



COMMUNICATIE

# Communicatieplan **Ik sta sterk** publiekscommunicatie

MEI 2024

PLAN

**IK  
STA  
STERK**

# Leeswijzer

Wat fijn dat je aan de slag gaat met valpreventie! In dit communicatieplan vind je alles wat je nodig hebt om dit belangrijke thema onder de aandacht te brengen en zoveel mogelijk 65-plussers in jouw gemeente aan te zetten tot actie.

Dit document bevat de volgende informatie:

- **Hoofdstuk 1. Inleiding | Relevante achtergrondinformatie over het thema valpreventie**
- **Hoofdstuk 2. 'Ik sta sterk' | Toelichting en achtergrond**
- **Hoofdstuk 3. Aan de slag | Hoe zet je de communicatiemiddelen in?**
- **Hoofdstuk 4. Template berichten | Voor de pers en website**

Naast dit communicatieplan ontvang je ook het *huisstijlhandboek*. Het handboek biedt handvaten om de middelen op de juiste manier in te zetten.

# INHOUD

Leeswijzer	2
Achtergrond en cijfers	5
Strategische uitgangspunten	7
Twee typen middelen	10
Informatief bericht (website)	13

# 1. INLEIDING

---

Wat is de aanleiding van de publiekscommunicatie 'Ik sta sterk'?

# Achtergrond en cijfers

Met invoering van het Gezond en Actief Leven Akkoord (GALA) hebben Nederlandse gemeenten de taak gekregen om de Ketenaanpak Valpreventie in te richten voor haar inwoners van 65 jaar en ouder die een valrisico hebben. Vallen en valpreventie bij ouderen krijgen niet voor niets steeds meer aandacht. Het aantal (ernstige) valongevallen bij 65-plussers neemt toe en naar verwachting zal dit de komende jaren sterk blijven toenemen, mede als gevolg van de dubbele vergrijzing (toename van zowel 65- als 80-plussers).

## De cijfers op een rijtje

- Jaarlijks vallen er zo'n één miljoen 65-plussers in Nederland.
- Elke 4 minuten belandt een 65-plusser op de spoedeisende hulp na een valongeval. Dit is slechts 10% van het totaal aantal valongevallen van ouderen.
- Een valongeval heeft veel impact op de zelfredzaamheid van ouderen, het langer thuis kunnen wonen en de kwaliteit van leven. De directe medische zorgkosten van valongevallen schoten in 2020 al door de 1 miljard euro.
- Vallen heeft niet alleen lichamelijke maar ook geestelijke gevolgen, zoals valangst en eenzaamheid. Het kan daarmee een enorme inbreuk doen op de kwaliteit van leven.

Gelukkig kunnen 65-plussers zelf actie ondernemen om hun valrisico te verminderen, blijkt uit wetenschappelijk onderzoek (VeiligheidNL). Valpreventieprogramma's bieden hierin een uitkomst. Helaas stijgt de deelname aan deze programma's nog niet zo hard als het aantal valongevallen. Er is dus werk aan de winkel!

Het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport ontwikkelde daarom samen met VeiligheidNL publiekscommunicatie om zoveel mogelijk 65-plussers te bereiken. Met 'Ik sta sterk' hoopt het ministerie de impact van lokale activiteiten georganiseerd door gemeenten te versterken.

Dit communicatieplan helpt gemeenten op weg om efficiënt en effectief aan de slag te gaan met de communicatie over valpreventie. In dit plan nemen we je mee in de achtergrond van de publiekscommunicatie, lichten we toe uit welke middelen deze bestaat en delen we hoe je de middelen in kan zetten voor maximaal resultaat in jouw gemeente.

Bron:

VeiligheidNL, geraadpleegd van <https://www.veiligheid.nl/kennisaanbod/valpreventie-bij-ouderen>

# 2. 'IK STA STERK'

---

Toelichting & achtergrond van de publiekscommunicatie.

# Strategische uitgangspunten

Ouder worden: daar denkt niemand graag over na. Al helemaal niet als het gaat over het verlies van autonomie en fysieke ongemakken die erbij komen kijken. Toch is het de moeite waard om vooruit te kijken. Door aan de slag te gaan met valpreventie, kunnen 65-plussers hun zelfstandigheid behouden en de dingen blijven doen die voor hen belangrijk zijn.

## De uitdaging: de doelgroep in actie krijgen

Daar zit ook meteen de uitdaging: de meerderheid van de 65-plussers wil niet te veel bezig zijn met de toekomst of zich daarop voorbereiden. Men houdt zich liever bezig met de leuke dingen van het heden.<sup>(1)</sup> Valpreventie kan dus voelen als een 'ver-van-mijn-bed-show' voor ouderen, waardoor het voor gemeenten lastig kan zijn om de ouderen daadwerkelijk te bereiken en de boodschap effectief te laten landen.

Om gemeenten hierbij te ondersteunen, ontwikkelden communicatiebureau Keijzer en gedragsbureau Duwtje in opdracht van het ministerie van VWS en VeiligheidNL publiekscommunicatie met een aantrekkelijke, positieve insteek. We focussen op wat het de doelgroep oplevert om aan de slag te gaan met valpreventie. *'Ik sta sterk. Waarom wil jij sterk blijven staan?'* Het concept is ontwikkeld op een stevig gedragsfundament, dat op zijn beurt ontwikkeld is op basis van gedegen wetenschappelijk onderzoek uitgevoerd door, onder meer, VeiligheidNL.

Bron:

1. Mare. (2022). Voorbereiden op ouder worden. Rapportage van kwalitatief onderzoek.

**IK  
STA  
STERK**

## **Het handelingsperspectief: doe de online risicotest voor vallen**

De communicatiemiddelen nodigen de 65-plusser uit om de online risicotest voor vallen in te vullen. Deze test bestaat uit een aantal vragen die bepalen of iemand een 'laag', 'matig' of 'hoog' valrisico heeft. Daarnaast worden een aantal 'weet je dat' vragen gesteld om ouderen te informeren over risicofactoren voor vallen. Afhankelijk van het valrisico, krijgt de doelgroep relevante vervolgstappen aangereikt en laagdrempelige tips om zelf direct aan de slag te kunnen om het valrisico te verminderen.

Het invullen van de online risicotest zien wij als de eerste noodzakelijke stap om ouderen aan te zetten om aan de slag te gaan met valpreventie. In de landelijke publiekscommunicatie, waarin we via massamedia zoveel mogelijk ouderen bereiken, is het logisch om toe te leiden naar de online valrisicotest. Het doen van de test is een concreet handelingsperspectief en een kleine, haalbare eerste stap richting valpreventie gedrag.

Tegelijkertijd is het belangrijk dat het concept ook breder inzetbaar is. Zo moet het mogelijk zijn om als gemeente de middelen van een eigen, passende call-to-action te voorzien. Bijvoorbeeld: schrijf je in voor [dit groepje in plaatsnaam x]. Daarom bevat de toolkit ook middelen waar een gemeente een eigen call-to-action aan toe kan voegen binnen het thema valpreventie.

## **Gebruik B1 taalniveau**

Om de hele breedte van de doelgroep te kunnen bereiken, is het belangrijk dat we toegankelijke taal inzetten. Daarom is de tekst op de middelen en de website in B1 taalniveau geschreven. Zo is er bewust gekozen om 'risicotest voor vallen' te gebruiken in plaats van 'valrisicotest'. Uit de pre-test kwam namelijk dat 'valrisicotest' te complex was voor een deel van de doelgroep.

We adviseren gemeenten dan ook om deze lijn in eigen communicatie over valpreventie door te trekken. Op [www.ishetb1.nl](http://www.ishetb1.nl) kan je een snelle check doen of een woord van B1 taalniveau is.

## **De kernboodschap; waarom wil jij sterk blijven staan?**

Iedereen wil zo lang mogelijk gezond en zelfstandig blijven. Zo kun je blijven genieten van de dingen die voor jou belangrijk zijn. Een val kan dit in één klap veranderen, zelfs als je nog gezond en sterk bent. Wist je dat er jaarlijks zo'n één miljoen 65-plussers vallen? Gelukkig kun je zelf veel doen om een val te voorkomen. Bijvoorbeeld door je spieren en balans te trainen. Ook gezond eten en regelmatig je ogen laten controleren zijn belangrijk.

Wat is jouw risico op vallen? Test het eenvoudig en snel en ontdek wat jij kan doen om zo lang mogelijk sterk te blijven staan. Zo kun je de dagelijkse dingen blijven doen. Bijvoorbeeld boodschappen doen of een bezoek brengen aan familie.

Waarom wil jij graag sterk blijven staan?



# 3. AAN DE SLAG!

---

De communicatiemiddelen uitgelegd.

# Twee typen middelen

Naast de wens van het ministerie om met de publiekscommunicatie zoveel mogelijk 65-plussers te bereiken, is een tweede belangrijke wens om stakeholders te faciliteren zodat zij met gerichte middelen die aansluiten bij de landelijke communicatie, lokaal aandacht vragen voor valpreventie. Het is namelijk zonde om het wiel opnieuw uit te vinden. Bovendien heeft herhaling van de boodschap meer impact. De toolkit heeft daarom als doel om het jullie als gemeente zo gemakkelijk mogelijk te maken om aan te sluiten bij de publiekscommunicatie.

We vinden het belangrijk om jullie als gemeente binnen de communicatie de ruimte te geven om een specifiek handelingsperspectief aan de communicatiemiddelen toe te voegen. Denk aan een oproep voor deelname aan een beweegprogramma. Tegelijkertijd vinden we het belangrijk dat lokale communicatie in gemeenten optelt bij de landelijke communicatie. Hoe meer mensen het concept gaan herkennen, hoe groter het effect. Daarom ontwikkelden we van elk communicatiemiddel twee versies: 1) een algemeen middel met de oproep voor het invullen van de risicotest voor vallen en 2) een gemeente-specifiek middel om een evenement of bijeenkomst aan te kondigen.

Dit geldt voor de volgende middelen:

- Flyers
- Posters
- Banieren
- Social media post



## **1. Algemeen middel; vraag aandacht voor valpreventie**

**Functie** Dit type middel wordt ingezet om valpreventie bij 65-plussers in jouw gemeente onder de aandacht te brengen en ze toe te leiden naar de eerste stap richting valpreventie gedrag: het doen van de valrisicotest. Op basis van het testresultaat wordt de oudere gemotiveerd om aan de slag te gaan. Denk hierbij aan een verwijzing naar een zorgprofessional voor een looptest, of tips om thuis zelf aan de slag te gaan (oefeningen, het huis veilig maken om een val te voorkomen).

**Hoe zet je het in?** Dit type middel is gebruiksklaar en kan 1 op 1 worden ingezet.

## **2. Eventmiddel; nodig de doelgroep uit voor een event**

**Functie** Dit type middel kan worden ingezet om een lokale bijeenkomst of evenement in het kader van valpreventie aan te kondigen.

**Hoe zet je het in?** Dit type middel dient eerst van informatie te worden voorzien voordat het kan worden ingezet. Het gaat hierbij om het invullen van de naam van de gemeente en het desbetreffende event.

# 4. TEMPLATE BERICHTEN

---

We bieden een template voor een informatief bericht over de publiekscommunicatie. Deze kan bijvoorbeeld op de website van de gemeente worden gedeeld.

# Informatief bericht (website)

Waarom wil jij graag sterk blijven staan? Gemeente [invullen] lanceert 'Ik sta sterk' om vallen bij 65-plussers te voorkomen.

Iedereen wil zo lang mogelijk gezond en zelfstandig blijven. Zo kun je blijven genieten van de dingen die voor jou belangrijk zijn. Helaas kan een val dit in gevaar brengen, zelfs als je nog sterk en gezond bent. Wist je dat er jaarlijks zo'n één miljoen 65-plussers vallen? Gelukkig kun je zelf veel doen om een val te voorkomen. Bijvoorbeeld door je spieren en balans te trainen. Ook gezond eten en regelmatig je ogen laten controleren zijn belangrijk.

Wat is jouw risico op vallen? Test het eenvoudig en snel op [www.hoesterkstaik.nl](http://www.hoesterkstaik.nl) en ontdek wat jij kan doen om zo lang mogelijk sterk te blijven staan. Zo kun je de dagelijkse dingen, zoals boodschappen doen of een bezoek brengen aan familie, blijven doen.

Meer informatie over de publiekscommunicatie, die ook landelijk uitgerold wordt, vind je op [www.hoesterkstaik.nl](http://www.hoesterkstaik.nl).



Meer informatie over de huisstijl en middelen van de ‘Ik sta sterk’ publiekscommunicatie vind je in het *huisstijlhandboek*.



**IK  
STA  
STERK**

Iedereen wil zo lang mogelijk gezond en zelfstandig blijven. Een val kan dit in één klap veranderen. Test jouw risico op vallen en ontdek wat jij kan doen om zo lang mogelijk sterk te blijven staan.

**Hoe sterk sta jij?**

Test jouw risico op vallen via [hoesterkstaik.nl](https://hoesterkstaik.nl) 

Met deze toolkit bieden we je handvatten om direct aan de slag te gaan met valpreventie in jouw gemeente. Deel deze toolkit gerust binnen het eigen netwerk van jouw gemeente. Hoe meer 65-plussers we kunnen bereiken, hoe beter!

Mocht je toch nog wat missen om goed aan de slag te kunnen? Laat het dan voor 20 juli weten via [gala@minvws.nl](mailto:gala@minvws.nl). We kijken wat we voor je kunnen betekenen en of we het kunnen toevoegen aan de toolkit.

Tijdens de landelijke valpreventieweek (30 september t/m 6 oktober 2024) zal de landelijke publiekscommunicatie live gaan. Tegen die tijd zal een uitbreiding van deze toolkit beschikbaar komen, met nieuwe middelen die je ook in jouw gemeente in kan zetten. In deze middelen wordt extra aandacht besteed om de hele breedte van de doelgroep effectief te kunnen bereiken. Daarnaast biedt de uitbreiding van de toolkit een menukaart met leuke acties om valpreventie onder de aandacht te brengen tijdens de valpreventieweek in jouw gemeente.



Veel succes met de uitrol  
van de 'Ik sta sterk'  
communicatiemiddelen.

Bedankt voor je bijdrage om  
zo veel mogelijk 65-plussers in  
ons land sterk te laten staan!

MEI 2024

**IK  
STA  
STERK**