

HANDLEIDING VOOR PARTICIPANTEN

Week Chronisch Zieken

Stichting Week van de Chronisch Zieken
Postbus 23328
3001 KH ROTTERDAM
Telefoon 010-4363433
E-mail info@chronischziek.nl

INHOUD

1. Meedoen met de Week Chronisch Zieken.....	3
1.1 Wat is het doel van de Week Chronisch Zieken?	3
1.2 Wanneer is de Week Chronisch Zieken?	3
1.3 Is de Week alleen bestemd voor chronisch zieken?	3
1.4 Welke onderwerpen	3
1.5 Wie kan meedoen?	3
1.6 Met welke soort activiteiten kunt u meedoen?.....	3
1.7 Wat kost deelname?	3
1.8 Wat krijg je als je meedoet?	4
1.9 Meedoen aan de informatiemarkt tijdens de opening	4
1.10 Meedoen met de Dag van de Mantelzorg	4
1.11 Meedoen met de Nationale Verwendag	4
1.12 Meedoen met sport- en beweegactiviteiten	4
2. Hoe organiseer je een activiteit?	5
2.1 Voorbereiding	5
2.2 Financiën	5
2.3 Samenwerken met anderen	6
2.4 Werven van deelnemers	6
2.5 De activiteit	6
2.6 Na afloop	6
3. Tips en ideeën voor een verwendag	8
3.1 Verzamel vrijwilligers	8
3.2 Bedrijven en organisaties	8
3.3 Uw werk verdient aandacht	8
3.4 Vervul een wens van uw cliënt	8
3.5 Smartlappen festival met de vlam in de pijp	8
3.6 Chevrolet	9
3.7 Spanning in de lucht	10
3.8 Frietkar zonder friet	10
3.9 Bezoek aan het graf van de partner	10
3.10 Op safari	10
3.11 Naar het museum.....	10
4. Hoe maak je publiciteit?	11
4.1 Vermelding in magazine Chronisch Ziek en www.chronischziek.nl	11
4.2 Folders e.d.	11
4.3 Bekendmaken via eigen kanalen en de media	11
4.4 Persbericht	11
5. Meer informatie.....	13

1. Meedoen met de Week Chronisch Zieken

1.1 Wat is het doel van de Week Chronisch Zieken?

Meedoen kunnen alle activiteiten die op een of andere manier bijdragen aan:

- de versterking van de autonomie en de gelijkwaardige maatschappelijke participatie van chronisch zieken, mensen met een handicap en mantelzorgers;
- de verbetering van de beeldvorming over chronisch zieken;
- de verbetering van de kwaliteit van voorzieningen, de deskundigheid van hulp- en dienstverleners en het chronisch-ziekenbeleid.

1.2 Wanneer is de Week Chronisch Zieken?

De Week Chronisch Zieken is de tweede week van november waarin 10 november valt. De Week start op de vrijdag voorafgaand aan 10 november en eindigt op de zaterdag er na.

1.3 Is de Week alleen bestemd voor chronisch zieken?

Activiteiten voor alle doelgroepen zijn welkom: chronisch zieken, mensen met een handicap en mantelzorgers, maar ook betrokkenen en belangstellenden zoals hulp- en zorgverleners, werkgevers, arbeidsbemiddelaars, onderzoekers, studenten, politici, brandweerlieden, winkeliers, sportleiders etc.

1.4 Welke onderwerpen

Activiteiten kunnen gaan over alle onderwerpen waar chronisch zieken en gehandicapten mee te maken krijgen zoals:

- Werk, onderwijs, sociale verzekeringen en inkomen
- Voorlichting, lotgenotencontact en bijeenkomsten
- Kwaliteit van zorg
- Mantelzorg en vrijwilligerswerk
- Verwennen, ontspannen en creativiteit
- Bewegen en sport
- Telefoon en internet
- Overig

1.5 Wie kan meedoen?

Iedereen die op een of andere manier te maken heeft met chronisch zieken en mensen met een handicap, kan meedoen met de Week Chronisch Zieken. Dit kunnen patiëntenorganisaties en zorgaanbieders zijn, maar ook beroepsverenigingen, bibliotheken, gemeenten, sportverenigingen, bedrijven, UWV Werkbedrijven, WMO-platforms, Reïntegratiebedrijven, vakbonden, scholen etc. Zij zijn alle uitgenodigd een activiteit te organiseren en te laten zien wat zij te bieden hebben aan mensen met een chronische aandoening of beperking.

1.6 Met welke soort activiteiten kunt u meedoen?

Elk soort activiteit kan meedoen: van congressen, lotgenotenbijeenkomsten en informatiestands tot sportevenementen en verwendagen. Ook meldacties, wedstrijden of speciale aanbiedingen via internet zijn welkom. Activiteiten kunnen zowel plaatselijk, regionaal als landelijk of internationaal gericht zijn.

1.7 Wat kost deelname?

De organisatie dient zelf de kosten van de eigen activiteit te dekken. Deelname aan de Week kost verder niets. Organisatoren van activiteiten kunnen deze aanmelden bij het projectmanagement door het aanmeldformulier in te vullen op www.chronischzieken.nl.

1.8 Wat krijg je als je meedoet?

Wanneer de volledige gegevens over een activiteit vòòr 1 juli doorgegeven zijn, dan wordt dit vermeld in het weekprogramma in magazine Chronisch Ziek en op www.chronischziek.nl. Activiteiten die worden aangemeld na 1 juli, kunnen alleen op de website worden geplaatst.

1.9 Meedoen aan de informatiemarkt tijdens de opening

Landelijke organisaties die zich willen presenteren op de informatiemarkt tijdens de opening, kunnen contact opnemen met de organisatoren van het openingsevenement. Meer info: info@leidscongresbureau.nl

1.10 Meedoen met de Dag van de Mantelzorg

De Dag van de Mantelzorg is een vast onderdeel van de Week en wordt gecoördineerd door Mezzo, landelijke vereniging voor mantelzorgers en vrijwilligerszorg. Organisaties die een activiteit willen organiseren in het kader van de Dag van de Mantelzorg, kunnen het beste contact opnemen met Mezzo in Bunnik, telefoonnummer 030.659 2224.

1.11 Meedoen met de Nationale Verwendag

De Nationale Verwendag maakt deel uit van de Week Chronisch Zieken. Op deze dag worden mensen die langdurig in zorginstellingen verblijven, eens extra verwend. Instellingen die een verwen- of wensendag willen organiseren worden verzocht dit te doen op de laatste (donder)dag van de Week Chronisch Zieken. Voor inspiratie en advies kunt u bellen of mailen naar mevrouw Joke Zwanikken-Leenders MHA verpleegkundige, Ambassadeur van de Verwenzorg, T 0651.386314, jokezwanikkenleenders@xs4all.nl.

1.12 Meedoen met sport- en beweegactiviteiten

Sport- en beweegactiviteiten zijn meer dan welkom in het weekprogramma. Als u een sport- of beweegactiviteit wilt organiseren, raadpleeg dan voor inspiratie de volgende sites: www.sportiefbewegen.nl en www.30minutenbewegen.nl. U kunt ook contact opnemen met Toine van de Wert van het NISB (toine.vandewert@nisb.nl)

2. Hoe organiseer je een activiteit?

2.1 Voorbereiding

- Start zo vroeg mogelijk met de voorbereidingen van een activiteit. Zet kort op papier wat u wilt gaan doen, welk doel u wilt bereiken, wat de doelgroep is van de activiteit, op welke datum en waar een en ander zal plaatsvinden. Zoek zo mogelijk samenwerkingspartners die zowel inhoudelijk als organisatorisch en financieel kunnen bijdragen. Spreek ook in een zo vroeg mogelijk stadium af met eventuele sprekers en andere medewerkers die u bij uw activiteit wilt betrekken.
- Stel een draaiboek samen met data wanneer, wat gedaan moet zijn en door wie zodat u de voortgang van de voorbereidingen goed in de gaten kunt houden. Stel het draaiboek beschikbaar voor alle medewerkers. Neem in het draaiboek de namen en telefoonnummers op van alle betrokkenen zodat het gemakkelijk is om even onderling contact op te nemen.
- Wijs een persoon aan die eindverantwoordelijke is voor de hele organisatie van de activiteit. Deze persoon heeft overzicht over de voorbereidingen en houdt in de gaten of gemaakte afspraken tijdig nagekomen worden.
- Reserveer zo snel mogelijk de eventueel gewenste locatie. Als de plannen en financiering nog niet geheel rond zijn, probeer dan toch alvast een optie te nemen. Met name als het gaat om een bijeenkomst met veel mensen, is het vaak lastig geschikte ruimte te vinden.
- Let er bij de keuze van een locatie op dat alle ruimten goed toegankelijk zijn voor mensen die slecht ter been zijn, en dat een rolstoeltoilet aanwezig is.

2.2 Financiën

Maak een begroting met de te verwachten kosten. Hieronder volgt een checklist van kosten waar u misschien mee te maken kunt krijgen:

- Huur zalen en overige ruimtes
- Audiovisuele middelen
- Garderobe
- Inrichting en decoratie van de zaal
- Catering zoals koffie, thee, lunch, borrel
- Reiskosten medewerkers en sprekers
- Andere vergoedingen medewerkers, sprekers en gasten
- Uitnodigingen
- Drukkosten folder
- Verzendkosten folders en uitnodigingen
- Overige publiciteitsmaterialen
- Congresmap
- Persberichten en persmap
- Registratie deelnemers en bevestigen van deelname
- Verslaglegging en evaluatie van de activiteit
- Projectmanagement

Maak ook een dekkingsplan waarmee de kosten gedekt kunnen worden. Denk daarbij aan de volgende bronnen van inkomsten:

- Bijdragen deelnemers
- Bijdragen van sponsors
- Subsidies van gemeenten en provincies
- Subsidies van fondsen
- Bijdragen van uw eigen organisatie
- Stichting Week Chronisch Zieken heeft helaas geen middelen om beschikbaar te stellen voor uw activiteit

Voor ondersteuning en advies kunt u ook contact opnemen met PGO Support, secretariaat@pgosupport.nl of 030-291 6691

2.3 Samenwerken met anderen

- Sluit zoveel mogelijk aan bij andere initiatieven en neem contact op met andere organisaties die mogelijk iets willen doen. Denk hierbij aan patiëntenorganisaties, bibliotheken, zorginstellingen, UWV werkbedrijf etc. in uw gemeente. Mogelijk zijn zij al bezig met de voorbereiding van een activiteit. U kunt hiernaar ook zoeken ook in het weekprogramma op www.chronischziek.nl.
- Meld zelf ook uw plannen daarom in een zo vroeg mogelijk stadium aan via www.chronischziek.nl zodat anderen u kunnen vinden. Ook als u nog niet precies weet wat u gaat doen. Sla de vragen over die u niet kunt beantwoorden. Wijzigingen en toevoegingen kunt u later doorgeven via info@chronischziek.nl.

2.4 Werven van deelnemers

- Formuleer wie u wilt laten deelnemen en maak een plan hoe en hoeveel deelnemers u gaat werven.
- Indien mogelijk, nodig uw potentiële deelnemers persoonlijk uit. In een persoonlijk gesprek of via de telefoon. Ook een uitnodiging per post, bij voorkeur op naam, werkt ook goed. Uitnodigingen per post kunt u het beste minimaal zes weken van tevoren verzenden.
- Verspreid folders en posters op plaatsen waar veel mensen uit uw doelgroep passeren zoals winkelcentra, gezondheidscentra, bibliotheken, gemeentehuizen.
- Stel ook hulpverleners, artsen, fysiotherapeuten, predikanten en pastoors e.d. op de hoogte van uw activiteit. Zij kunnen mensen doorverwijzen.
- Bericht de media via persberichten (zie de volgende paragraaf). Benader zo mogelijk persoonlijk journalisten en radio/tv-programma's.
- Vergeet niet uw activiteit tijdig aan te melden bij www.chronischziek.nl. Dat levert vermelding op in magazine Chronisch Ziek (oplage 400.000) en de website www.chronischziek.nl (100.00 bezoekers).
- Als deelnemers zich van tevoren moeten aanmelden, bevestig deze aanmelding dan en stuur een routebeschrijving mee. Dat vergroot de kans dat zij ook inderdaad komen. Een kleine overinschrijving van belangstellenden is meestal geen probleem. Er zijn bijna altijd mensen die niet kunnen komen.

2.5 De activiteit

- Bij de organisatie van activiteiten zijn vaak veel mensen betrokken. Met hen heeft u soms al maanden geleden afspraken gemaakt over hun inbreng. Zoals gezegd is het een goed idee om in de voorbereidingsfase een draaiboek samen te stellen met data wanneer, wat gedaan moet zijn en door wie. Controleer enkele dagen van de tevoren of iedereen zijn afspraken nog na zal komen. Als er problemen zijn, heeft u nog enige tijd om die op te lossen.
- Wijs één iemand aan die tijdens de activiteit aanspreekpunt is voor alle problemen. Zorg ervoor dat u tijdig op de locatie aanwezig bent. Het opbouwen van stands, informatiebalies en de inrichting en decoratie neemt vaak meer tijd in beslag dan u denkt. Zorg voor voldoende gastvrouwen en -heren om de gasten te ontvangen. Spreek ook af wie de eventuele VIP's en sprekers ontvangt.
- Zorg voor een goede verslaglegging van uw activiteit. Schakel eventueel een journalist, fotograaf en/of cameraman in. Dit laatste is uiteraard alleen haalbaar wanneer u over een ruim budget beschikt.

2.6 Na afloop

- Vergeet niet na afloop alle medewerkers te bedanken. Dit kan tijdens de activiteit, maar ook een of een paar dagen later. Vergeet hierbij niet de mensen die uw activiteit financieel mogelijk gemaakt hebben zoals subsidiegevers en sponsors.
- Evalueer wat goed ging en wat fout. Analyseer wat het geheim van het succes is geweest, of wat de oorzaak is van eventuele tegenvallers. Deel uw conclusies met

alle betrokkenen. Maak successen ook buiten de eigen kring bekend, bijv. door een artikel in een vakblad of krant.

- Wanneer u subsidie heeft ontvangen, dan moet u naast een inhoudelijk verslag ook een financieel verslag maken. Iedere subsidiegever stelt zo zijn eisen, vaak afhankelijk van de omvang van de subsidie. Probeer zo snel mogelijk de financiële verantwoording na afloop van de activiteit in te dienen. Een goede afhandeling maakt dat u in de toekomst misschien nog eens terug mag komen.
- Vergeet niet het evaluatieformulier van de Week Chronisch Zieken in te vullen. Voor het voortbestaan van de Week is dat erg belangrijk dat wij bepaalde gegevens verzamelen en graag horen wij uw leerpunten en suggesties.

3. Tips en ideeën voor een verwendag

De Nationale Verwendag maakt deel uit van de Week van de Chronisch Zieken. Deze dag is bedoeld om mensen die langdurig in zorg zijn zoals bewoners van verpleeg- en verzorgingshuizen, in de ggz en in de gehandicaptenzorg, eens een extraatje te geven. Voor medewerkers en vrijwilligers van dergelijke instellingen is dit hoofdstuk bedoeld. Het bevat tips voor de organisatie en enkele voorbeelden van verwenactiviteiten ter inspiratie.

3.1 Verzamel vrijwilligers

Verwennen en wensen in vervulling doen gaan is leuk en hoeft u niet alleen te doen. Niet alleen voor de cliënt, maar ook voor degene die het mogelijk maakt. Veel mensen vinden het leuk om daarbij ingeschakeld te worden. Verzamel daarom een groep van vrijwilligers die mee wil werken om een wens van een cliënt te realiseren. Maak uw eigen bestand met vrijwilligers waarop u een beroep kunt doen. U kunt mogelijk ook een beroep doen op Fortis-medewerkers die zich vrijwillig inzetten voor ideële projecten. Kijk op www.fortisfoundation.nl, T 030.278 3400.

3.2 Bedrijven en organisaties

U kunt de hulp inroepen van collega's en vrijwilligers, maar ook van bedrijven en organisaties of van vooraanstaande personen in uw buurt. Als u een beroep doet op hun medewerking, dan zult u verbaasd zijn over de positieve reacties die u ontvangt. Doe suggesties wat ondernemers zouden kunnen doen voor uw cliënten. Bouw een netwerk op met het bedrijfsleven waarop u een beroep kunt doen als u een wens van een cliënt wilt realiseren. Nodig bijvoorbeeld de plaatselijke ondernemersvereniging uit voor een bezoek aan uw instelling. Vraag ook de burgemeester of politici te komen. Laat zien wat uw instelling doet. Vertel iets over hoe het vroeger ging. Zorg voor een kennismaking tussen de cliënten en de ondernemers.

3.3 Uw werk verdient aandacht

Positieve aandacht voor de zorg blijft nodig. Probeer daarom voor uw activiteit aandacht te krijgen in de lokale of regionale media. Op die manier wordt het initiatief bekend bij een grotere groep en zult u gemakkelijker een beroep kunnen doen op hulp van anderen zoals vrijwilligers en bedrijven. Werkt bij uw instelling een communicatiemedewerker, laat deze dan de publiciteit verzorgen. Is deze er niet, maak dan zelf een persbericht. Voordat u dit verstuurt, kunt u dit het beste eerst overleggen met uw directie.

3.4 Vervul een wens van uw cliënt

Vraag uw cliënt wat hij of zij graag zou willen. Een wens hebben is een positief teken. Dat moet gewaardeerd worden. En een wens vervullen geeft energie. Het inspireert en stimuleert de creativiteit kunnen collega's zijn, maar ook leden van de directie of het bestuur, oud-medewerkers, of medewerkers van collega-instellingen. U zorgt ervoor dat die wens op de Nationale Verwendag werkelijkheid wordt.

"We hebben een boom in de hal van het ziekenhuis geplaatst. Chronische patiënten mochten deze vol hangen met briefjes waarop zij een wens konden schrijven. We zijn de wensen nu aan het inventariseren. Een aantal ervan wordt binnenkort uitgevoerd."

3.5 Smartlappen festival met de vlam in de pijp

De 'verwendag' stond in het teken van een smartlappenfestijn. Voor deze dag was de zaal ingericht als een ware Smartlappenzaal met gekleurde klapstoeltjes en ronde tafeltjes. De cliënten werden ontvangen met een kopje koffie en slagroomtaart. Het was een hele toestand om iedereen van een plekje te voorzien. De dag werd door meer mensen bezocht dan verwacht. Toen iedereen dan eindelijk een plekje had kunnen bemachtigen, begon het optreden van smartlappenkoor 'Van Lieverlee'. Die middag zou

ook een artiest optreden en daar werd 'met smart' op gewacht (zijn geluidsman was te laat). Gelukkig was het koor zo vriendelijk om te blijven zingen. Toen de geluidsman alles had opgezet, kon Henk Wijngaard bekend van de hit Met de vlam in de pijp eindelijk aan zijn optreden beginnen. Wat een sfeer! Iedereen zong uit volle borst mee, er werd gedanst en ingehaakt! Na een halfuur verliet Henk ons weer en na nog wat hapjes en drankjes kwam er een einde aan deze geslaagde dag.

Verwentent

Eindelijk was het dan zover! Na weken van intensieve voorbereiding kon het startschot worden gegeven en werd de verwentent officieel geopend. Zestig vrijwilligers, medewerkers van de Activiteitendienst en mensen uit het bedrijfsleven gaven acte de presence om langdurig opgenomen cliënten de dag van hun leven te bezorgen. Alle cliënten waren uitgenodigd om deel te nemen aan de (gratis) activiteiten. Het betrof zowel cliënten die op het terrein, als mensen woonachtig in de sociowoningen in de stad. Circa 350 cliënten hebben een of meer van onderstaande activiteiten bezocht.

- De Verwentent met een kapsalon, een schoonheidssalon, een popcornkraam, een suikerspintent, een kraam met verwenhapjes, een haringkar en een kraam met bloemenarrangementjes. Verder was er voor iedere bezoeker een verwencadeautje en werden er prijzen verloot.
- In de Verwensalon kon men zich laten schminken, de handen laten verwennen in een borrelbad met etherische olie en de nagels laten lakken. Tevens trad hier een poppentheater voor ouderen op.
- In de Rooksalon kon men een deftige sigaar roken en een glaasje cognac drinken.
- De Verwenkapel, hier kon men naar sfeervolle muziek luisteren, yoga-oefeningen doen en zich laten masseren.

De voorbereiding

- Enthousiast maken van medewerkers van de Activiteitendienst;
- Aanschrijven van de 'vaste' vrijwilligers;
- Werving van 'eenmalige' vrijwilligers met een bepaalde specialiteit; zodat het een ieder helder was, wat zijn/haar taak was tijdens de verwendag;
- Houden van een 'briefing' voor medewerkers en vrijwilligers;
- Uitzoeken van een geschikte Verwentent;
- Inpakken van cadeautjes (iedere bezoeker kreeg een cadeautje);
- Uitzoeken van cadeautjes voor de vrijwilligers;
- Oproepen in het infoblad van medewerkers om in hun eigen netwerk te vragen, of men iemand wist die op deze dag zijn diensten wilde aanbieden;
- Maken van verwenbuttons en verwenkaarten.

3.6 Chevrolet

Medewerkers van het ziekenhuis hadden een gigantische taart gemaakt voor de honderden patiënten. De individuele wensen van alle chronische patiënten zijn geïnventariseerd en we zijn daarmee aan de slag gegaan. Veel van de wensen zijn reeds in vervulling gegaan. Daarbij moet gedacht worden aan een bezoek aan de Floriade, een rondvlucht boven Rotterdam, een dagje naar diergaarde Blijdorp, naar het Dolfinarium, bezoek aan een kerkdienst in de voormalige woonplaats, een etentje met de directeur, een rondrit in een prachtige Chevrolet, naar een wedstrijd van Feijenoord, Chinees eten, een bezoekje aan de schoonheidsspecialiste et cetera. Deze wensen hebben we in kunnen willigen dankzij de tomeloze inzet van een aantal medewerkers en de bereidheid van instanties en bedrijven om de kosten achterwege te laten. Schrijvend is het te signaleren hoe eenvoudig sommige wensen zijn, maar desondanks door uiteenlopende redenen niet uitgevoerd konden worden. Door op deze wijze de nadruk te leggen op de individuele wensen hebben we geprobeerd om het verwennen weer meer gemeengoed te laten worden zodat het onderdeel uitmaakt van de dagelijkse gang van zaken en geen bijzonderheid meer is.

3.7 Spanning in de lucht

Er gaat een gerucht. Vandaag worden we verwend. Als gewoonlijk al snel bekend. Tafels feestelijk gedekt. Patiënten extra vroeg gewekt. Gezamenlijk ontbijt, wat heet Op z'n Engels heerlijk en compleet. Het kreeg dan ook alle eer. De reacties, 'morgen maar weer' 'Heel veel dank voor jouw goeie zorgen en degene die dit heeft laten bezorgen'

3.8 Frietkar zonder friet

Tja, als er verwend wordt, kan je natuurlijk de kinderen niet overslaan. De kinderen werden tussen de middag opgewacht door een heuse frietkar. Voor alle honderd kinderen van de kliniek en de polikliniek was er friet met kip en als toetje een ijsje. Nou ja, dat van die friet was niet zo vanzelfsprekend. De frietkar had geen friet bij zich en dus toerden we tweemaal op en neer naar de Albert Heijn. Maar dat mocht de pret niet drukken, want de heren van de frietkar bakten zowel de kip als de friet met veel plezier. En dat zo een maaltijd dan wat hectisch verloopt ... ach, daar is het toch verwendag voor!

3.9 Bezoek aan het graf van de partner

Op de afdeling zijn verschillende activiteiten georganiseerd. Zo was er een ochtend met als thema chocola, een bingo en een muziekavond met medewerking van Dubbel op. Daarnaast mochten alle bewoners een persoonlijke wens doen, zoals het nuttigen van een visje of een bezoek aan een familielid. Ook meer emotioneel beladen wensen werden vervuld, zoals het bezoeken van het graf van de overleden partner. Om deze dag tot een succes te maken, waren niet alleen de medewerkers in touw. Ook vele stagiaires hebben ervoor gezorgd dat er nog lang over deze dag is nagepraat. Bij de avondmaaltijd werd extra haring geserveerd. Vanaf 19.30 uur speelde er een muzikaal duo waarbij een hapje en drankje aanwezig was. Daarnaast ontvingen alle bewoners een plantje voor hun appartement.

3.10 Op safari

De hulpverleners en de Cliëntenraad hebben voor cliënten die langere tijd in zorg zijn, een avontuurlijke bustocht naar Safaripark Beekse Bergen georganiseerd. Cliënten konden zich hiervoor opgeven bij hun hulpverlener. In de ochtend is eerst een bezoek gebracht aan de firma Janssen Cilag waar getoond is hoe medicijnen ontwikkeld en gemaakt worden. Daar is de lunch gebruikt en na het eten is de tocht richting safaripark gegaan. In het ruim opgezette park zijn dieren uit heel de wereld bewonderd. De bus was helemaal vol, 45 cliënten en enkele begeleiders hebben een hele leuke dag gehad dankzij donatie van een anonieme gulle gever.

3.11 Naar het museum

"Met vier cliënten naar het museum geweest. Het was een hele fijne middag. Alles was goed geregeld. Na het middageten vertrokken wij met een busje en de vrijwilligers. In het museum aangekomen konden we onze jassen netjes ophangen en de handtassen konden in de kluis. Eerst hebben we de vaste tentoonstelling bekeken en daarna een tijdelijke expositie met moderne kunst van de ABN Bank. Na een tijdje rondgelopen te hebben, kregen we wat vermoeide benen en zijn toen naar het restaurant gegaan. Daar hebben we heerlijk koffie gedronken, natuurlijk met een Bossche bol. Uitgerust zijn we verder gegaan met de bloemenafdeling en de tuin. Heerlijk ook even een frisse neus gehaald. Na de tuin hebben we in het museumwinkeltje allemaal een kaart gekocht en toen stond de taxi er al weer (keurig op tijd). Vol indrukken gingen we weer terug. We hebben de vrijwilligers bedankt. Iedereen vond het een fantastische, geweldige leuke, mooie middag en zeker voor herhaling vatbaar."

4. Hoe maak je publiciteit?

4.1 Vermelding in magazine Chronisch Ziek en www.chronischziek.nl

Meldt uw plannen in een zo vroeg mogelijk stadium aan via www.chronischziek.nl. Ook als u nog niet precies weet wat u gaat doen. Sla de vragen over die u niet kunt beantwoorden. Aanvullingen kunt u later doorgeven aan info@chronischziek.nl. Als de gegevens vóór 1 juli volledig zijn, zal de activiteit vermeld worden in magazine Chronisch Ziek. Uw activiteit komt ook in de zoekmachine met het weekprogramma op www.chronischziek.nl.

4.2 Folders e.d.

- Als u over budget beschikt om folders en/of posters te maken om uw activiteit aan te kondigen. Probeer deze dan tijdig gereed te hebben. U moet minimaal zes weken van tevoren beginnen met de verspreiding. Bedenk met elkaar wat de plaatsen zijn waar uw doelgroep komt en zorg voor een goed distributieplan. Reserveer in uw begroting een bedrag voor de distributie. De kosten hiervan zijn vaak hoger dan men in eerste instantie denkt.

4.3 Bekendmaken via eigen kanalen en de media

- Als u in uw organisatie over eigen communicatiekanalen zoals nieuwsbrieven of een website beschikt, maak daarin dan in een zo vroeg mogelijk stadium melding van uw activiteit. Gebruik de persoonlijke contacten van uzelf of collega's met journalisten om hen te interesseren aandacht te schenken aan uw onderwerp.
- Stuur een persbericht en probeer gratis publiciteit te genereren in publieksmedia of vakmedia die zich richten op uw doelgroep (zie de volgende paragraaf). Dagbladen en dagelijkse nieuwsrubrieken op radio en tv hebben dagelijks nieuws nodig en zijn daarop ingesteld. Zij kunnen nieuws op korte termijn brengen. Een persbericht versturen een week voor uw activiteit plaatsvindt, is dan voldoende. Weekbladen moet u eerder informeren. Vakbladen verschijnen vaak maar een keer per maand. Deze moet u dus ruim van tevoren berichten.
- Bel of email met de tiplijnen van nieuwsrubrieken van landelijke radio- en tv-omroepen die regionaal nieuws brengen.
- Mocht u in de gelukkige omstandigheid verkeren dat u als non-profit organisatie over een riant budget beschikt, dan kunt u proberen op charitatief tarief reclameruimte in te kopen.

4.4 Persbericht

Probeer voor uw activiteit zoveel mogelijk aandacht te krijgen in de lokale of regionale media. Heeft uw organisatie een eigen communicatiemedewerker, vraag deze dan de publiciteit te verzorgen. Is er geen communicatiemedewerker in uw organisatie, maak dan zelf een persbericht. Onderstaande tips kunnen u mogelijk daarbij helpen.

1. Kies een leuke, korte titel boven het persbericht dat nieuwsgierigheid opwekt.
2. In de eerste alinea vermeldt u in het kort de volgende vijf aspecten:
 - a. wat er gebeurt;
 - b. waar het gebeurt;
 - c. wanneer het gebeurt;
 - d. wie het uitvoert;
 - e. en waarom het gebeurt.
3. In de volgende alinea's kunt u aanvullende achtergrondinformatie geven.

4. Probeer in het persbericht aan te sluiten bij zaken die (in uw regio) actueel zijn. Als uw activiteit daarop een nieuw licht werpt, is de kans groter dat de media hieraan aandacht besteden.
5. Neem zo mogelijk in een afzonderlijk alinea de tekst op: *Deze activiteit maakt deel uit van de Week Chronisch Zieken. Meer informatie op www.chronischziek.nl.*
6. Vermeld hoe en waar belangstellenden informatie kunnen krijgen over de activiteit.
7. Plaats onderaan het bericht de tekst 'Niet voor publicatie': Vermeld onderaan een of meer namen en (mobiele) telefoonnummers van mensen die goed bereikbaar, ook buiten kantoortijden, zijn om eventuele vragen van de pers te beantwoorden.
8. Als uzelf het persbericht hebt geschreven, dan kunt u dit het beste voor verzending voorleggen aan de directie of bestuur van uw organisatie.
9. Verzamel adressen van media (in uw regio) waarvan u verwacht dat ze aandacht willen besteden aan uw activiteit. Veel adressen kunt u vinden op internet.
10. Verstuur het persbericht via de post of email. Bel kort na het versturen naar de meest kansrijke media om aan te bieden meer informatie te geven en te helpen bij het maken van een artikel of item.

5. Meer informatie

Week Chronisch Zieken
Postbus 23328, 3001 KH Rotterdam
Telefoon 010.4366799, mobiel 0651.363970
E-mail: info@chronischziek.nl
Website: www.chronischziek.nl

NISB, Nederlands Instituut voor Sport en Bewegen
Postbus 64, 6720 AB Bennekom
Telefoon: 0318.490 900
E-mail: toine.vandewert@nisb.nl
Website: www.30minutenbewegen.nl

Gehandicaptensport Nederland
Postbus 200, 3980 CE Bunnik
Telefoon: 030 6597300
E-mail: info@gehandicaptensport.nl
Website: www.sportiefbewegen.nl

Mezzo, vereniging van mantelzorgers en vrijwilligerszorg
John F. Kennedylaan 99, 3981 GB Bunnik
Telefoon: 030.659 2222
E-mail: info@mezzo.nl
Website: www.mantelzorg.nl

Ambassadeur van de verwezenzorg
mevrouw J. Zwanikken-Leenders
Telefoon: 0651 386314
E-mail: j.zwanikkenleenders@xs4all.nl.

PGO Support
Telefoon 030-291 6691
E-mail: secretariaat@pgosupport.nl
Website: www.pgosupport.nl