

Brigitte heeft een grandioos idee om veel leed te voorkomen. Dit idee is in de afgelopen twee jaar uitgegroeid tot een succesvol project. In dit artikel vertelt ze hoe ze dat met hulp van Impulsor aanpakt.

## Over het project #ikhebjenodig

1 op de 5 mensen in Nederland krijgt op enig moment in zijn leven een depressie. Hulp vragen bij depressie is moeilijk. Mensen schamen zich vaak voor hun gevoelens, willen anderen niet lastig vallen, twijfelen "of het wel erg genoeg is" en weten regelmatig niet wat ze kunnen verwachten van hulpverleners. Ze stellen daarom de vraag om hulp soms tot jarenlang uit. Terwijl samen over depressie praten juist kan helpen!

Bijna de helft van de mensen met een depressie zoekt pas hulp na aansporing door anderen. En dáárom hebben zorgprofessionals de handen in elkaar geslagen om aandacht te vragen voor depressie door middel van de campagne #ikhebjenodig.

## Het idee van Brigitte

Het idee om 'iets' met depressie te doen, was een voor de hand liggende stap. Impulsor Brigitte vertelt: "Depressie komt vaak voor, ook in Amstelveen volgens de cijfers van de gemeente. We gingen van 'een leuk idee' naar het doen van onderzoek. We kwamen erachter dat mensen soms tot wel vijf jaar rondlopen met depressieve klachten. Zo groot is de drempel dus om hulp te zoeken!" Uit onderzoek blijkt dat hoe eerder je hulp krijgt bij depressieve klachten, des te groter de kans dat je voorkomt dat het een allesomvattend probleem wordt wat je hele leven beheerst. "Toen ontstond het idee om een project te starten met als doel dat mensen eerder hulp zoeken bij depressieve klachten, want daarmee kunnen we zo veel leed voorkomen", vertelt deze Impulsor.

*Ja dan komt toch dat idealistische naar boven:  
"Jaah! daar gaan we toch wat aan doen!!"  
Dus "we gaan ervoor".*

## Van idee naar project door onderzoek

Brigitte: "Hoe kunnen we mensen motiveren om eerder hulp te zoeken bij depressieve klachten? Daar wisten wij ook niet meteen het antwoord op. Daarom hielden we interviews onder bewoners in Amstelveen." De werkgroep van Brigitte ontdekte dat tot wel 98% van de mensen doorheeft dat het niet goed gaat met de ander, maar dat slechts 25% dat durft aan te kaarten. "Men gaat het onderwerp uit de weg, omdat ze het lastig vinden om erover te praten en de persoon niet willen kwetsen. Ook twijfelt men of ze wel kunnen helpen en mensen willen geen bemoeial zijn", vertelt Brigitte. Daarentegen geeft bijna 80% van de mensen met depressieve klachten aan dat ze het prettig vinden als iemand uit hun omgeving het gesprek begint over hun situatie. Meer dan 50% zoekt ook pas hulp nadat ze daartoe zijn aangemoedigd door hun omgeving. Brigitte: "Kortom, als samenleving hebben we



een groot probleem: als twee mensen bij elkaar zitten en de één vraagt niks en de ander vertelt niks, dan kan het dus héél lang duren voordat iemand met depressieve klachten hulp zoekt en wij hulp kunnen bieden!" Op basis van die conclusie startte Impulsor Brigitte #ikhebjenodig. "Daarom bedachten we een plan, zodat die twee groepen elkaar kunnen ontmoeten en worden gestimuleerd om met elkaar in gesprek te gaan."

## Campagne voeren

Om zoveel mogelijk mensen te bereiken met #ikhebjenodig, lanceerde Brigitte in samenwerking met Impulsor een campagne op Blue Monday 2020. Brigitte vertelt: "De campagne bestond uit een film over depressie, gesprekskaartjes met informatie en tips, filmpjes. De gesprekskaartjes bevatten door ons ontwik-



kelde gesprekstaal met symbolen. De filmpjes kwamen op de lokale TV." Het campagnevoeren had succes, het bereik van #ikhebjenodig was enorm: "We zagen in vijf dagen tijd dat het bezoekersaantal op onze website fors steeg. Er is dus behoefte aan meer informatie. Het effect dat mensen eerder hulp zoeken zien we ook terug, maar nog in mindere mate dan het websitebezoek en dat komt ook omdat het een stuk lastiger meetbaar is." Zo heeft de werkgroep trainingen gegeven bij de pastorale zorg en in een wijkcentrum om hulpverleners te leren wat de signalen van depressie zijn en hoe je erover in gesprek kunt gaan. Brigitte vertelt: "Wanneer iemand door een pastoraal medewerker of beheerder van het wijkcentrum wordt gestimuleerd zijn verhaal te doen, wordt dit niet geregistreerd en dus niet gemeten. Een deel van de klachten ontwikkelt zich mogelijk niet verder als iemand zich gehoord voelt en minder alleen, doordat hij zich uit het te uiten. Ze zeggen wel eens 'vertellen doet herstellen'. Eigenlijk is een deel van de campagne ook dat je een beetje aandacht aan elkaar geeft." Brigitte sluit af met: "Daar zou eigenlijk geen campagne voor moeten nodig zijn he? Maar het is dus wel nodig..."

project en de onderlinge samenwerking. Zo houden wij ons nu bijvoorbeeld met de vraag bezig hoe we bepalen bij welke zorgverlener een bewoner of patiënt het beste terecht kan voor hulp", vertelt Brigitte.

## Wat een Impulsor-zijn inhoudt

Impulsor begeleidt zorgprofessionals als Brigitte van het idee dat zij had naar een succesvol project. Brigitte vertelt: "Als Impulsor is het belangrijk om steeds weer een pas op de plaats te maken en opnieuw stil te staan bij wat we willen bereiken en hoe we dat gaan doen. Niet doorrennen in de maalstroom maar steeds weer even back the base, evalueren en beleid bepalen." Daarnaast noemt Brigitte ook dat ze van Impulsor leerde dat bereik heel belangrijk is: "We moeten ons blijven afvragen hoe we zo veel mogelijk mensen, in dit geval in Amstelveen Zuid, maar ook in Amstelveen, bereiken om het doel te behalen. Als je meer mensen wilt bereiken, dan heb je andere deskundigheid nodig, zoals deskundigheid over welke communicatiemiddelen je het beste kunt inzetten. We hadden geluk dat de zorgverzekeraar enthousiast is en dat wilde financieren. Door andere communicatiemiddelen in te zetten, bereiken we nu een veel groter publiek, bijvoorbeeld met lokale televisie."

## Campagne #ikhebjenodig

De campagne in 2020 was tweeledig. Enerzijds voerde de werkgroep van Brigitte campagne om het onderwerp onder de aandacht te brengen bij andere zorgprofessionals en de gemeente. Zo ontving wethouder Zorg en Welzijn Marijn van Ballegooijen de eerste gesprekskaart en werd de film van Bourgeois Absolutie over depressie vertoond. Daarnaast werd in het winkelcentrum in Amstelveen een stand opgebouwd om depressie onder de aandacht te brengen bij de doelgroep.

## Ook de regio doet mee

Het is nodig om blijvend campagne te voeren met #ikhebjenodig. Brigitte: "Je zal niet zo makkelijk blijvend bewijs krijgen dat dit project werkt, zonder dat je het onder de aandacht blijft brengen. We borgen het project, door telkens weer nieuwe acties te organiseren." Daarom is het fijn dat nu ook de regio-organisatie #ikhebjenodig oppakt. "We hoeven nu geen acties meer te organiseren met een kleine werkgroep, maar kunnen ons meer richten op de inhoud van het

## Drink jij een kop thee met mij?

In 2021 lanceerde de werkgroep van Brigitte een nieuwe actie rondom #ikhebjenodig: drink jij een kop thee met mij? Brigitte vertelt: "Tienduizend huishoudens krijgen een mooi kartonnen doosje in hun brievenbus met daarin twee theezakjes en koekjes, onze gesprekskaart en een flyer waarin we mensen stimuleren in gesprek te gaan met elkaar en hulp te zoeken wanneer het niet goed met hen gaat. De doosjes zijn ingepakt door twintig vrijwilligers en worden ook door hen bezorgd. De beheerders van het wijkcentrum en de wijkcoach hebben bij het inpakken en de bezorging een coördinerende rol. Het is prachtig om te zien dat zoveel mensen uit de wijk nu meewerken om ons doel te verwezenlijken. Het geeft zo'n positieve flow tussen welzijnswerkers, gezondheidsmedewerkers en vrijwilligers. Dat vind ik prachtig om te zien!"

rijk dat je mensen aan tafel krijgt die allemaal hetzelfde willen. Daardoor is de basis bij #ikhebjenodig heel goed gelegd en ik denk dat dat het ook tot een succes maakt. Je ziet ook in de loop van het traject als we het even niet eens waren of iemand afhaakte, dat ze toch weer terugkwamen en dat is omdat je een coherente groep hebt. Je moet daar veel tijd in steken."

Brigitte noemt nog een andere succesfactor: "Ervaringsdeskundigen zijn zo belangrijk geweest bij de totstandkoming van #ikhebjenodig. We hebben zoveel dingen veranderd door die ervaringsdeskundigen. Ik zou nooit meer aan een project beginnen zonder hen."

Daarnaast is het omringen van jezelf met andere Impulsors volgens Brigitte ook een succesfactor: "Samen met de wijkcoach geloofde ik heel erg in het project. Je hebt die Impulsor nodig, die anderen enthousiast maakt. Als je geen passie hebt, dan wordt je project denk ik minder goed. Je hebt er in ieder geval een stuk minder lol in. Je moet namelijk over hobbels heen die soms lastig zijn. Maar als je erin gelooft zal je het voor elkaar krijgen!"

## Samenwerken

Binnen het project #ikhebjenodig werk je met veel verschillende zorgdisciplines samen aan het verstrekken van informatie en het bieden van hulp bij depressie. Brigitte vertelt: "Je maakt binnen de werkgroep onderlinge werkafspraken, verzamelt informatie en materialen zoals filmpjes en instructies. Je zoekt ook inhoudelijke informatie op over wat depressie is en hoe je depressie herkent", vertelt Brigitte.

Dit project heeft er ook voor gezorgd dat zorg- en hulpverleners in de wijk elkaar beter kunnen vinden, Brigitte vertelt: "We kennen elkaar steeds beter, de lijntjes door samen te werken, zijn veel korter geworden. Dat is ontzettend waardevol als je een project als #ikhebjenodig onder de aandacht wil krijgen in de wijk.

Brigitte: "een Impulsor-zijn werkt twee kanten op: je kunt een ander op ideeën brengen. Zo zou ik een huisarts aan de andere kant van het land kunnen inspireren door hem een #ikhebjenodig-toolkit aan te bieden en uit te leggen waarom we hiermee bezig zijn en wat we willen bereiken en al bereikt hebben. Het werkt ook andersom: De ander kan jou in gesprek ook weer op ideeën brengen die jou weer stimuleren." Brigitte wil graag een Impulsor zijn voor andere zorgprofessionals: "Als Impulsor zou ik aanbieden dat ik jou in het begintraject ondersteuning kan geven."

## De ondersteuning van Impulsor

Impulsor ondersteunt de werkgroep van Brigitte om van haar wens om depressie in de wijk aan te pakken een succesvol project te maken. Brigitte vertelt: "Jullie van Impulsor brengen mij steeds weer terug naar de basis en geven structuur. Jullie stellen belangrijke vragen, zoals wat het doel is en hoe we ons doel gaan bereiken. Maar ook, waar we tegenaan lopen, wat belemmeringen zijn en jullie helpen ons om de volgende stap te zetten en te evalueren."

"Dat houdt mij scherp als ik nog op een roze wolk zit na een succesvolle actie. En dat is nodig, want als je Impulsor moet je de volgende stap zetten en de mensen om je heen mobiliseren en nagaan welke afspraken daarvoor nodig zijn. Als je dat niet doet, dan ben je zo drie maanden verder en ligt de boel op zijn gat", vertelt Brigitte.

Er is nog een groot voordeel voor Brigitte aan het werken met Impulsor: "Impulsor heeft handige connecties. Zo hebben zij een partij geregeld die ons helpen met de website en het communicatiemateriaal. Het is fijn dat de ideeën die we hebben, maar zelf niet kunnen uitvoeren door jullie mensen gedaan worden. Dat heeft effect op de campagne: de materialen die we nu hebben voor #ikhebjenodig springen eruit, omdat ze door professionals gemaakt zijn."