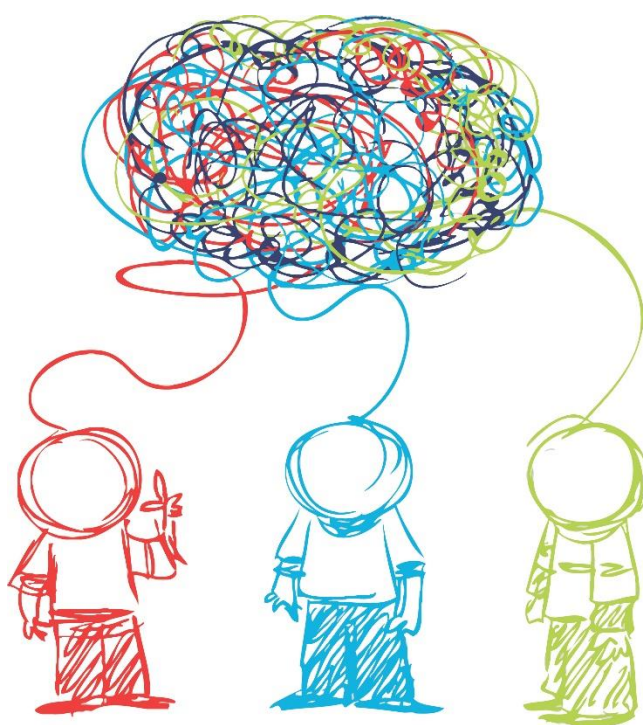


COMMUNICATIEPLAN 2021



Inleiding

Het netwerk palliatieve zorg in Oostelijk Zuid-Limburg is in de jaren negentig van de vorige eeuw opgericht als een samenwerkingsverband van professionele en vrijwillige hulpverleners en zorgvragers op het gebied van palliatieve zorg. Met de vorming van een netwerk wilden zorgaanbieders, zorgvragers, mantelzorgers en vrijwilligers bereiken dat de kwaliteit van de palliatieve zorg voor patiënten in de regio verbetert op alle zorgplekken, door samenwerking op organisatorisch (proces), professioneel (inhoud) en relationeel (relatie) vlak.

Belangrijk uitgangspunt voor de samenwerkende partijen in het netwerk is dat de wens van de palliatieve cliënt in de zorgverlening centraal staat, ongeacht de plek waar deze verblijft.

Verbetering van de kwaliteit van zorg vindt plaats door het gezamenlijke streven naar:

- een verhoogde deskundigheid van (mede)werkers in de palliatieve zorg;
- meer samenhang en samenwerking in de palliatieve zorg;
- een betere continuïteit en coördinatie van palliatieve zorg;
- een betere beschikbaarheid van palliatieve zorg voor iedereen.

De samenwerking in het netwerk het middel om deze doelen te bereiken.

Het netwerk palliatieve zorg heeft daarnaast vanuit het Ministerie van VWS 4 kerntaken gekregen, die tevens bijdragen aan het realiseren van de verbetering van de kwaliteit van de palliatieve zorg. Deze kerntaken zijn¹:

- A. het signaleren en analyseren van knelpunten in de palliatieve zorg
- B. het coördineren van onderlinge samenwerking
- C. het faciliteren van kwaliteitsbevordering
- D. (netwerk)leden en burgers informeren over (de mogelijkheden van) palliatieve zorg in de regio

Het voorliggend communicatieplan is een uitwerking van kerntaak D: netwerkleden en burgers informeren over (de mogelijkheden van) palliatieve zorg in de regio. Het plan beschrijft wat het netwerk nastreeft met communicatie, aan welke doelgroepen de communicatie gericht is, en welke middelen gebruikt worden per doelgroep.

Algemeen doel communicatie

Met communicatie over palliatieve zorg wil het netwerk:

- kennis over palliatieve zorg overdragen, en algemeen publiek informeren en motiveren, om gedrag en attitude in de palliatieve fase zodanig te beïnvloeden, dat de zorg voor de ongeneeslijk zieke en zijn naaste(n) optimaal aansluit bij de wensen en behoeften.
- handvatten/wegwijzers aanreiken die het voor ongeneeslijke zieke zorgvragers mogelijk maakt juiste keuzes te maken uit het bestaande palliatieve zorgaanbod in de regio Parkstad en daarbuiten.

Doelgroep

Het netwerk richt zich met communicatie op 3 doelgroepen:

1. Primaire doelgroep: zorgvragers

Met communicatie over palliatieve zorg wil het netwerk met name de zorgvrager bereiken.

Er zijn 2 verschillende zorgvragers qua informatiebehoefte:

1. de patiënt en zijn naaste (iemand die ongeneeslijk ziek is)
2. het algemeen publiek (iemand die ongeneeslijk ziek kan worden).

De communicatie vanuit het netwerk richt zich op beide groepen, maar heeft voor beide groepen een andere vorm of kan deze hebben.

¹ Handreiking minimale eisen netwerken PZ van Stichting Fibula(juli 2014)

2. Secundaire doelgroep: zorgverleners

Uit onderzoek² blijkt dat patiënten informatiebronnen over beschikbaarheid en kwaliteit van (ziekenhuizen en) zorgverleners nog nauwelijks gebruiken. Zorgvragers worden het best geattendeerd op het belang van en mogelijkheden voor (goede) palliatieve zorg door goede, adequate en juiste informatie door zorgverleners/verwijzers over (de mogelijkheden in) de palliatieve zorg. Uit hetzelfde onderzoek blijkt dat bijna de helft van de patiënten navraag doet bij de huisarts en grote waarde hecht aan zijn/haar advies.

Daarom is het noodzakelijk dat zorgverleners³ goed geïnformeerd zijn/worden over de palliatieve zorgmogelijkheden in Parkstad, in Limburg en in Nederland, zodat zij de patiënt van informatie kunnen voorzien, op basis waarvan deze de juiste keuzes kan maken voor de juiste zorg op de juiste plek wanneer dat aan de orde is.

Het netwerk hanteert de volgende uitgangspunten bij communicatie richting zorgverleners:

- inspelen op actualiteit
- zoveel mogelijk genereren van gratis publiciteit

Het uiteindelijke doel van deze wijze van communiceren is dat de ondersteuningsmogelijkheden ter verbetering van de kwaliteit van de zorg aan het bed van de palliatieve patiënt bekend is bij 90% van de zorgverleners in Oostelijk Zuid-Limburg.

3. Tertiaire doelgroep: Netwerkliden/Beleids- en kwaliteitsmedewerkers van netwerkorganisaties

Het is vanzelfsprekend van belang dat netwerkliden en beleidsmedewerkers met palliatieve zorg in hun portefeuille optimaal geïnformeerd worden over het netwerk, het zorgaanbod, en ontwikkelingen in de zorg op regionaal, provinciaal en landelijk niveau.

Boodschap per doelgroep

Het netwerk hecht er aan per doelgroep verschillende boodschappen te communiceren. Zie hier-voor de communicatiematrix op pagina 5.

Middelen

De communicatiemiddelen die we benutten om te communiceren zijn de volgende:

- **Facebookpagina PalliatieveZorgLimburg**

Via de FB-pagina is het eenvoudig(er) gratis publiciteit te genereren voor palliatieve zorg.

Met het plaatsen van berichten op FB wil het netwerk:

- kennis over palliatieve zorg overdragen
- informeren over ontwikkelingen in de palliatieve zorg
- (potentiële) zorgvragers motiveren om tijdig na te denken over zijn/haar wensen in de laatste levensfase.

Op deze wijze tracht het netwerk gedrag en attitude in de palliatieve fase zodanig te beïnvloeden, dat de zorg voor de ongeneeslijk zieke en zijn naaste(n) optimaal aansluit bij de wensen en behoeften.

- **Website netwerk en netwerken Limburg**

Een actuele en moderne website is de voordeur naar goede communicatie en informatie over palliatieve zorg zowel voor zorgverleners als zorgvragers. Het netwerk sluit qua vormgeving aan bij de website zoals die door de landelijke ondersteuningsorganisatie is ontwikkeld. De website is vanaf 2021 vindbaar via de website PalliaWeb, het kennisplatform over palliatieve zorg met actuele en praktische informatie, tools, onderwijsmaterialen en opleidingen voor zorgverleners én zorgvragers.

- **Parkstad Gezondheidsbeurs**

Sinds 2016 is het netwerk jaarlijks present op de Parkstad Gezondheidsbeurs. De beurs promoot zichzelf met: 'Een vitaal dagje uit voor iedereen die actief bezig is met een gezonde levensstijl!'

² Medisch contact, 23 maart 2012

³ Het netwerk richt zich daarbij op alle betrokken zorgverleners in de palliatieve zorg: de huisarts, POH, paramedische beroepen, (thuis)zorgmedewerkers, vrijwillige palliatieve thuiszorgmedewerkers etc.

Op de beurs presenteren standhouders zich op een interactieve manier over een breed aanbod aan diensten en producten op het gebied van gezondheid en zorg.

Voor het netwerk is deelname aan de beurs dé gelegenheid om in gesprek te komen met inwoners in Parkstad over de (on)mogelijkheden van palliatieve zorg. Jaarlijks wordt aangesloten bij de actualiteit voor het inrichten van de stand van het netwerk palliatieve zorg.

De insteek daarbij: *Bewustwording creëren over de noodzaak om tijdig over de laatste fase na te denken om de zorg te optimaliseren en het leven zo comfortabel en fijn mogelijk af te sluiten.*

- **Filmclub palliatieve zorg Parkstad i.s.m. Filmhuis de Spiegel**

Door vertoning van films met een thema dat raakt aan palliatieve zorg, beogen we mensen te verbinden en van informatie te voorzien over de (on)mogelijkheden van palliatieve zorg.

Gezamenlijk een film kijken waarbij ervaringen voorbij komen die je (her)kent, kan steun en troost bieden. Tijdens filmavonden is (achtergrond)informatie aanwezig passend bij het thema van de film, en is er de mogelijkheid om na te praten met elkaar en met deskundigen uit de regio.

- **Café Doodgewoon**

Doel van het Café Doodgewoon is om in gesprek komen met de burger(s) in OZL over de (on)mogelijkheden van palliatieve zorg, zodat zij wanneer zij in de situatie komen betere keuzes kunnen maken t.a.v. de zorg die zij wensen. Jaarlijks organiseert het netwerk maximaal 3 keer een avond/middag-Café, waarbij meerdere onderwerpen in carrousel-vorm aan bod komen, waarbij men kan aansluiten voor het ophalen van relevante informatie.

- **Ervaringsverhalen – storytelling beter**

Een interessant en effectief middel in de communicatie over (palliatieve) zorg is storytelling: het publiceren van ervaringsverhalen. Voorbeeld daarvan zijn te vinden in PAL voor U – magazine over palliatieve zorg voor patiënten en naasten. Het netwerk is voornemens in 2021 meer gebruik te maken van deze vorm van communicatie, onder meer door deze op te nemen in de nieuwsbrief van het netwerk, op de Facebookpagina, of gerelateerd aan de Parkstad Gezondheidsbeurs.

Voor ervaringsverhalen genereert het netwerk (mede met het oog op het beschikbare budget) maximaal 2 keer per jaar “exposure” in dag-, week-, of huis-aan-huisbladen.

- **Nieuwsbrief**

Sinds 2004 verspreidt het netwerk een nieuwsbrief, vooral bedoeld om de achterban van het netwerk te informeren over de voortgang en actuele ontwikkelingen van (projecten in de) palliatieve zorg in de regio en in Limburg. Sinds 2017 verschijnt deze nieuwsbrief elk kwartaal, vormgegeven en geproduceerd door Hein Berendsen Public Relations (HBPR).

Organisatie

De kerngroep is eindverantwoordelijk voor de communicatie richting alle doelgroepen. Voor de beleidsinhoudelijke kant van communicatie (het opstellen van het communicatieplan) heeft de kerngroep een werkgroep communicatie en PR ingesteld. De uitvoering van de communicatie/het communicatieplan is gedelegeerd aan de netwerkcoördinator, die hierin nauw samenwerkt met de werkgroep. De werkgroep i.c. de netwerkcoördinator legt verantwoording af aan de kerngroep.

Financiën

Het Netwerk PZ OZL heeft binnen de totale begroting een bedrag opgenomen voor de uitvoering van de kerntaak informeren en communiceren. Dit bedrag wordt jaarlijks opnieuw vastgesteld, en bedraagt in principe maximaal 5% van de totale jaarlijkse begroting van het netwerk.

Binnen dit bedrag is rekening gehouden met materiële kosten van communicatie, zoals:

- Drukwerk(o.a. de Nieuwsbrief)
- Deelname Parkstad Gezondheidsbeurs
- Promotiemateriaal van derde partijen
- Kosten Filmclub Palliatieve Zorg Parkstad
- Organisatiekosten Café Doodgewoon
- Een post onvoorzien zodat ingespeeld kan worden op actuele ontwikkelingen

De tijd die de coördinator besteedt aan het bijhouden van de FB-pagina (ca. 2 uur per week) zijn hierin niet meegenomen, die worden vergoed uit de personele kosten van het netwerk.

Monitoring en evaluatie

Het netwerk evalueert periodiek of de communicatieactiviteiten voldoende opleveren, de doelstelling bereikt is, en/of dat zaken bijgesteld moeten worden. De werkgroep PR en communicatie voert deze monitoring uit in samenwerking met de netwerkcoördinator en rapporteert minimaal 1 keer per jaar aan de kerngroep hierover. Ook wordt hierover verslag gedaan in het jaarlijkse activiteitenverslag.

Gevolgen COVID-19

Het netwerk is voornemens het voorliggende plan in 2021 integraal te realiseren. Uiteraard is realisatie mede afhankelijk van de mogelijkheden binnen de geldende COVID-19-maatregelen. Daar waar nodig en mogelijk zal de werkgroep initiatieven ontplooiën, om de activiteiten zoveel mogelijk doorgang te laten vinden, al dan niet in een andere vorm dan hierboven beschreven.

Communicatiematrix

Doelgroep	Doel	Boodschap	Middel	Wie	Moment
1. Zorgvragers <i>Patiënt en naasten</i>	<ul style="list-style-type: none"> Juiste zorg vinden Mogelijkheden om als patiënt eigen regie te houden Tijdig nadenken over wensen in laatste levensfase Al dan niet (door)behandelen en alternatieven 	<ul style="list-style-type: none"> Zorgaanbod/sociale kaart Zorgmogelijkheden en mantelzorgondersteuning Niet alles wat kan, hoeft: alternatieven voor doorbehandelen benoemen 	<ul style="list-style-type: none"> Website NPZ Facebookpagina PalliatieveZorgLimburg Facebookpagina Folder beslissingen bij het levenseinde Behandelpaspoort Materiaal Bureau Morbidee in kader van zullen we praten over de dood Internationale Dag Palliatieve Zorg Pal voor U (site, tijdschrift) 	<ul style="list-style-type: none"> Netwerkcoördinator Werkgroep PR Netwerkliden 	<ul style="list-style-type: none"> Continu Parkstad Gezondheidsbeurs
1. Zorgvragers <i>Algemeen publiek</i>	<ul style="list-style-type: none"> Bewustwording: weten dat palliatieve zorg bestaat, en wat het is Zorgmogelijkheden Bespreekbaar maken de palliatieve zorg en het sterven Al dan niet (door)behandelen en alternatieven 	<ul style="list-style-type: none"> Uitleg: <ul style="list-style-type: none"> - wat is palliatieve zorg - waar is informatie te vinden Hulpmiddelen voor aangaan van gesprek Niet alles wat kan, hoeft: alternatieven voor doorbehandelen benoemen 	<ul style="list-style-type: none"> Website NPZ PalliaWeb Filmclub Palliatieve Zorg Parkstad Folder beslissingen bij het levenseinde Behandelpaspoort Materiaal Bureau Morbidee in kader van zullen we praten over de dood Internationale Dag Palliatieve Zorg Pal voor U (site, tijdschrift) Persberichten 	<ul style="list-style-type: none"> Netwerkcoördinator Werkgroep PR Netwerkliden Filmhuis de Spiegel 	<ul style="list-style-type: none"> Parkstad Gezondheidsbeurs Continu 4 keer per jaar Continu 2-Jaarliks: Symposium IDPZ inspelen op actualiteit

<p>2. Zorgverleners</p> <ul style="list-style-type: none"> • Netwerkliden • Beleids- en kwaliteitsmedewerkers van lid-organisaties • Individuele zorgverleners 	<ul style="list-style-type: none"> • Motiveren, draagvlak creëren en behouden • Zorgmogelijkheden 	<ul style="list-style-type: none"> • Wat doet het NPZ • Informatie over: <ul style="list-style-type: none"> - stand van zaken projecten netwerk - scholingsmogelijkheden - ontwikkelingen in de palliatieve zorg 	<ul style="list-style-type: none"> • Nieuwsbrief • Persoonlijke mail 	<ul style="list-style-type: none"> • Netwerkcoördinator • vertegenwoordigers kerngroep 	<p>continu</p>
-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------