

CULTUURSENSITIEVE GEZONHEIDSVOORLICHTING EN -BEGELEIDING VAN DE (BOSSCHE) STATUSHOUDERS

Concepthelden | Renée de Bruin & Linda Groenewegen

WAT GAAN WE BESPREKEN?

- Doel en doelgroep
- Conceptroute
- Drie conceptontwerpen
- Ontwerpenfase
- Highlights onderzoek
- Hoe nu verder?



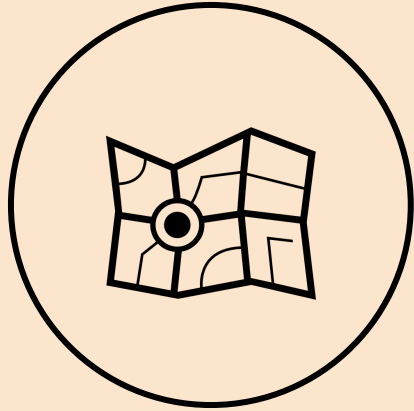
DOEL

Verbetering van de gezondheid en het welbevinden van statushouders in Den Bosch en in de toekomst voor statushouders in heel Brabant.

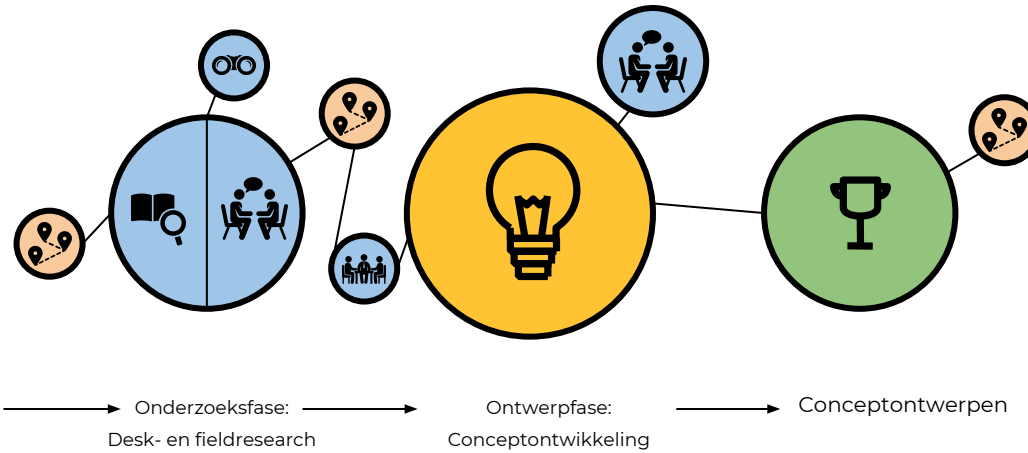
DOELGROEP

- Asielzoekers met een verblijfsvergunning (statushouders) die woonachtig zijn in Den Bosch.
- Zowel mannen als vrouwen
- Focus op de leeftijd van 18 tot 35 jaar





CONCEPTING**ROUTE**



CONCEPTINGROUTE



De **stuurgroep** bewaakt het proces en de voortgang van de volledige conceptingroute en bestaat uit VluchtelingenWerk Nederland, GGD, OTAV, Zet en Concepthelden.



Literatuurstudie waarbij er wordt gezocht naar antwoorden op de deelvragen van de diverse thema's.



Diepte-interviews met Bossche statushouders, gezondheidsvoorlichters van GGD Hart van Brabant, beleidsmedewerkers van gemeente 's-Hertogenbosch en coaches van VluchtelingenWerk Nederland.



Observatie van Bossche statushouders en vrijwilligers en coaches van VluchtelingenWerk Nederland tijdens het inloopspreekuur door middel van een **Service Safari**.



De **klankbordgroep** levert input rondom het onderzoek. Daarnaast levert zij (wellicht) in de toekomst een bijdrage aan een verbeterde gezondheidsvoorlichting en – begeleiding in de pilotgemeente Den Bosch. Via de klankbordgroep onderzoeken we ook (in)direct de (potentiële) markt van de (toekomstige) conceptontwerpen.



Brainstormsessie met statushouders, medewerkers van GGD Hart van Brabant, Welzijnswerk Divers, Woningcorporatie Zayaz, Zet, Gastvrij Den Bosch en Vereniging van Nederlandse Gemeenten (VNG) waarin we komen tot de aanzet van drie conceptontwerpen.



EINDRESULTAAT: 3 CONCEPTONTWERPEN





DRIE CONCEPTONTWERPEN

Health Care Adventure



Ook mijn zorg



I care, for real!



Health Care Adventure



‘Health Care Adventure’ is een ware uitdaging gebaseerd op de hype van escape rooms. In de ‘Health Care Adventure’ gaan statushouders in teams van minimaal vier personen met puzzels en raadsels over de Nederlandse gezondheidszorg aan de slag. Dit doen zij in één of meerdere ruimtes die aanvoelen als een ziekenhuis of huisartsenpraktijk. Het doel is om samen zo snel mogelijk, binnen 60 minuten, de gestelde vragen op te lossen.



Ook mijn zorg



‘Ook mijn zorg’ is een geschenkbox die statushouders en buurtbewoners met elkaar verbindt. Wanneer asielzoekers een eigen woning toegewezen krijgen, wordt deze box bij de burens afgeleverd. Het doel is om de betrokkenheid tussen buurtbewoners en statushouders te bevorderen en om buurtbewoners actief te stimuleren klaar te staan voor de statushouder. In de box zitten gespreksopwarmers om elkaar en ieders cultuur beter te leren kennen. Daarnaast vind je in de box een infographic over het Nederlandse gezondheidssysteem, handvatten waar je naartoe moet wanneer je ziek bent, een persoonlijk bericht van de huisarts, tandarts en apotheker uit de buurt, een klein EHBO-setje en een doosje paracetamol.



I care, for real!



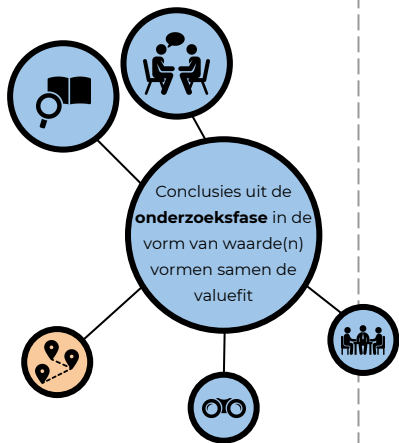
'I care, for real!' is een concept dat het wederzijds begrip van statushouders en zorgprofessionals vergroot. De Virtual Reality (VR) bril is hierbij het medium dat gebruikt zal worden. Wanneer een statushouder de VR-bril opzet, ervaart hij hoe de Nederlandse gezondheidszorg werkt. Hij stapt in de wereld van iemand die ziek is en naar de huisarts gaat. Hij ervaart op welke momenten het beter is om naar de drogist te gaan dan naar de apotheek en wanneer je gebruik mag maken van de ziekenhuiszorg. Wanneer een zorgprofessional de VR-bril op zet, ervaart hij/zij de Nederlandse gezondheidszorg door de ogen van statushouders.





ONTWERPFASE

Onderzoeksfase



Ontwerpfase

1. Valuefit

Een model met daarin de belangrijkste waarden uit het onderzoek

2. Concept Statement

De visie/het gedachtegoed van de conceptontwerpen.

3. Creatieve Sessie

Een brainstorm met behulp van creatieve technieken

4. Drie conceptontwerpen



4. Alle ideeën die zijn opgehaald gedurende de creatieve sessie worden met elkaar gemengd tot uiteindelijk drie conceptontwerpen. Al de conceptontwerpen passen binnen de visie van het concept statement: 'Ik zie je zorg(en)'.

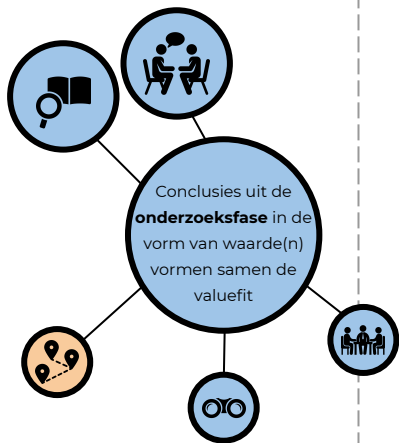
'Ik zie je zorg(en)'

Ik zie dat jij je zorgen maakt, want jij voelt je onbegrepen. Maar, als je mijn zorg(en) nou eens ziet, dan zie je dat we niet zo bijster veel van elkaar verschillen en beiden hetzelfde willen..

GGD & VWN	Doelgroep	Markt	Trends
- Betrokkenheid - Gezondheid	- Begrip - Erbij horen	- Eigen initiatief en verantwoordelijkheid	- Lokaal - Social Good



Onderzoeksfase



Ontwerpfase

1. Valuefit

Een model met daarin de belangrijkste waarden uit het onderzoek

2. Concept Statement

De visie/het gedachtegoed van de conceptontwerpen.

3. Creatieve Sessie

Een brainstorm met behulp van creatieve technieken

4. Drie conceptontwerpen



4. Alle ideeën die zijn opgehaald gedurende de creatieve sessie worden met elkaar gemengd tot uiteindelijk drie conceptontwerpen. Al de conceptontwerpen passen binnen de visie van het concept statement: 'Ik zie je zorg(en)'.

'Ik zie je zorg(en)'

Ik zie dat jij je zorgen maakt, want jij voelt je onbegrepen. Maar, als je mijn zorg(en) nou eens ziet, dan zie je dat we niet zo bijster veel van elkaar verschillen en beiden hetzelfde willen..

GGD & VWN	Doelgroep	Markt	Trends
- Betrokkenheid - Gezondheid	- Begrip - Erbij horen	- Eigen initiatief en verantwoordelijkheid	- Lokaal - Social Good



Onderzoeksfase



Ontwerpfase

1. Valuefit

Een model met daarin de belangrijkste waarden uit het onderzoek

2. Concept Statement

De visie/het gedachtegoed van de conceptontwerpen.

3. Creatieve Sessie

Een brainstorm met behulp van creatieve technieken

4. Drie conceptontwerpen



4. Alle ideeën die zijn opgehaald gedurende de creatieve sessie worden met elkaar gemengd tot uiteindelijk drie conceptontwerpen. Al de conceptontwerpen passen binnen de visie van het concept statement: 'Ik zie je zorg(en)'.

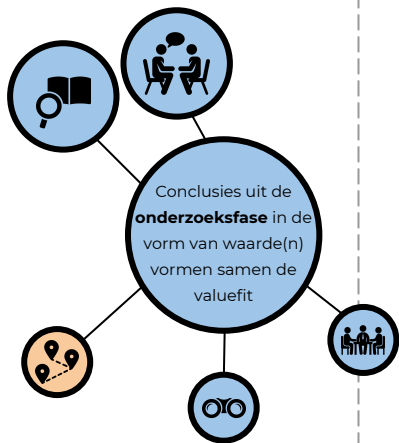
'Ik zie je zorg(en)'

Ik zie dat jij je zorgen maakt, want jij voelt je onbegrepen. Maar, als je mijn zorg(en) nou eens ziet, dan zie je dat we niet zo bijster veel van elkaar verschillen en beiden hetzelfde willen..

GGD & VWN	Doelgroep	Markt	Trends
- Betrokkenheid - Gezondheid	- Begrip - Erbij horen	- Eigen initiatief en verantwoordelijkheid	- Lokaal - Social Good



Onderzoeksfase



Ontwerpfase

1. Valuefit

Een model met daarin de belangrijkste waarden uit het onderzoek

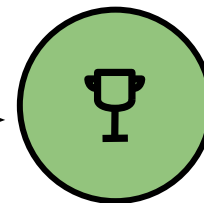
2. Concept Statement

De visie/het gedachtegoed van de conceptontwerpen.

3. Creatieve Sessie

Een brainstorm met behulp van creatieve technieken

4. Drie conceptontwerpen



'Ik zie je zorg(en)'

Ik zie dat jij je zorgen maakt, want jij voelt je onbegrepen. Maar, als je mijn zorg(en) nou eens ziet, dan zie je dat we niet zo bijster veel van elkaar verschillen en beiden hetzelfde willen..

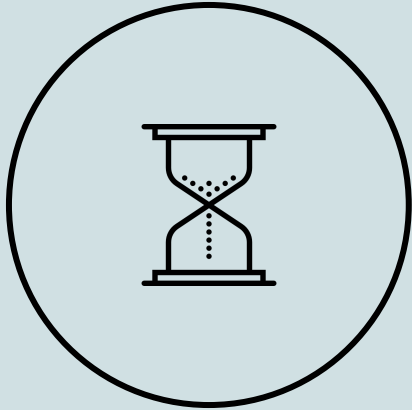
GGD & VWN	Doelgroep	Markt	Trends
- Betrokkenheid - Gezondheid	- Begrip - Erbij horen	- Eigen initiatief en verantwoordelijkheid	- Lokaal - Social Good



HIGHLIGHTS ONDERZOEK

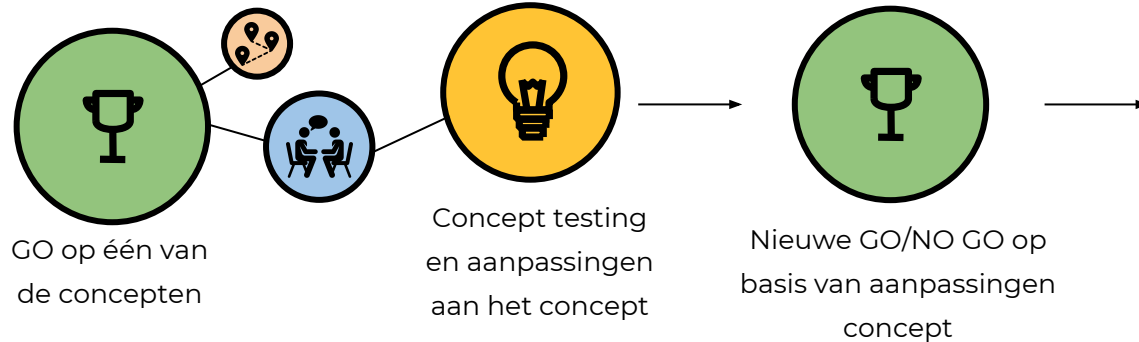
- CULTUUR
- TOEGANKELIJKHEID
- CULTUUR
- VERTROUWEN
- PARTICIPATIE
- OMGEVING
- KENNIS
- MIDDELEN
- SAMENWERKING





EN NU?

EN NU?



Realisatiefase:

- Contact met (potentiële) partners voor realisatie;
- Op detail uitgewerkt concept;
- Financiële en organisatorische haalbaarheid in kaart gebracht.

MET DANK AAN:



Vereniging van
Nederlandse Gemeenten



**schakel naar
sociaal resultaat**

