van een specifieke beroepsgroep.
- https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/webinars-bevolkingsonderzoek-baarmoederhalskanker

Betrek het lokaal bestuur

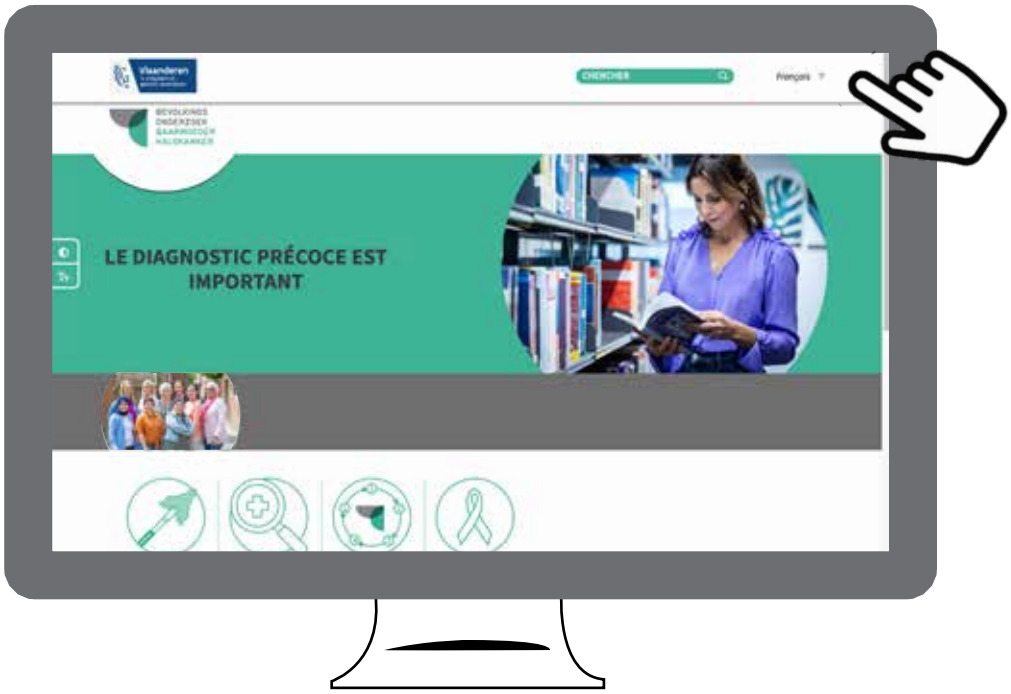
WAT KAN JE DOEN?

- 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 Gezondheidsmakers 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 Gezondheidsmakers.
- Het gemeenterapport raadplegen met cijfers over deelname aan het bevolkingsonderzoek in de gemeente of stad. Vraag hierover informatie aan Gezondheidsmakers.
- Samen met Gezondheidsmakers, 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 Gezondheidsmakers 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 Gezondheidsmakers. 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 publireportage) of met een foto van lokale intermediairs en hun persoonlijke quotes.
  Leg ontwerpen via Gezondheidsmakers 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 Gezondheidsmakers een pakket (gift bag) samenstellen met ondersteuningsmiddelen en het persoonlijk aan hen bezorgen.
- 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://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 bedeeld worden.

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

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 of vijf 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 Gezondheidsmakers 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 Gezondheidsmakers 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 (verzekerbaarheid 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 Gezondheidsmakers 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. Gezondheidsmakers 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.

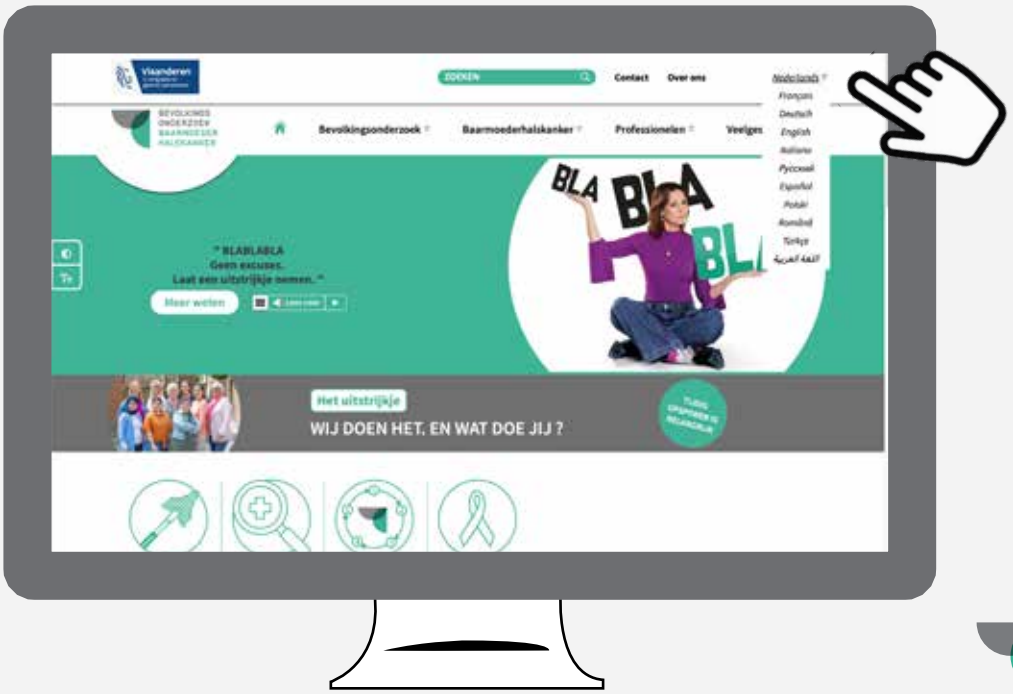
Als apothekers goed op de hoogte zijn van de organisatie van het bevolkingsonderzoek kunnen zij hun rol optimaal opnemen.

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 Gezondheidsmakers 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 Gezondheidsmakers.

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
- 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.**



BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

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 Gezondheidsmakers.

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 werkneemsters 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.

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

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

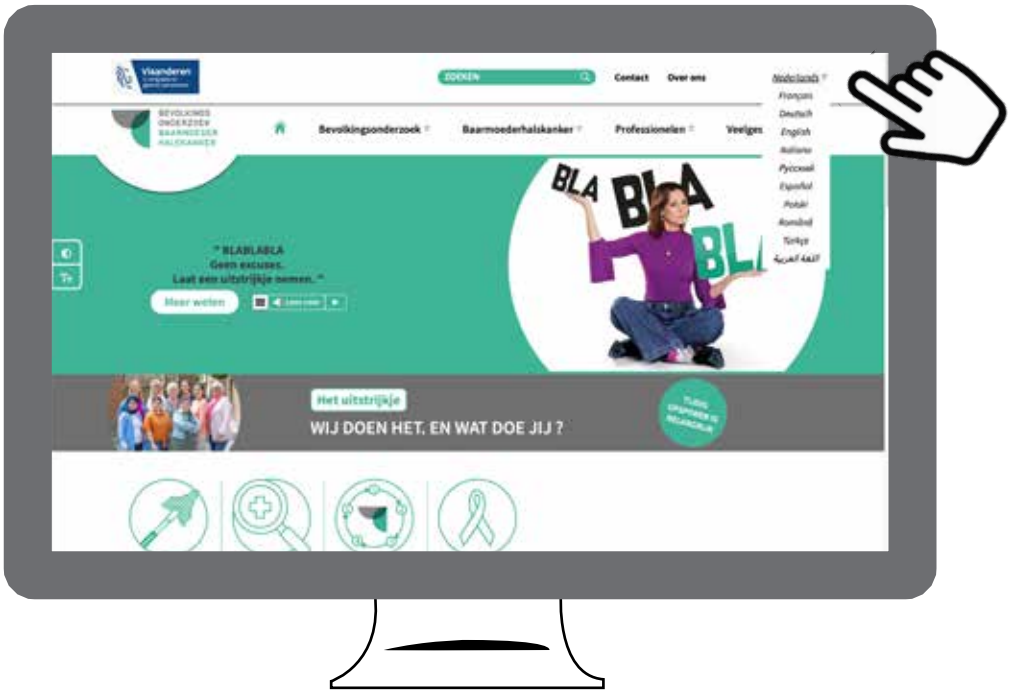
- De **infosheet** kan in overleg met het CvKO gepersonaliseerd worden voor de gemeente, een groep van gemeenten of de regio (bv huisartsenkring, eerstelijnszone of Gezondheidsmakersregio).
- Stel een didactisch pakket met ondersteuningsmiddelen over het BVO samen en bekijk of dit in het kader van een lokaal project persoonlijk kan overhandigd worden in de huisartsenpraktijk. Ook een begeleidende brief 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 Gezondheidsmakers, 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 Gezondheidsmakers.
- 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.
- CvKO stuurt naar elke GMD-houdende huisarts datum laatste uitstrijkje op gestructeerde wijze naar het EMD door. Hierdoor kan de huisarts eenvoudig een query in het EMD draaien om zijn/haar niet gescreende patiënten te identificeren. Meer informatie https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/communicatie-data-laatste-uitstrijkje

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.
- Lukt het niet om de ondergescreende patiënten te identificeren in het EMD? Op vraag stuurt het CvKO een overzicht van de GDM-patiënten met datum laatste uitstrijkje door naar de beveiligd ehealthbox van de GMD-arts.
- 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 Gezondheidsmakers, 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.**



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. Gezondheidsmakers 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 Gezondheidsmakers.

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 Gezondheidsmakers.
- 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 groepssessie met de **verteltas** organiseren.
- CvKO stuurt naar elke GMD-houdende huisarts datum laatste uitstrijkje op gestructeerde wijze naar het EMD door. Hierdoor kan de huisarts eenvoudig een query in het EMD draaien om zijn/haar niet gescreende patiënten te identificeren.
  Meer informatie
  https://baarmoederhalskanker.bevolkingsonderzoek.be/nl/bhk/communicatie-data-laatste-uitstrijkje
  Lukt het niet om de ondergescreende patiënten te identificeren in het EMD? Op vraag stuurt het CvKO een overzicht van de GDM-patiënten met datum laatste uitstrijkje door naar de beveiligd ehealthbox van de GMD-arts.

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 Gezondheidsmakers.

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 vervolgactiviteit op de **verteltas** voor het Bevolkingsonderzoek Baarmoederhalskanker.
  Bij de voorbereiding kan ook een sociale tolk of interculturee 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 Gezondheidsmakers.
- 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 **meeneemkaartjes**, 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. Gezondheidsmakers 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 Gezondheidsmakers 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 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 Gezondheidsmakers 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 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.

BEVOLKINGS ONDERZOEK BAARMOEDER HALSKANKER

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 **affiches** of flyers, en de actie zichtbaar maken in het straatbeeld. Die kan je aanvragen bij Gezondheidsmakers. 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 lingeriewinkels 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 volwassenenonderwijs. 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 Gezondheidsmakers 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 Gezondheidsmakers 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 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.