

# bespreekbaar maken



# in gesprek gaan



## Samen Sterk zonder Stigma

Projectplan 1 oktober 2019 - 1 juli 2021

*'We zetten de beweging door om mensen met een psychische stoornis zo veel mogelijk mee te laten doen in de samenleving en stigmatisering tegen te gaan.'* – Regeerakkoord 'Vertrouwen in de toekomst', 10 oktober 2017

Stigmatisering en buitensluiting van mensen met een psychische aandoening is een maatschappelijk probleem. De aanpak ervan wordt als eerste genoemd onder de paragraaf geestelijke gezondheidszorg in het huidige Regeerakkoord. In het GGZ-hoofdlijnenakkoord is het doorzetten van de destigmabeweging ook genoemd als speerpunt. De regering én veldpartijen zien inclusie als prioriteit. Vele mensen in onze samenleving (42,7%) krijgen zelf te maken met een psychische aandoening. Van hen heeft maar liefst 70% te maken met vooroordelen en buitensluiting: stigma. Twee van de drie mensen trekken zich hierdoor terug: ze doen niet meer mee op het werk, op school of in hun eigen woonomgeving. Het ministerie van VWS heeft zelf twee awarenesscampagnes (Hey) gelanceerd om depressie en angst bespreekbaar te maken. Het zijn bekende én vooral ook onbekende Nederlanders die stigmatisering een gezicht geven, persoonlijk maken en gelijkwaardigheid op de agenda zetten.

Samen Sterk zonder Stigma zet grote stappen naar een samenleving waarin het hebben van een psychische aandoening niet meer leidt tot stigmatisering. We agenderen niet alleen het thema, we maken mensen bewust van de gevolgen van stigma en bieden toegang tot tools in allerlei domeinen. Dat doen we samen met onze ambassadeurs, samenwerkingspartners en stakeholders. Uit onderzoek naar onze impact (Belgraver & Roest, 2019)<sup>1</sup> blijkt dat het is gelukt mensen bewust te maken van de gevolgen van stigmatisering op de betrokkene. Ook staat het thema op de kaart bij focuspartijen, die vaak gebruik maken van onze kennis en tools. Op kleine schaal werd al gedragsverandering gezien. Het oprechte en concrete verhaal van de ambassadeurs blijkt een belangrijke werkzame factor: ogen werden geopend voor de eigen vooroordelen of bijdrage aan stigmatisering en dit maakt diepe indruk.

Die beweging stemt ons positief. Juist omdat we, bij de start van Samen Sterk, bewust kozen voor een eigen aanpak zonder grootse campagnes waarin we stigma in de haarvaten van de samenleving aanpakken en inzetten op blijvende gedragsverandering. Dit impliceert een langzame maar onomkeerbare beweging die niet altijd even zichtbaar is voor anderen, waarbij gewaakt moet worden dat Samen Sterk niet te vroeg kan 'loslaten'.

We kunnen concluderen dat de actiegerichte aanpak krachtig is. Daar moeten we versterkt mee doorgaan en deze verduurzamen. Zodat mensen met een psychische aandoening in de toekomst als volwaardig worden gezien en ook zo worden behandeld. In de komende jaren zetten we, samen met onze ambassadeurs, in op meer samenwerking met partners in de samenleving, borging van ons werk en het vergroten van de impact. In dit projectplan is onze ambitie vertaald naar concrete activiteiten en te bereiken resultaten die we op de kortere termijn willen behalen.

#### *Missie & doel blijven onveranderd sterk*

Samen Sterk werkt aan een samenleving waarin:

*'Het hebben van een psychische aandoening niet meer leidt tot stigmatisering: mensen met een psychische aandoening zijn gelijkwaardig aan ieder ander, ervaren dat zo en worden ook zo behandeld.'*

Dat willen we omdat: 'We allemaal vrij en gelijkwaardig zijn en op dezelfde manier willen worden behandeld', 'Dit recht geldt voor iedereen ongeacht de verschillen'<sup>2</sup>. Onze samenleving is psychisch divers en daarmee gemêleerd, kleurrijk en menselijk. Acceptatie en normalisatie ervan is helaas nog geen gemeengoed en dat vergt een blijvende verandering in kennis, framing, beleid en doen.

---

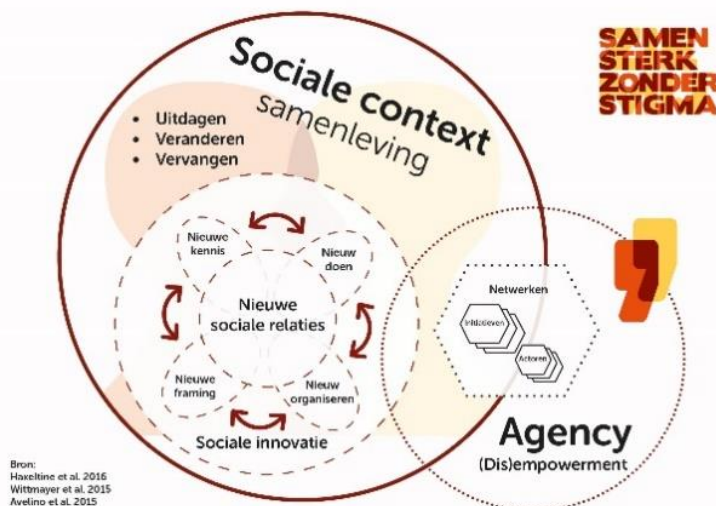
<sup>1</sup> Belgraver V. & Roest-Boers N. (2019). *De effecten van Samen Sterk zonder Stigma*. Amsterdam: Sinzer.

<sup>2</sup> Vrij naar Artikel 1 en 2 van de universele verklaring van de rechten van de mens én artikel 1 van de Grondwet.

Destigmatisering is een voorwaarde voor een inclusieve samenleving en moet leiden tot minder psychisch lijden, eerder en beter herstel, maatschappelijk en economisch voordeel. Samen Sterk staat en gaat voor een verandering in de samenleving van niet kloppende vooroordelen en discriminatie naar een samenleving waarin een psychische aandoening niet meer leidt tot stigmatisering. Dit impliceert een *blijvende* verandering in die samenleving inclusief nieuwe manieren van denken (framing en kennis), organiseren (beleid) en doen. In andere woorden, onze ambitie is een maatschappelijk transformatie te bewerkstelligen. Daarvoor is het nodig van de geijkte paden<sup>3</sup> af te gaan en:

- Bewust gebruik te maken van al gaande veranderingen in de samenleving (participatie, ambulantisering, 'dure zorg', kantelende samenleving, transformaties richting gemeenten, individualisering, VN-verdrag rond inclusie, nieuwe stromingen in zorg enz.);
- Op meerdere niveaus en netwerken tegelijkertijd in te steken: samenwerken met invloedrijke pleitbezorgers én met andere sociale innovaties, immers een zo'n grote ambitie als we nastreven, kunnen we niet alleen realiseren;
- De focus te leggen bij de samenleving i.p.v. die van de cliënt;
- Een specifieke rol te bekleden, nl. die van nichespeler in het maatschappelijk middenveld als aanjager, expert en facilitator.

•  
Samengevat ziet deze strategie er als volgt uit:



De specifieke doelen en acties, in de verlengde projectperiode van 1 oktober 2019 tot 1 juli 2021, zijn nader uitgewerkt in de verschillende domeinen: ggz, werk, media en jeugd. Ambassadeurs, in brede zin, hebben een cruciale rol welke uitgewerkt is in een aparte paragraaf. Ook communicatie is apart uitgewerkt. Per paragraaf worden de context, doel, activiteiten en resultaten beschreven. In een apart document is de bijbehorende begroting opgenomen.

### *Borging*

Voor een blijvende verandering in de samenleving is brede inbedding bij samenwerkingspartners noodzakelijk. Vooralsnog blijkt de aanjaag- en expertfunctie van Samen Sterk daarbij cruciaal en moet ervoor gewaakt worden dat we niet te vroeg loslaten (Belgraver & Roest, 2019). Voor deze rol is duurzame inzet en financiering nodig. In de komende periode analyseren en stellen we vast wat de mogelijkheden zijn om onze rol (anjager, expert, facilitator) structureel te maken. In dit plan is in elk domein aparte aandacht voor borging opgenomen.

<sup>3</sup> Volgens wetenschappelijke inzichten rond sociale innovaties en maatschappelijke transformatie. 'Geijkt' = zoals we gewend zijn te werken: interventies/beleid formuleren, effect aantonen en implementeren. Rabbers G. (2017), *Samen Sterk zonder Stigma = Samen Sterk in psychische Diversiteit? Een essay*. Rotterdam, Erasmus Universiteit Leergang Sociale Innovatie en Transformatie.

## **Inhoudsopgave**

Inleiding	2
Ambassadeurs	5
Op het werk	9
In de ggz	14
Jeugd	20
In de media	27
Communicatie	30

## Ambassadeurs

*"Ik had graag iemand gehad die een positief verhaal kon vertellen over psychiatrische aandoeningen. Die persoon probeer ik nu te zijn."*<sup>4</sup>

### Context

Samen Sterk zet vanaf het begin vrijwillige ambassadeurs in om stigmatisering van mensen met een psychische aandoeningen tegen te gaan. Op basis van de actuele inzichten en ontwikkelingen op het gebied van vrijwillige inzet en de inzet van ervaringsdeskundigheid, zorgen we voor een adequate deskundigheidsbevordering en begeleiding.

Ambassadeurs is een breed begrip. Hieronder scharen wij ook onze supporters. Zij zijn geen actieve vrijwilligers, maar dragen ons wel een warm hart toe en dragen onze missie uit in hun eigen omgeving en/of geven gehoor aan onze oproepen, voor onderzoeken bijvoorbeeld.

Verder versterken we cliënt- en familieorganisaties (achterban MIND), zelfregiecentra, herstelacademies en relevante (de)stigma-initiatieven in hun (de)stigma-aanpak. We ondersteunen en versterken elkaar. Het resultaat is dat ambassadeurs, supporters en genoemde relevante partijen (en stakeholders projecten) onze boodschap verspreiden, commitment krijgen en hun eigen netwerken activeren.

In de afgelopen periode was er een vrij constante groep van ambassadeurs; in de komende periode zetten we in op een meer divers bestand. Daarnaast waren we vooral landelijk georiënteerd en we willen nu naar meer lokale inzet van ambassadeurs en lokale samenwerking met bestaande partijen. Afgelopen periode namen we notie van de in opmars zijnde beweging van ervaringsdeskundigheid. In de komende periode onderzoeken we of én hoe destigmatisering in deze beweging een rol kan krijgen.

### Doel

Een psychische aandoening hebben, leidt niet meer tot (zelf)stigmatisering: mensen met een psychische aandoening zijn gelijkwaardig aan ieder ander, ervaren dat zo en worden ook zo behandeld.

### **Beschrijving van de aard, omvang, duur en wijze van uitvoering van de activiteit (en indien van toepassing het geraamd aantal te verrichten prestatie-eenheden)**

Samen Sterk rust ambassadeurs toe in het vervlechten van hun eigen ervaring met onze organisatieboodschap om deze voortdurend af te stemmen op hun publiek. Ambassadeurs dragen hun verhaal uit op de meest uiteenlopende manieren en voor diverse doelgroepen uit onze domeinen: werkgevers, wijkbewoners, journalisten of (toekomstig) hulpverleners. Ambassadeurs blijven de kern van onze (de)stigma-aanpak en zorgen daarmee voor vergroot urgentiebesef, creëren bewustzijn en bieden handvatten. Op basis van de actuele inzichten en ontwikkelingen op het gebied van vrijwillige inzet en de inzet van ervaringsdeskundigheid, zorgen we voor een adequate deskundigheidsbevordering en begeleiding. De aanbevelingen uit het impactonderzoek vormen een belangrijke leidraad voor nieuwe activiteiten.

#### *1. Verbreding doelgroep ambassadeurs*

Een ambassadeur is iemand die zich actief inzet voor de bewustwording van stigmatisering binnen de samenleving en die op gezette tijden námens Samen Sterk 'spreekt/optreedt' (verschillende manieren mogelijk). We hebben een groep van circa 100 ambassadeurs die landelijk actief is. We willen deze behouden en daarnaast de groep verbreden.

### Acties

---

<sup>4</sup> Belgraver & Roest (2019). *De effecten van Samen Sterk zonder Stigma*. Amsterdam: Sinzer. Pagina 13.

- Gerichte werving en selectie, matching, deskundigheidsbevordering: continu verbeteren en aanpassen aan behoeften van de ambassadeurs, Samen Sterk-activiteiten en ontwikkelingen in de samenleving.
- Werving mensen zonder een psychische aandoening: we willen de brug slaan naar de samenleving en juist ook mensen zonder psychische aandoening laten bijdragen aan de normalisatiebeweging.
- Werving boegbeelden/pleitbezorgers uit de verschillende domeinen. Dit hoeven niet per se bekende Nederlanders te zijn, maar bijvoorbeeld invloedrijke mensen van belangrijke koepelorganisaties en samenwerkingspartners. Meenemen mogelijkheid om eerder betrokken personen te benaderen ('99keerandersdanjedenkt'-interviews).

## *2. Ambassadeurs verspreiden onze boodschap*

De ambassadeurs beïnvloeden (in)direct de stakeholders van Samen Sterk en verbinden met/slaan bruggen naar verschillende groepen in de samenleving. Daarom ondersteunt Samen Sterk ambassadeurs om de boodschap te verspreiden. Belangrijk hierbij blijft de voortdurende nadruk op de invalshoek vanuit stigma en psychische diversiteit. Voor het goed verspreiden van onze boodschap zijn verschillende acties nodig op gebied van deskundigheidsbevordering, communicatie en relatiebeheer.

### *Acties*

- Ambassadeurs (blijven) trainen en toerusten in hoe zij op basis van hun eigen verhaal de Samen Sterk-boodschap kunnen uitdragen voor domein- en project-specifieke activiteiten.
- Sterk relatiebeheer (binding en behoud): we onderhouden actief persoonlijk contact met ambassadeurs (1-op-1-gesprekken, bijeenkomsten, online, mail, telefonisch) en bezoeken maandelijks 'ambassadeursoptredens' op locatie.
- Alle organisatie- en projectactiviteiten zo mogelijk ontwikkelen in co-creatie met ambassadeurs.
- Actieve communicatie: maandelijks een verhaal over het effect van het ambassadeurschap.
- Organiseren van inspiratie- en netwerkbijeenkomsten, waarvan één specifiek voor alle ambassadeurs en één voor de brede groep van ambassadeurs, supporters, cliënt- en andere relevante organisaties. Beide soorten bijeenkomsten bieden intervisiemogelijkheden en een aanbod met workshops aansluitend op de behoefte.
- Creëren actieve benadering van supporters(+), naar behoefte vanuit de projecten en externe verzoeken (onderzoek, beleid, discussiepanels, enz.).
- Instrumenten en handvatten ter beschikking stellen aan supporters(+) die hen zelf beïnvloeden en hun omgeving.

*3. Inzetten ervaringsdeskundigheid:* we stemmen onze aanpak vrijwillige inzet af met de sterk in opkomst zijnde beweging en mogelijkheden van ervaringsdeskundigheid (i.s.m. domein ggz).

### *Acties*

- Inventarisatie mogelijkheden inzet ervaringsdeskundigheid voor Samen Sterk.
- Desgewenst gevolgd door ontwikkeling en implementatie aanpak.
- I.s.m. Windesheim onderzoeken of we een 'master stigma' kunnen opzetten voor de opleiding tot ervaringsdeskundige voor beleidsmedewerkers met eigen ervaring.

## *4. Opvolging*

Eenmalige activiteiten leiden niet tot gedragsverandering. Dat vraagt om structurele opvolging van de inzet van ambassadeurs en hun veelal eenmalige 'optredens'.

### *Acties*

- Uitbouwopties ontwikkelen: gastles naar gastlespakket bijv. en zo ook een completer aanbod bieden.

- Samenwerking zoeken met docenten van social work-opleidingen om samen met ons verwerkingsopdrachten voor studenten samen te stellen (aanbeveling impactonderzoek Samen Sterk).
- Creëren van een goede integrale afstemming door/vanuit de projecten om zo opvolging van optredens te bevorderen en bij te dragen aan de organisatiedoelstellingen.

#### *5. Focus op de samenleving & samenwerking stakeholders*

In de komende jaren willen we onze impact vergroten (lees: minder stigma) door de focus te verleggen naar meer regionaal en lokaal gaan werken. Hiervoor gaan we actief verbinding leggen en samenwerken met relevante organisaties en partijen en elkaar over en weer versterken. We verkennen de mogelijkheden om ambassadeurs een lokale thuisbasis te geven, ook buiten de GGZ en de cliëntenbeweging, en van daaruit (de)stigma activiteiten te ontplooiën en zo de olievlek te vergroten en ook een brug te slaan tussen mensen met en zonder een psychische aandoening. Uit een eerste inventarisatie hebben we positieve geluiden gehoord en blijkt animo voor samenwerking op lokaal niveau.

#### *Acties*

- Nader verkennen samenwerking met lokale partijen en behoeften in kaart brengen.
- Decentrale structuur opzetten voor regionale/lokale ambassadeurs (coördinatoren).
- Regionale ambassadeurs- en supportersnetwerken stimuleren/faciliteren.
- Lokale organisaties breed faciliteren o.g.v. stigma.
- Verkennen of we ambassadeurs een regionale/lokale thuisbasis kunnen geven, zodat ons werk lokale wortels krijgt.
- Mogelijke pilotprojecten starten met bijv. Gilde Nederland waarbij lokale Gilden als thuisbasis fungeren voor ambassadeurs, zodat ons werk lokale wortels krijgt.
- Aanhaken bij organisatie-brede stakeholderanalyse: welke lokale partijen (al dan niet landelijk georganiseerd) zijn voor ambassadeurs het meest relevant?

#### *6. Netwerken*

Verkennen en opzetten van/aanhaken bij eventuele bestaande 'stigmanetwerken' en/of andere relevante initiatieven met daarbij een duidelijke rol voor de brede groep van ambassadeurs.

#### *Acties*

- Verkennen en aanhaken bij bestaande stigmanetwerken.
- Verkennen van de mogelijkheden rondom de regionale/lokale inzet van vrijwilligers, bijvoorbeeld door het organiseren van regiobijeenkomsten (indien relevant in co-creatie met de andere projecten).

#### *7. Evaluatie*

Om de aanpak van stigmatisering zoveel mogelijk te borgen gaan we meer onderzoek doen naar de inzet van ambassadeurs.

#### *Acties*

- Actie- en evaluatieonderzoek koppelen aan ambassadeuroptredens om te achterhalen wat de werkzame ingrediënten zijn om de effectieve inzet van ambassadeurs te kunnen valideren.
- Onderzoek laten doen naar de inzet van mensen zonder eigen ervaring en pleitbezorgers en daarmee naar de effecten van de verbrede groep ambassadeurs.

#### *8. Borging*

De verschillende acties rondom borging staan hierboven indien van toepassing per activiteit beschreven. Hieronder puntsgewijs op een rij:

- Ontsluiten aanbod (via online platform): het ontwikkelde aanbod (instrumenten, handvatten, producten, trainingen, enz.) dusdanig online ontsluiten dat het zelfstandig inzetbaar is door ambassadeurs, supporters(+) en relevante organisaties – activiteit 1 en 2.
- (De)stigma onderbrengen bij opleidingen social work en ervaringsdeskundigheid – activiteit 3.
- Focus verleggen van landelijk naar meer regionaal en lokaal (samen)werken – activiteit 5.
- Focus verbreden naar samenwerking met partijen buiten de hulpverlening: brug slaan tussen mensen met en zonder psychische aandoening – activiteit 5 en 6.

## **Beschrijving van de met de activiteit na te streven doelstellingen, resultaten of producten**

### *1. Verbreding doelgroep ambassadeurs*

- Mensen zonder eigen ervaring met een psychische aandoening maken onderdeel uit van de ambassadeurspoule. Streven: 5 à 10 mensen.
- Boegbeelden en pleitbezorgers maken onderdeel uit van de ambassadeurspoule. Streven: 5 mensen.

### *2. Ambassadeurs verspreiden onze boodschap*

- Een diverse poule van circa 100 goed toegeruste en betrokken ambassadeurs met en zonder psychische aandoening en inclusief boegbeelden en pleitbezorgers, die inzetbaar is voor activiteiten.
- Relatiebeheer: minimaal 50 1-op-1-evaluatiegesprekken met ambassadeurs; 12 bezoeken 'ambassadeursoptredens' op locatie.
- Communicatie: 12 ambassadeursverhalen online.
- Bijeenkomsten: 1 specifiek voor ambassadeurs en 1 voor de brede stakeholdersgroep.

### *3. Inzetten ervaringsdeskundigheid:*

- Inventarisatie mogelijkheden inzet ervaringsdeskundigheid.
- Een 'master stigma' bij de opleiding tot ervaringsdeskundige i.s.m. Hogeschool Windesheim als na verkenning blijkt dat dit in de samenwerking een optie is.

### *4. Opvolging*

- Uitbouwoptie gastlespakket.
- Verwerkingsopdracht voor studenten social work-opleidingen.

### *5. Focus op de samenleving & samenwerking stakeholders*

- Decentrale structuur voor regionale/lokale inzet ambassadeurs.
- Regionale ambassadeurs- en supportersnetwerken.
- Lokale organisaties breed faciliteren o.g.v. stigma.
- Aanhaken bij organisatie-brede stakeholderanalyse.

### *6. Netwerken*

- Aanhaken bij bestaande stigmanetwerken/relevante initiatieven.
- Faciliteren/organiseren minimaal 2 regiobijeenkomsten.

### *7. Evaluatie*

- Actie- en evaluatieonderzoek ambassadeursoptredens.
- Onderzoek inzet mensen zonder eigen ervaring en boegbeelden/pleitbezorgers.

### *8. Borging*

- Aanbod ontsluiten (via online platform waarin hoofddoel is tools te ontsluiten).
- (De)stigma onderbrengen bij relevante opleidingen.
- Meer regionaal en lokaal (samen)werken.
- Samenwerking verbreding buiten de hulpverlening.



## Op het werk

*Vanuit je hart werken, en hard werken.*<sup>5</sup>

### Context

In de aanpak van 'Op het werk' werkten we langs twee lijnen: die van de werkgevers en die van de werknemers. Uit onderzoek (Mulder M., 2018)<sup>6</sup> blijkt dat deze tweezijdige aanpak cruciaal is in het succes van het project. Daar gaan we dus mee verder in dit project.

Aan werknemerskant werkten we samen met (getrainde) werkambassadeurs, die zorgden voor urgentiebesef en bewustwording rond het thema in de eigen (en andere) organisaties. Een aantal ambassadeurs richtte een medewerkersnetwerk op, welke effectief blijken (Smit A., 2019)<sup>7</sup>.

Vakbonden en OR's ondertekenden een manifest met de belofte stigma mee te nemen in hun beleid; dit leidde tot een beperkt aantal concrete acties. Tot slot wordt de voor de Nederlandse context ontwikkelde tool CORAL 2.0 steeds meer ingezet.

Aan werkgeverszijde is met ca. 150 bedrijven contact geweest. Deze inspanning was vooral nodig om kwartier te maken en heeft heldere argumentatie opgeleverd welke 'haakjes' en argumenten van belang zijn voor bedrijven. Wel heeft de inspanning beperkt bijgedragen aan het beoogde lange termijndoel. Diverse praktijkonderzoeken, waaronder een naar best-practices gaven ook nadere onderbouwing van de urgentie. Tools zoals een managementtraining en een e-learning zijn ontwikkeld. Daarnaast zijn tientallen interviews, workshops, en presentaties verzorgd waarmee veel kennis is overgedragen. Tot slot hebben we koepels beïnvloed en is destigmatisering een van de speerpunten van het convenant 'Werken aan wat werkt'

Er zijn grote stappen gezet: agendasetting en bewustwording zijn op gang gebracht. Echter, er is meer nodig om onze impactdoelstelling te realiseren. Uit ons impactonderzoek blijkt dat werknemers, werkgevers en koepels noodzaak en kansen zien maar destigmatisering nog niet opnemen in beleid en er ook nog beperkt naar handelen. Daarbij wordt Samen Sterk gezien als aanmoediger en ondersteuner om dit te implementeren en te borgen.

### Doel

(Potentiële) werknemers met een psychische aandoening ervaren dat zij zich volwaardig werknemer voelen en als zodanig worden behandeld door de werkgever en collega's.

### **Beschrijving van de aard, omvang, duur en wijze van uitvoering van de activiteit (en indien van toepassing het geraamd aantal te verrichten prestatie-eenheden)**

Om bovenstaand doel te bereiken is het cruciaal om op diverse niveaus te blijven zorgen voor urgentiebesef, kennis over te dragen via o.a. tools en best practices en bewustwording. Om uiteindelijk te zorgen voor een gedragsverandering in het domein werk. Partijen nemen hiertoe aandacht voor psychische diversiteit op in het beleid en handelen hiernaar.

Wij richten ons hierbij op de aanwezigheid in 'het veld': met de poten in de klei zogezegd. Want daar zitten onze voelsprietten en houden we verbinding met wat er leeft bij werkgevers, managers, werknemers en ambassadeurs. Tegelijkertijd richten we ons op beleidsniveau; daar waar beleid wordt ontwikkeld en de samenleving wordt 'vormgegeven'. Datgene dus waar de sociale partners en hun overlegorganen en andere strategische partners zich bezighouden. We slaan bruggen. In onze aanpak onderscheiden we de volgende doelgroepen en activiteiten.

---

<sup>5</sup> Marike Mulder (2018). *Openheid over psychische aandoeningen op het werk – onderzoek naar praktijkervaringen en succeservaringen*. Amersfoort, Samen Sterk zonder Stigma. Pagina 19.

<sup>6</sup> idem

<sup>7</sup> Aukje Smit (2019). *Samen kom je verder. Onderzoek naar medewerkersnetwerken met een aandoening of beperking en neurodiversiteit*. Amersfoort, Samen Sterk zonder Stigma.

## 1. *Werknemers*

Werkambassadeurs rusten we toe om binnen en buiten de organisatie impact te maken en trainingen en workshops te geven met als doel het vergroten van het urgentiebesef en het verspreiden van kennis bij werkgevers en bij werknemers.

### a) *Ontwikkeling standaard workshop*

Het ontwikkelen van een standaard workshop die gegeven kan worden door werkambassadeurs. Met als doel kennis van stigma op psychische aandoeningen en het effect daarvan op werknemers over te brengen. Standaardisatie van de workshop zal kwaliteit waarborgen.

- Ontwikkelen workshop format in samenwerking met werkambassadeurs
- Strategie ontwikkelen voor het ontsluiten van de standaard workshop aan werkambassadeurs
- Evaluatie na twee gegeven workshops daarna aanscherpen workshop en borgen van de kwaliteit.

### b) *Professionalisering werkambassadeurs*

Professionalisering van de inzet van de werkambassadeurs waarbij deze groep project specifiek wordt toegerust om meer impact te maken binnen de eigen organisatie en daarbuiten. Deze toerusting houdt in dat zij meer begeleid en getraind worden in het geven van workshops en in het begeleiden van andere ambassadeurs en medewerkersnetwerken.

- Vergroten van de groep werkambassadeurs. Vanuit de groep bestaande ambassadeurs en door vijf nieuwe ambassadeurs te werven.
- Ontwikkelen van een strategie voor het beter begeleiden en ondersteunen van werkambassadeurs. Waarna dit wordt uitgevoerd en geborgd.

### c) *Medewerkersnetwerken*

De handleiding medewerkersnetwerken biedt ambassadeurs en organisaties een handvat om een medewerkersnetwerk op te zetten. Het opzetten van medewerkersnetwerken maakt psychische aandoeningen bespreekbaar binnen organisaties en vergroot het urgentiebesef onder de werkgever en werknemers.

- Twee organisaties worden ondersteund door werkambassadeurs bij het opzetten van een medewerkersnetwerk.
- De handleiding wordt geëvalueerd en op basis van die bevindingen aangepast.
- Trainen van twee werkambassadeurs in het coachen van medewerkersnetwerken.
- Het handboek medewerkersnetwerken wordt verspreid.

### d) *Ontwikkeling Coral 2.0 training*

Online is de tool Coral 2.0 beschikbaar. Het blijkt dat er behoefte is bij werknemers met een psychische aandoening in hun keuze in openheid en met name hoe je dan het gesprek hierover voert met een huidige of toekomstige werkgever en evt. collega's. Dit heeft als doel om de bespreekbaarheid tussen management, werknemers en collega's te bevorderen doordat werknemers met een psychische aandoening beter toegerust zijn dit gesprek te voeren.

- Ontwikkelen van de Coral 2.0 training naast de bestaande online-tool.
- Pilot training organiseren, evalueren en van de opzet van de training.
- De Coral 2.0 training borgen.

### e) *Samenwerking met domeinen ggz en jeugd*

Tussen de projecten wordt nauwer samengewerkt. Dit wordt gedaan in pilots waarin wordt samengewerkt aan kruisverbanden.

- 'Docent als werknemer', 'GGZ-professional als werknemer'; met project ggz en jeugd. Waarin gekeken wordt naar de ervaringsdeskundige docent als werknemer.
- Pilots opzetten om binnen de andere domeinen met werkgevers werk te maken van destigmatisering.

## 2. *Werkgevers*

Via laagdrempelige toegang tot betrouwbare kennis, tools en best practices maken we het eenvoudig om destigmatisering onderdeel te maken van het HRM-beleid en daar naar gehandeld.

### a) *Inclusieve managers in de spotlights*

De verhalen die Samen Sterk deelt (al dan niet via ambassadeurs) dragen bij aan bewustwording en urgentiebesef. De tweede stap is de vraag wat men concreet kan doen tegen stigma. We laten zien waar op korte termijn kansen liggen en bieden een concreet handelingsperspectief voor managers en organisaties.

- Er worden drie boegbeelden geselecteerd die deze good practices uit hun eigen organisatie willen delen. Deze voorbeelden worden verspreid.
- Organiseren van een exclusief inclusief-ontbijt voor managers/directeuren die inclusief leidinggeven (minisymposium met strategische partner)

### b) *Plan van aanpak en pilots MKB-tools*

De aanbevelingen uit het onderzoek naar de toepasbaarheid van de bestaande producten voor het MKB realiseren we.

- Aanbevelingen van de focusgroepen MKB opvolgen in samenwerking met stakeholders in het MKB, zoals MKB Nederland, De Normaalste Zaak e.a..
- MKB-tools via pilots testen bij twee MKB-organisaties.
- Breed verspreiden van de ontwikkelde en geteste tools.

### c) *Good practices*

Good practices ontwikkelen met individuele werkgevers uit het MKB en grootbedrijf.

- Vanuit opgebouwd netwerk relaties aanhalen en met minimaal drie bedrijven intern destigma-aanpak uitbouwen.
- Inspirerende voorbeelden ophalen voor andere werkgevers.
- Werkgevers met good practices als ambassadeurs inzetten bij andere werkgevers.
- Met specifieke aandacht voor de werkgevers in de domeinen jeugd, ggz en wijk. En stimuleren van psychische diversiteit en inclusie binnen deze domeinen.
- Met een CRM wordt actief relatiebeheer gepleegd met de werkgevers.

### d) *Aanbod toegankelijk ontsluiten*

- Via een online platform waarin ontsluiting van de ontwikkelde tools en producten hoofddoel is.
- Dit wordt bij alle doelgroepen onder de aandacht gebracht.
- De managementtraining wordt open aangeboden voor managers die hiermee getraind worden in inclusief leiderschap teneinde een veilige omgeving te creëren.
- Bij twee bedrijven, met wie we intensief samenwerken, integreren we de managementtraining in hun eigen aanbod zodat het 1-op-1 aansluit bij hun specifieke wensen waardoor destigmatisering structureel wordt geborgd binnen deze scholen. De opgedane ervaring draagt bij aan een voorbeeldpraktijk voor andere bedrijven.

## 3. *Koepel- en brancheorganisaties*

Bij koepelorganisaties van arbeidsdeskundigen en arbo-artsen agenderen we het thema.

### *Arbo-artsen, arbeidsdeskundigen*

- Vooronderzoek keuze voor partij om samenwerking mee aan te gaan om werk te maken van destigmatisering bij arbeidstoeleiding en -behoud.
- Onderzoek met de organisaties van arbo-artsen en arbeidsdeskundigen naar stigma binnen dit werkveld en hun rol bij het tegengaan en herkennen van stigmatisering.
- In co-creatie kennis en evt. tools ontwikkelen en huidige tools beschikbaar stellen.
- Verspreiden via diverse kanalen waar onder de website en de brancheverenigingen.

#### 4. *Sociale partners*

De Sociaal Economische Raad (SER), Stichting van de Arbeid en sociale partners (vakbonden en werkgeversorganisaties) stimuleren we om werk te maken van destigmatisering in het sociaal domein. We monitoren eerder afgesloten charters met vakbonden, OR, koepel- en brancheorganisaties om ook bij hen urgentiebesef blijvend te agenderen en via hen kennis, tools (platform) en best practices te verspreiden bij de achterban.

##### a) *Inclusie in beleid sociale partners*

Een strategie ontwikkelen met de sociale partners en hun overlegorganen om destigmatisering op te nemen in het inclusie-beleid van de sociale partners.

- 'Argumentenkaart' sociale inclusie van medewerkers met een psychische aandoening ontwikkelen als handreiking voor sociale partners.
- De 'argumentenkaart' verspreiden via de kanalen van de sociale partners
- Themabijeenkomst inclusief werkgeverschap organiseren in samenwerking met de sociale partners.

##### b) *Manifest vakbonden*

Intensiveren van contact met de vakbonden om zo het, eerder ondertekende, manifest om te zetten naar concrete afspraken en deze te realiseren.

- Managementtraining aanbieden aan de vakbonden.
- Verspreiden adviezen en tips aan achterban vakbonden.

#### 5. *Convenantpartijen (UWV, GGZ NL, MIND NL, VNG, SZW, Cedris etc.)*

Met de convenantpartijen<sup>8</sup> geven mede uitvoering aan het speerpunt destigmatisering. We bevorderen destigmatisering in de werkgroepen om bij hen urgentiebesef te vergroten en hen in te zetten om kennis en tools te verspreiden onder leden en binnen het netwerk. Ook zetten we hen aan om het thema mee te nemen in de uitvoeringsopdrachten van gemeenten.

##### *Inzet van convenantpartijen*

- Continu agenderen van het thema bij de partijen zodat destigma in zoveel mogelijk onderdeel wordt van de totale aanpak.
- We organiseren we een managementtraining voor twee deelnemers per organisatie om hen kennis te laten maken met de training.
- Een workshop destigmatisering wordt aangeboden aan de centrale werkgroep van het convenant.

#### 6. *Borging*

De verschillende activiteiten rondom borging zijn, indien van toepassing, in de activiteit opgenomen. Hieronder puntsgewijs de verschillende borgingsactiviteiten op een rij:

- Aanbod (tools en instrumenten) ontsluiten via een online toegankelijk platform (1a + b, 2b + c + d, 4a).
- In samenwerking met partnerorganisaties ontwikkelen en implementeren van (een deel van) het aanbod, en daarmee destigmatisering borgen in het beleid en/of aanpak (2b, 3, 4a + b, 5)
- Opleiden/ trainen van ambassadeurs en trainers (1c + d, 2d).

### **Beschrijving van de met de activiteit na te streven doelstellingen, resultaten of producten**

#### *Werknemers*

1. Er is een standaard workshop ontwikkeld die gegeven kan worden op congressen en andere diverse bijeenkomsten.

---

<sup>8</sup> Ondertekenaars van het convenant 'Samenwerken aan wat werkt' (mei 2018).

2. Er is een geprofessionaliseerde groep werk-ambassadeurs die beter in staat is impact te maken in hun eigen leefomgeving en op het werk.
3. Er zijn vijf nieuwe werkambassadeurs geworven.
4. Er zijn twee getrainde werkambassadeurs die actief medewerkersnetwerken opzetten en ondersteunen.
5. De Coral 2.0 trainingsdag is ontwikkeld en er is een pilot training georganiseerd.
6. Er is een online platform gerealiseerd waarop de tools en trainingen nader zijn ontsloten.
7. De samenwerking met ggz en jeugd is geconcretiseerd in een pilot.
8. Er is een tool ontwikkeld/aangepast voor docenten met een psychische aandoening.

#### *Werkgevers*

9. Er zijn drie inclusieve managers in de spotlight gezet en hun best practices zijn verzameld.
10. Er zijn MKB-specifieke producten ontwikkeld/aangepast en deze zijn getest bij twee MKB-organisaties.
11. De handleiding voor het opzetten van een medewerkersnetwerk is bij twee organisaties in gebruik genomen, met de ondersteuning van werkambassadeurs.
12. De handleiding voor het opzetten van een medewerkersnetwerk is geëvalueerd en naar bevindingen aangepast.
13. Er is een actief relatie beheer, ondersteund door CRM, met de werkgevers.

#### *Koepel- of brancheorganisaties*

14. Er is onderzoek gedaan onder arbeidsdeskundigen en arbo-artsen naar hun rol in destigma.
15. Er is in co-creatie kennis dan wel een tool ontwikkeld voor de specifieke groep arbeidsdeskundigen en arbo-artsen.

#### *Vakbonden / Ondernemingsraden (OR)*

16. Er is een strategie ontwikkeld met de SER en STvdA om destigmatisering op te nemen in Cao-besprekingen en inclusie-beleid van de sociale partners.
17. Het manifest met de vakbonden geconcretiseerd in acties en er is gesproken met vijf vakbondsbestuurders.

#### *Convenantpartijen*

18. Er is een open managementtraining georganiseerd voor twee deelnemers per convenantpartij.
19. Er is een workshop destigmatisering gegeven aan de centrale werkgroep van het convenant.

#### *Borging*

20. Een toegankelijk platform. Ontsloten (deel van het ontwikkelde) aanbod via een platform.
21. In samenwerking met (partner)organisaties ontwikkeld en geïmplementeerd van (een deel van) het aanbod, waarmee destigmatisering is geborgd in het beleid, curriculum en/of aanpak.
22. Getrainde werkambassadeurs en trainers om zelfstandig trajecten te realiseren

## In de ggz

*De workshop maakte hulpverleners "bewust van hun eigen vooroordelen en waren zelf open over hun eigen ervaringen naar aanleiding van de werkvormen".<sup>9</sup>*

### Context<sup>10</sup>

Project 'In de ggz' richt zich op het tegengaan van (zelf)stigmatisering en het verankeren van destigmatisering in de ggz. Hierin zijn sinds 2016 verschillende stappen gezet. Het project heeft zich in de eerste instantie actief ingezet om 'voorlopende instellingen' te stimuleren de-stigmatiserende activiteiten te verrichten. Hoewel zeven ggz-instellingen een samenwerking toegezegden, leidde dit niet altijd tot structurele actie. Idee was om met de instellingen samen een aanpak te ontwikkelen maar dit bleek niet haalbaar. In reactie hierop is in de laatste twee jaar een breed aanbod – bestaande uit verschillende producten en diensten – in samenwerking met relevante partijen en personen uit het veld gerealiseerd. Hierbij is onder andere gebruik gemaakt van (inter)nationale interventies en methodieken die effectief gebleken zijn om (zelf)stigma in de ggz te verminderen. Voorbeelden hiervan zijn de HOP-training en de toolkit Beyond the Label. Uit het onderzoek (Belgraver & Roest, 2019) blijkt dat deelname aan HOP bij personen met een psychische aandoening bijdraagt aan meer kennis over zelfstigma en een toegenomen gevoel van empowerment. Inzet van de toolkit Beyond the Label draagt bij aan het op de kaart zetten van stigma binnen de ggz en vergroot het bewustzijn van de hulpverlener rondom stigmatisering. Inmiddels zijn zeker 32 ggz-instellingen, zes koepel- en andere ggz-organisaties en verschillende ggz-opleidingen op een of andere manier bij het project betrokken.

Ondanks deze stappen is, uit de praktijk en onderzoek, gebleken dat het aanpakken van stigmatisering binnen het ggz-domein een complexe aangelegenheid is. Hoewel de meeste ggz-instellingen en -professionals erkennen dat stigma een probleem is waar aandacht voor moet zijn, ontbreekt het vaak aan kennis over (de)stigmatisering, bewustzijn over de eigen rol hierin en een concreet handelingsperspectief. Daarnaast is de aanpak van stigmatisering nog vaak afhankelijk van één of enkele medewerkers binnen de instelling (en dus nog niet breed in de instelling geborgd). In de komende periode zal de aanpak zich juist op deze borging richten door het betrekken van meer mensen binnen de instellingen en organisaties via de al actieve personen en delen van goede voorbeelden.

### Doel

Het project "In de ggz" heeft tot doel dat patiënten zich volwaardig voelen en als zodanig worden behandeld in de ggz zonder dat zij worden geassocieerd met vooroordelen.

### Beschrijving van de aard, omvang, duur en wijze van uitvoering van het project (aanpak)

Om bovenstaand doel te bereiken, is structurele verandering in de hele organisatie van de ggz nodig. Enerzijds betekent dit het bieden van handvatten aan patiënten om zelfstigma te verminderen. Anderzijds moeten bij diverse andere partijen gedragsveranderingen plaatsvinden om (zelf)stigmatisering tegen te gaan, zoals bij medewerkers in de ggz (i.e. hulpverleners, stafmedewerkers, huisartsen, POH-GGZ, *first responders*) en organisaties in de ggz (i.e. instellingen, opleidingen, netwerkorganisaties en koepelorganisaties).

Project 'In de ggz' kiest in haar aanpak daarom voor een focus op deze drie belangrijke (organisatorische) *veranderpijlers*. Ieder van deze pijlers heeft in haar aanpak een eigen focus:

1. Destigmatiserend zorg- en personeelsbeleid agenderen en faciliteren binnen de *ggz-organisatie*;

---

<sup>9</sup> Belgraver & Roest (2019), pagina 32

<sup>10</sup> Bron: Schulze, B. (2007). Stigma and mental health professionals: A review of the evidence on an intricate relationship. *International Review of Psychiatry*, 19, 137-155. Van Weeghel, J., Pijnenborg, M., Veer, J. van 't, Kienhorst, G. (reds.) (2016). *Handboek destigmatisering bij psychische aandoeningen. Principes, perspectieven en praktijken*. Bussum: Uitgeverij Coutinho.

2. De *medewerker die werkt in de ggz* inzicht geven in de werking en impact van stigmatisering, de eigen rol hierin én concrete handvatten bieden voor destigmatiserend werken;
3. Empowerment en veerkracht van de *patiënt die hulp zoekt in de ggz* vergroten om weerstaand te bieden aan (zelf)stigmatisering.

Om per pijler de beoogde verandering teweeg te brengen, richt het project zich in de komende periode op het implementeren, onderzoeken en borgen van het huidige aanbod. Een goede opvolging staat hierin centraal. Daar waar nodig zal het aanbod in co-creatie verder worden ontwikkeld. Tot slot wordt de samenwerking met (lokale) partijen geïntensiveerd en samen met hen wordt (de)stigma geagendeerd en geborgd in de ggz. Oftewel, de aanpak van het project focust zich op het beïnvloeden, motiveren en inspireren van de diverse actoren binnen het domein ggz om samenwerkingen te intensiveren, het aanbod te borgen, de focus te verbreden en de impact te vergroten.

### **Activiteiten**

Voor het realiseren van het beoogde doel benoemen we hieronder, per pijler, de activiteiten die hiervoor nodig zijn tussen 1 oktober 2019 en 1 juli 2021. Er zal worden afgesloten met een kopje borging, waarin beschreven staat welke activiteiten ondernomen worden om de activiteiten onder de drie pijlers te borgen na deze periode.

#### *Pijler 1: De ggz-organisatie*

- a) Koepelorganisaties, netwerkorganisaties en hun achterban voorzien van kennis, tools en advies voor het borgen van destigmatisering in het eigen zorginhoudelijk- en/of personeelsbeleid.
- b) Op basis van een stakeholdersanalyse samenwerking met cruciale stakeholders en al actieve personen in de ggz intensiveren en hen aanzetten tot verbreding van destigmatisering.
- c) In samenwerking met cruciale stakeholders een onderbouwde argumentatie ontwikkelen voor de aanpak van stigma in de ggz, waarbij ook de belemmeringen die hierin spelen worden onderzocht, en deze gezamenlijk agenderen en verspreiden binnen het domein.
- d) Pilot draaien, onderzoeken en implementeren van de Quicksan Destigmatisering.
- e) In samenwerking met project werk en andere partners aanpak voor stimulatie van psychische diversiteit op de ggz-werkvloer (door)ontwikkelen.
- f) Deelname aan het landelijk Kennisconsortium Destigmatisering en Sociale Inclusie om aansluiting te hebben bij de actuele kennis en praktijk en deze te gebruiken bij de ontwikkeling, implementatie en het onderzoeken van ons aanbod.
- g) Inventariseren van behoeften en mogelijkheden voor aanpak structureel stigma binnen de ggz.
- h) Ontwikkelen van een communicatiestrategie voor domein ggz en inzet hiervan binnen diverse (sociale) mediakanalen om kennis, bewustzijn en impact van stigmatisering omtrent psychische aandoeningen in de ggz te vergroten. We delen goede voorbeelden.

#### *Pijler 2: De medewerker die werkt in de ggz*

- a) Ambassadeurs verzorgen workshops en gastlessen aan hulpverleners (in opleiding), waarbij ze – naast hun eigen verhaal – hulpverleners (in opleiding) voorzien van een handelingsperspectief aan de hand van de bestaande producten.
- b) Deelname- en het leveren van een actieve bijdrage aan diverse (landelijke) congressen en symposia in domein ggz.
- c) Kleinschalig implementeren en onderzoeken van het huidige aanbod van producten – o.a. toolkit "Beyond the Label", e-learning "Destigmatiserend Werken" en impacttool – voor hulpverleners in de ggz, waarna opschaling en aanvulling van het aanbod mogelijk is.
- d) In samenwerking met project jeugd, het Kennisconsortium Destigmatisering en andere partners aanpak ontwikkelen voor het aanpakken van (zelf)stigma bij jeugd (ggz-)professionals.

- e) Een meer open houding bij ggz-hulpverleners ten aanzien van stigma faciliteren door het ontwikkelen van een training specifiek gericht op het aanbieden van een handelingsperspectief voor de hulpverlener.
- f) Destigma agenderen binnen ggz-opleidingen en/of -nascholingstrajecten, en onderzoeken van mogelijkheden om dit thema een verplicht onderdeel van curricula te maken.
- g) In samenwerking met project ambassadeurs, Hogeschool Windesheim en andere belangrijke stakeholders inventariseren van behoeften voor en ontwikkelen van een nascholingstraject (de)stigma voor senior ervaringsdeskundigen in de ggz.
- h) In samenwerking met domein media en andere partners ontwikkelen van een aanpak voor woordvoering in de ggz, wat bij kan dragen aan publieke destigmatisering.
- i) Inventariseren van behoeften en mogelijkheden voor de aanpak van stigma in de somatische zorg (specifiek voor *first responders* en huisartsen).

*Pijler 3: De patiënt die hulp zoekt bij de ggz*

- a) Het borgen van de HOP-training, zowel in het aanbod van betrokken instellingen als de HOP-training in zijn geheel.
- b) Het verspreiden en faciliteren van de HOP-training in Nederland.
- c) In samenwerking met patiënten en cruciale stakeholders ontwikkelen van een instrument voor stigma-educatie van patiënten.

*Borging*

De verschillende activiteiten rondom borging zijn, indien van toepassing, in de activiteit opgenomen. Hieronder puntsgewijs de verschillende borgingsactiviteiten op een rij:

- a) Ontsluiten van (een deel van het) ontwikkelde aanbod via een platform - Pijler 1: d, g; Pijler 2: c, e, i; Pijler 3: c.
- b) Onderzoeken en, indien mogelijk, overdragen van (een deel van) het aanbod bij partnerorganisaties - Pijler 2: c, e, g; Pijler 3: a.
- c) In samenwerking met partnerorganisaties ontwikkelen en implementeren van (een deel van) het aanbod, en daarmee destigmatisering borgen in het beleid, curriculum en/of aanpak - Pijler 1: a, c, d, e; Pijler 2: c, d, e, f, g, h; Pijler 3: c.

*Evaluatie*

Alle producten die het project ontwikkelt, worden eerst kleinschalig (bijv. middels een pilot) geïmplementeerd en geëvalueerd, alvorens het op brede schaal wordt geïmplementeerd. Borging van het product staat hierin altijd voorop. Daarnaast wordt actief de impact gemonitord: op niveau van output, korte- en lange termijn outcome.

**Beschrijving van de na te streven doelstellingen, resultaten en/of producten**

Hieronder staan de resultaten per pijler en activiteit beschreven die in deze fase door project "In de ggz" worden gerealiseerd.

*Pijler 1: De ggz-organisatie*

- a) Koepelorganisaties, netwerkorganisaties en hun achterban zijn voorzien van kennis, tools en advies voor het borgen van destigmatisering in het eigen zorginhoudelijk- en personeelsbeleid.
  - Werkbezoek/presentatie bij minimaal vijf koepel- en/of netwerkorganisaties in domein ggz.
  - Kennis en tools zijn twee keer per jaar verspreid onder koepel-, netwerkorganisaties en hun achterban.
  - Adviesdocument voor koepel-, netwerkorganisaties en hun achterban is beschikbaar met daarin informatie over hoe zij destigma middels bestaande kennis en tools kunnen borgen in het eigen beleid.
- b) Op basis van een stakeholdersanalyse samenwerking met cruciale stakeholders en al actieve personen in de ggz intensiveren en hen aanzetten tot verbreding van destigmatisering.



- Er is een stakeholdersanalyse voor domein ggz uitgevoerd, waarmee cruciale stakeholders inzichtelijk zijn gemaakt.
  - Contact met cruciale stakeholders is gezocht en/of geïntensiveerd middels minimaal één werkbezoek per stakeholder.
  - Contact met al actieve personen onderhouden en aanzetten tot verbreden aanpak.
- c) In samenwerking met cruciale stakeholders is een onderbouwde argumentatie ontwikkeld voor de aanpak van stigma, waarbij ook de belemmeringen die hierin spelen zijn onderzocht. De argumentatie is gezamenlijk geagendeerd en verspreid binnen het domein.
- De onderbouwde argumentatie is opgeleverd. Hierbij is gebruik gemaakt van onderzoek dat reeds is gedaan in Nederland naar dit onderwerp (bijvoorbeeld de landelijke monitor ambulantisering van het Trimbos Instituut).
  - De onderbouwde argumentatie is vormgegeven en publiek toegankelijk beschikbaar.
  - De onderbouwde argumentatie is verspreid onder minimaal 20 ggz-organisaties.
- d) Pilot draaien, onderzoeken en implementeren van Quickscan Destigmatisering.
- De Quickscan is bij minimaal twee ggz-instellingen getest middels een pilot.
  - Digitale variant Quickscan is opgeleverd waarmee de quickscan online beschikbaar is voor alle ggz-instellingen in Nederland.
  - De Quickscan is verspreid onder minimaal 20 ggz-organisaties.
  - Onderzoeken effect van het gebruik van de Quickscan en rapportage met resultaten.
- e) In samenwerking met project werk en andere partners aanpak voor stimulatie van psychische diversiteit op de ggz-werkvloer (door)ontwikkelen.
- Drie focusgroepen/workshops met o.a. HR-medewerkers van ggz-instellingen.
  - Inventarisatie en rapportage van behoeften en belemmeringen binnen de ggz op dit thema.
  - Eén of meerdere producten zijn bij minimaal twee ggz-instellingen getest middels een pilot.
  - Aanpak voor stimulatie van psychische diversiteit op de ggz-werkvloer is geconcretiseerd.
- f) Deelname aan het landelijk Kennisconsortium Destigmatisering en Sociale Inclusie om aansluiting te hebben bij de actuele kennis en praktijk en deze te gebruiken bij de ontwikkeling, implementatie en het onderzoeken van ons aanbod.
- Aanwezigheid bij minimaal een activiteit georganiseerd door het Kennisconsortium.
  - Kwartaal-afstemmingsmoment tussen het Kennisconsortium en project.
- g) Inventariseren van behoeften en mogelijkheden voor aanpak van structureel stigma binnen domein ggz.
- Er is een product opgeleverd waarin de behoeften, mogelijkheden en adviezen voor de aanpak van structureel stigma binnen domein ggz staan beschreven.
- h) Ontwikkelen van een communicatiestrategie voor domein ggz en inzet hiervan binnen diverse (sociale) mediakanalen om kennis, bewustzijn en impact van stigmatisering omtrent psychische aandoeningen in de ggz te vergroten. We delen goede voorbeelden.
- Er is een communicatiestrategie voor domein ggz beschikbaar.
  - Gemiddeld één keer per maand is informatie over (de)stigmatisering in de ggz via eigen of andermans (sociale) mediakanalen gedeeld, waaronder de goede voorbeelden.

*Pijler 2: De hulpverlener die werkt in de ggz*

- a) Ambassadeurs verzorgen workshops en gastlessen aan hulpverleners (in opleiding), waarbij ze – naast hun eigen verhaal – hulpverleners (in opleiding) voorzien van een handelingsperspectief aan de hand van de bestaande producten.
- Tien ambassadeurs zijn getraind in het gebruik van één of meerdere producten van project “In de ggz”.

- Minimaal 15 workshops/gastlessen in domein ggz.
- b) Deelname- en het leveren van een actieve bijdrage aan diverse (landelijke) congressen en symposia in domein ggz.
- Deelname en/of actieve bijdrage aan minimaal vijf (landelijke) congressen in of gerelateerd aan domein ggz.
- c) Kleinschalig implementeren en onderzoeken van het huidige aanbod van producten – o.a. toolkit 'Beyond the Label', e-learning 'Destigmatiserend Werken' en impacttool – voor hulpverleners in de ggz, waarna opschaling en aanvulling van het aanbod mogelijk is.
- Eén of meerdere producten uit het aanbod zijn bij minimaal drie ggz-instellingen getest middels een pilot.
  - Inventarisatie van behoeften en belemmeringen in het aanbod is gedaan.
  - Er is een product beschikbaar waarin een aanpak voor de implementatie van het aanbod beschreven staat.
- d) In samenwerking met project jeugd, het Kennisconsortium Destigmatisering en andere partners aanpak ontwikkelen voor het aanpakken van (zelf)stigma bij jeugd(ggz-)professionals.
- Minimaal drie focusgroepen/workshops met jeugd-(ggz-)professionals georganiseerd.
  - Inventarisatie van behoeften en belemmeringen bij deze doelgroep is gedaan.
  - Aanpak van (zelf)stigma bij jeugd-(ggz-)professionals is geconcretiseerd.
- e) Een meer open houding bij ggz-hulpverlener ten aanzien van stigma faciliteren door het ontwikkelen van een training specifiek gericht op het aanbieden van een handelingsperspectief voor de hulpverlener.
- Inventarisatie van behoeften en belemmeringen voor een training bij de ggz-hulpverlener is gedaan.
  - Indien gewenst, is de training in co-creatie ontwikkeld en geïmplementeerd.
- f) Destigma agenderen binnen ggz-opleidingen en/of -nascholingstrajecten, en onderzoeken van mogelijkheden om dit thema een verplicht onderdeel van curricula te maken.
- Werkbezoek/presentatie bij minimaal tien opleidingen voor ggz-hulpverleners.
  - Inventarisatie mogelijkheden om (de)stigma verplicht onderdeel te maken van curricula.
  - Er is een pakket van lesmodules voor opleidingen en nascholingstrajecten beschikbaar.
- g) In samenwerking met project ambassadeurs, Hogeschool Windesheim en andere belangrijke stakeholders inventariseren van behoeften voor en ontwikkelen van een nascholingstraject (de)stigma voor senior ervaringsdeskundigen in de ggz.
- Inventarisatie behoeften en mogelijkheden voor het opzetten van nascholingstraject (de)stigma.
  - Indien gewenst, is het traject in co-creatie ontwikkeld en geïmplementeerd.
- h) In samenwerking met domein media en andere partners ontwikkelen van een aanpak voor woordvoering in de ggz, wat bij kan dragen aan publieke destigmatisering.
- Aanpak voor destigmatiserende woordvoering in de ggz is geconcretiseerd.
- i) Inventariseren van behoeften en mogelijkheden voor de aanpak van stigma in de somatische zorg (specifiek voor *first responders* en huisartsen).
- Er is een product beschikbaar waarin de behoeften, mogelijkheden en adviezen voor de aanpak van stigma binnen de somatische zorg (specifiek bij *first responders*, huisartsen) staan beschreven.

*Pijler 3: De patiënt die hulp zoekt bij de ggz*

- a) Het borgen van de HOP-training, zowel in het aanbod van betrokken instellingen als de HOP-training in zijn geheel.
  - Er is een document beschikbaar waarin de borging van de HOP-training beschreven staat.
  - De HOP is in zijn geheel ondergebracht.
- b) Het verspreiden en faciliteren van de HOP-training in Nederland.
  - Er zijn minimaal 150 HOP-facilitators opgeleid verspreid over 25 ggz-instellingen.
  - Er zijn minimaal 15 HOP-masters opgeleid in Nederland.
  - Er zijn minimaal 4 intervisiebijeenkomsten voor HOP-masters en/of -facilitators.
- c) In samenwerking met patiënten en cruciale stakeholders ontwikkelen van een instrument voor stigma-educatie van patiënten.
  - Inventarisatie behoeften en belemmeringen voor een instrument voor stigma-educatie.
  - Indien gewenst, is het instrument in co-creatie ontwikkeld en geïmplementeerd.

*Borging*

- a) Ontsloten (deel van het ontwikkelde) aanbod via een platform:
  - Een online platform waarin de ontsluiting van de tools een hoofddoel is.
  - Kennis, geconcretiseerde aanpakken en een deel van het aanbod (dat geschikt is om via een platform toegankelijk te maken) is beschikbaar.
- b) Inzicht in mogelijkheden voor overdracht van (een deel van) het aanbod aan (partner)organisaties:
  - Samenwerkingsorganisaties zijn bekend en opgestarte samenwerking.
  - Evt. afspraken met de organisaties over de overdracht.
- c) In samenwerking met (partner)organisaties ontwikkeld en geïmplementeerd van (een deel van) het aanbod, waarmee destigmatisering is geborgd in het beleid, curriculum en/of aanpak.

## Jeugd

*"Ik zie gewoon dat een school die hier een beetje ontvankelijk voor is, verandert: dan komen er spreuken op de ramen, ik hoor een andere taal, je proeft in de manier waarop men omgaat met elkaar: er komt meer oog voor kwetsbaarheid. Het raakt aan de bedoeling van onderwijs."*<sup>11</sup>

### Context

In de afgelopen periode hebben we de onderbouwde argumentatie voor het onderwijs ontwikkeld, een groot netwerk opgebouwd in het onderwijs of gerelateerd daaraan, en een eerste toolkit ontwikkeld voor scholen. Hierin zit onder meer een lesprogramma waarvan de onderdelen in ieder geval in één leerjaar ingezet kunnen worden. Voor de bovenbouw in de basisschool is dit nu beschikbaar. Daarnaast is er ervaring opgedaan met trainen en inzetten van peers, en het trainen van leerkrachten. In de praktijk zien we dat er door onze aanpak meer draagvlak, openheid en begrip komt voor (bespreekbaarheid van) psychische diversiteit in de school. Het onderwerp staat nu binnen diverse onderwijsinstellingen en aanpalende organisaties op de agenda (denk aan de SLO, De Vreedzame School, CorDeo scholenvereniging), waarbij het thema verankerd is in o.a. het conceptcurriculum wat aangeboden wordt aan de minister van Onderwijs. We zijn op meerdere scholen structureel betrokken, zowel PO als VO, en zien hierin een groeiend draagvlak en gevoel van urgentie. Tegelijk kost het tijd en bijsturing om het onderwerp structureel te verankeren in het beleid en curriculum van scholen zélf.

### Doel

Het hebben van een psychische aandoening leidt niet meer tot zelfstigma en stigmatisering: jongeren (tussen de 10 en 14 jaar) worden als volwaardig gezien en behandeld en begrijpen hun eigen binnenkant en die van elkaar.

Uit internationaal onderzoek blijkt dat 'the wholeschool approach' bij vergelijkbare ambities als die van Samen Sterk het meest succesvol zijn om deze doelstelling te bereiken. In onze aanpak betrekken we dan ook alle betrokkenen in het onderwijs. Het project kent een aantal doelen voor de lange termijn die hierop zijn gestoeld. Het is te ambitieus om te stellen dat deze doelen binnen de looptijd van dit project behaald gaan worden. De resultaten van het project zijn bouwstenen om de lange termijn doelen te kunnen behalen.

### Beschrijving van de aard, omvang, duur en wijze van uitvoering van het project

Om de impactdoelstelling te behalen, werken we toe naar twee langetermijndoelstellingen:

1. Elke leerkracht is deskundig om psychische diversiteit bespreekbaar te maken in de klas en in de school.
2. Elke school heeft een schoolbrede aanpak in meerdere leerjaren die leidt tot meer kennis, openheid en begrip rond psychische diversiteit.

Activiteiten en instrumenten worden altijd samen met de 'te veranderen' groep (leerlingen, leerkrachten, samenwerkingspartners, trainers, ouders en beleidsbepalers) ontwikkeld. Zo sluit de ontwikkeling aan bij de behoefte, lopende activiteiten en wordt de aanpak direct geborgd en verduurzaamd. Betrokkenheid van ambassadeurs en ervaringsdeskundigen is cruciaal om tot een succesvolle aanpak te komen<sup>12</sup>. Binnen het onderwijs willen we toewerken naar het principe dat elke school een eigen ambassadeur heeft: bijvoorbeeld een mentor, ouder of zorg coördinator. Dit kan iemand met ervaring zijn, maar het is met name iemand die aanspreekpunt is voor Samen Sterk, het thema voortdurend op de agenda zet, en hierin ondersteunt wordt door Samen Sterk. In het projectjaar 2018-2019 hebben we zes fases omschreven waarbinnen we met scholen aan de slag willen. Op basis van deze ervaringen hebben we de formulering aangescherpt, en komen we tot onderstaande fasering.

---

<sup>11</sup> Belgraver & Roest (2019), pagina 25.

<sup>12</sup> Op basis van algemeen geaccepteerde en onderzochte stigma-aanpakken

0. school test een nieuw onderdeel van het lesprogramma in een klas
1. school doet (onderdelen van) het lesprogramma in een of meerdere klassen
2. school doet (onderdelen van) het lesprogramma in een of meerdere klassen, traint docenten of zet peers in
3. school doet het lesprogramma in een of meerdere klassen, traint docenten en zet peers in
4. school doet het lesprogramma in een of meerdere klassen, traint docenten, zet peers in en betreft ouders en organisaties buiten de school
5. school doet het lesprogramma in meerdere klassen, traint docenten, zet peers in, betreft ouders en organisaties buiten de school, en vermeldt dit in het schoolbeleid: schoolbrede aanpak
6. school zet schoolbrede aanpak in over twee leerjaren (vervolg over meerdere jaren gezien als stip aan de horizon: school draait zelfstandig schoolbrede aanpak door alle leerjaren heen)

In de periode 2019-2021 willen we de focus leggen op scholen die minimaal in fase 3 zitten. Specifiek gaan we dan uit van vijf scholen in het primair onderwijs, en vijf scholen in het voortgezet onderwijs. Met deze scholen en het netwerk op deze scholen willen we intensief optrekken, om op die manier voorbeeldpraktijken te kunnen neerzetten van een schoolbreedprogramma. Aan de hand van de begin 2019 geformuleerde leerdoelen willen we nieuw materiaal ontwikkelen, daar waar het bestaande materiaal nog geen handvatten biedt bij het behalen van deze leerdoelen.

Met gerichte marketing en communicatie willen we nieuwe scholen blijven benaderen en enthousiasmeren, die dan op basis van het ontwikkelde materiaal zelf aan de slag kunnen. Het materiaal en de training willen we ontsluiten op een manier dat die breed toegankelijk is voor onderwijsprofessionals. Met belangrijke stakeholders en partners, die binnen het domein jeugd als change agent kunnen fungeren, concretiseren we de samenwerking. Dit kan in een samenwerkingsconvenant waarbij we concreet maken wie welke commitment maakt in het omgaan met psychische diversiteit.

Daarnaast willen we – passend binnen de lange termijn doelstellingen – andere leefgebieden binnen het domein jeugd betrekken. Denk aan de jeugd-ggz, en sportverenigingen.

In het kader van borging – ten slotte – willen we een onderzoekskader opstellen en uitvoeren, waarin we de diverse onderdelen van het schoolbreed programma monitoren gaan onderzoeken op impact.

Voor de periode oktober 2019- juli 2021 onderscheiden we de volgende activiteiten:

#### *1. Acht scholen begeleiden richting fase 5 of 6*

In deze projectperiode willen we met scholen waar de bedding op basis van de afgelopen jaren het meest vruchtbaar is de volgende stappen zetten. Hier gaan we expliciet op focussen. Dit doen we op acht scholen: vier scholen in het VO en vier scholen in het PO. We willen onderstaande activiteiten uitvoeren.

- Aanpassen en drukken van lesmateriaal (het werkboek Binnenstebuiten) voor alle leerlingen op deze scholen binnen onze doelgroep.
- Inzicht krijgen in behoeften jongere of oudere leerlingen. Aan het eind van deze projectperiode hebben we inzichtelijk welke ontwikkelbehoefte er ligt voor jongere en oudere leerlingen (onder de 10, boven de 14).
- Alle mentoren trainen op de VO scholen. Dit willen we doen door middel van blended learning: middels een online leerplatform waarin ontsluiting van het aanbod hoofdoel is als ook fysieke trainingen.
- De leerkrachten uit bovenbouw PO trainen, met behulp van het leerplatform. Gezien de manier waarop het PO is georganiseerd zetten we hier specifiek in op online leren.

- Inzetten van peers of kinderambassadeurs. Zie ook activiteit (3).
- Ouders en organisaties om school heen betrekken bijvoorbeeld de jeugdggz i.s.m. project ggz, netwerkbijeenkomsten met deze scholen organiseren.
- Aanbod voor ouders ontwikkelen op deze scholen. Op elke school willen we aan het eind van de projectperiode een aanbod hebben ontwikkeld waarin ouders getraind en betrokken worden.
- Adviseren over (de)stigmatisering in het schoolbeleid, bijvoorbeeld de school als werkgever met project Werk.

### *2. Ontwikkelen lesmateriaal passend bij de geformuleerde leerdoelen*

In de vorige projectperiode hebben we op basis van literatuuronderzoek een visiestuk ontwikkeld, waarin we de hoofdlerdoelen hebben gespecificeerd in subdoelen. Als een school binnen het lesprogramma werkt aan deze subdoelen, zouden leerlingen moeten leren en weten hoe zijn zonder schaamte en vooroordelen omgaan met psychische diversiteit. Het materiaal dat we tot nu toe ontwikkeld hebben biedt hier handvatten voor, ten minste voor één leerjaar. Hierin is echter aanvullend materiaal nodig, om handvatten te bieden om alle leerdoelen te behalen binnen onze doelgroep. Het resultaat van deze activiteit is dat we inzicht hebben in welke leerdoelen behaald kunnen worden aan de hand van bestaand materiaal, en het ontwikkelen van nieuw materiaal om een totaal pakket te kunnen bieden.

- Het inventariseren bestaande programma's op het gebied van sociaal emotioneel leren om inzicht te krijgen in hoeverre deze antwoorden bieden op de gestelde leerdoelen, in samenwerking met experts op het gebied van curriculum ontwikkeling en sociaal emotioneel leren.
- Inzicht in welke leerdoelen behaald worden aan de hand van huidige materiaal.
- Ontwikkelen van aanvullend materiaal op basis van beide analyses.

### *3. Ontsluiten peer- en ambassadeurs training voor alle scholen*

In de afgelopen periode hebben we op tien PO scholen ervaring opgedaan met de inzet van kinderambassadeurs in samenwerking met Kids4Dreams, en met de inzet van peers op VO scholen in samenwerking met de NJR. Op basis van deze ervaringen willen we een (online) training ontwikkelen die geschikt is voor alle scholen in Nederland. Daarnaast willen we de impact onderzoeken van het werken met ambassadeurs en peers. Het resultaat is dat we aan het eind van de projectperiode 200 getrainde ambassadeurs en 200 getrainde peers hebben, waarbij we weten wat de impact is, en die getraind kunnen worden op en door scholen zelf. Ten slotte willen we verkennen of we peers op deze manier ook breder kunnen inzetten, op andere gebieden binnen het domein jeugd. Dit betekent dat we de volgende activiteiten zien onderscheiden.

- Onderzoeksopzet maken voor meten van impact van de inzet van ambassadeurs en peers op school. Aan het eind van de projectperiode is inzichtelijk wat de werkzame factoren zijn.
- Training ontwikkelen op basis van lessons learned, deze ontsluiten voor alle scholen (train de trainer). Aan het eind van de projectperiode ligt er een training (mogelijk met ondersteunend platform), wat scholen zelf af kunnen nemen.
- Uitvoeren pilots met peers in andere setting binnen domein jeugd (sport, werk, wijk).
- Formaliseren en verduurzamen samenwerking met samenwerkingspartners op dit gebied. Er zijn afspraken over borging en doorontwikkeling.

### *4. Inventarisatie en uitvoeren kleinschalige pilots gericht op nieuwe doelgroepen*

Op basis van de impactmeting en gesprekken op scholen, is er behoefte om ook inzicht te krijgen in bespreekbaarheid van psychische diversiteit voor de jongere en de oudere doelgroep. Daarnaast zijn er nog specifieke doelgroepen, die we ook willen bereiken op scholen. Denk hierbij aan de doelgroep uit het praktijkonderwijs, maar ook doelgroepen met een andere culturele achtergrond. In deze projectperiode willen we zicht krijgen op deze doelgroepen, inventariseren wat deze doelgroepen nodig hebben als aanvulling op ons huidige materiaal, en hier pilots mee uitvoeren. Concreet betekent dit het volgende:

- Uitvoeren van onderzoek naar behoefte onder de 10 en boven de 14 obv literatuur en praktijk

- Op basis van onderzoek kleinschalige pilots uitvoeren met deze doelgroepen. Aan het eind van de projectperiode zijn op 4 basisscholen en op 4 VO scholen pilots gedaan met deze doelgroepen.
- Inventarisatie speciale doelgroepen (praktijk onderwijs, cultureel diverse groepen, enz.). We hebben inzichtelijk gemaakt welke doelgroepen eventueel aangepaste methodieken nodig hebben.
- Uitvoeren van kleinschalige pilots met praktijkonderwijs en op twee scholen waarin andere culturen sterk vertegenwoordigd zijn.

#### *5. Ontwikkelen methodiek voor ouders en leerkrachten met PA*

Op basis van de focusgroepen uit de vorige projectperiode willen we de volgende stap zetten in het ontwikkelen van een aanpak gericht op ouders en op leerkrachten met een psychische aandoening.

- Handvatten ontwikkelen met en voor ouders van wie een kind een diagnose heeft.
- Handvatten ontwikkelen voor destigmatisering bij en met leerkrachten met PA.
- aanvullend materiaal op basis van behoeftenonderzoek op scholen en in samenwerking met oudergroepen.

#### *6. Samenwerking professionaliseren*

In de afgelopen periode hebben we met heel veel partners in en rond het onderwijs samengewerkt. Daarnaast hebben we enig zicht gekregen op het krachtenveld in het onderwijs. Op basis hiervan gaan we een stakeholdersanalyse maken, waarin we de change agents binnen het onderwijs gaan identificeren. Met deze change agents willen we actie gerichte convenanten gaan sluiten, waarbij we hen in beweging willen zetten. Hetzelfde willen we doen met een aantal scholen en partners, gericht op het verduurzamen en professionaliseren van de samenwerking, waarbij helder is wie welke actie onderneemt. Dat betekent de volgende activiteiten.

- Stakeholdersanalyse maken en concrete afspraken maken met deze organisaties
- Concrete convenanten afsluiten met een viertal onderwijsinstellingen, waarbij gezamenlijke stappen worden afgesproken (SMART en actiegericht)
- Idem met samenwerkingspartners, vastgelegd in convenanten of een andere manier

#### *7. Materiaal ontsluiten voor alle scholen*

Op basis van de ervaringen uit de eerste periode, gaan we twee sporen bewandelen op het gebied van communicatie. Ten eerste het ontwikkelen van communicatie-uitingen, die de doelgroep (onderwijsprofessionals) in beweging zet als het gaat over destigmatiseren. Hieronder valt ook goede ontsluiting van de Quickscan die al ontwikkeld is. Ten tweede willen we al het materiaal op een manier gaan ontsluiten, dat onderwijsprofessionals zelfstandig aan de slag gaan en kunnen.

- Communicatiestrategie ontwikkelen om doelgroep te triggeren.
- Materiaal aanbieden op manier dat scholen zelf aan de slag kunnen.
- De quickscan als bewustwordingsinstrument verder doorontwikkelen en beschikbaar maken.

#### *8. Onderzoekskader maken*

Als opmaat richting borging van het schoolbrede programma, gaan we de afzonderlijke onderdelen van het programma structureel onderzoeken op impact. Hiervoor maken we eerst een onderzoekskader, en zetten dit om in meetinstrumenten die inzicht geven in wat een losstaande activiteit oplevert op het gebied van bewustwording en gedrag, en zo willen we ook zicht krijgen op de impact van het inzetten van meerdere elementen uit het schoolbrede programma. Dat betekent de volgende activiteiten.

- Per onderdeel van de schoolbrede aanpak een evaluatie-instrument ontwikkelen en uittesten.
- In samenwerking met het Kenniscentrum Jeugd en Kinderpsychiatrie voor de 8 scholen een onderzoeksplan maken
- Monitoren van workshops/presentaties

### 9. Inzet ambassadeurs

We willen de inzet van ambassadeurs meer passend maken binnen het project Jeugd. Daarvoor ontwikkelen we de volgende activiteiten, in samenwerking met het project ambassadeurs.

- Nader onderzoeken mogelijkheden koppelen Samen Sterk ambassadeurs aan training/begeleiding peers en kinderambassadeurs. Indien mogelijk 20 ambassadeurs koppelen.
- Voorlopers binnen scholen ondersteunen bij interne en externe zichtbaarheid, en hen trainen als 'ambassadeur' binnen hun werksetting (de school). Zij fungeren als aandachtsfunctionaris, en houden het onderwerp levend binnen de school. We willen minimaal 16 aandachtsfunctionarissen (online) trainen.

### 10. Borging

Gedurende de hele projectperiode richten we ons op de borging van het thema binnen het onderwijs; dit komt in alle activiteiten terug. Samengevat:

- Met de focus op een aantal pilotscholen waar we intensief mee samenwerken, wordt destigmatisering structureel geborgd binnen deze scholen. De opgedane ervaring draagt bij aan een voorbeeldpraktijk voor andere scholen, waarbij we ook de trainingen willen aanbieden middels een leerplatform.
- Door het lesmateriaal door te ontwikkelen en hierin aan te sluiten bij bestaande onderwijsprogramma's zorgen we dat het materiaal op die plekken geborgd wordt; waarbij tevens de haakjes met het nieuwe curriculum zijn gezocht.
- De peer/ambassadeurstraining wordt in samenwerking met partnerorganisaties (o.a. de NJR) ontwikkeld en ontsloten via online kanalen; waar mogelijk zullen de partnerorganisaties deze structureel aanbieden voor het onderwijs. Tevens werken we toe naar het vast onderdeel maken van peers in het beleid van scholen, waarbij we uitgaan van een train de trainer principe.
- Dit geldt ook voor methodieken gericht op ouders; deze ontwikkelen we waar mogelijk met partnerorganisaties zodat belangenverenigingen vanuit ouders gedacht dit structureel kunnen aanbieden.
- De samenwerkingsconvenanten zijn er op gericht om 'beleidsmakers' of 'change agents' in of voor het onderwijs zelf in the lead te zetten rond destigmatisering.
- Door middel van onderzoek willen we de impact en effectiviteit laten zien van de inzet van Samen Sterk, wat bijdraagt aan structurele borging in het onderwijs. Door op basis van onderzoek het effect en de meerwaarde te laten zien, zullen scholen en partnerorganisaties de methodieken sneller omarmen.

### **Beschrijving van de na te streven doelstellingen, resultaten en/of producten**

1. *Acht scholen begeleiden richting fase 5 of 6*
  - 1500 leerlingen per schooljaar werken met het ontwikkelde lesmateriaal.
  - 60 getrainde mentoren (blended learning).
  - 40 getrainde leerkrachten PO (online).
  - Er is inzicht in ontwikkelbehoefte voor leeftijdsgroep onder de 10 en boven de 14.
  - Vier netwerkbijeenkomsten per schooljaar per school.
  - Er is een methodiek voor scholen om met ouders in gesprek te gaan over destigmatisering en hun aandeel en rol daarin.
  - Vier scholen werken met tools van Samen Sterk aan een inclusief werknemersklimaat met betrekking tot openheid en begrip rond psychische aandoeningen.
2. *Ontwikkelen lesmateriaal passend bij de geformuleerde leerdoelen*
  - Er is een analyse van bestaande programma's op het gebied van sociaal emotioneel leren, en de mate waarin deze programma's destigmatiserend werken.  
Vier netwerkbijeenkomsten per schooljaar per school.



- Op basis van de leerdoelen is er een analyse van de leerdoelen waarop nog materiaal ontwikkeld moet worden.
  - Er is lesmateriaal ontwikkeld voor vier leerjaren, waarin alle leerdoelen behaald worden.
3. *Ontsluiten peer- en ambassadeurs training voor alle scholen*
- Er is onderzoek gedaan naar de meerwaarde en opbrengsten van het werken met peers op scholen.
  - Er zijn 80 peers getraind en ingezet op VO scholen.
  - Er zijn 80 kinderambassadeurs getraind en ingezet op PO scholen.
  - Er zijn vier pilots uitgevoerd met het inzetten van peers binnen andere leefgebieden in het domein jeugd.
  - De training voor peers en kinderambassadeurs is ontsloten en toegankelijk voor alle scholen in Nederland.
4. *Inventarisatie en uitvoeren kleinschalige pilots gericht op nieuwe doelgroepen*
- Er is onderzoek gedaan naar de meerwaarde en opbrengsten van het werken met peers op scholen.
  - Er zijn vier pilots uitgevoerd met het inzetten van peers binnen andere leefgebieden in het domein jeugd.
5. *Ontwikkelen methodiek voor ouders en leerkrachten met PA*
- Er is een methodiek ontwikkeld voor leerkrachten met een psychische aandoening, 20 leerkrachten zijn hierin getraind.
  - Er is een methodiek ontwikkeld voor ouders die een kind hebben met een psychische aandoening, 20 ouders zijn hierin getraind.
  - Er is aanbod ontwikkeld voor scholen om in te zetten ten opzichte van ouders.
6. *Samenwerking professionaliseren*
- Er is een stakeholdersanalyse met betrekking tot de belangrijkste change agents.
  - Er zijn SMART samenwerkingsovereenkomsten met vier onderwijsinstellingen.
  - Er zijn SMART samenwerkingsovereenkomsten met vier samenwerkingspartners.
7. *Materiaal ontsluiten voor alle scholen*
- Er is een communicatiestrategie gerealiseerd die leerkrachten en directies aanzetten tot bewustwording en actie.
  - Het materiaal is ontsloten (middels het leerplatform) en daarmee toegankelijk voor alle scholen.
  - Een quickscan is online beschikbaar voor scholen.
8. *Onderzoekskader maken*
- Er is een onderzoekskader om impact te meten van alle activiteiten.
  - Op de acht pilotscholen is onderzoek uitgevoerd wat inzicht geeft in de impact.
9. *Inzet ambassadeurs*
- Er is inzicht in de rol van ambassadeurs in het optrekken met de peers en de kinderambassadeurs.
  - Indien daar aanleiding toe is, zijn 20 ambassadeurs hierin getraind.
  - Er zijn 20 aandachtsfunctionarissen (blended) getraind op scholen.
10. *Borging*
- De pilotscholen hebben het schoolbreed programma binnen hun beleid en curriculum geïmplementeerd.

- De peertrainingen zijn getest en beschikbaar voor alle scholen, waarbij scholen ook middels een train de trainer principe zelfstandig peers kunnen trainen.
- De training is ontsloten en geborgd via een breed toegankelijk leerplatform.
- Het lesmateriaal is onderzocht op impact, past bij het nieuwe curriculum en is via bekende kanalen ontsloten voor alle scholen.

## In de media

### Context

Media zijn de spiegel van de samenleving. Ze berichten dus ook over mensen met een psychische aandoening. Vaak gaat het om evenwichtige uitingen, waarin een realistisch beeld gegeven wordt van wat de aandoening betekent in het leven van betrokkenen. Maar het gaat ook regelmatig mis. Dat gebeurt vooral in de verslaggeverij, als er sprake is van een incident - een gebeurtenis die door een breed publiek als schokkend wordt ervaren en waar de media in korte tijd heel veel aandacht aan besteden. Door alle ophef, de grote behoefte aan nieuws en de snelheid waarmee de media moeten werken, ontstaat dan vaak in heel korte tijd eenzijdige en sterk negatief gekleurde berichtgeving. Eenzijdige, negatieve framing stuurt de publieke beeldvorming. De schade die hierdoor ontstaat aan het algemene beeld (en aan het zelfbeeld) van mensen met een psychische aandoening kan erg groot zijn. Dat bepaalt de urgentie van de aanpak van stigmatisering in de media.

De afgelopen jaren hebben we een begin gemaakt met de aanpak van stigmatisering in de media.

- We hebben onderzoek gedaan naar framing (identificeren van bestaande frames en het ontwikkelen van alternatieven), onder andere met medewerking van Hans de Bruijn, hoogleraar publiek bestuurskunde aan de TU Delft) en in samenwerking met woordvoerders bij GGZ-instellingen.
- We volgen al ruim drie jaar de media intensief en reageren zo nodig op uitingen volgens de hiervoor speciaal ontwikkelde 'feedback methode'. Dat levert regelmatig mailwisselingen, telefonisch contact of gesprekken op met journalisten en woordvoerders van bijvoorbeeld gemeenten, OM of GGZ-instellingen.
- We bezoeken redacties van nieuwsmedia en geven feedback op hun berichtgeving op basis van grondig onderzoek naar hun uitingen in de voorafgaande maanden. We hebben dat tot nu toe gedaan bij de Volkskrant, NRC, Trouw en de NOS Nieuwsdienst.
- We geven gastlessen aan opleidingen journalistiek, tot nu toe in Tilburg, Utrecht en Zwolle.
- We hebben de opgedane kennis en ervaring gedeeld met onze eigen ambassadeurs, en met woordvoerders en communicatiemensen bij ggz-instellingen en patiëntenorganisaties. Ook hebben we mediatrainingen georganiseerd, zowel voor woordvoerders van patiëntenorganisaties als voor onze eigen ambassadeurs, om hun optredens in de media te versterken.

De effecten hiervan zijn nog kleinschalig en vooral op korte termijn merkbaar. 'De beoogde langetermijneffecten die daarop moeten volgen zijn nog niet zichtbaar geworden, maar lijken logisch te kunnen volgen op de tot nu toe gerealiseerde effecten, met name wanneer de omvang zou worden uitgebreid,' aldus de impactevaluatie (Belgraver & Roest, 2019).

De komende periode, tot juli 2021 willen we de activiteiten die de meeste impact bleken te hebben verder ontwikkelen en de voortgang ervan borgen.

- We intensiveren het monitoren, signaleren en in gesprek gaan met nieuwsmedia en opleidingen.
- De inhoudelijke focus ligt de komende periode bij de groep mensen met een psychische aandoening die in de media het meest (en steeds opnieuw) geassocieerd worden met gevaar en overlast: mensen met psychosegevoeligheid.
- We zoeken nadrukkelijk samenwerking met organisaties van, voor en/of door mensen met een psychische aandoening.

### Doel

Op lange termijn is het doel dat de media onbevooroordeeld, evenwichtig en realistisch berichten over mensen met een psychische aandoening als volwaardige deelnemers in de samenleving. We zijn ons ervan bewust dat deze impactdoelstelling een 'stip op de horizon' is, die je niet in een paar jaar tijd bereikt. Sterker nog, het ligt in de aard van met name nieuwsmedia, dat ze snel

moeten inspelen op de actualiteit en dat ze vooral aandacht besteden aan incidenten die hun lezers, luisteraars en kijkers schokken. De kans op negatieve stereotypering van mensen met een psychische aandoening is daardoor blijvend groot.

## **Beschrijving van de aard, omvang, duur en wijze van uitvoering van de activiteiten**

### *1. Signalering en beïnvloeding media*

a) De landelijke nieuwsmedia monitoren op opvallende uitingen over mensen met een psychische aandoening (met name mensen met een psychosegevoeligheid). Mogelijkheden onderzoeken voor het opzetten van een 'stigma alert', zoals die al in een aantal Angelsaksische landen bestaat. Een kerngroep vormen van mensen uit de achterban, die permanent signalen doorgeven en die daarvoor gefaciliteerd worden, bijvoorbeeld door abonnementen op digitale knipseldiensten. Signalen uit deze monitoring delen met de achterban via de eigen sociale media.

- Uitvoering: door een externe deskundige, met een brede signaleringsfunctie voor medewerkers, ambassadeurs, supporters en de achterban van patiëntenorganisaties (zie 2).
- Looptijd monitoring: oktober 2019 – juni 2021.
- Publicatie resultaten: doorlopend.

b) Feedback geven op uitingen in de media, bij voorkeur in samenwerking met patiëntenorganisaties (zie 3). Die feedback omvat altijd ook een uitnodiging tot een open gesprek met redacteuren of programmamakers over hun berichtgeving. Om dit gesprek te onderbouwen, worden media die hiervoor open staan drie maanden intensief gevolgd en alle uitingen rond mensen met een psychische aandoening verzameld en geanalyseerd. Het gesprek wordt gevoerd door ambassadeurs van Samen Sterk, die deskundigheid hebben op het gebied van nieuwsmedia, of hiermee voldoende affiniteit hebben. We hebben deze methode de afgelopen jaren met succes toegepast bij de redacties van De Volkskrant, NRC Handelsblad, Trouw, de NOS en Pauw. De komende periode willen we op deze manier in gesprek zien te komen met meer populaire media als het AD, Telegraaf, SBS, RTL en regionale dagbladen of omroepen.

- Uitvoering: door een externe deskundige, in samenwerking met Samen Sterk ambassadeurs en patiëntenorganisaties (zie 3).
- Looptijd: oktober 2019 – juni 2021.

### *2. Kennisdeling*

a) Gastlessen geven aan studenten journalistiek, zowel bij hogescholen (Windesheim, Utrecht, Fontys en de CHE Ede) als bij academische opleidingen (VU, RUG).

- Uitvoering: door een externe deskundige (ervaringsdeskundige mediaprofessional), in samenwerking met Samen Sterk ambassadeurs.
- Looptijd: oktober 2019 – juni 2021.

b) Informatie en mediatraining aan ambassadeurs en ervaringsdeskundigen bij de stakeholderorganisaties.

- Uitvoering: externe deskundige (mediatraining), in samenwerking met de projectmanager.
- Looptijd: oktober 2019 – juni 2021.

c) Kennis verspreiden via eigen website, sociale media en bijeenkomsten (Zie Mij, GASA).

- Uitvoering: door de projectmanager, in samenwerking met de communicatiemedewerkers van Samen Sterk.
- Looptijd: oktober 2019 – juni 2021.

### *3. Borging*

Samenwerking met patiëntenorganisaties is noodzakelijk om de opgebouwde kennis en de ontwikkelde werkwijzen na de projectperiode te kunnen voortzetten. Zij zullen de verantwoordelijkheid voor de aanpak van stigmatisering in de media in de toekomst mede moeten pakken, als integraal onderdeel van hun maatschappelijke rol. Tegen het einde van de

projectperiode moeten de patiëntenorganisaties in staat zijn om deze verantwoordelijkheid ook daadwerkelijk te dragen. Door overdracht van kennis en methodieken, maar ook door al tijdens deze projectperiode samen ervaring op te doen in de ontwikkelde aanpak, daarbij ondersteund door Samen Sterk zonder Stigma. We beginnen met een ronde langs de besturen van een aantal grotere patiëntenorganisaties, met name die organisaties die opkomen voor de belangen van mensen met psychosegevoeligheid. Denk aan MIND Ypsilon, Anoiksis, Psychosenet, Plusminus en MIND NL. We gaan de aanpak van stigmatisering in de media (voor zover nog nodig) bij hen agenderen en zo mogelijk samenwerkingsafspraken maken. Daar hoort ook bij het gezamenlijk signaleren en feedback geven aan nieuwsmedia (zie 1).

Daarnaast gaan we bondgenoten werven onder GGZ-zorgprofessionals als Alain Ralston, Jim van Os en Menno Oosterhoff. We houden ook een lijntje (en trekken waar nodig samen op) met de woordvoerders van GGZ Nederland en de NVvP, met name bij incidenten.

- Uitvoering: door de projectleider.
- Looptijd: oktober 2019 – maart 2020.

## **Beschrijving van de met de activiteit na te streven doelstellingen, resultaten of producten**

### *1. Signalering en beïnvloeding media*

- Functionerend 'stigma alert' met ten minste zeven vrijwilligers die bijdragen leveren. Feedback via e-mail geven aan 12 tot 20 redacties over hun berichtgeving.
- Gesprek met drie tot vijf redacties van landelijke publieksmedia.

### *2. Kennisdeling*

- Gastlessen bij ten minste drie opleidingen journalistiek van verschillende niveaus.
- Mediatraining voor ten minste 20 ambassadeurs en ervaringsdeskundigen bij stakeholderorganisaties, gekoppeld aan concrete activiteiten van hen richting de media.
- Kennisdeling op twee landelijke Zie Mij bijeenkomsten en een internationale GASA-meeting.
- Permanente kennisdeling via website en sociale media.

### *3. Samenwerking met patiëntenorganisaties*

- Samenwerkingsafspraken met organisaties van, voor en/of door mensen met een psychische aandoening, zowel tijdens de projectperiode als daarna (borging).

## Communicatie

### Context

Samen Sterk zonder Stigma geeft destigmatisering een gezicht door het delen van verhalen uit de praktijk, persoonlijke en inspirerende good practices, kennis, advies, tools. We bieden heldere onderbouwde argumentatie voor de urgentie van het thema: iedereen heeft baat bij een diverse, ondersteunende en inclusieve samenleving.

Uit onderzoek naar onze impact (Belgraver & Roest, 2019) bleek dat Samen Sterk in de afgelopen jaren een vergroot bewustzijn en urgentiebesef sorteerde omtrent stigma en de gevolgen daarvan op de betrokkene. Stigma staat bij nagenoemd alle focuspartijen op de kaart. Communicatie vanuit Samen Sterk zonder Stigma was dan ook vooral gericht op het creëren van awareness, het vergroten van bewustzijn en het benadrukken van de impact. Storytelling (en contact) werd ingezet om oprechte en concrete verhalen (van de ambassadeur) te verspreiden, wat een belangrijke werkzame factor bleek. Een mooi resultaat. Maar we willen meer. We werken toe naar een actievere rol voor onze stakeholders zodat het thema daar geborgd wordt. Het geven van handelingsperspectief, richting of advies (wat uiteindelijk moet leiden tot een gedragsverandering) wordt een steeds essentiëlere taak van Samen Sterk. Wij leveren tools, advies, en allerhande mogelijkheden, zij moeten zelf ermee aan de slag. Dat vergt niet enkel uitvoerende communicatie-activiteiten maar ook een strategische aanpak waarbij we pro-actiever zijn in onze rol als aanjager, adviseur, facilitator, verbinder en intellectueel leider op het gebied van stigma.

### Doel

Het hebben van een psychische aandoening leidt niet meer tot stigmatisering: mensen met een psychische aandoening zijn gelijkwaardig aan ieder ander, ervaren dat zo en worden ook zo behandeld.

Het afgeleide communicatiedoel:

Op alle niveaus (in de gehele maatschappij) is iedereen ervan *op de hoogte* wat de impact is van stigmatisering en welke rol je zelf daarin speelt. Men is zich *bewust* van eigen vooroordelen, maar *handelt* hier niet meer naar. Niemand wil nog stigmatiseren en iedereen *gebruikt de handvatten & tools* om dit te voorkomen (o.a. van Samen Sterk). Alle mensen voelen zich gelijkwaardig aan elkaar.

### Beschrijving van de aard, omvang, duur en wijze van uitvoering van de activiteiten

Bovenstaande doelen realiseren we via pro-actieve communicatie naar onze samenwerkingspartners & stakeholders, pers & media, ambassadeurs en supporters, door:

- Vergroten van kennis, bewustwording en urgentiebesef (hoofd).
- Vergroten van kennis van gevolgen, impact en het creëren van gelijkwaardigheid (hart).
- Om te komen tot daadwerkelijke gedragsverandering is handelingsperspectief nodig (handen).

Stigmatisering is een maatschappelijk probleem. Samen Sterk wil een verandering zien in de samenleving. Om dit voor elkaar te krijgen is het nodig dat de cruciale stakeholders de verantwoordelijkheid nemen de voor de aanpak van stigmatisering. Daarbij heeft Samen Sterk een rol als aanjager, adviseur, facilitator, verbinder en intellectueel leider.

### *Samenwerking cruciale stakeholders*

We analyseren wie voor ons de meest cruciale stakeholders en samenwerkingspartners zijn. Ook netwerken en consortia brengen we in kaart zowel voor de organisatie als per domein. Op het gebied van communicatie is een analyse van de verschillende doelgroepen, informatiebehoefte, beweegredenen en barrières een belangrijk onderdeel. Op basis daarvan maken we keuzes en

optimaliseren eventuele nieuwe en bestaande middelen en samenwerkingen. Daarnaast zijn de volgende punten van belang:

- Relatiebeheer, binding en behoud.
- Co-creatie.
- Actieve samenwerking op gebied communicatie.
- Sturing op vuistregels (Bewustwording/impact/handelingperspectief).
- Borging door duurzame samenwerking.

#### *Focus op samenleving*

We onderbouwen de urgentie van destigmatisering nader, roepen onze stakeholders pro-actief op tot ambassadeurschap, treden op als aanjager, adviseur, facilitator, verbinder en intellectueel leider. Daarbij komt aan de orde:

- Onderbouwing van de argumenten om aandacht te hebben voor destigmatisering en hiertoe strategie en middelen realiseren, met aandacht voor:
  - Analyse belangrijke stakeholders/netwerken (wie zijn gebruikers, uitvoerenden, beslissers, beïnvloeders).
  - Informatiebehoefte & beweegredenen, wat zijn barrières?
  - Wie zijn al betrokken, quick wins.
  - Wat wordt de oproep (kernboodschappen), welke oplossing bieden wij, welke kennis, welk verhaal?
  - Welke kanalen kunnen we hiervoor het beste inzetten/optimaliseren?
  - Plan met fase-indeling en vuistregels voor optimale mogelijkheden voor verspreiding
- Deze gefaseerd uitrollen in communicatie naar stakeholders, samenwerkingspartijen en maatschappij.

#### *Vergroten impact*

In de komende periode verleggen we langzaam de focus naar handelingperspectief, zonder daarbij de aandacht voor kennisontwikkeling, bewustwording en urgentiebesef los te laten. Het optimaliseren van bestaande (en soms nieuwe) middelen blijft een vaste activiteit. Activiteiten zijn:

1. We delen kennis, story's en handelingperspectief op eigen kanalen:
  - Website
  - Mailings (persoonlijke mails, nieuwsbrieven & updates)
  - Sociale media
  - Met informatieve flyers, folders, kaarten, rapporten, handreikingen, stappenplannen, etc.
2. We delen proactief kennis, story's en handelingperspectief op kanalen van partners:
  - Websites van externen, nieuwsbrieven van externen, sociale media van externen, in de media (landelijk, regionaal, lokaal)
3. We zijn pro-actief door anderen kennis te laten delen:
  - Ambassadeurs krijgen een handreiking om content te delen, voor persbenadering en mediatraining.
  - Ambassadeurs krijgen een handreiking om content te delen
4. Stakeholders & partners stimuleren we intern en extern te communiceren over destigmatisering en de eigen activiteiten.

#### *i) Borging*

We realiseren optimale en geborgen ontsluiting van ons aanbod en realiseren dit via een passend online platform (zie ook de verschillende domeinen). Op basis van een stakeholdersanalyse samenwerking met cruciale stakeholders en al actieve personen in de ggz intensiveren en hen aanzetten tot verbreding van destigmatisering.

Via communicatie-activiteiten worden de diverse borgingsdoelstellingen ondersteund met o.a. advies & corporate en projectcommunicatie. Met samenwerkingspartners wordt geïnventariseerd hoe communicatie over destigmatisering structureel worden aangeboden en dit wordt uitgevoerd.

## **Beschrijving van de met de activiteit na te streven doelstellingen, resultaten of producten**

### *Samenwerking stakeholders*

- Realisatie van CRM en CRM-beleid voor de gehele organisatie
- Stakeholdersanalyse en verkenning van nauwere samenwerking met tien essentiële partijen mogelijkheid op gebied van communicatie. Met als doel verbreding en verspreiding van: urgentie, bewustwording en handelingsperspectief.
- Vuistregels voor onze samenwerkingspartners en stakeholders om zo intern en extern te kunnen communiceren over destigmatisering en de eigen activiteiten daarin.
- 'Zie Mij' bijeenkomst: onze belangrijkste stakeholders/ambassadeurs en supporters worden jaarlijks uitgenodigd voor een inspirerende en laatste stand van zaken bijeenkomst.

### *Focus op samenleving*

- Doelgroepenanalyse (corporate en per project).
- Plan voor nadere onderbouwing urgentie.

### *Vergroten impact*

Agendering, bewustwording en m.n. handelingsperspectief bereiken we via een mix van inzet van boodschappen en middelen. Deze onderhouden we, vernieuwen we, en optimaliseren we continu. We zijn daarmee een platform voor destigmatisering. Om bereik te vergroten en de juiste doelgroepen te bereiken, realiseren we op de volgende resultaten:

- Geoptimaliseerde website: analyse website (1x per jaar overzicht met resultaten) op basis waarvan optimalisatie wordt ingezet om bereik te verhogen (SEO). Dit vereist continu aandacht. Doel is om te groeien naar een half miljoen paginaweergaven per jaar.
- 'Gratis' relevante onlineadvertenties t.b.v. vindbaarheid: inzet van Search Engine Advertising op Google: nu wordt ongeveer 6.000 dollar per maand (voor ons gratis) ingezet met advertenties, doel is om te groeien naar de 8.000 dollar. (2x per jaar overzicht met resultaten.)
- Gericht verspreide nieuwsbrief á twaalf x per jaar en projectupdate vier x per jaar. Na een doelgroepen analyse verspreiden we de nieuwsbrief gericht. Doel is een groei van nieuwsbrieflezers naar 7000 lezers.
- Vier á zes keer per jaar pers- en nieuwsberichten naar relevante partners en media; precieze aantal is afhankelijk van oplevering tools en mijlpalen.
- Tien good practice verhalen t.b.v. 'storytelling' en deze publiceren in samenwerking met relevante stakeholders.
- Wekelijks meerdere berichten en interactie met de achterban via sociale media. Doel is om te groeien naar 18.000 volgers op sociale media.
- Herkenbare basisstijl en realisatie van materialen t.b.v. verspreiding van de boodschap.
- Communicatie rondom specifieke projectactiviteiten.

### *Borging*

- Strategie voor optimale en geborgen ontsluiting van tools en aanbod inclusief (plan voor) uitvoering online platform.
- Ondersteunde borgingsdoelstellingen met o.a. advies & corporate en projectcommunicatie.
- Structureel aanbod voor communicatie over destigmatisering zodat stakeholders en samenwerkingspartners dit zelf kunnen communiceren.