

# Zilverwijzer

Het draaiboek



**vigez**  
this in gezond leven.

## Inleiding

Proficiat met je beslissing om mee te helpen aan Zilverwijzer in je buurt!

De Zilverwijzer-methodiek werd ontwikkeld door het Vlaams Instituut voor Gezondheidspromotie en Ziektepreventie (VIGeZ) in samenwerking met de Vlaamse Logo's. Naast het ontwikkelen van materialen staat het VIGeZ ook in voor een overzicht van de implementatie-activiteiten.

De implementatie-activiteiten van Zilverwijzer zijn onder te verdelen in drie grote rollen.

- Bekendmaking van de Zilverwijzer-groepssessies naar de doelgroep.
- Indien nodig, het sensibiliseren of het warm maken van de doelgroep om deel te nemen aan Zilverwijzer-groepssessies.
- Het organiseren van de Zilverwijzer-groepssessies.

Een verduidelijking van deze rollen is terug te vinden in de fiches 2 - 5. Voor het invullen van elke rol wordt een nauwe samenwerking met het Logo (Lokaal Gezondheidsoverleg) uit je buurt aangeraden. Zij staan in voor de coördinatie op regionaal niveau. Zo zorgen zij ervoor dat de rollen ingevuld worden door één of meerdere organisaties uit dezelfde regio. Waarvoor je nog meer bij het Logo terecht kan, is te vinden in fiche 1.

Wij wensen jullie alvast veel 'Zilverwijzer-plezier' en veel succes!

## Overzicht fiches

- Fiche 1:        Waarvoor kan je bij het Logo terecht?  
Fiche 2:        Bekendmaking: Hoe kan ik de doelgroep bereiken?  
Fiche 3:        Sensibilisatie: Hoe maak ik deelnemers warm voor Zilverwijzer?  
Fiche 4:        Zilverwijzer-groepssessies organiseren: Wat zelf doen?  
Fiche 5:        Zilverwijzer-groepssessies organiseren: Extra tips

# FICHE 1

## WAARVOOR KAN JE BIJ HET LOGO TERECHT?

Wil je aan de slag met één of meerdere rollen van Zilverwijzer? Dan wordt een nauwe samenwerking met het Logo (Lokaal Gezondheidsoverleg) uit je buurt aangeraden. Geen idee waar naartoe? Zoek het Logo uit jouw regio op [http://www.vigez.be/de\\_logo\\_s](http://www.vigez.be/de_logo_s)

De Logo's kunnen ondersteuning bieden op volgende vlakken:

- W Het Logo staat in voor de **coördinatie** van de drie te vervullen rollen op regionaal niveau: bekendmaken, sensibiliseren en organiseren van Zilverwijzer-groepssessies. Zij communiceren hierover naar het VIGeZ en naar de betrokken organisaties die één of meer rollen kunnen opnemen. Indien nodig gaan ze op zoek naar regionale/lokale partners om de rollen in te vullen.
- W Een **Zilverwijzer-begeleider** vinden voor Zilverwijzer-groepssessies én infosessies. Indien er binnen jouw organisatie geen interne Zilverwijzer-begeleider aanwezig is, staat het Logo in voor het zoeken hiervan. Het Logo legt contact en sluit een overeenkomst af. Deze overeenkomst bevat:
  - Data en locatie van de groepssessies/infosessies
  - Afspraken rond de evaluatie
  - Afspraken over het afhalen en terugbrengen van de lesmaterialen
  - De verloning per groepssessie
    - ⇒ Vrijwilliger (30 EUR per groepssessie)
    - ⇒ Freelancer (Afhankelijk per Logo; richtprijs 100 EUR per groepssessie)
    - ⇒ Verplaatsingskosten
- W Het Logo levert de **ondersteunende materialen** aan. De nodige documenten worden minstens digitaal aangeboden:
  - **Promotiematerialen** waar het eigen logo en praktische informatie aan toegevoegd kan worden (flyers, affiches, artikels voor lokale pers, internetbanners en e-mailsignering)
  - **Werkmaterialen** voor tijdens de groepssessies (handboek voor de begeleider, werkboek voor de deelnemers, PowerPoint met beeldmateriaal, evaluatieformulieren, inspiratiegids, ...)
  - **Materialen** voor bekendmaking en sensibilisatie (Zilverwijzer-infosessies, stappenplan samenwerking met thuiszorgorganisaties, mond-tot-mondreclame tips & tricks)
- W Sommige Logo's bieden een **tussenkomp** aan voor het organiseren van Zilverwijzer-groepssessies. Dit kan je navragen bij jouw Logo. Ook is er de mogelijkheid om een deel van de verloning van de Zilverwijzer-begeleider te verhalen bij de deelnemers. Er wordt hierbij een richtprijs van maximaal 6 euro per groepssessie gehanteerd.
- W Voor alle andere **vragen** i.v.m. Zilverwijzer.

# FICHE 2

## BEKENDMAKING: Hoe kan ik de doelgroep bereiken?

De doelgroep 60-plussers is te bereiken met een open werving die regelmatig herhaald wordt. Toch is mond-tot-mondreclame beter. Daarom is er naast promotie met flyers en affiches plaats om meer in te zetten op bekendmaking en communicatie naar de doelgroep via een persoonlijke benadering.

Uit onderzoek blijkt dat bekendmaking bij de doelgroep 60-plussers best volgende kenmerken bevat:

- Positieve reclame met een focus op gezondheidsbevorderende aspecten i.p.v. op aftakeling
- Duidelijke en directe informatie
- Echte, realistische en begrijpbare reclame
- Nooit confronteren met de echte leeftijd
- Veranker nieuwe informatie aan iets dat al gekend is en breng de boodschap dichtbij
- Gebruik diverse mediakanalen ter ondersteuning
- Maak gebruik van humor en wees enthousiast

Hiermee is rekening gehouden bij het ontwikkelen van ondersteunende materialen voor organisaties die aan de slag willen gaan met het bekendmaken van Zilverwijzer bij de doelgroep. Materialen kunnen aangeleverd worden door het Logo of je kan ze downloaden op [www.vigez.be](http://www.vigez.be)

### 1. Promotiematerialen

Promotiematerialen waar het eigen logo en praktische informatie aan toegevoegd kan worden (flyers, affiches, artikels voor lokale pers, internetbanners en e-mailsignering). Ondervind je hiermee problemen? Dan kan je contact opnemen met het VIGeZ (info@vigez.be of 02/ 422 49 49).

### 2. Mond-tot-mondreclame tips & tricks

Persoonlijke mond-tot-mondreclame kan helpen bij het werven van deelnemers voor Zilverwijzer-groepssessies. Het aanspreken en overtuigen van (onbekende) 60-plussers kan spannend zijn, zeker wanneer dit niet elke dag op het programma staat. Het VIGeZ verzamelde daarom verschillende wetenschappelijk onderbouwde tips & tricks die worden aangeboden in handige, meteen bruikbare fiches. Deze fiches hebben als doel om ondersteuning te bieden aan organisaties/verenigingen die aan de slag willen gaan met mond-tot-mondreclame, maar hiermee nog geen/weinig ervaring hebben.

### 3. Stappenplan samenwerking met thuiszorgorganisaties (beschikbaar vanaf eind november 2014)

Veel 60-plussers zijn geen lid van een vereniging of nemen zelden tot nooit deel aan (groeps)activiteiten. Ze zijn bijgevolg niet altijd even gemakkelijk te bereiken. VIGeZ ontwikkelde daarom, in samenwerking met verschillende thuiszorgorganisaties, een stappenplan waarin beschreven staat hoe gemeenten/verenigingen die Zilverwijzer-groepssessies aanbieden, kunnen samenwerken met thuiszorgorganisaties om het project bekend te maken.

#### **4. Webpagina ([www.zilverwijzer.be](http://www.zilverwijzer.be))**

60-plussers kunnen alle informatie rond Zilverwijzer (na)lezen op de vernieuwde webpagina. Op deze pagina is ook een actueel aanbod van Zilverwijzer-groepssessies beschikbaar. De link naar deze pagina staat vermeld op de flyers en affiches.

# FICHE 3

## SENSIBILISATIE: Hoe maak ik deelnemers warm voor Zilverwijzer?

Er bestaat bij 60-plussers vaak een taboe rond geestelijke gezondheid. Dit komt onder andere door een beperkte kennis over psychische ziekten, waardoor er verschillende vooroordelen kunnen ontstaan. Er is dus plaats voor sensibilisatie om 60-plussers kennis te laten maken met geestelijke gezondheid en met praten over je 'binnenkant'.

Uit onderzoek blijkt dat sensibilisatie bij deze doelgroep best volgende kenmerken bevat:

- Laagdrempelig zijn of voorgesteld worden
- In groep plaatsvinden
- Educatie/voorlichting specifiek gericht op de doelgroep, hun gedrag en houdingen
- Geloofwaardig, direct contact

Hiermee is rekening gehouden bij het ontwikkelen van ondersteunende materialen voor organisaties die aan de slag willen gaan met het warm maken van 60-plussers voor deelname aan Zilverwijzer-groepssessies. Materialen kunnen aangeleverd worden door het Logo of je kan ze downloaden op [www.vigez.be](http://www.vigez.be)

### 1. Zilverwijzer-infosessies met bijhorend draaiboek

Het taboe op praten over je binnenkant kan ervoor zorgen dat 60-plussers niet deelnemen aan Zilverwijzer-groepssessies. VIGeZ ontwikkelde daarom extra materialen om 60-plussers op een interactieve manier warm te maken om deel te nemen aan preventieve methodieken voor een betere geestelijke gezondheid.

#### Materialen

- Lange infosessie als activiteit op zich (1u30-2u)
- Korte infosessie om te koppelen aan andere activiteiten (30min – 60min)
- Een stappenplan om de presentaties vlot te organiseren
- Een bijhorende spreektekst

### 2. Stappenplan samenwerking met thuiszorgorganisaties (beschikbaar vanaf eind november 2014)

Veel 60-plussers zijn geen lid van een vereniging of nemen zelden tot nooit deel aan (groeps)activiteiten. Ze zijn bijgevolg niet altijd even gemakkelijk te bereiken en dus moeilijker warm te maken voor Zilverwijzer. Waar een groot deel van de 60-plussers wel mee in contact komt, zijn thuiszorgorganisaties. VIGeZ ontwikkelde daarom, in samenwerking met verschillende thuiszorgorganisaties, een stappenplan waarin beschreven staat hoe gemeenten/verenigingen die Zilverwijzer-groepssessies aanbieden, kunnen samenwerken met thuiszorgorganisaties in het kader van sensibilisatie.

### **3. Webpagina ([www.zilverwijzer.be](http://www.zilverwijzer.be))**








Ouderen die niet wensen deel te nemen aan grote sensibilisatie activiteiten, kunnen de informatie en voordelen van Zilverwijzer, mythes rond geestelijke gezondheid en getuigenissen van deelnemers rustig (na)lezen op de vernieuwde webpagina. Op deze pagina is ook een actueel aanbod van Zilverwijzer-groepssessies beschikbaar. De link naar deze pagina staat vermeld op de flyers en affiches.

# FICHE 4

## ZILVERWIJZER-GROEPSSESSIES ORGANISEREN: Wat zelf doen?


Het organiseren van Zilverwijzer-groepssessies vraagt enkele voorbereidingen:



-  Het Logo uit jouw buurt contacteren (o.a. voor een Zilverwijzer-begeleider)
-  Data en uren vastleggen waarop de groepssessies zullen plaatsvinden
-  Voor deze tijdstippen een zaal reserveren
-  Eventueel catering (koffie, water,...) voorzien
-  Een vaste contactpersoon voor deelnemers en begeleider bepalen
-  Inschrijving regelen (hoe kunnen ze inschrijven? Uiterste datum? Bij wie?)
-  Voor elke groepssessie voldoende materialen voorzien

Vraag na bij jouw Logo wat zij al kunnen voorzien bv. een Zilverwijzer-koffer.

### Materialen:

- Flipover
  - Laptop en beamer
  - Voldoende stoelen
  - Alcoholstift
  - Balpennen voor de deelnemers
  - Blanco papieren
  - PowerPoint met beeldmateriaal
  - Handboek voor de begeleider
  - Kopieën van het werkboek voor alle deelnemers: bevat tips die meegegeven worden op het einde van de groepssessies en werkblaadjes waarmee tijdens de groepssessies gewerkt wordt
  - Inspiratiegids voor alle deelnemers
  - Evaluatieformulieren voor de begeleider en alle deelnemers per groepssessie
  - Rode en groene kaartjes voor alle deelnemers (enkel basissessie)
  - Fit in je Hoofd boekjes voor alle deelnemers (enkel basissessie)
  - Fotoplaten verhalentafel (enkel basissessie)
-  Bekendmaking, promotie, rekrutering deelnemers en indien nodig sensibilisatie   
(zelf opnemen of uitbesteden aan andere organisaties uit de buurt)



# FICHE 5

## ZILVERWIJZER-GROEPSSESSIES ORGANISEREN: Extra tips

### 1. Kosten drukken

De kosten van de zaal, de catering, drukken van promotiemateriaal, de Zilverwijzer-begeleider,.... Het kostenplaatje kan oplopen en niet elke organisatie heeft hiervoor voldoende middelen. Vandaar enkele tips die kunnen helpen om Zilverwijzer aan te bieden.

#### **Werken met vrijwilligers voor Zilverwijzer-groepsessies**

Er zijn begeleiders die werken als vrijwilliger. Dit wil zeggen dat ze Zilverwijzer begeleiden aan een maximumprijs van 30 euro per sessie. Vraag na bij je Logo of er vrijwilligers beschikbaar zijn op jouw uitgekozen data.

#### **Deelnameprijs**


Er is de mogelijkheid om een deel van de kosten te verhalen op de deelnemers. Hierbij wordt een richtprijs van maximaal 6 euro per deelnemer aangeraden als aanvaardbaar bedrag voor vrijetijdsactiviteiten voor ouderen.

#### **Subsidie? Tussenkost Logo? Vraag het na!**


Sommige Logo's bieden een tussenkost aan bij het organiseren van Zilverwijzer-groepsessies, vraag dit zeker na. Ook kan je nagaan of er binnen jullie gemeente/regio subsidies aangevraagd kunnen worden.


### 2. Vervoer en toegankelijkheid

De aanwezigheid van chronische ziekte, fysieke problemen en een beperkte mobiliteit kunnen ervoor zorgen dat 60-plussers niet snel deelnemen aan Zilverwijzer-groepsessies. Vandaar enkele tips waarmee je rekening kan houden.

 Kies een goed toegankelijke locatie uit. Denk bijvoorbeeld aan de toegangsmogelijkheden voor rolstoelgebruikers, de hoeveelheid trappen, aanwezigheid van een lift,...

 Kies bij voorkeur een bij de doelgroep gekende locatie. Voorzie eventueel een plannetje bij het uitdelen van de flyers.

 Beperk reizen naar de groepsessies zoveel mogelijk door een locatie uit te kiezen die in het midden van de doelgemeenschap ligt.

 Is reizen naar de locatie toch nodig? Voorzie dan vervoer of werk een aanbod uit voor diegenen die moeilijkheden hebben om zich te verplaatsen. Voorbeelden zijn het meegeven van busschema's en treinverbindingen, carpooling regelen, een (gemeentelijk) busje inschakelen,...

### 3. Zes groepsessies

Eén van de doelen van de basissessie is dat deelnemers de Zilverwijzer-groepsessies kunnen uitproberen en daarna vrij kiezen welke van de vijf andere thema's ze willen volgen. Het gevolg is dat een reeks de ene keer slechts één groepsessie telt, de andere keer vier en soms alle zes de thema's behandelt. Dit kan zorgen voor organisatorische moeilijkheden, zoals bijvoorbeeld het vastleggen van een zaal. Aantal groepsessies en hun inhoud vastleggen wordt afgeraden, omdat keuzevrijheid en mogelijkheid tot uitproberen belangrijke factoren zijn voor de doelgroep 60-plussers. Daarom enkele tips die hierbij kunnen helpen.

- W Als je kosteloos kan annuleren/over een eigen zaal beschikt:  
Plan zes groepsessies in en reserveer hiervoor een zaal en alle nodige materialen. Laat de deelnemers na de basissessie kiezen hoeveel en welke groepsessies ze willen volgen. Na de eerste groepsessie wordt het vervolg in samenwerking met de groep beslist en kunnen indien nodig zaal en materialen geannuleerd worden.
- W Plan een Zilverwijzer-infosessie waar er info wordt gegeven over de Zilverwijzer-groepsessies. Tijdens deze infosessie worden de zes thema's al een eerste keer uitgelegd. Je kan tijdens deze infosessie de deelnemers de tijd geven om na te denken welke groepsessies ze graag zouden volgen. Maak op basis daarvan je planning.