

MEESTERPROEF

Sociaal isolement & onbegrip

Ziekte van Lyme



KIRSTEN VAN HOOF

VOORWOORD

Vallen en weer opstaan. Eén stapje achteruit, twee vooruit. Dat vat mijn traject het beste samen. Na het, in een keer, afronden van mijn 4-jarige Mbo-opleiding Toerisme en Recreatie zette ik deze positieve lijn door in mijn Hbo-opleiding International Lifestyle Studies. Zo haalde ik in het eerste jaar mijn propedeuse en gingen projecten en tentamens mij goed af. Helaas hield deze prettige creatieve 'flow' op en werd ik ziek. Ik werd gediagnostiseerd met de ziekte van Lyme.

Van sociale vlinder naar kluizenaar. Ik heb alles uit mijn handen moeten laten vallen, school-, werk-, vrienden, om mij op mijn behandeling en herstel te focussen. Het einde van mijn opleiding was al in zicht, ik kon het bijna aanraken maar dat mocht niet baten. Dit heeft voor studievertraging gezorgd maar het heeft mij ook veel gebracht. Afstuderen op een onderwerp wat zo persoonlijk is maar daarnaast ook andere heeft kunnen inspireren, daar ben ik ontzettend trots op. Graag wil ik Fabienne van Engelen bedanken voor alle steun en betrokkenheid tijdens mijn studie maar ook tijdens mijn ziekteproces. Daarnaast wil ik mijn stagebegeleiders Rudy van Belkom en Tessa Cramer bedanken voor de hulp, op een toch wel wat lastigere/andere manier dan met een 'gezonde' student. Ook wil ik mijn ouders, zus en klasgenoot/vriendin Isabelle bedanken voor hun onvoorwaardelijke steun en liefde.

Dit voorwoord wil ik ook gebruiken om de Lymevereniging te bedanken voor al het ontzettend belangrijk werk dat zij doen en de kans voor een, door mij, ontwikkeld concept te creëren.

Veel leesplezier,
Kirsten van Hoof

Ik ben ziek.

Ik heb de chronisch ziekte van Lyme.
Mijn lichaam is vergiftigd en mijn hersenen zijn overbelast door
neurotoxische stoffen door een simpele beet van een teek.
Mijn immuunsysteem is verstoord als gevolg van infecties.

Al jarenlang kampte ik met onverklaarbare vermoeidheid en andere bijkomende
fysieke en mentale klachten. Na uitgebreid onderzoek in Nederland werd bij mij
de diagnose ME/CVS vastgesteld. Het enige wat men voor mij kon doen was het geven
van psychologische hulp. Over genezing is nooit gesproken. Ik ging lichamelijk
steeds verder achteruit. Ik wist zéker dat de klachten niet tussen mijn oren zaten,
maar dat het van fysieke aard was.

Ik nam het heft in eigen handen en heb mijn zoektocht naar de oorzaak van
mijn klachten voortgezet en ben ik uitgekomen bij een professor in België. Na uitgebreide
onderzoeken heeft deze professor wél kunnen vinden wat er aan de hand is. LYME,
in het laatste stadium. Oftewel; chronisch. Het is een chronische ziekte geworden omdat de Borrelia-
bacterie, die de ziekte van Lyme veroorzaakt, jarenlang zijn gang heeft kunnen gaan in mijn lichaam.

Er werd een behandelplan opgesteld vol medicatie, injecties en infusen.
Helemaal beter worden zal niet lukken maar elke vooruitgang is een overwinning.
Wanneer ik niet behandeld zou worden, was ik vanzelf een reumapatiënt geworden,
zou ik in een rolstoel behandelen en zou het steeds verder bergafwaarts zijn gegaan,
wat uiteindelijk kan leiden tot de
Over dit scenario wil ik niet nadenken.

Met deze ziekte ziet iedere dag er anders uit. Het is een opsomming van verschillende
factoren die bijdragen aan een verminderde kwaliteit van leven van de Lyme patiënt.
Er is nauwelijks erkenning en er is veel (onbewust) onbegrip vanuit de (sociale) omgeving.
Bij een gebroken been is duidelijk te zien wat er aan de hand is. Aan mij is bijvoorbeeld vaak niks te zien.
Het onbegrip is een echte kwelling. Vaak krijg je uitspraken te horen zoals “ga vanavond maar op tijd naar
bed dan voel je je morgen weer beter” of “ga anders lekker een rondje hardlopen”. Helaas werken
beide punten averechts. Het niet mee kunnen doen met leeftijdsgenoten, geen leuke en/of
belangrijke dingen kunnen plannen, niet de persoon kunnen zijn die je ooit was of wilt zijn,
is erg pijnlijk.

Ik heb besloten om er mijn voorlopige levenswerk van te maken om onderzoek te doen naar
de ziekte van Lyme. Het betreft een steeds groter wordende groep mensen die tegen allerlei
beperkingen aanloopt en op onbegrip stuit bij de eigen omgeving, werkgevers en uitkerende instanties.
Dit alles komt de quality of their life niet bepaald ten goede.



INHOUD

07	INLEIDING
10	SAMENVATTING ANALYSES
12	DOELGROEP ANALYSE
26	OPDRACHTGEVER ANALYSE
32	TREND ANALYSE
42	SECTOR ANALYSE
50	ONTWERPFASE
70	REALISATIEFASE
82	LITERATUUR
86	BIJLAGEN

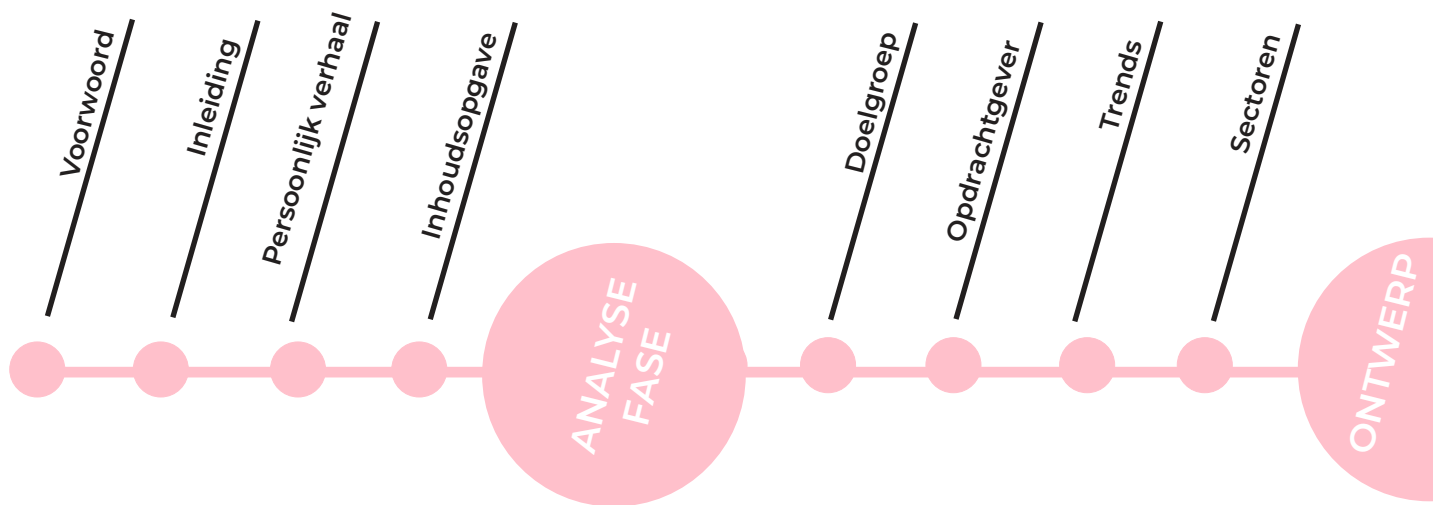


INLEIDING

Naast mijn persoonlijke aanleiding voor dit onderwerp is het ook een erg actueel onderwerp.

**“Aantal Lyme-patiënten in 20 jaar
verviervoudigd.” (NOS, 2018)**

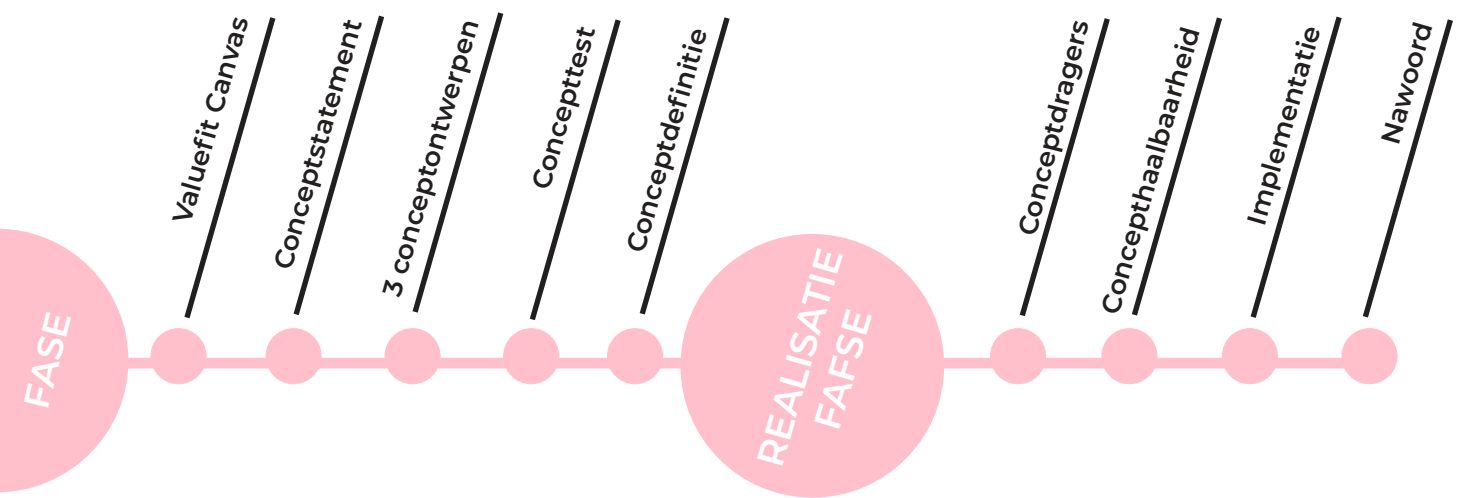
Als Lifestyle Professional kan ik de bacterie niet uit de teek of uit de mens halen maar ik kan wel de omstandigheden verzachten voor de mens (patiënt) en de omgeving. Ik zie kansen om chronische Lyme-patiënten en hun sociale omgeving nader tot elkaar te brengen en het isolement wat ontstaat door wederzijds onbegrip te verbreken.



“Aantal Lyme-patiënten in 20 jaar verviervoudigd.” (NOS, 2018)

Het aantal patiënten met de ziekte van Lyme blijft toenemen. Per jaar zijn er naar schatting 27.000 nieuwe Lyme-patiënten. (RIVM, 2019) De aantallen blijven stijgen en patiënten voelen zich in Nederland nog steeds niet gehoord. Het is een kwalijke zaak dat medici hun ogen sluiten voor een ziekte die zoveel mensen treft. Gelukkig komt er steeds meer aandacht voor de ziekte. Er zijn verschillende ontwikkelingen gaande waardoor de ziekte steeds meer in beeld komt.

Dat een persoon met de ziekte van Lyme last heeft van zijn klachten, dat is duidelijk en al triest genoeg. Maar het onbegrip vanuit de omgeving waar iemand mee te maken krijgt, maakt het nog zwaarder. Zowel de kwantiteit als de kwaliteit van de sociale contacten kunnen er zwaar onder lijden met een sociaal isolement als gevolg.



Dit rapport is tot stand gekomen met behulp van het boek 'Serious Concepting'. (Sutmuller)

Hierbij staan 3 fases centraal. De analyse fase, ontwerpfase en de realisatiefase. De analyse fase wordt ook wel de 'DOTS'-analyse genoemd. Dit staat voor; doelgroep analyse, opdrachtgever analyse, trend analyse en sector analyse.

De belangrijkste waarden uit de DOTS-analyse vormen de 'Valuefit'. Deze zal in de ontwerp fase verder worden toegelicht. Net als de 3 conceptontwerpen. Aan de hand van een concepttest is één concept als beste naar voren gekomen en deze zal in de realisatiefase worden uitgelegd aan de hand van conceptdragers en een haalbaarheid en implementatieplan.

SAMENVATTING ANALYSES

Doelgroep analyse

Door middel van diepte-interviews, enquêtes, deskresearch (in mijn geval ook veel bed- en bank-research omdat ik ook tot de doelgroep behoor) in combinatie met het gebruik van verschillende modellen zoals het BSR-model (SAMR Marktvinders, 2015) en het Quality of Life model van Felce & Perry (Felce & Perry, 1995) is de mentaliteitsgroep: 'Lymies' geïdentificeerd. In deze analyse zijn ook de 'Pain & Gain' van de mentaliteitsgroep in kaart gebracht. De Gain is een expliciete behoefte die een groep mensen heeft. De Pain is dan vervolgens de onmogelijkheid van een groep mensen om die behoefte ook daadwerkelijk te bevredigen

Uit de doelgroep analyse komen verschillende belangrijke waarden naar voren: Dat zijn genieten van het leven, deelname, de behoefte aan erkenning, het verlangen naar rust en de behoefte aan verbondenheid. Deze waarden worden na de Analysefase meegenomen naar de Ontwerpfase, waarna de krachtigste en meest gemeenschappelijke waarde wordt meegenomen naar de Valuefit.

Opdrachtgever analyse

In de opdrachtgever analyse is de Lymevereniging op verschillende vlakken geanalyseerd. Zo zijn er inzichten verkregen via de eigen kanalen van de vereniging, maar ook door te kijken naar de vrijwilligers en leden. Aan bod komen; de manier waarop de vereniging is georganiseerd, de wijze van communiceren, de speerpunten, de rolverdeling van professionals en vrijwilligers en waar de Lymevereniging voor staat. Daarnaast wordt stil gestaan bij de jongste initiatieven zoals een onderzoek onder Lyme-patiënten, waarvan de schokkende resultaten samen komen in De Nederlandse Lyme Monitor, en een campagne die ervoor zorgt dat Lyme een gezicht krijgt of eigenlijk meerdere gezichten.

Uit de analyse van de opdrachtgever komen verschillende belangrijke waarden naar voren. Dat zijn ontplooiing, informatiebehoefte, jezelf in je kracht zetten of door anderen in je kracht gezet worden, bescherming en de eigen regie willen hebben. Deze waarden worden na de Analysefase meegenomen naar de Ontwerpfase, waarna de krachtigste en meest gemeenschappelijke waarde wordt meegenomen naar de Valuefit.

Trend analyse

Binnen de trend analyse is er onderzoek gedaan naar welke trends op Mega-, Macro- en Micro- niveau van invloed zijn op het probleem dat de samenleving ervaart bij ziekte met betrekking tot sociaal isolement en onbegrip vanuit de omgeving. Deze drie niveaus zijn in kaart gebracht door middel van een trendkaart. Hier zijn vier trendclusters uit ontstaan. De twee trendclusters die het meest van toepassing zijn voor dit onderzoek zijn 'Residents Together' dat gaat over de verbondenheid van de samenleving en 'No Tunnel Vision', dat gaat over het steeds meer krijgen van inzicht, kennis en aandacht voor de wereld en de mensen om ons heen.

Uit de trend analyse komen verschillende belangrijke waarden naar voren. Dat zijn de ontwikkeling naar meer (zelf)kennis en aandacht, participatie, verbondenheid en gemak/efficiëntie. Deze waarden worden na de Analysefase meegenomen naar de Ontwerpfase, waarna de krachtigste en meest gemeenschappelijke waarde wordt meegenomen naar de Valuefit.

Sector analyse

Binnen de opleiding International Lifestyle Studies richten wij ons op de sectoren; Appearance, Food, Health, Human Movement, Leisure en Living. In dit onderzoek staan de sectoren Health en Living centraal. De sector Health omvat alle aspecten van gezondheid. Dit heeft natuurlijk betrekking op de ziekte van Lyme en alles wat daarmee te maken heeft. Bij de sector Living gaat het om de leefomgeving. Dit heeft betrekking op het sociaal isolement van Lyme patiënten.

De sector analyse laat eveneens een aantal belangrijke terugkerende waarden zien. Dat zijn het centraal stellen van het individu, het besef dat schaarste dwingt tot creativiteit, het belang van bewustwording, digitalisering in algemene zin en de waarde van flexibiliteit. Deze waarden komen terug in de Ontwerpfase, waarna de krachtigste en meest gemeenschappelijke waarde wordt meegenomen naar de Valuefit.

D DOELGROEP ANALYSE

Patiënten met de ziekte van Lyme hebben een hoog risico om in een sociaal isolement te raken. Als lifestyle professional wil ik graag bijdragen aan een betere kwaliteit van leven van patiënten in het algemeen en patiënten met de ziekte van Lyme in het bijzonder. Van belang is om er achter te komen wat de belangrijkste waarden en behoeften van de patiënten zijn en wat de daarbij behorende (on-)mogelijkheden zijn.

Wat zijn de belangrijkste waarden en behoeften op basis van de, lifestyle afgebakende, mentaliteitsgroep binnen de totale groep personen met de ziekte van Lyme in relatie tot hun sociale omgeving en welke pains en gains komen hier uit voort.



De analyse van de doelgroep is tot stand gekomen door zowel kwalitatief als kwantitatief onderzoek. Door middel van deskresearch zijn de primaire kenmerken van de doelgroep bekend geworden en met enquêtes en diepte-interviews zijn de pain & gain in kaart gebracht. De meest verrassende en nuttige uitkomsten worden hieronder gedeeld. De volledige resultaten zijn terug te vinden in de bijlagen. (Zie bijlage 1, pagina 89)

Onder de doelgroep verstaan we alle personen in Nederland met de ziekte van Lyme. Daarbij richt ik mij specifiek op de chronische vorm van de ziekte van Lyme. **Men spreekt van Chronische Lyme bij een ziekteduur van één jaar of langer.** De verschijnselen kunnen een langdurig en wisselend beloop hebben met vermindering en verergering van ziekteverschijnselen over weken tot jaren, waarbij de (fysieke) klachten telkens kunnen veranderen. (Lyme vereniging, sd)

Het aantal patiënten met de ziekte van Lyme is in de afgelopen twintig jaar verviervoudigd. En volgens verwachting zal dit aantal in de nabije toekomst blijven toenemen (NOS, 2018). Ieder jaar worden meer dan 1.000.000 mensen gebeten door een teek. In Nederland krijgen jaarlijks 27.000 mensen daadwerkelijk de ziekte van Lyme. Het werkelijke aantal mensen van de ziekte van Lyme ligt vermoedelijk hoger. Onder andere omdat de ziekte van Lyme zich lang niet altijd presenteert met de kenmerkende rode plek na een teekbeet, de Erythema Migrans (EM). Of omdat de EM niet wordt herkend of simpelweg over het hoofd wordt gezien. De aantallen worden nu enkel nog geregistreerd bij een zichtbare rode plek.

In principe kan iedereen de ziekte van Lyme krijgen. Ook is de ziekte van Lyme niet gebonden aan een bepaalde leeftijd. Zowel kinderen als volwassenen kunnen gebeten worden door een teek (alleen zijn kinderen minder oplettend). De gemiddelde leeftijd bij de ziekte van Lyme staat op 42 jaar. Dit is vergelijkbaar met de gemiddelde leeftijd in Nederland, 41,8 jaar (CBS). Verder maken patiënten vaak deel uit van een stel of een gezin. Het betreft meer vrouwen dan mannen en/of minder mannen zijn lid van een vereniging. Onder de patiënten is het merendeel hoger opgeleid en wanneer zij de ziekte hebben, kunnen zij vaak niet meer of slecht nog beperkt werken. Voorafgaand aan de ziekte hadden zij een hoog inkomen.

Enquêtes

Met behulp van enquêtes wilde ik graag te weten komen hoe het sociaal isolement tot stand komt en in stand blijft en achterhalen hoe men zich voelt en waar men behoefte aan heeft.

Omdat een sociaal aspect altijd tweerichtingsverkeer betreft, zijn er twee enquêtes opgesteld. Eén enquête is gericht op de patiënten met de ziekte van Lyme en een tweede enquête is bedoeld voor de omgeving van de patiënt met de ziekte van Lyme. Deze enquêtes heb ik online via diverse kanalen gedeeld. Hierbij viel op dat de oproep op mijn persoonlijke facebookpagina om de enquête in te vullen massaal werd gedeeld door vrienden, kennissen en ex-collega's. Maar dat niemand de 'omgeving enquête' invulde. Hieruit kan een eerste conclusie getrokken worden, het treft de omgeving minder. Zij voelen zich niet aangesproken of zijn zich niet van bewust wat het belang is voor de patiënt.

De enquête voor de patiënten is door een grote groep Lyme patiënten ingevuld. Ik heb ontzettend veel steunbetuigingen gehad. Ook vraagt men of ik na afloop de resultaten met ze wil delen. Iedereen is erg benieuwd naar de uitkomsten. Voor mij een bevestiging dat ik op dit moment met het juiste bezig ben.

Na het ontvangen van 135 ingevulde enquêtes heb ik de resultaten geanalyseerd. De volledige enquête is terug te vinden in de bijlagen. (Zie bijlage 1, pagina 89)

Een beknopte conclusie die hieruit getrokken kan worden is dat Lyme patiënten over het algemeen hetzelfde ervaren. Het duurt lang voordat ze de juiste diagnose krijgen, de diagnose betreft dan veelal Chronische Lyme en het beïnvloedt hun leven enorm. Merendeel kan niet meer werken, ervaren onbegrip vanuit de omgeving en geven aan een mindere kwaliteit van leven te hebben. De behoefte naar meer en beter sociaal contact is groot.

"Ik was ooit top-fit/gymnastiek docente en nu arbeidsongeschikt met elektrische fiets en geen sport meer als hobby"

"VAN EEN DRUK SOCIAAL LEVEN
NAAR EEN COUCH PATATO"

**"IK HAD EEN OLIFANTENGEHEUGEN EN
NU BEN IK ALS EEN DEMENTERENDE"**

"Voorheen leefde ik, nu probeer ik te overleven. Ik voel me meestal een dode die ademt"

Bij meer dan de helft van de respondenten duurden het jaren voordat ze de juiste diagnose kregen.

Op het moment dat men de diagnose kreeg, betrof het bij 73,3% het laatste stadium van Lyme. Of wel Chronische Lyme.

Meer dan 60% van de respondenten verricht geen betaald werk.

De meest voorkomende klachten zijn vermoeidheid, pijn, darm- en maag problemen, krachtverlies, duizeligheid, zenuwpijn, algehele malaise. Maar ook cognitieve klachten zoals vergeetachtigheid en concentratieproblemen.

De respondenten waren voordat ze ziek werden erg tevreden met hun sociale leven. Ze geven hun sociale leven gedurende hun ziekte een zware onvoldoende.

Vrijwel alle respondenten ervaren onbegrip vanuit de omgeving. Ze worden het meeste gesteund door hun directe omgeving. Denk aan ouders, kinderen en partners. Zij maken de ziekte van dichtbij mee waardoor ze het beter begrijpen en beter kunnen inspelen op de behoeften van de persoon met Lyme.

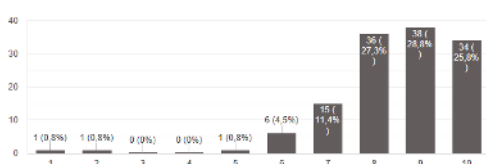
Lymepatiënten merken dat de omgeving de ziekte niet (goed genoeg) begrijpt.

De meeste respondenten willen meer sociaal contact. Ze voelen zich opgesloten in hun eigen lichaam en/of huis.

Lymepatiënten geven aan dat hun ziekte de kwaliteit van leven belemmert maar ook het plezier in het leven. De spontaniteit is weg.

Bijna alle respondenten geven aan dat ze zich telkens opnieuw moeten verdedigen ten opzichte van hun omgeving. Zij ervaren onbegrip of voelen zich niet gehoord. Dit creëert een gevoel van boosheid, verdriet en onzekerheid.

Welk cijfer geeft u uw sociale leven voordat u ziek werd?
132 antwoorden



Welk cijfer geeft u uw sociale leven tijdens uw ziekte?
132 antwoorden



Diepte-interview

Met Debby de Venter heb ik een eerlijk en emotioneel interview gehad. Zij kampt al jaren met diverse fysieke en mentale klachten. Na acht jaar (inmiddels twee jaar terug) kreeg zij de diagnose Chronisch Lyme.

Wat opvalt is dat de Debby aan gaf het al prettig te vinden wanneer de ziekte, en daarmee zichzelf, serieus wordt genomen. En dat, ondanks dat het veel energie vergt, zij toch erg graag deel neemt aan een interview of een enquête. Hieruit blijkt dat de doelgroep er veel voor over heeft om gehoord te worden en de ziekte van Lyme meer bekendheid te geven.

Bij Debby gingen de klachten van kwaad tot erger gingen. Er zijn jaren verstreken dat zij alleen maar thuis in bed of op de bank kon liggen. **In het interview benoemt Debby dat zij en haar man “gelukkig” geen kinderen hebben.** Kinderen is simpel gezegd niet haalbaar. Vanwege de fysieke en mentale klachten is Debby met haar baan moeten stoppen. Dit besluit had een flinke impact op haar. Het gaf haar het gevoel ineens geen deel van de maatschappij meer uit te maken. Dit deed haar enorm veel verdriet.

Vervolgens kreeg ze het “goede nieuws” van de behandeld Internist in Nederland dat er niets met haar aan de hand was en kreeg ze de diagnose Chronische Vermoeidheid Syndroom (CVS). Behalve dat ze deze diagnose als een stempel ervaarde, betekent dit in Nederland dat je bent uitbehandeld. Aangezien men hier niks tegen kan doen.

Helaas ging het steeds slechter met Debby. Op eigen initiatief, en op eigen kosten, is ze doorgedaan met het zoeken naar oplossingen. Dit bracht haar bij een arts in het buitenland die haar positief testte op Lyme. Chronische Lyme. Debby gaf aan **‘Er valt zo’n last van je schouders wanneer er eindelijk een diagnose is. Het zit niet tussen je oren, je bent niet gek. Je kunt je omgeving uitleggen dat het niet over gaat met een keer op tijd naar bed te gaan’.**

Het grootste verschil met vroeger vindt Debby dat ze nu met echt alles rekening moet houden. Als ze een keer in staat is om iets leuks te doen dan moet zij daarna ‘weer de prijs betalen’ Bij Debby betekent dit onder ander lang bijkomen. Dit heeft effect op de relaties die Debby heeft. Deze zijn heel erg veranderd. **Er is weinig intimiteit, afspreken gaat eigenlijk niet en richting haar man ervaart zij een schuldgevoel.**

Tot slot valt op dat Debby, net zoals veel andere patiënten met de ziekte van Lyme, ervoor waakt om in een slachtofferrol te gaan zitten. Ze wil door en is ontzettend dankbaar voor de kleine dingen in het leven. Debby stelt ‘je moet hoop houden dat het ooit, met de dag, steeds een beetje beter zal gaan’.

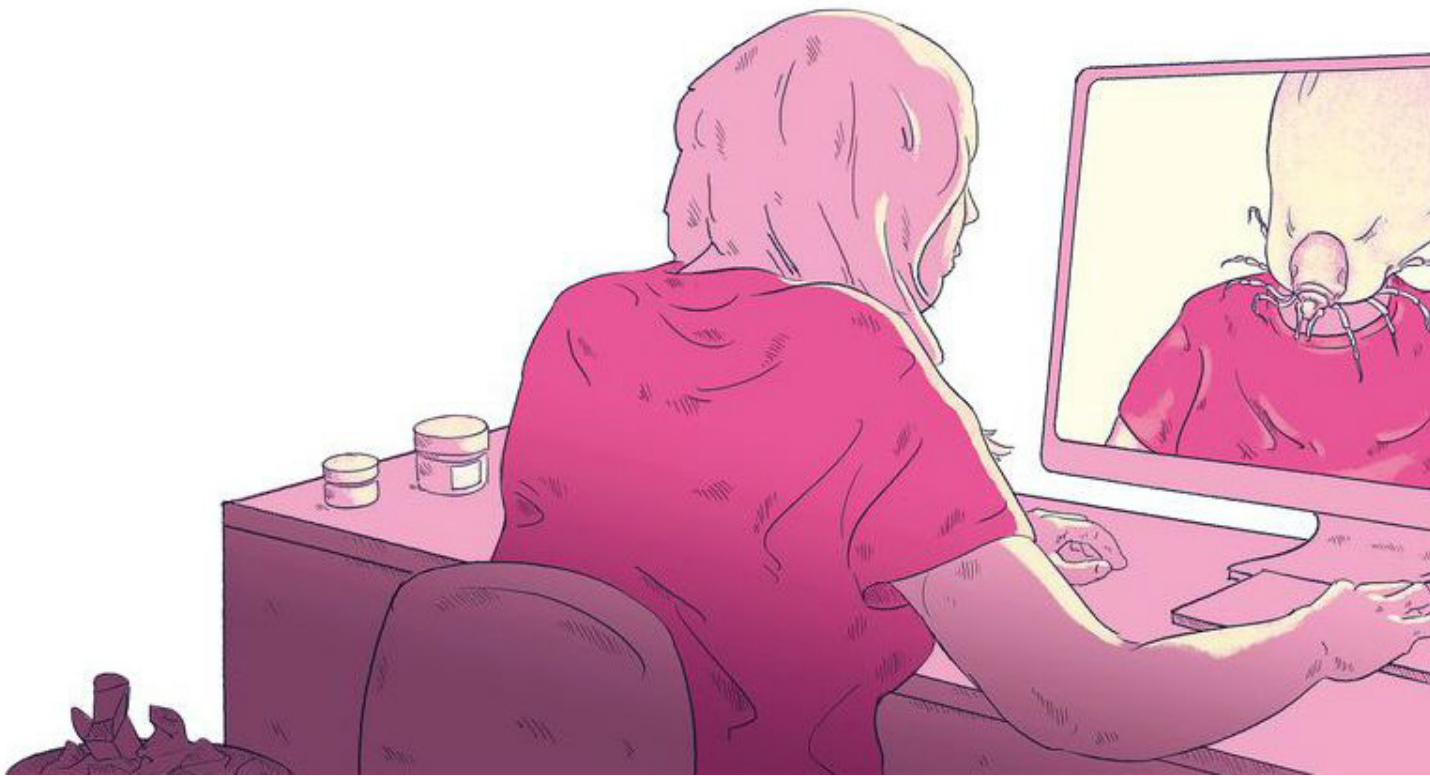
Hiernaast is het diepte-interview met Debby uitgewerkt. Ook tal van andere kanalen zijn gebruikt om informatie in te winnen bij de doelgroep. Zo hebben de antwoorden op de open vragen in de enquête veel bijgedragen, wat ook geldt voor meerdere skype-interviews en facebook chatgesprekken. Daarnaast hebben de ontmoetingen met patiënten, zowel bij de overhandiging van de Lyme monitor aan de Tweede Kamer als bij de kliniek waar deze onderzoeker zelf wordt behandeld, veel informatie en bruikbare inzichten opgeleverd. Hieronder volgt een deel van al deze extra inzichten.

Hoe blijft u overeind? Hoe blijft u doorvechten? Waar haalt u kracht uit?

- Mijn dieren en de natuur(vanuit t raam) en eens een uurtje weg
- Ik blijf hopen op vooruitgang. En 2 van mijn 3 kinderen hebben psychische problemen en hebben me nodig
- Voor mijn kinderen ga ik door
- Ik heb 'n ijzer sterke wil er is nog zoveel te doen hier dus ga net zolang door totdat ik genezen ben
- Dat weet ik soms ook niet. Ik probeer te genieten van de mensen, kinderen en dieren om me heen.
- Dat ik wil blijven leven. En nu ik ontdekt heb dat ik mij beter voel in een warm klimaat heb ik meer hoop
- Hoop op genezing, de wil om te leven, voorbeelden van anderen die genezen zijn, mijn geloof.
- Vooruit blijven kijken. Door sterk te zijn in het hoofd
- Door Humor en dat ik mijn zoon graag goed terecht wil zien komen . Kleine dingen waar ik van kan genieten , En ben al blij dat ik nog leef heb al zoveel meegemaakt
- Uit het genieten van alle kleine dingen. Ik kan misschien niet alles wat een 'normaal mens' wel kan. Maar dat betekend niet dat je bij de pakken neer moet gaan zitten
- Je hebt geen keus! Ik probeer zoveel mogelijk positief te blijven en ik doe vooral zelf onderzoek, lees van lyme specialisten hun adviezen e.d.
- De kleine geluismomentjes, bijvoorbeeld een gesprek met iemand of de zon , per dag leven, maar ook naar de toekomst kijken
- Het leven is mooi en bijzonder
- Beetje cliché maar mijn kinderen, beestjes en te genieten van alles wat nog wel kan en gaat.
- Karakter eigenschap, afleiding en de noodzakelijke extra zorg voor kind. Vergeet dat ik zelf wat mankeer

Wat is voor u het grootste verschil tussen voor en tijdens uw ziekte?

- Ik had een olifantgeheugen en nu ben ik als een dementerende.
- Dat ik niet weet wat mijn toekomstperspectief is. Ik kan niet ergens naartoe leven (een studie volgen, werk, zelfstandig wonen, etc.), alles is onzeker. Een ander groot verschil is dat ik over alles moet nadenken, bewust keuzes moet maken, omdat elke keuze consequenties heeft voor hoe ik me voel. De spontaniteit in het leven is weg.
- Ik was toen onafhankelijk en nu niet meer
- Het vanzelfsprekende van het leven. Je moet nu overal en altijd rekening ermee houden
- Zonder problemen alles kon doen wat ik wilde en niet belemmerd werd door geen energie of vermoeidheid.
- Dat je over alles moet nadenken voordat je iets kan doen. Als ik nu dit doe, lig ik morgen op bed
- Ben door mijn ziektes een ander mens geworden . Zie nu duidelijker hoe mensen zijn in nood leert men zijn vrienden en familie kennen is waar . En begrijpt door dat ik vaker dicht bij de dood heb gestaan wat er echt toe doet ben daardoor relexter en weet wat ik wel en niet meer wil voel me daardoor een rijker en sterker mens .
- Deelnemen aan het leven, plannen maken
- Weinig energie hebben en vermoeid, van een druk sociaal leven naar een couch patato
- Totaal anders voorheen 50+ werkweken en nu 100% afgekeurd
- Dat is zo groot, mentaal ben ik bijna niet belastbaar vroeger zo ook fysiek, ik was zeer sportief, wandelen in de bergen, fietsen etc, kan nu allemaal niet echt meer.
- Mijn wereld is een stuk kleiner geworden
- Was ooit top-fit/gymnastiek docente en nu arbeidsongeschikt met elektrische fiets en geen sport meer als hobby
- Voorheen leefde ik, nu probeer ik te overleven. Ik voel me meestal een dode die ademt

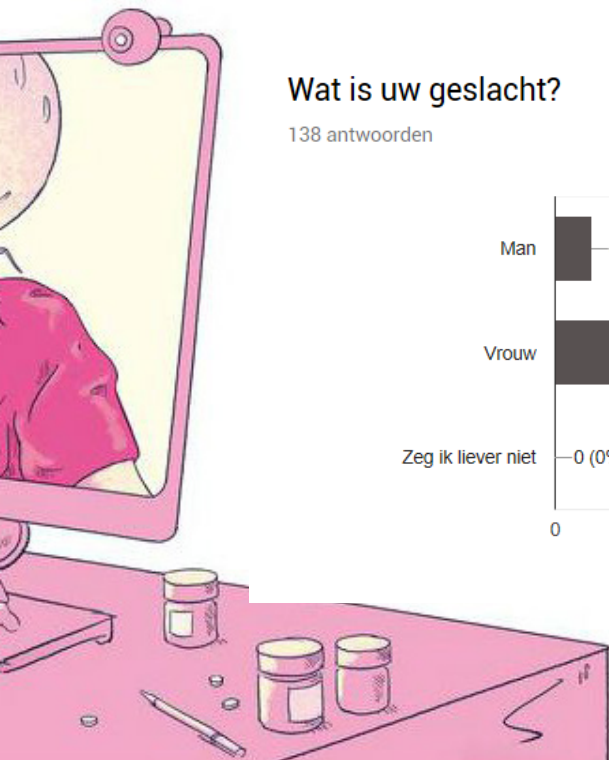


Meer vrouwen dan mannen

Wat opvalt is dat het lijkt of de ziekte van Lyme meer vrouwen treft dan mannen. Er is nog weinig wetenschappelijk bewijs dat vrouwen vaker of sneller geïnfecteerd zouden worden. Het zou te maken kunnen hebben met een zwakker immuunsysteem van vrouwen en/of met hormonen. Zo hebben vrouwen ongeveer twee keer meer kans op sommige vormen van MS dan mannen (*Bron: LevenmetMS*)

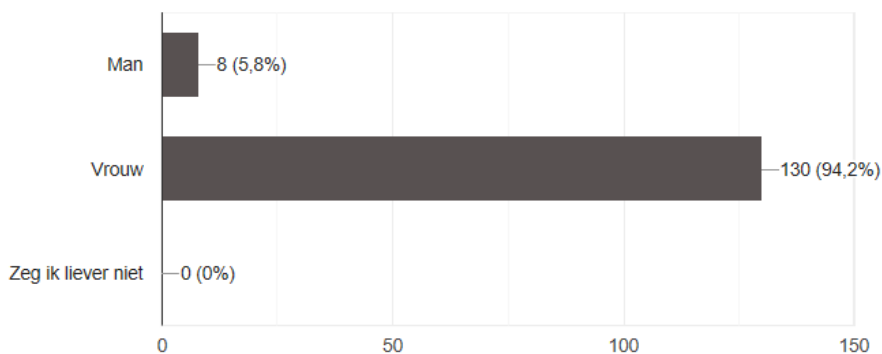
Wat wel meteen duidelijk werd, is dat het overgrote deel van de respondenten op de enquête van het vrouwelijk geslacht bleek te zijn: 130 vrouwen tegenover 8 mannen. Dit wil niet direct zeggen dat meer vrouwen de ziekte van Lyme hebben, het lijkt er eerder op dat vrouwen zich sneller aanmelden bij een belangenvereniging. Ook in een besloten Facebookgroep met 1960 leden is het merendeel vrouw.

Vrouwen hebben kennelijk een grotere behoefte dan mannen om over hun ziekte en de gevolgen daarvan te praten met lotgenoten. Zo zijn er ook veel meer vrouwen die bloggen of vloggen over de ziekte van Lyme. Dit onderzoek en de daaruit volgende concepten zullen naar verwachting dan ook meer vrouwelijke Lyme patiënten bereiken dan mannelijke.



Wat is uw geslacht?

138 antwoorden



Bron: Eigen enquête

Bron: Illustratie Sebe Emmelot

Vrouwelijke Lyme patiënten influencers

Lauri Giepmans



OVER MIJ

Hoi hoi! Leuk dat je kijkt op Little Notes, mijn blog waarop ik praat over positief denken, DIY's, de ziekte van Lyme, lichtbuntjes zoeken en natuurlijk neem ik je ook mee in mijn dagelijkse leven vol domme opmerkingen en eenzijdige situaties. Wil je meer weten over mij, klik dan Hier... Liefs Lauri



Lisanne leeft



Recentelijk
 Het werd eindelijk de tijd om de volgende video uit te brengen! Het is een 20 minuten lange video waarin ik vertel over mijn ervaringen met Lyme en hoe ik er mee omkom. Meer over mij kun je ook op mijn blog vinden.
 www.lisanneleeft.nl

+BLOGLOVIN 5.1k @LisanneLeeft volgt



Pagina leuk vinden

Marleen Groeneveld



FOLLOW ME ON FACEBOOK



Berdien Renes



By Bird

Leuk dat je mijn blog bezoekt! De bedoeling is om op dit blog informatie met jullie te delen over de ziekte van Lyme & mijn ervaringen met deze sluipmoordenaar. Met als doel: Lyme Awareness. Voor mijn Diary (met meer alledaagse dingen) klik hier. Wil je weten wie ik ben? Kijk dan hier.

Lidewij Boeken



Lidewij Boeken
 11 okt '18
 Engels oerset
 @Lidewij Boeken heeft een video geplaatst
 Sommige mensen die me gaud hebben, denken dat ik wil, maar ik wil je meer vertellen over de ziekte van Lyme.
 Like video



lauriegiepmans **Volgen** ...

417 berichten 766 volgers 134 volgend

littlenotes.nl
 21-jaar-oud stukje girl
 Blogging about the Lyme life
 Prout feelingtube zoner
 Happy vibes
 Mindstyle
 linktr.ee/lauriegiepmans

lisanneleeft **Volgen** ...

5.475 berichten 6.935 volgers 831 volgend

Lisanne van der Vaart
 Blog
 Over dingen waar je bli van wordt
 YouTube, leukste
 20x nillie.nl
 Herstelend na 17 jaar chronische Lyme
 Woort in Don Heléor
 www.lisanneleeft.nl

6.935 volgers

marleenmq **Volgen** ...

598 berichten 421 volgers 546 volgend

Marleen Groeneveld
 14 jaar
 creatievolg
 warme lieft
 Jan van IJsselstein
 Zang met gastde vooding
 aan het herstellen van Lyme & Bartonella
 help-four-paws.org/41-NL/lijnen-hoem-niet-koelen

bybird.nl **Volgen** ...

825 berichten 7.671 volgers 674 volgend

Berdien Renes
 Ondernemer in pyjama
 Chronisch ziek met gekke nagels
 Online trainingen mindset / ondernemen / tijd
 Brighten up YOUR life
 linktr.ee/bybird.nl

7.671 volgers

lidewijboeken **Volgen** ...

266 berichten 1.818 volgers 469 volgend

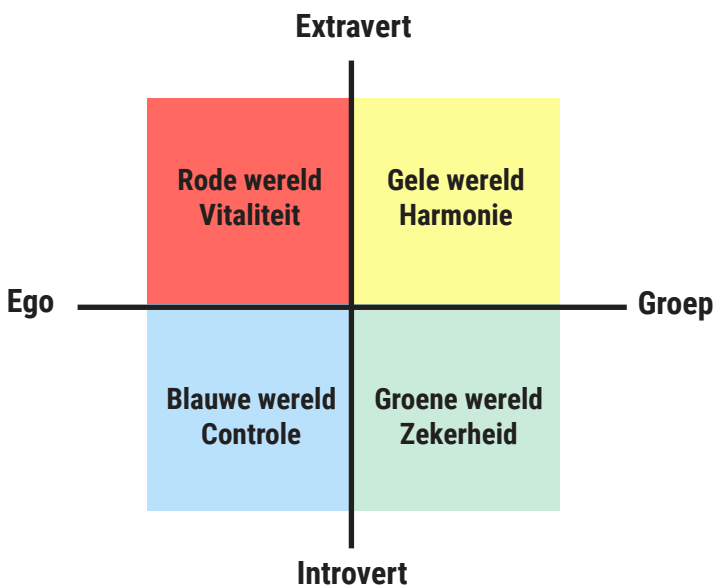
Lidewij Boeken
 nuNetherlands
 Lyme Warrior
 see me rolling
 Claiming back my health
 board member of @lymevereniging
 Mo at @rmlatough
 youku.be/XLIM3HONJU

BSR-MODEL

BSR-Model

Het Brand Strategy Research model gebruikt psychografische waarden om mensen in te delen in verschillende leefstijlen. Deze leefstijlen worden gecreëerd vanuit twee assen: de sociologische as en de psychologische as. De sociologische as loopt tussen 'ego' en 'groep',

De psychologische as loopt van 'extravert naar 'introvert'. Met dit model worden vier belevings werelden in kaart gebracht. Het structureert de achterliggende waarden, behoeften en motieven van mensen binnen een bepaald domein. Aan de hand van dit model wil ik de mentaliteitsgroep nader specificeren zodat deze op de juiste manier vorm krijgt.



(Bron: SAMR Marktvinders)

Mentaliteitsgroep

De mentaliteitsgroep bevindt zich in de groene en in de gele wereld. Ook wel genaamd; 'Gezellig lime'. Het betreft een mentaliteitsgroep die zowel door waarden uit de groene als de gele wereld wordt gekenmerkt. Zij hechten waarden aan zowel privacy, rust, ontspanning, liefde & geluk, geborgenheid, veiligheid (groene wereld) als aan vriendschap, plezier, sociaal contact en verbondenheid (gele wereld). Op de scheidslijn van deze twee werelden zijn de waarden; betrokkenheid, hulpvaardigheid, solidariteit, erg belangrijk. In de rest van het onderzoek zullen we deze mentaliteitsgroep benoemen onder de naam: **Lymies**.

Model gericht op chronische Lyme patiënten

Om binnen de doelgroep chronische Lyme patiënten een duidelijker beeld te krijgen in verschillende mentaliteitsgroepen is er gebruik gemaakt van twee nieuwe assen. Namelijk: 'sociaal betrokken', 'sociaal isolement' op de verticale as en 'Samenleving' en 'Individu / Directe leefomgeving' op de horizontale as.

Lymies

Uit het BSR-model in combinatie met de uitkomsten van de enquêtes en de interviews staan bij de mentaliteitsgroep 'erkenning', 'betrokkenheid', 'verbondenheid' en 'genieten van het leven' als belangrijkste waarden bovenaan. Het zijn van origine sociale en spontane personen, maar hebben dat vanwege de ziekte in moeten leveren. Ze zijn van sociale vlinders in kluizenaars veranderd. Ze halen veel voldoening uit liefde en gezelligheid vanuit hun directe omgeving en (huis-)dieren. Het zijn doorzetters met een ijzersterke wil om te leven. Ze zullen niet gemakkelijk klagen en blijven hoop en vertrouwen in de toekomst houden. Ze genieten nu extra van de kleine dingen in het leven.

Rode wereld:

Lymepatiënten die ondanks de extreme klachten door blijven gaan met hun werkzaamheden en sociale leven.

Blauwe wereld:

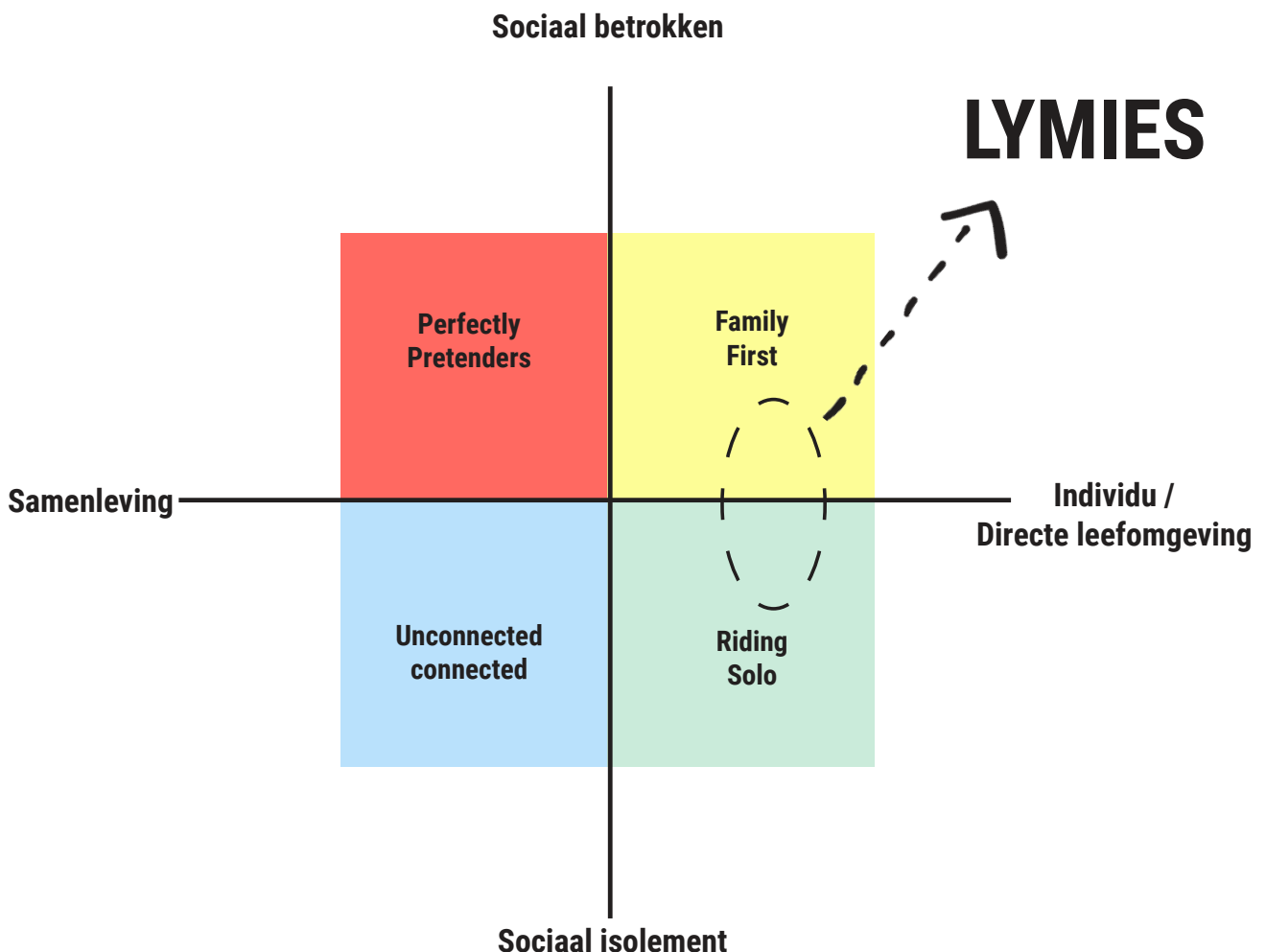
Lymepatiënten die nog maar weinig sociaal contact hebben maar vanuit huis (betaalde) werkzaamheden proberen te verrichten of erkenning/contact te krijgen via online kanalen.

Gele wereld:

Lymepatiënten die graag nog erg betrokken blijven bij de sociale contacten uit hun directe leefomgeving.

Groene wereld:

Lymepatiënten die in een sociaal isolement zitten en nog maar enkele personen zien zoals een ouder of partner of zelfs niemand.



Pain & Gain

'Pain' & 'Gain' zijn twee begrippen die in het vakgebied concepting en marketing worden gehanteerd om de behoeften, aangestuurd door waarden, van een doelgroep scherp te duiden. De gain is een expliciete behoefte die een groep mensen heeft en de pain is de onmogelijkheid om die behoefte daadwerkelijk te bevredigen.

Gain

Lymies willen gerespecteerd worden door hun omgeving. Ze willen betrokken worden bij belangrijke dingen en gewaardeerd worden voor wat ze doen. Kortom "erbij horen". Een juiste balans tussen privacy-rust en liefde-gezelligheid is van belang. Lymies proberen het beste uit hun dag te halen.

Pain

Vanwege de Lyme-klachten worden Lymies sterk belemmerd bij het vervullen van hun behoeften. Zij vergelijken hun huidige (sociale) leven met dat van anderen en dat van henzelf voorafgaand aan de ziekte van Lyme. De verschillen zijn pijnlijk en confronterend. Door de combinatie van klachten en het onbegrip vanuit hun omgeving is het haast onmogelijk om een baan of sociale contacten in stand te houden.

ASTRID VAN DER BROEK

HEEFT DE ZIEKTE VAN LYME



OVER ASTRID

- Astrid is 42 jaar. Ze woont samen met haar man Bas (45), twee kinderen Toby (8) en Julia (6) en hondje Simba. Astrid heeft de ziekte van Lyme en is daardoor al 4 jaar huis- en bed gebonden. Voordat Astrid ziek werd had zij een baan als office manager bij een groot marketing-bureau waar zij met veel plezier en verantwoordelijkheid werkte. Zij was fit, actief, avontuurlijk, had een groot sociaal netwerk en trok er samen met Bas, in hun jongere jaren, graag op uit! Haar dagen bestaan nu uit opstaan, de kinderen aankleden en weer terug naar bed. In de middag, wanneer het lukt, een kleine wandeling met de hond, rusten en de kinderen knuffelen wanneer zij uit school komen. Iedere dag is zij niet aan het leven maar aan het overleven. Ze heeft veel steun aan bas en aan haar ouders die helpen bij het huishouden.

EIGENSCHAPPEN

Karaktereigenschappen:

- Liefdevol
- Zorgzaam
- Doorzettingsvermogen
- Liergierig
- Creatief

Belangrijke waarden:

- Liefde & Geluk
- Verbondenheid
- Rust
- Genieten van het leven

Wensen en dromen

- Genezen (klachtenvrij te leven)
- Weer een leuke moeder en partner zijn

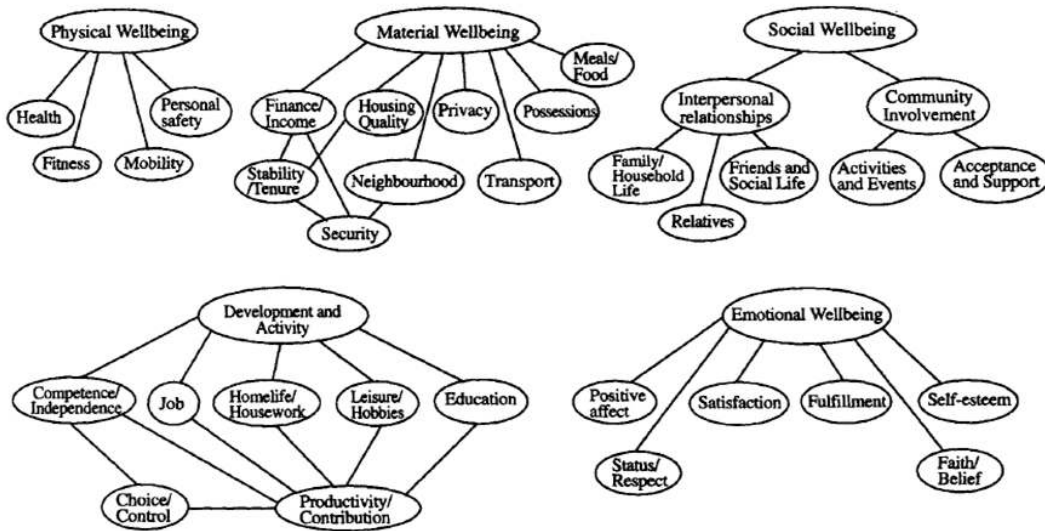
Angsten en zorgen

- Niet genezen, als kasplantje eindigen
- Behandelingen niet meer kunnen bekostigen
- Nog meer vriendschappen verliezen
- Geen vertrouwen meer in mijn lichaam

Gelukkig	● ● ● ● ●
Eenzaam	● ● ● ● ●
Opgesloten	● ● ● ● ●

“Ik heb een ijzer sterke wil om te leven, er is nog zó veel om van te genieten!”

QUALITY OF LIFE



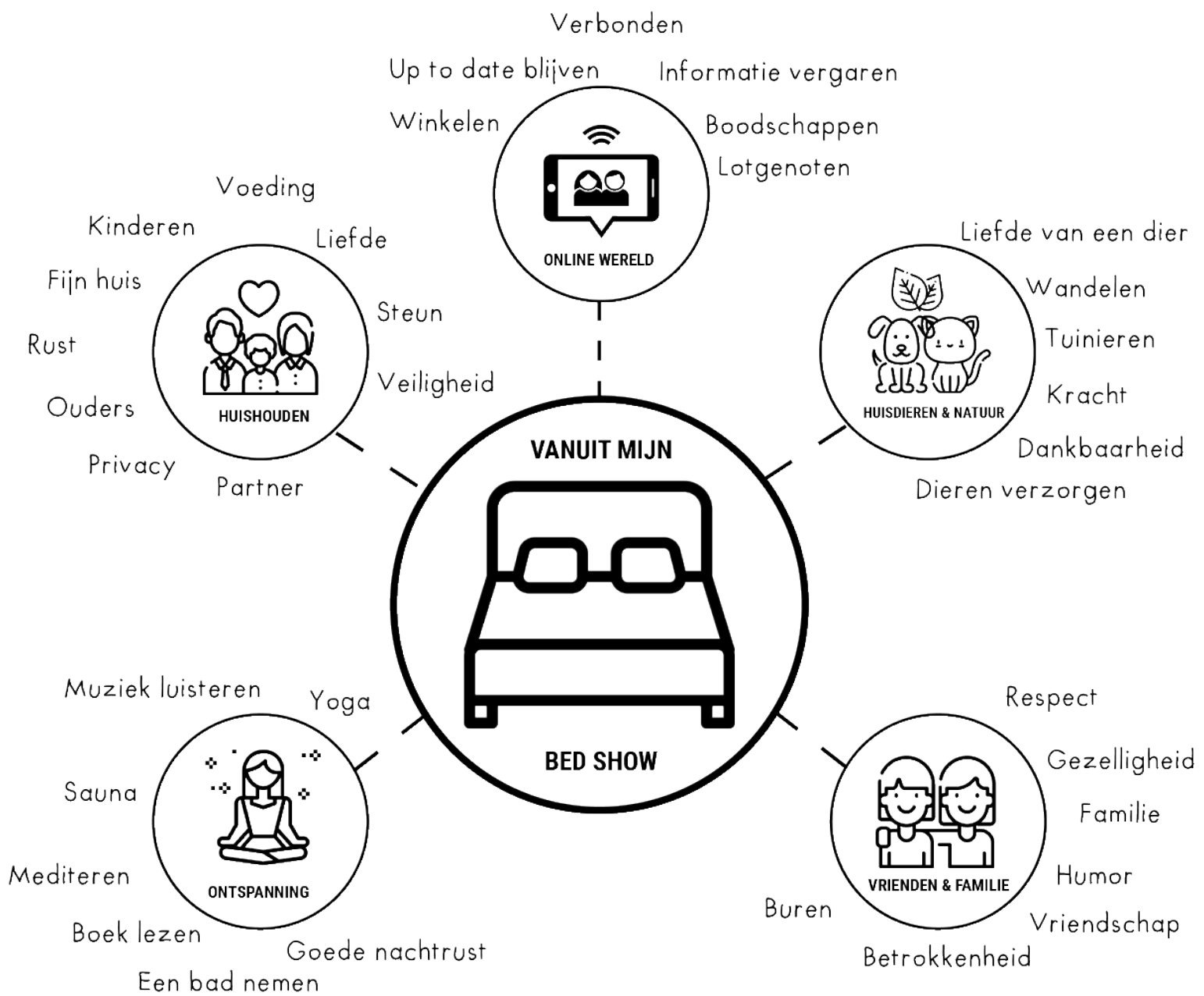
(Bron: Felce & Perry, 2015)

Het model van Felce & Perry (1995) verdeelt verschillende factoren die van invloed zijn op kwaliteit van leven in vijf vormen van welzijn. Namelijk; Fysiek welzijn, Sociaal welzijn, Emotioneel welzijn, Materieel welzijn en Ontwikkeling/ Activiteiten.

Dit model heb ik gebruikt als basis om de kwaliteit van leven van mensen met chronisch Lyme in kaart te brengen. In plaats van deskresearch heb ik voornamelijk veel bed- en bankresearch gedaan omdat ik als Lyme patiënt vaak bed gebonden ben. Zelf patiënt zijn en toch tegelijk met professionele reserve naar de situatie kijken. Deelnemer en onderzoeker. Het is mij gelukt om met enige afstand mijn eigen situatie te abstraheren. Vandaar dat dit nieuwe model gebaseerd is op de kwaliteit van leven vanuit bed. In plaats van 'Ver van mijn bed show' een 'Vanuit mijn bed show'.



(Bron: Unsplash)



Conclusie Doelgroep analyse

Uit de doelgroep analyse komen verschillende belangrijke waarden naar voren. Dat zijn genieten van het leven, deelname, de behoefte aan erkenning, het verlangen naar rust en de behoefte aan verbondenheid. Deze waarden worden na de Analysefase meegenomen naar de Ontwerpfase, waarna de krachtigste en meest gemeenschappelijke waarde wordt meegenomen naar de Valuefit.

0 OPDRACHTGEVER ANALYSE

Welke rol is weggelegd voor een opdrachtgever met betrekking tot het verminderen van onbegrip en sociaal isolement voor personen met Lyme?

Nederlandse Vereniging voor Lyme-patiënten Voorzitter Fred Verdult

De Nederlandse Vereniging voor Lyme-patiënten (NLVP) is op 11 mei 1994 opgericht door Lyme-patiënten. Het is dé belangenorganisatie voor Lyme-patiënten in Nederland. In alle media, Lyme magazine, de website en Social Media, kiezen zij, in plaats van de statutaire naam Nederlandse Vereniging voor Lyme-patiënten (NVLP), voor de naam 'Lymevereniging'. De Lymevereniging richt zich zo breed mogelijk op de ziekte van Lyme en de daaruit voortvloeiende gevolgen. Dit doet zij op zowel medisch vlak als op sociaal-maatschappelijk en sociaaleconomisch gebied. De vereniging vraagt aandacht voor de Lyme-problematiek op lokaal, regionaal en landelijk niveau, volgt de politieke ontwikkelingen en probeert deze, waar mogelijk, te beïnvloeden. De Lymevereniging strijdt voor goede diagnose en behandeling van de ziekte van Lyme. Voor iedereen en vooral voor mensen met chronische Lyme.

Leden

De Lymevereniging kent een groot aantal leden en gaat zich de komende jaren inspannen om meer leden aan de organisatie te binden en om het aantal uitschrijvingen te verminderen. In 2018 telde de vereniging 2.057 leden.

Ontwikkeling aantal leden	2013	2014	2015	2016	2017	2018
nieuwe leden	195	281	217	215	287	284
uitschrijvingen	-316	-158	-135	-145	-201	-390
aantal leden einde jaar	1802	1925	2007	2077	2163	2057

(Bron: Sociaal jaarverslag 2017)

Vrijwilligers

De Lymevereniging is nu vrijwel geheel afhankelijk van de inzet van vrijwilligers, zij dragen de vereniging. In 2017 waren 61 actieve leden/vrijwilligers verantwoordelijk voor het plannen en uitvoeren van alle activiteiten. De meeste van hen zijn leden, soms ook niet-leden of sympathisanten. De Lymevereniging wil het initiatief op zich nemen om het Lyme Fonds op te richten zodat er in de toekomst ook betaalde medewerkers in dienst kunnen treden. (Bron: Sociaal jaarverslag 2017) Een ontwikkeling die de verdere professionalisering van de organisatie zeker ten goede zal komen.

Werkgroepen, Ontplooiing en Bescherming

De Lymevereniging is er voor iedereen, maar voornamelijk voor mensen met chronische Lyme. De Lymevereniging kent verschillende 'werkgroepen'. Zo zijn er bestuursleden en vrijwilligers die zich specifiek op een bepaalde groep richten. (Bron: Lymevereniging)

Kinderen met Lyme en ouders van kinderen met Lyme

Kleine kinderen kunnen hun klachten vaak niet benoemen. Het maakt het voor ouders en artsen extra moeilijk om kinderen te begrijpen. Bij veel kinderen met Lymeborreliose ontstaan problemen op school. Prestaties gaan achteruit, het schoolverzuim neemt toe, de kinderen raken sociaal geïsoleerd enzovoort. Omdat kinderen met Lyme vaak te ziek of te vermoeid zijn om naar school te gaan en er onvoldoende kennis aanwezig is over de ziekte bij scholen/schoolartsen, kunnen er problemen ontstaan met de leerplicht. Als gevolg hiervan worden regelmatig meldingen gedaan bij Veilig Thuis/ AMK of dreigende ondertoezichtstelling door de Raad voor de Kinderbescherming. De Lymevereniging kan ouders adviseren om vooral in gesprek te blijven met school en zoveel als mogelijk het contact tussen andere kinderen en het eigen kind te bevorderen. Samen met belangenvereniging Zorg intensieve kinderen (BVIKZ) stelt de Lymevereniging mis(ver)standen aan de kaak en brengen zij ze onder de aandacht van de politiek.

Jongeren met Lyme

Deze werkgroep is bedoeld om te helpen bij het samenbrengen van jongeren met de ziekte van Lyme. De Lymevereniging vindt het belangrijk dat juist voor deze doelgroep aparte activiteiten zijn. Juist omdat jongeren vaak toch andere problemen ondervinden door de ziekte en het anders benaderen dan de wat oudere mensen. Er worden gedurende het jaar bijeenkomsten gepland en andere activiteiten georganiseerd voor jongeren van ongeveer 18-30 jaar oud. Er worden meerdere activiteiten per jaar gepland zoals een boottochtje in Utrecht of een bijeenkomst in een café in Amsterdam. Ook is er een besloten facebookgroep voor deze jongeren van de vereniging.

Werk en Lyme

Lyme-patiënten die langere tijd ziek zijn, krijgen steeds vaker problemen met arbeidsongeschiktheid doordat de ziekte van Lyme niet eenvoudig te diagnosticeren is en de beperkingen voor werk niet eenvoudig en eenduidig vast te stellen zijn. De Lymevereniging kan helpen bij vragen zoals: "Welke wettelijke stappen worden ondernomen als ik mij heb ziekgemeld? Hoe kan ik mij voorbereiden op een gesprek met de bedrijfsarts? Hoe kan ik 'het gat' in mijn cv oplossen?".



Bron: Facebook



Communicatie en Media

Publiciteit

De Lymevereniging zorgt voor meer en meer aandacht over de ziekte van Lyme in de media. Zo zijn er afgelopen jaar fragmenten te zien geweest bij 'Hart van Nederland, Editie NL, EEN vandaag, Jeugdjournaal, NOS en RTL Nieuws'. Verder verschenen er artikelen in het Algemeen Dagblad, het Brabants Dagblad, Het Parool, NRC en waren er radio-fragmenten bij 'NPO Radio 1'. Steeds wordt geprobeerd de boodschap toegankelijk en laagdrempelig over te brengen, zodat het voor iedereen te begrijpen valt.

Lyme magazine

Het Lyme magazine is een kwartaalblad voor leden, artsen en andere geïnteresseerden. In het magazine zijn verschillende dingen te lezen zoals: Goede medische informatie, de nieuwste ontwikkelingen op wetenschappelijk gebied, verhalen van Lyme patiënten, aandacht voor de diagnose- en behandelproblematiek van Lyme ziekte, informatie over sociale verzekeringen/werk/uitkering en informatie over de bezigheden van de vereniging. Door de fullcolour vormgeving is het blad goed leesbaar en door ook verhalen te kiezen met een positieve inslag, biedt het meer perspectief voor Lyme patiënten. Het idee daarachter is om patiënten steeds meer in hun kracht te zetten en hen zoveel mogelijk de eigen regie te laten voeren.

Digitale nieuwsbrief, website en sociale media

Dit medium is met name geschikt voor het brengen van actueel nieuws en aankondigingen. Bij bijzondere en belangrijke zaken betreffende de vereniging kan er periodiek een extra nieuwsbrief verschijnen. De website heeft in 2017 een stevige opfrisbeurt gehad. De content is op de schop genomen en alles is overzichtelijker gemaakt. Punt van aandacht blijft het actualiseren van (de content van) de website. Op Facebook volgen 3.387 mensen de pagina en op Twitter 899. Ze zijn erg actief op deze kanalen en delen interessante artikelen of laten zien waar ze als vereniging mee bezig zijn.

De Nederlandse Lyme Monitor 2019

Begin 2019 heeft de NVLP het initiatief genomen tot de 'Nederlandse Lyme Monitor'. Voor het eerst zijn chronische Lyme-patiënten in Nederland goed in kaart gebracht en het resultaat is schokkend. 1.657 chronische Lyme patiënten hebben de uitgebreide online Nederlandse Lyme Monitor ingevuld. De gezondheid, de zorg, de behandeling en de kwaliteit van leven van chronische Lyme-patiënten zijn erbarmelijk. De uitkomsten van dit rapport zijn in april 2019 overhandigd aan de Tweede Kamer. Deelnemers werden geworven via de digitale nieuwsbrief, website en via social media.

Lyme is...

De Lymevereniging is begin 2019 een grote campagne gestart onder de naam "Lyme is: geef een gezicht aan Lyme". De achterliggende gedachte is dat Lyme vele gezichten heeft en dat het iedereen kan overkomen. De NVLP vond dat het tijd was om deze gezichten te laten zien. De overhandiging van De Nederlandse Lyme Monitor en de campagne vonden beiden plaats tijdens de jaarlijkse 'Week van de Teek'. Ook vanuit de vereniging is extra veel aandacht gevraagd voor de ziekte van Lyme.

Lezingen en beurzen

In 2017 hebben vrijwilligers 20 lezingen gegeven en hebben zij op 34 dagen op beurzen en informatiemarkten gestaan om informatie te verstrekken over de ziekte van Lyme. De plekken varieerden van jaarmarkten, tuinbeurzen, fairs, streekfestivals tot braderieën en atelierroutes.

Telefonische informatiedienst

In 2017 zijn er bijna 1000 telefoongesprekken gevoerd. Voornamelijk tijdens het tekenseizoen is de lijn constant bezet. De dienst is vier dagdelen per week beschikbaar en wordt bemand door ervaringsdeskundige vrijwilligers.

Belangenbehartiging

Het Nederlandse Lymeziekte Expertisecentrum (NLe)

Vijf jaar geleden heeft de Tweede Kamer unaniem de motie Van Gerwen c.s. aangenomen die de regering oproep om de totstandkoming van een Lyme onderzoeks- en behandelcentrum te bevorderen. Het Nederlandse Lyme Expertisecentrum dat twee jaar geleden is opgericht heeft in de praktijk niets verbeterd voor de chronische Lyme-patiënten. Het jaarlijkse onderzoeksbudget van het expertisecentrum, minder dan een half miljoen, is volstrekt niet serieus te nemen. Een veel grotere inspanning van de overheid is dringend noodzakelijk voor de tienduizenden chronische Lyme patiënten in Nederland.

Lymefonds

De Lymevereniging gaat ook haar eigen bijdrage sterk intensiveren en meer de eigen regie voeren. De Lymevereniging neemt het initiatief om het Lymefonds op te richten. Dit fonds zal net zoals bijvoorbeeld het Longfonds en het Diabetesfonds campagnes voeren om de bewustwording rondom de ziekte te vergroten. Het Lymefonds gaat fondsen werven voor onder andere onderzoek naar de ziekte, voor tests en voor behandelingen. De ambassadeurs van het Lymefonds zijn Yolanda Hadid en Emilie Roemer (die voor hij de landelijke politiek in ging een jaar was uitgeschakeld door Lyme).

De Nederlandse Lyme Monitor 2019

“Chronische Lyme-patiënten geven hun gezondheid de afgelopen vier weken gemiddeld een 4,5”



“Lyme is ook belastend voor partners en ouders”

“9 op de 10 vinden het zwaar om met Lyme te leven, 6 op de 10 voelen zich eenzaam”



“58 chronische Lyme-patiënten vermoeden dat Lyme tijdens de zwangerschap is overgedragen van moeder op kind”.

“Veel scholen en Veilig Thuis gaan slecht om met gezinnen van kinderen met chronische Lyme”



“3 op de 10 chronische Lyme-patiënten hebben er de afgelopen maand aan gedacht om een einde aan hun leven te maken”



Conclusie Opdrachtgever analyse

Uit de analyse van de Opdrachtgever komen verschillende belangrijke waarden naar voren. Dat zijn ontplooiing, informatiebehoefte, jezelf in je kracht zetten of door anderen in je kracht gezet worden, bescherming en de eigen regie willen hebben. Deze waarden worden na de Analysefase meegenomen naar de Ontwerpfase, waarna de krachtigste en meest gemeenschappelijke waarde wordt meegenomen naar de Valuefit.



Trends analyse

Welke trends op Mega, Macro en Micro niveau zijn van invloed op het probleem dat de samenleving ervaart bij ziekte met betrekking tot sociaal isolement en onbegrip vanuit de omgeving?

“The future is not written, rather it remains open. The future is multiple, undertermined and open to a large variety of possibilities. That which will happen tomorrow depends less on prevailing trends or any sort of fatalistic determinism, and more on the actions of groups and individuals in the face of these trends”.

Proffesor Michel Godet, Laboratory of Innovation, Strategic Foresight and Organization
Boek: The Trend Forecaster's Handbook - Martin Raymond

Trendwatching

Trendwatchers signaleren, documenteren en bestuderen nieuwe ontwikkelingen in de maatschappij en cultuur. Dit gebeurt niet alleen met oorspronkelijkheid en creativiteit maar ook met professionaliteit, systematisch en grondig. Na het signaleren van de trends begint het openbaren van de diverse betekenislagen die schuil gaan in de trend maar lang niet altijd zichtbaar zijn. De belangrijkste fase is het analyseren van de trend op toekomst en potentie zodat deze trend overtuigend geplaatst moet kunnen worden in een bredere sociale en culturele context. (*Dossier Super Trends - Carl Rohde, 2010*)

Bij trendonderzoek spreekt men over Mega-, Macro- en Microtrends.

Megatrends - 10 tot 50 jaar - Maatschappij gericht

Megatrends zijn ontwikkelingen die grote impact hebben op verschillende aspecten van onze maatschappij. Ze zijn groot en complex en hebben decennialang de tijd nodig om zich te uiten.

Macro trends - 5 tot 10 jaar - Consument gericht

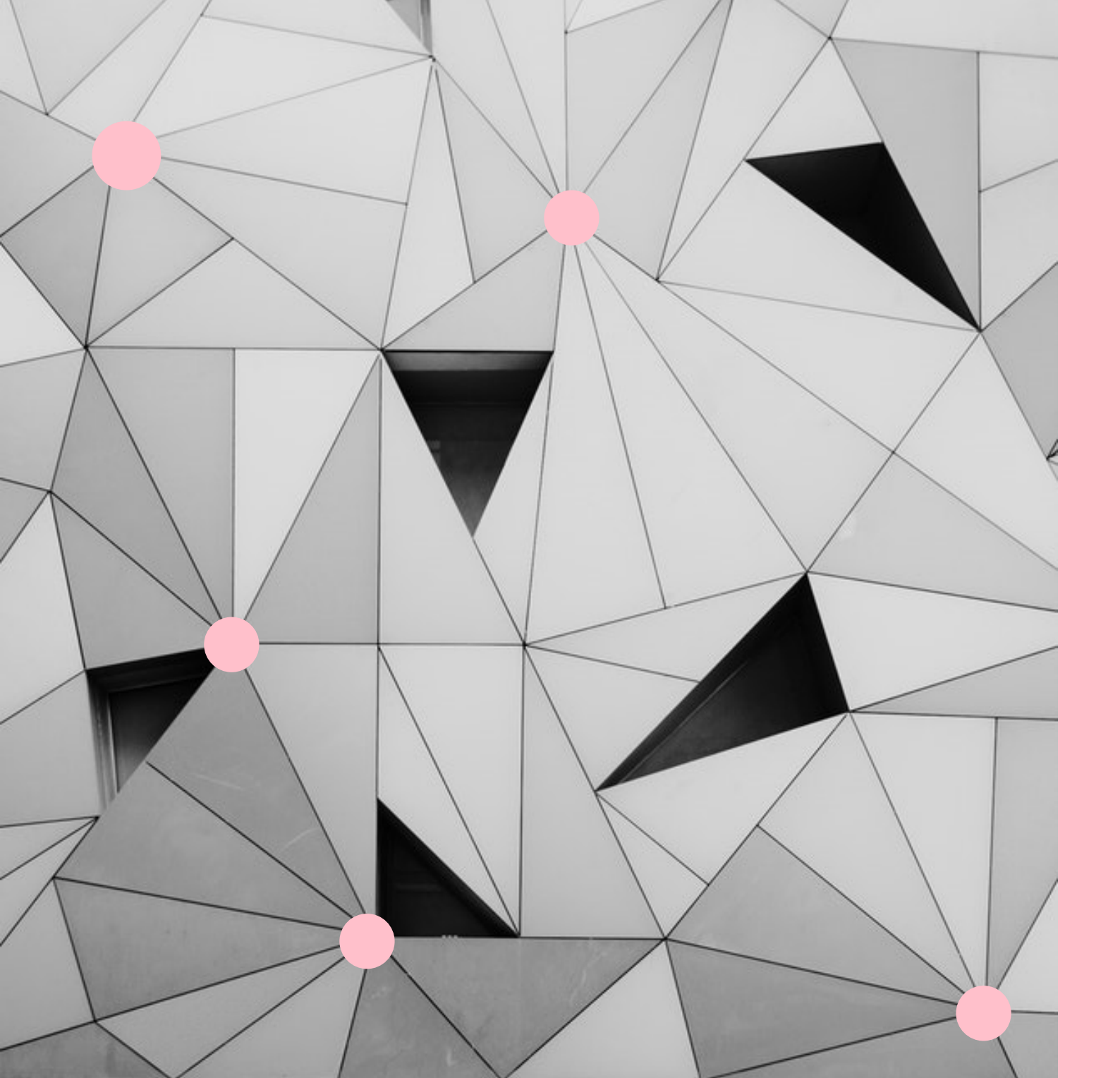
Macro trends zijn veranderende behoeften en waarden van de consument.

Micro trends - 1 tot 5 jaar - Markt gericht

Micro trends zijn nieuwe groepen van producten en diensten die op de markt verschijnen. Deze diensten en/of producten worden vaak ontwikkeld omdat ze tegemoetkomen aan menselijke behoeften die nog niet bevredigd zijn (Latente behoeften). Deze signalen worden in de rest van het onderzoek benoemd als 'Coolhunts'.

Trendkaart

De trendkaart is een methodiek waarin verbanden tussen de drie trendniveau's zichtbaar worden. (*Serious Concepting, 2014*)



MEGA



MACRO



MICRO



TRENDKAART 2019

MEGA - MACRO - MICRO

MEGA

SOCIETY

AWARENESS

TECHNOLOGY

HEALTH



RESIDENTS
TOGETHER



PARTICIPATIE
VERBONDEN
SUPPORT



NO TUNNEL
VISION



DUURZAAM
KENNIS
AANDACHT

MACRO



CARE
TECH



GEMAK
INNOVATIE
EFFICIENTIE



HEALTH
REVOLUTION



EERLIJKHEID
VERTROUWD
ZELFKENNIS

MICRO

FOOTBALL MEMORIES
ONGEREMD
TWEEDE KAMER
WHAT'S UP?
COFFEE COACH
JAPANESE GEVANGENIS

THE TICK
S.O.S. LYME
ZELDZAME ZIEKTENDAG
BLUE MONDAY
MILLIONS MISSING
VAMPIE & TICK

TELEPRESENCE ROBOT
FELLO
TINYBOT
AFLACK DUCK
OBLI
VR BRIL PESTEN

DIGITAL DETOX DAY
BREIN DIEET
BODY POSITIVITY
NATUUR OP RECEPT
FSME VACCINATIE
500 MG FUCK IT ALL

KIRSTEN VAN HOOF

RESIDENTS TOGETHER:

Participatie – Verbonden – Support

Bij deze trend gaat het om de verbondenheid van de samenleving. Niemand staat er alleen voor. Niemand zou meer alleen hoeven zijn, zich eenzaam hoeven te voelen, zich minder voelen dan een ander, of alleen met issues hoeven te 'dealen'. Je kan je 'ei' bij iemand anders kwijt. Samen sta je sterk. Verder valt op dat als tegenhanger op alle technologie er een hang is naar nostalgie. Dat uit zich onder meer in het feit dat steeds meer mensen bordspellen spelen, zowel jongeren als ouderen, thuis en op openbare plekken zoals in cafés. Ouderwetse spelletjes zijn de nieuwe digitale detox (NRC, 2019)

NO TUNNEL VISION

Duurzaam – Kennis – Aandacht

In deze trend komt naar voren dat men de ogen niet meer kan sluiten. Zowel niet in de samenleving als individu. Mensen krijgen steeds meer inzicht en kennis over de wereld en het leven om hen heen. De 'vuile was binnen houden' bestaat, en kan niet meer. De consument is minder afhankelijk van organisaties en kan zichzelf (via het web) met alle benodigde informatie wapenen. (Extend Limits) (Zeldzame) ziektes worden steeds meer onder de aandacht gebracht en er komen steeds meer en meer initiatieven om de mensen die minder participeren in de maatschappij, onder de aandacht te brengen.

CARE TECH

Gemak – Innovatie – Efficiëntie

De ontwikkelingen binnen technologie zijn haast niet bij te houden. Alles wordt ontwikkeld om het de consument zo makkelijk mogelijk te maken. Alles is binnenshuis via de telefoon/laptop/Smart TV te bekijken en te bestellen (UVA, 2019). Waar het erg efficiënt is, is in de zorgsector. Daar komen steeds meer ontwikkelingen die bijdragen aan de gezondheid van de mens. Ontwikkelingen die mensen kunnen ondersteunen bij hun ziekte of bij het ouder worden (Zorgvisie, 2018).

HEALTH REVOLUTION

Eerlijkheid – Vertrouwd – Zelfkennis

Gezondheid was nog nooit zo belangrijk als nu. Het gaat niet meer om slank/afgetraind zijn maar om dat je gezond bent. Dat je jouw lichaam omarmt zoals het is. Veel aandacht en liefde aan je lichaam schenken door middel van gezond eten, hydrateren, voldoende nachtrust en beweging. Zowel voor je spieren als voor je mentale gemoedstoestand. Dit wordt vaak uitgeoefend door middel van Yoga en meditatie. Men vindt het steeds belangrijker om openheid/transparantie te hebben over wat ze in en op hun lijf stoppen qua voeding en verzorgingsproducten. Mensen willen weer terug naar de basis, die smartphone even wegleggen en de natuur opsnuiven. Puur natuur. (Trend Alert, 2018)

Coolhunts

RESIDENTS TOGETHER

FOOTBALL MEMORIES

Voetbal als bindende factor om eenzaamheid en beginnende dementie bij ouderen te bestrijden. In November start Willem II, Football Memories, een initiatief naar een Groot-Brittannië beproefd concept. Leuke gesprekken met als doel het geheugen te prikkelen en beginnende dementie of eenzaamheid bij ouderen te bestrijden. (Eikenaar, 2018)



“ONGEREMD”

Afgestudeerde ontwerpers van de HKU hebben als missie het zo veel mogelijk verkleinen van het verschil tussen mensen met en zonder (mobiliteits-)beperking. Het verschil in oog- en spreekhoogte tussen rolstoelgebruikers en niet-rolstoelgebruikers is een veel ervaren probleem. Met een subsidie van SIA Regieorgaan gaat ‘Ongeremd’ aan de slag met het ontwikkelen van de rolstoelbank. (Ongeremd, 2018)



CO-HOUSING

Tot ziens verpleeghuizen! De nieuwe trend is CoHousing met vrienden. Verpleeghuizen zijn niet langer meer de trend als het gaat om ouderenzorg. Steeds meer mensen kijken naar het samenwonen met vrienden. Dit verbetert de kwaliteit van leven van oudere mensen, is goedkoper en brengt minder risico's met zich mee. (Apost, sd)



WHAT'S UP

Tilburg lanceert WhatsApp-dienst voor 'mensen die zich kut voelen'. Deze dienst is als een vorm van hulp voor een vergeten doelgroep: de grote groep mensen die een steuntje in de rug kan gebruiken, maar de stap naar bijvoorbeeld een huisarts of coach nog net even wat te spannend vindt. Of voor de groep die zich gewoon even kut voelt, Rick Kwee, oprichter van What's Up biedt steun en een luisterend oor. (Tilburg.com, 2019)



COFFEE-COACH

Stop met malen dankzij Coffee-Coach. Je bespreekt je sores niet op een harde sofa, maar in een Tilburgs koffientje om de hoek. Hiermee wil Coffee-Coach, Erik van Gulik, de drempel zo laag mogelijk houden. (Willems, 2017)



JAPANESE GEVANGENIS

Tenminste een op de vijf vrouwen in de Japanse gevangenis is bejaard. Meestal hebben ze enkel een winkeldiefstal op hun geweten. Japan heeft de oudste bevolking ter wereld. Vroeger zorgden de gemeenschap of gezinsleden voor de oudere mensen, maar dat gebeurt steeds minder. Veel ouderen leiden daardoor een geïsoleerd bestaan en zijn erg eenzaam. (Kras, 2018)



CROSS-GENERATION TRAVEL

Tijd om de vervelende autoritjes, gekibbel met broertjes en zusjes op de achterbank overboord te gooien en met je ouders als gelijkwaardige personen op vakantie te gaan. Familiereizen, als volwassenen met volwassenkinderen groeit steeds meer. Wanneer mensen uit hun routines worden geplukt en ver van het vertrouwde zijn, krijgen ze de kans om traditionele familierollen opzij te schuiven en nieuwe kanten van elkaar te zien. (Lonely planet, 2017)



‘Residents Together’ en ‘No tunnel vision’ zijn twee trendclusters die uitgekozen zijn omdat deze de meest relevante informatie tonen in relatie tot sociaal isolement en onbegrip. De andere 2 trendclusters ‘Care tech’ en ‘Health Revolution’ zijn terug te vinden in de bijlagen. (Zie bijlage 6, pagina 111)

Coolhunts

NO TUNNEL VISION

THE TICK

Josefin Arnell, heeft een sculptuur 'The Tick' ontworpen. Daarmee won zij de Theodora Niemeijer prijs 2018. Arnells teek is een gigantische, gemuteerd monsterlijk insect. Teken zijn dragers o.a. de Borrelia bacterie, die het menselijk zenuwstelsel ernstig kan beschadigen. Door de opwarming van de aarde is ook in de afgelopen jaren het aantal teken drastisch toegenomen. In 'The Tick' speelt Arnell met de metafoor van wereldwijde ecologische bedreigingen. (Van Abbe Museum, 2019)



S.O.S. LYME – DOCUMENTAIRE

De documentaire 'S.O.S. Lyme, een onzichtbare epidemie', gaat in op de ernst van de ziekte van Lyme zoals verlamming, blindheid, pijn, maar ook de gevolgen ervan zoals, uithuisplaatsing, vermeende kindermishandeling, euthanasie, uitkeringsproblematiek en misdiagnostiek. De documentaire kan ieder moment uitgebracht worden. (Lyme Epidemie, sd)



ZELDZAME ZIEKTENDAG

Jaarlijks wordt op 28 of 29 februari aandacht besteed aan de uitdagingen voor zeldzame aandoeningen. Zeldzame aandoeningen zijn vaak erfelijk, chronisch, progressief en meestal levensbedreigend. Ongeveer één miljoen Nederlanders hebben te maken met één van de minstens 7.000 zeldzame aandoeningen. De problematiek van gezinnen met zeldzame aandoeningen is schrijnend en er is gebrek aan informatie en geld voor onderzoek. (VSOP Zeldzame ziekte dag, sd)



STATIEGELD DONEREN

Iedere maand kan je voor een ander goed doel je statiegeld doneren bij supermarkten. Zo ook bij supermarkt PLUS. Zij hebben bijzondere verhalen zoals Daan (11 jaar), die in 2016 de Mont Ventoux beklom om geld op te halen voor MS. Dit soort initiatieven wil de supermarkt maar al te graag steunen en daardoor kon Daan €1550 euro ophalen, mede dankzij de flessenautomaat. In de hele maand november 2019 is er de mogelijkheid om statiegeld te doneren voor de ziekte van Lyme bij supermarkt PLUS in Tilburg. (Plus, sd)



BLUE MONDAY

In Nederland kampen jaarlijks 797.000 mensen met een depressie, volgens het Trimbos Instituut. Het is de grootste oorzaak van verzuim op de werkvloer. Iemand met depressieve klachten stuit vaak op onbegrip, maar de laatste jaren is daar steeds meer aandacht voor. "Blue Monday", deze dag wordt als de ellendigste dag van het jaar beschouwd. Maar op deze dag zet Nederland zich in voor depressie. Zo zijn er bijvoorbeeld hardloopwedstrijden om geld in te zamelen. (Skipr, 2019)



MILLIONS MISSING

Op 12 mei kleuren gebouwen blauw om aandacht te vragen voor de zeventien miljoen mensen die wereldwijd lijden aan ME. Blauw is de kleur van het ME-Awareness-lintje. Een actiegroep wil dat er meer onderzoek wordt gedaan naar de ziekte. In Rotterdam waren de Erasmusbrug, de Euromast, de Hofpleinfontein en ook het politiebureau blauw verlicht. (Rijnmond, 2018)



Conclusie Trend analyse

Uit de Trendanalyse komen verschillende belangrijke waarden naar voren. Dat zijn de ontwikkeling naar meer (zelf)kennis en aandacht, participatie, verbondenheid en gemak/efficiëntie. Deze waarden worden na de Analysefase meegenomen naar de Ontwerpfase, waarna de krachtigste en meest gemeenschappelijke waarde wordt meegenomen naar de Valuefit.

RESIDENTS TOGETHER:

Participatie - Verbonden - Support

Waar de maatschappij (SOCIETY) steeds meer behoefte aan heeft, en ook steeds meer mee bezig is, is aan samenredzaamheid. Mensen willen zich verbonden voelen met elkaar en de wereld om zich heen. Niemand staat er meer alleen voor. Dit uit zich door gesignaleerde signalen op microniveau zoals 'Football Memories'. Hier is praten over voetbal de bindende factor om eenzaamheid en beginnende dementie bij ouderen te bestrijden. De beelden hieronder stralen kracht en verbondenheid uit.

RESIDENTS TOGETHER

"Let's get around
people, share your
compassion.
Be connected to
each other, lend a
helping hand "



NO TUNNEL VISION

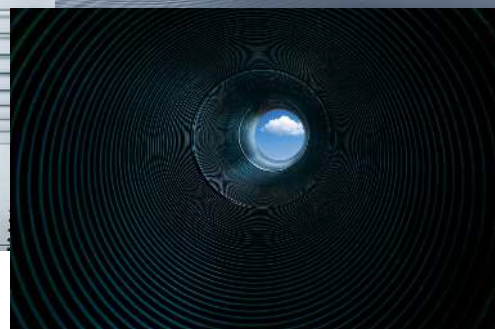
Duurzaam - Kennis - Aandacht

AWARENESS is voelbaar op alle drie de niveaus. Mega, Macro en Micro niveau. Mensen krijgen steeds meer inzicht en kennis over de wereld en het leven om hen heen. De 'vuile was binnen houden' bestaat, en kan niet meer. (Zeldzame) ziektes worden steeds meer onder de aandacht gebracht en er komen steeds meer en meer initiatieven om de mensen die minder participeren in de maatschappij, onder de aandacht te brengen. Dit uit zich door initiatieven zoals 'Millions Mission', waarbij verschillende bruggen en gebouwen in Nederland blauw kleuren om aandacht te vragen voor de ziekte ME. De beelden hieronder stralen transparantie, aandacht en 'openbreken' uit.

NO TUNNEL

VISION

"Throw away your blindfold, it's time to open up your eyes and see the people and possibilities around you"





Sector analyse

Welke oplossingen en ontwikkelingen zijn er al binnen de Health en Living sector die van invloed zijn op het te ontwikkelen concept met betrekking tot sociaal isolement en onbegrip.

Health

Individu en bewustwording

De sector Health is een sector die leeft bij iedereen. Mensen worden steeds ouder en blijven langer vitaal. In de afgelopen 70 jaar is de levensverwachting met bijna 10 jaar toegenomen. (Bron: CBS) Mensen krijgen steeds meer kennis over hoe je gezond kunt leven en als je om je heen kijkt, lijkt ook iedereen er wel mee bezig te zijn. Waar het vroeger nog normaal was om een sigaret in een café op te steken, in combinatie met een biertje en een bitterbal zie je nu een sterke opmars in 0.0% biertjes, gezonde smoothies, avocado hapjes en hippe koffietentjes met soja-latte. (Bron: Misset Horeca) Er komt steeds meer bewustwording. De overheid, het ministerie van volksgezondheid, speelt hierin ook positieve rol zoals de grote campagnes van NIX 18. (Bron: NIX18)

Betaalbaarheid en creativiteit

Ondanks de mate van bewustwording maken mensen zich zorgen over de toekomst van de zorg. De gezondheidszorg kost veel geld en kampt met een tekort aan werknemers. De zorgvraag en bijbehorende kosten zullen de komende jaren naar verwachting blijven stijgen. Dit is te wijden aan de vergrijzing en de toename van het aantal chronisch zieken. Maar ook door nieuwe technieken en een mondige burgers. Momenteel bedragen de zorgkosten ruim € 97 miljard per jaar en dreigen onbetaalbaar te worden. (Bron: Zorgwijzer) De stijgende zorgvraag, toenemende zorgkosten en een krappere arbeidsmarkt vraagt om verandering. Onder andere door innovatie (eHealth), meer zorg dichtbij de burger (eerstelijns- en thuiszorg) en minder langdurig verblijf in een zorginstelling of ziekenhuis. Daarnaast kan veel ziekteleed en daarmee zorgkosten bespaard worden als men meer investeert in eigen gezondheid. Preventie is essentieel. We zien de kracht van een positieve benadering van gezondheid, met als uitgangspunt veerkracht, vitaliteit en een betekenisvol leven. Steeds meer ouderen ontvangen zorg thuis en het belang van duurzaamheid in de zorg neemt toe. (Rabobank, sd).

Doodsoorzaken

Kijkend naar het trendscenario van het CBS blijven kanker en hart- en vaatziekten de meest voorkomende oorzaken waaraan mensen komen te overlijden. Deze ziektes komen vaker onder ouderen voor maar in de toekomst heffen afnemende sterftekansen door betere preventie en behandeling het effect van de vergrijzing op. Het aandeel van psychische aandoeningen en aandoeningen van het zenuwstelsel in de totale sterfte, nemen naar verwachting toe. Hier vallen diverse vormen van dementie onder waaraan in de toekomst veel mensen zullen overlijden. (Bron: CBS)

Het trendscenario laat zien dat het aantal mensen dat overlijdt als gevolg van dementie bijna verdrievoudigd wordt. (CBS, 2018). Een ander opvallend gegeven is dat er steeds meer chronische ziekte voorkomen. In de afgelopen jaren is het aantal mensen met één of meer chronische ziekten met 17% gestegen. De stijging van de laatste jaren is zichtbaar binnen alle leeftijdsgroepen.

Andere factoren die meespelen zijn als volgt:

- Tegenwoordig is er meer aandacht voor chronische ziekten, zowel onder de bevolking als onder artsen. Hierdoor worden chronische ziekten eerder ontdekt.
- Ook worden ziekten en risicofactoren beter behandeld, waardoor patiënten langer blijven leven.
- Huisartsen zijn pas sinds 2009 chronische ziekten gaan registreren
- Het is goed dat chronische ziekte steeds beter in kaart worden gebracht en eerder worden ontdekt. Mensen met een chronische ziekte geven vaak aan een minder goede kwaliteit van leven te hebben. De kwaliteit van leven wordt beïnvloed door de ernst van de ziekten. (Gezondheid en co, 2013)

De ziekte van Lyme kan ook uitmonden in een chronische ziekte waarbij diverse klachten in verschillende mate aanwezig zijn en blijven. In Nederland is de kennis over Lyme nog niet groot, wel wordt over deze ziekte steeds meer bekend. De Nederlandse gezondheidszorg, huisartsen maar ook zorgverzekeraar zijn op deze ziekte nog niet goed ingespeeld. Lyme is een goed voorbeeld van een “nieuwe epidemie” gekoppeld aan het huidige tijdperk van klimaatsverandering. (Bron: Washington Post)

Digitalisering

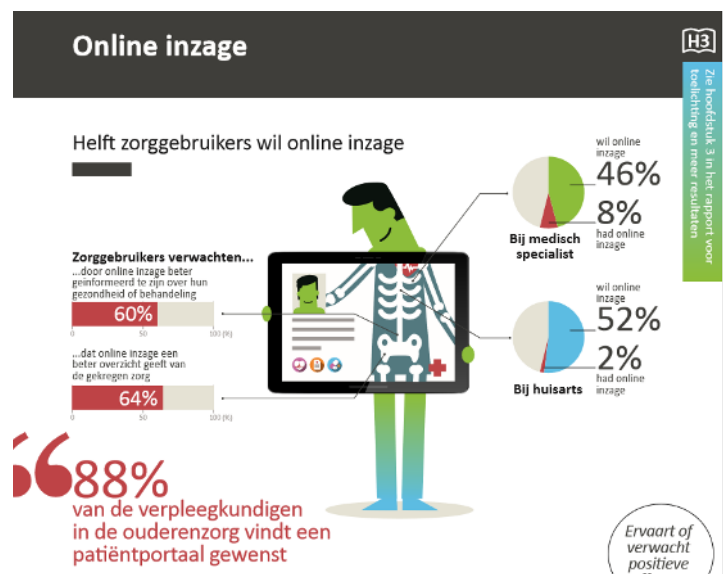
De sector Health staat inmiddels onlosmakelijk verbonden met technologie. De bewustwording wordt bij mensen steeds groter. Vrijwel iedereen heeft wel iets van zelfmeetapparatuur in huis. Denk aan een Smartwatch die je hartslag meet. Ook wordt veel gebruik gemaakt van E-health. Een programma waarbij je online contact kunt hebben met specialisten, beeldbellen, chats, vragen kunt stellen, online inzage in je eigen gezondheidsdossier en informatie kunt opzoeken. Een systeem waarbij je aan kunt geven hoe het met je gaat. Veel zelfstandig wonende ouderen maken gebruik van E-health. Daarnaast hebben zij ook vaak sensoren in huis, genaamd leefstijlmonitoring. Via een netwerk van sensoren worden bewegingsactiviteiten gevolgd. (Bron: E-Health Monitor)

(Huis)artsen, specialisten staan er niet alleen voor. Zij kunnen via het internet en via diverse programma's zo veel hulp inschakelen of een second opinion vragen. Denk aan AI (Artificial Intelligence) een systeem dat redeneert aan de hand van kennis van menselijke experts. De software helpt met het diagnosticeren van een bepaald ziektebeeld en help ook bepalen welke behandeling het meest succesvol zal zijn.

Voor chronische zieke patiënten in een sociaal isolement is E-health en leefstijlmonitoring echt een uitkomst. Zo kun je toch (deels) geholpen en contact hebben als je niet in staat bent je huis uit te gaan. Een andere suggestie kan een robot zijn. Je ziet steeds vaker dat robots worden ingezet om een patiënt gezelschap te houden of om een reminder te geven over medicijngebruik.



(Bron: E-Health Monitor)



Living

De sector living is een sector die niet stilstaat. Wat is onze leefomgeving? Waar wonen we? Welke plekken bezoeken we om ons dagelijks leven vorm te geven? Hoe ontmoeten we elkaar en hoe zal dit in de toekomst zijn?

Flexibiliteit

Vroeger waren er veel grote gezinnen. In de huidige tijd worden gezinnen steeds kleiner en kiezen mensen nog maar voor één of twee kinderen. Ook is er een zeer sterke groei van alleenstaanden. Over een aantal jaren bestaat vier op de tien huishoudens uit een alleenstaand persoon. Dat is bijna de helft van alle huishoudens. Deze groep betreft jongeren die uit huis wonen, relaties die uit elkaar zijn gegaan en ouderen. De meeste alleenstaanden worden in de grotere steden van het land. Dit komt mede doordat veel jongeren voor opleiding of werk hierheen verhuizen. (Bron: CBS)

De werkeloosheid wordt in Nederland minder maar wanneer je chronisch ziek bent is het niet altijd mogelijk om te kunnen werken. Door de krapte op de woningmarkt in combinatie met geen- tot weinig inkomen is het erg lastig om een geschikte woonruimte vinden. Dit geldt ook voor alleenstaanden en starters. Voor deze groep mensen is het haast onmogelijk om een eerste huis te kopen. Ook de huurprijs van sociale huurwoningen zijn in slechts een paar jaar tijd 15% duurder geworden. En ook de wachttijd voor een sociale huurwoning loopt al op tot jaren. (Bron: Vastgoed Journaal)

Als je een woning hebt dan hoef je er in de huidige tijd in principe niet uit want alles kan vanuit huis gebeuren. Technologie is niet meer weg te denken uit onze leefomgeving. Met je mobiele telefoon, tablet of laptop kun je van alles bestellen en op internet is van alles te vinden.

Digitalisering

Op YouTube kun je een sportles volgen, online kun je boodschappen doen en deze worden ook nog eens netjes thuisbezorgd, via E-Health heb je contact met medische specialisten, sociale contacten onderhoud je via bellen/appen/mailen, studeren en werken kan ook vanuit huis. De zogeheten "stem-assistent" op je smartphone wordt steeds vaker gebruikt. Wereldwijd gebruiken al 600 miljoen mensen tenminste één keer per week een stem-assistent (voice-search). Google had onlangs een sterke reclame met "Home Alone Again". Waarbij de bekende hoofdpersonage Kevin zijn Google Assistent voor alles gebruikt. Het kan allemaal vanuit huis maar of je het ook wil? (Bron: Bright)

Technologie in het kader van “smart homes” wordt ook steeds vaker toegepast. In de sector health zagen we de bewustwording op het gebied van eigen gezondheid maar de bewustwording speelt ook in de sector living. Huizen hebben allemaal een energie-label, er bestaan subsidies wanneer je een huis duurzamer maakt. Via smart homes wordt gebruik gemaakt van slimme lampen (led), slimme thermostaten en alles is met elkaar verbonden en makkelijk bedienbaar. Bij nieuwbouwprojecten zie je vaak dat alles elektrisch wordt en dat er geen gebruik meer wordt gemaakt van gas.

Voorop staat dat we niet zonder internet kunnen. De internetsnelheden worden ook continue verhoogd en doorontwikkeld. 4G wordt alweer 5G. Met 5G zou je zelfs Virtual Reality (VR) op je mobiel kunnen streamen. Een uitbreiding op VR is Augment Reality (AR). AR gaat nog een stapje verder dan VR waarbij echt een online winkelbeleving voor een consument wordt gecreëerd en versterkt. Denk aan het “passen” van kleding of een bepaald kapsel uitproberen voordat je naar de kapper gaat. Voor veel mensen zijn dit leuke “snuffjes” maar kijkend naar patiënten in een sociaal isolement ook weer een uitkomst. Deze groep mensen krijgt op deze manier meer beleving en kan veilig vanuit huis dingen (uit-)proberen. (Bron: Travel Next, Retail Trends)

De bewustwording van onze eigen leefomgeving wordt steeds groter. Er is meer bekend over oorzaak en gevolg en op allerlei vlakken kun je bewust bezig zijn. In de Gemeente Tilburg hebben ze bijvoorbeeld de containers al omgewisseld naar duo-containers zodat het voor de burger makkelijk wordt om plastic, papier, restafval en groenafval te scheiden. Biologische producten zijn op steeds meer plekken te koop en het aantal flexitariërs blijft toenemen (mensen die minder vlees eten zonder vegetariër te worden).



Link tussen sociaal isolement en de sector Living

Een groot deel van de chronische Lyme patiënten is aan bed en/of aan huis gebonden. Eén van de symptomen van de ziekte van Lyme is dat patiënten slecht licht en geluid kunnen verdragen waardoor zij een groot deel van de dag in een donkere stille kamer liggen. Dit maakt de leefomgeving en hun wereld erg klein. Het leven speelt zich af binnen 4 muren. Lyme patiënten hebben noodgedwongen een beperkte bewegingsvrijheid.

De digitalisering is een enorme troost in dit soort situaties. Lyme patiënten zijn in staat om met lotgenoten te praten via forums en sociale media. Ze kunnen boodschappen online bestellen, op hun eigen tempo zonder prikkels vanuit de supermarkt, en thuis laten bezorgen. Wat ook geldt voor het kopen van kleding en huishoudelijke spullen. Wanneer deze trend zal blijven groeien in de toekomst, biedt dit veel kansen voor de mensen in een sociaal isolement. Het beste scenario zou natuurlijk zijn dat ze uiteindelijk uit het isolement komen maar wanneer dit, om wat voor reden dan ook, niet mogelijk is biedt technologie veel mogelijkheden. Zo zal er steeds meer mogelijk zijn met 'Virtual Reality'; landen bezoeken, aanwezig zijn op verjaardagen, in een winkel rondsnoeven noem maar op. Hoe en waar deze mensen elkaar ontmoeten in de toekomst zal dan ook voornamelijk online plaatsvinden. Wie weet is het in de toekomst mogelijk om doormiddel van een hologram met elkaar af te spreken, zodat het voelt alsof je bij iemand bent maar ondertussen gewoon horizontaal kan blijven liggen in bed.

Het zou een mooie ontwikkeling zijn wanneer doormiddel van digitalisering de muren van deze patiënten als het ware afbrokkelen en ze weer maatschappelijk en sociaal deel kunnen nemen aan het leven.

Conclusie Sector analyse

De Sectoranalyse laat eveneens een aantal terugkerende waarden zien. Dat zijn het centraal stellen van het individu, het besef dat schaarste dwingt tot creativiteit, het belang van bewustwording, digitalisering in algemene zin en de waarde van flexibiliteit. Deze waarden komen terug in de Ontwerpfase die nu volgt. Hierin worden de eerder genoemde waarden bij Doelgroep, Opdrachtgever, Trends en deze Sectoranalyse gewogen en getrechterd naar de Valuefit.

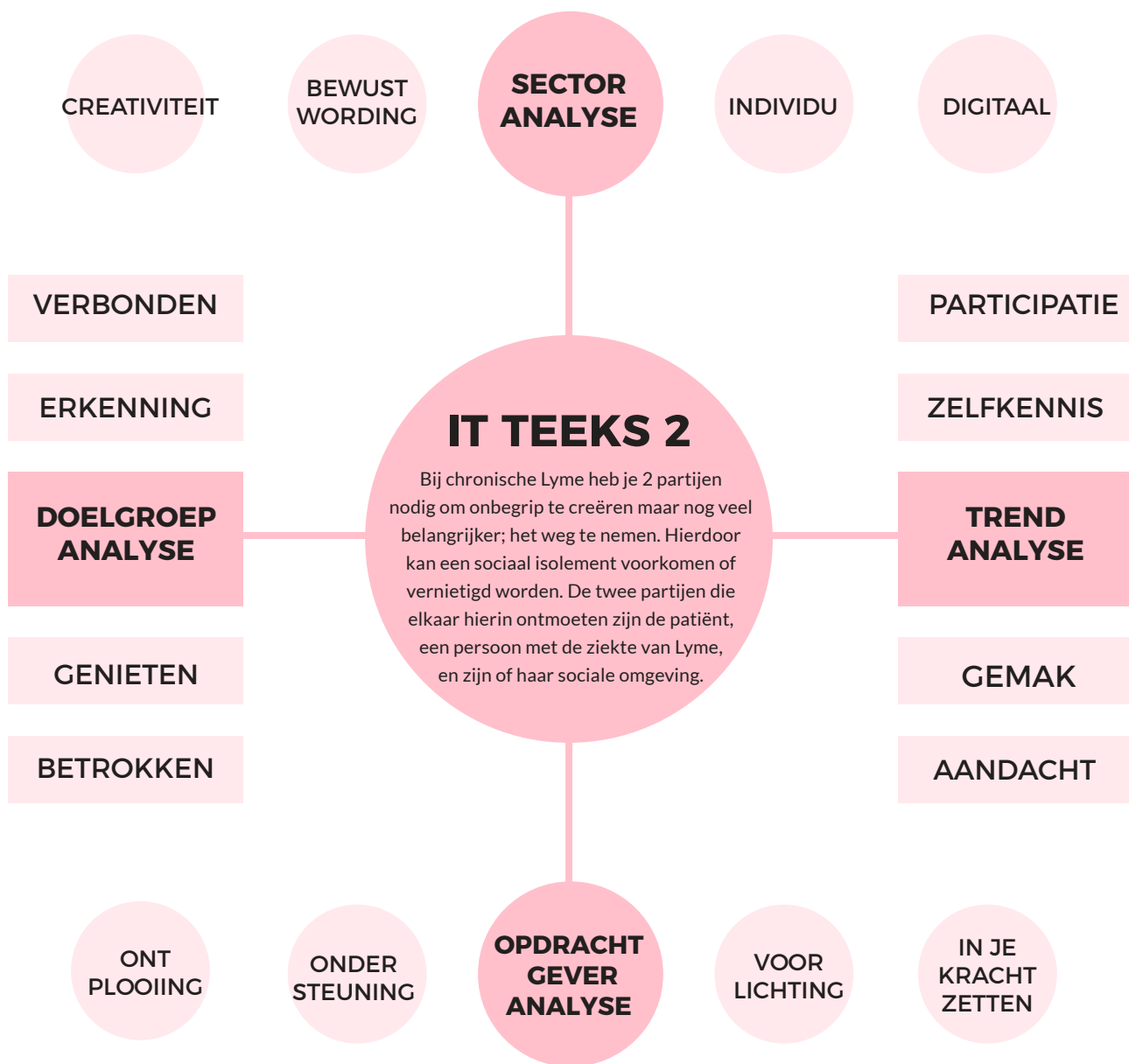
ISOLEMENT





Ontwerp Fase

De Valuefit is een vertaling van de resultaten van de voorgaande analyses. Dit geeft richting aan het concept. Door emotionele waarden en economische waarde te combineren ontstaat er een kans, de zogenoemde 'Opportunity' in het Valuefit Canvas en speelt in op de 'Pain' & 'Gain' van de mentaliteitsgroep.



VALUE FIT

Doelgroep	Opdrachtgever	Trends	Sector
Erkenning	In je kracht zetten	Participatie	Bewustwoording

DOELGROEP TRENDS



OPPORTUNITY

Als Lifestyle Professional kan ik de bacterie niet uit de teek of uit de mens halen maar ik kan de omstandigheden wel verzachten voor de mens (patiënt) en de omgeving. Ik zie kansen om chronische Lyme patiënten en hun sociale omgeving nader tot elkaar te brengen en het isolement wat ontstaat door wederzijds onbegrip te verbreken.

PAIN

Lymies kampen met vele klachten waardoor zij niet het leven kunnen leven wat zij eigenlijk zouden willen leven. Dat is al vervelend genoeg maar daarnaast ervaren zij onbegrip vanuit de (sociale) omgeving en sluiten zich bewust of onbewust steeds meer af van de maatschappij. Met een sociaal isolement als gevolg. Zij ontdekken te weinig mogelijkheden in de markt om zich met hun omgeving te kunnen verbinden waar genoeg begrip en kennis over de ziekte van Lyme is. Ook de (sociale) omgeving heeft moeite met omgang met de persoon met de ziekte van Lyme en mist kennis en/of mogelijkheden.

GAIN

Lymies hechten waarde aan sociale contacten en willen graag onderdeel uit blijven maken van de maatschappij. Zij willen graag betrokken blijven bij het leven van hun sociale contacten en gewaardeerd worden voor wat ze doen en wie ze zijn. Ze hebben behoefte aan een laagdrempelige manier van contact zodat ze uit hun isolement kunnen worden gehaald. De Lymies passen niet in het moderne leven waar iedereen het altijd "druk druk druk" heeft. Een ver vooruit geplande afspraak is voor Lymies niet mogelijk. De kans dat het die dag niet goed gaat is erg aanwezig en het moeten afzeggen lijdt tot veel verdriet en wellicht tot onbegrip bij de andere partij.

OPDRACHTGEVER
SECTOR



VALUE PROPOSITION

RELIEVE

Lymies zijn op zoek naar (sociale) producten/diensten of gelegenheden waarin ze hun (directe) omgeving bij kunnen betrekken. Een mogelijkheid om jezelf te kunnen zijn zonder (voor) oordelen van anderen.

CONCEPT STATEMENT

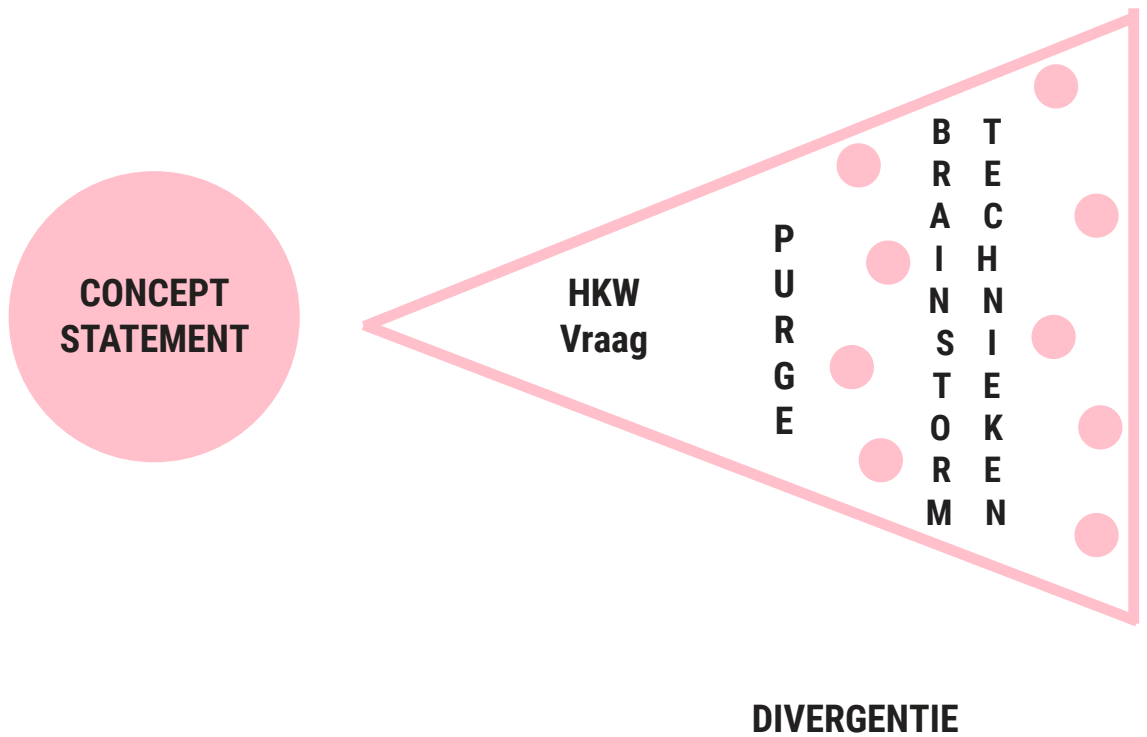
IT TEEKS 2

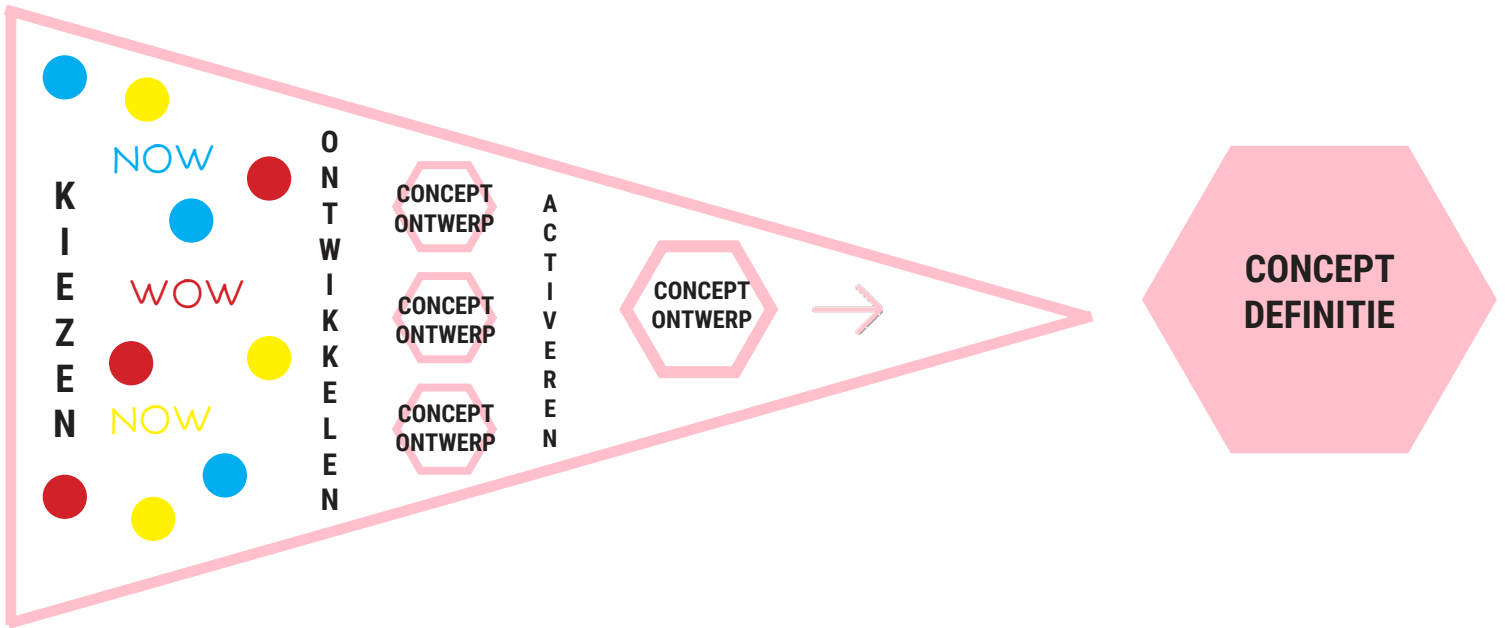
Als teek veroorzaak ik veel ellende. Ik zorg voor lichamelijke en mentale klachten. Daar komt veel onbegrip bij kijken maar daar hebben ze mij, als klein kwaadaardig insect, niet voor nodig, dat kan de mens zelf. Bij chronische Lyme heb je 2 partijen nodig om onbegrip te creëren maar nog veel belangrijker; het weg te nemen. Hierdoor kan een sociaal isolement voorkomen of vernietigd worden. De twee partijen die elkaar hierin ontmoeten zijn de patiënt, een persoon met de ziekte van Lyme, en zijn of haar sociale omgeving.

CREATE

Lymies houden van socialen contacten. Door een product/dienst op de markt te brengen waarbij Lymies op een laagdrempelige manier in contact kunnen komen met hun (directe) omgeving zou een uitkomst zijn

Het creatieve proces





CONVERGENTIE

CREATIEVE SESSIE

Goede voorbereiding

- Probleem helder formuleren
- Creatieve groep informeren
- Creatieve groep enthousiasmeren
- Flipovers / Post it's / Stiften

Omgeving

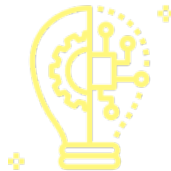
Inspirerend café in de binnenstad van Tilburg met genoeg ruimte en veel lichtinval.

Basisregels

- Stel je oordeel uit
- Wees open
- Wees niet te serieus, humor is ook belangrijk! Don't forget the fun

Vier idea killers

- Dat bestaat al!
- Dat is te duur!
- Dat kan niet!
- Dat is stom!



Creatieve methodes Divergerende fase

- Snel rondje associëren. Waar denk je aan bij het woord 'Onbegrip'? . Wanneer het vast loopt: Dissociatie / patroon doorbreking. Ditzelfde met het woord 'Isolement'.
- Mindmapping: 1 flipover met het woord 'onbegrip' en 1 flipover met het woord 'isolement' en alles wat genoemd wordt opschrijven.
- HKW-Vragen. Hoe kunnen we ervoor zorgen dat Lyme patiënten minder onbegrip ervaren? Hoe kunnen we ervoor zorgen dat patiënten uit hun isolement treden?
- Negatief denken. 'Hoe zorgen we ervoor dat nog meer mensen onbegrip ervaren en nog meer in een sociaal isolement raken? Wat is daar voor nodig?
- Time-Machine: 'Als we 50 jaar verder zijn, wat zou er dan veranderd zijn op dit gebied? Hoe ziet de wereld er dan uit? Hoe ziet dit probleem er dan uit?
- Superheld: ALLES is mogelijk. Hoe zou Einstein/ James Bond/ Superman dit aanpakken?

Convergerende fase

- Sticker ronde: Iedere deelnemer krijgt 8 stickers. Ieder kiest in stilte de voor hem of haar beste ideeën
- COCD-Box: houdt rekening met twee basiscriteria. Enerzijds de vernieuwingskracht: is het idee bekend of nieuw? Anderzijds is het realiseerbaar? Alle ideeën indelen in deze kwadranten.
- Dr. Love: Elk groepslid kiest zijn/haar favoriete idee.

Q: Where do you get your ideas?

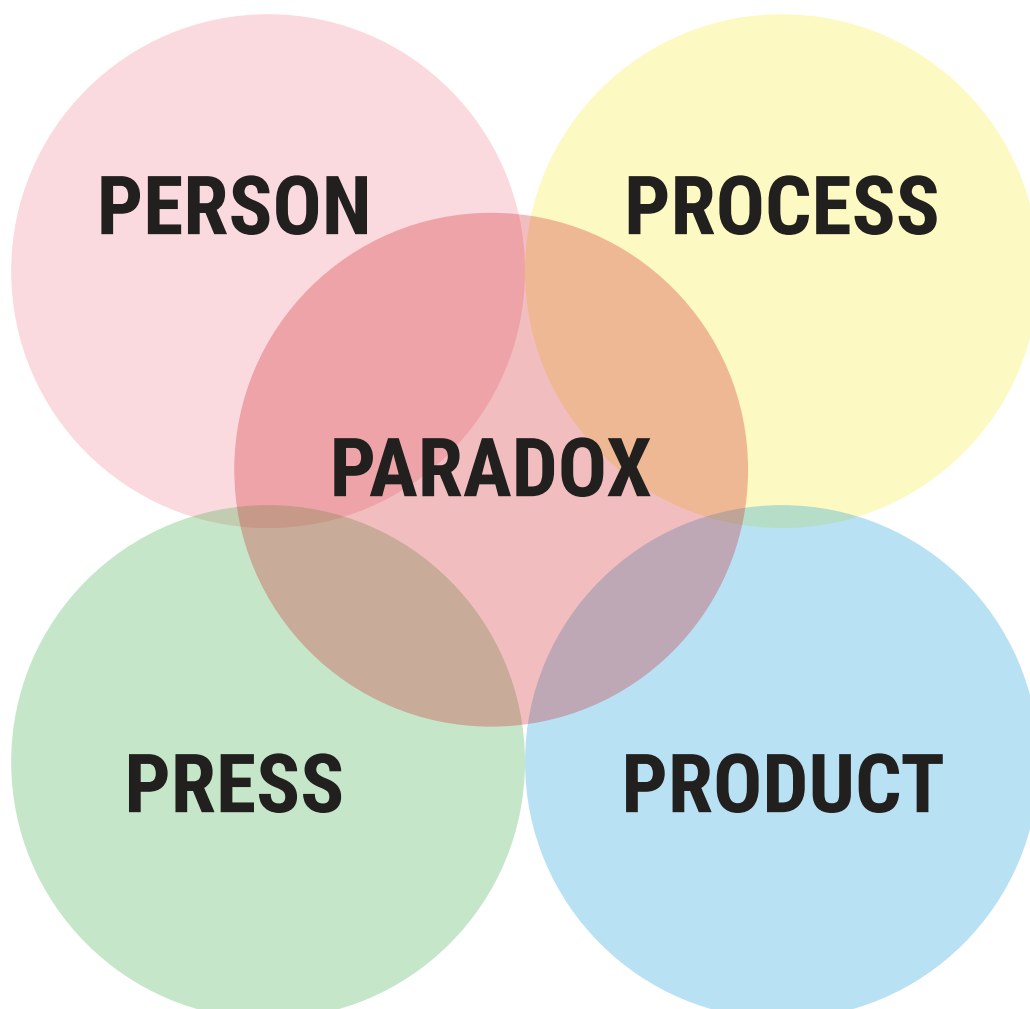
A: I don't. They get me! - Alan Fletcher

Innovatie en creativiteit

James Melvin Rhodes (Amerikaanse onderwijswetenschapper en creativiteitsonderzoeker) heeft 40 definities van creativiteit en innovatie geanalyseerd en ontdekte vier domeinen. Namelijk de 4 P's: Person, Process, Product en Press. Person (Persoon) heeft betrekking op de persoonlijkheid, eigenschappen, gewoontes en gedrag. De term Process (proces) is van toepassing op motivatie, perceptie, leren, denken en communicatie. De term Press (omgeving) verwijst naar de relatie tussen de mens en zijn omgeving. De term Product verwijst naar een gedachte die is doorgegeven aan andere mensen. Wanneer een idee wordt belichaamd in een tastbare vorm, wordt het een product genoemd.

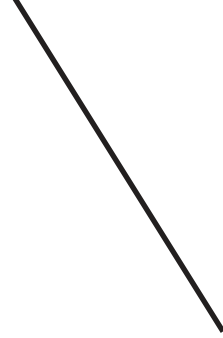
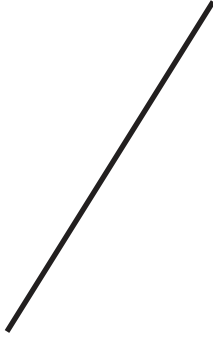
Paradox

Ik heb nog 1 'P' aan het model toegevoegd. Namelijk: Paradox. Een paradox is een schijnbare tegenstrijdigheid. Deze tegenstrijdigheid lijkt in eerste instantie in te gaan tegen het gevoel van iemands logica, verwachting of intuïtie en soms berust deze op een denkfout. Bij creativiteit is er een hele dunne lijn tussen iemand die gek is (een gek idee heeft) en een genius. De schijnbare tegenstelling brengt het spanningsveld teweeg waarbinnen creativiteit wordt opgewekt.



IT TEEKS 2

Drie concept ontwerpen



teeKit



Broekzak formaat teeKit



Teken pincet met instructie



TeeK verwijderen op de juiste manier



Zakje om de teeK in te stoppen



QR-code om verhaal van Lyme-patient te horen



Envelop met adres van laboratorium



Er wordt gezocht naar de Borrelia bacterie



Atzender krijgt resultaat te horen



Atzender krijgt informatie over vervolgstappen

SERIOUS GAMING



Samen met een vriend(in) 'Serious Gaming' spelen voor de gezelligheid en inzichten in de ziekte krijgen



Het kan een ijsbreker zijn om na een lange en/of moeilijke periode weer social contact te hebben



Al dobbelend het spel door, met een teeK als pion. Bah!! Hier krijg je al direct de kriebels van



Het is een variant op Genzenbord. Voor iedereen een herkenbaar spel, nu met een serieus randje



Er komen kanskaarten en vraagkaarten voorbij om informatie te verkrijgen en kennis te testen



In de gevangenis beland? Oeps, nu krijg je een klein linkje in het social isolerement van de patiënt

UP 2 US



Wanneer je in een sociaal isolerement zit, kan het lastig zijn om met iemand af te spreken



In deze moderne tijd waarin iedereen overvolle agenda's heeft is afspreken ook lastig



Wij, als mens, zijn echte gevoelsmensen. Na een paar 'afwijzingen' denken we al gauw 'laat maar'.



Iedere dag van een Lyme ziet er anders uit en iedere dag kan het energielevel anders zijn. Het is daarom lastig om vast van te voren af te spreken



In deze app voeg je jouw vrienden toe en kan je makkelijk aangeven waar je behoefte aan hebt. In welke 'mood' je bent hoe veel energie je hebt



Hetzelfde is zichtbaar van jouw vrienden in deze app. Zo is het makkelijk om een 'match' te vinden



Zo kan je ook aangeven wanneer het niet goed met je gaat en dus niet beschikbaar bent (offline)



Je kan aangeven of je zin hebt om te gaan wandelen, bijkletsen, film kijken of zelfs lekker een borreltje drinken



Door deze laagdrempelige manier kan je toch makkelijk afspreken met vrienden, vermindert afwijzing en/of afzeggen en het sociaal isolerement



CONCEPT 1

De TeeKit

[teek, teek·kit, take·it]

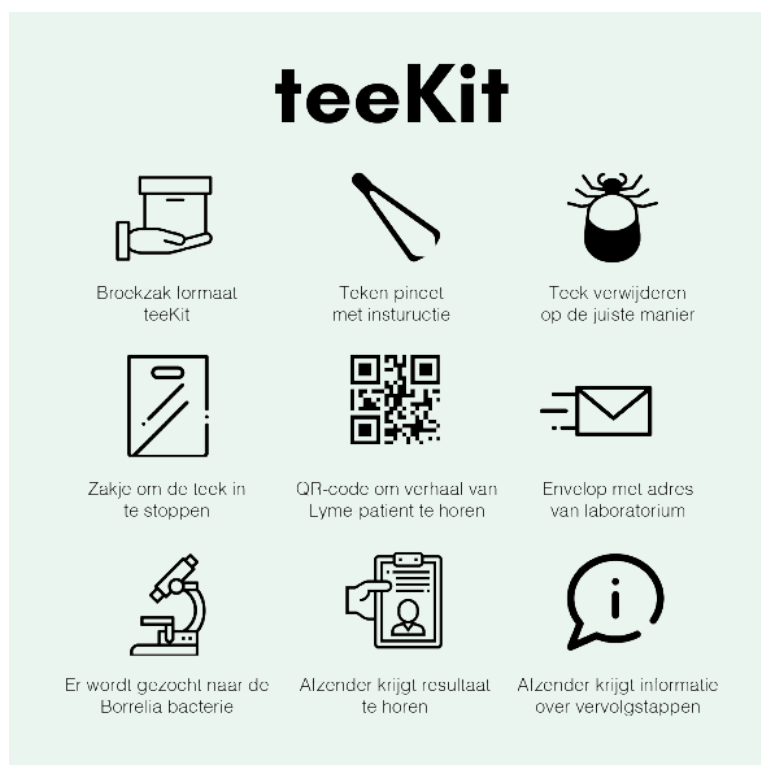
1. Teek kit, kit voor teken

2. Take-it, om mee te nemen

De teeKit is een handig broekzak formaat kit, bestaande uit een pincet om de teek te verwijderen, een instructie hoe de teek op de juiste manier verwijderd dient te worden, een QR-code waarmee ze het verhaal van een chronisch Lyme patiënt op hun telefoon kunnen beluisteren, een zakje om de teek in te stoppen en een bijbehorende envelop met het adres van een laboratorium waar de teek naartoe gestuurd kan worden. Het laboratorium stelt dan vast of de teek is besmet met de Borrelia bacterie en informeert de afzender over het vervolgtraject bij een besmetting.

Deze teeKit is enerzijds preventief en anderzijds informatief.

Het is bedoeld om mensen laagdrempelig mee te nemen naar hoe het leven van een chronisch Lyme patiënt eruit ziet en hoeveel gevaar je kan lopen bij een simpele wandeling door het bos. Het creëert bewustwording en begrip. 'It teeks 2' aspect komt naar voren doordat zij inzicht krijgen in het leven van een chronisch Lyme-patiënt, die door 1 fatale beet compleet is veranderd. Het in bezit hebben van de teeKit kan er voor zorgen dat er minder Lyme patiënten bijkomen en dat de mensen zonder besmetting bewust zijn van de gevaren en de impact van de ziekte. Het zou te koop kunnen zijn bij bijvoorbeeld de ANWB, GGD of je zou het als Lyme patiënt iemand cadeau kunnen doen.



CONCEPT 2

Serious Gaming

Een spelletje kan naast recreatief, ook informatief zijn.

Het kan een goede ijsbreker zijn voor een Lyme patiënt en zijn of haar omgeving door een gezelschapsspel te spelen wat tegelijkertijd inzichten geeft in de ziekte. Het kan spannend zijn om na een slechte periode tijdens je ziekte, of in het begin van je ziekte, weer af te spreken met iemand uit je omgeving. Misschien vind je het moeilijk om over je ziekte te praten? Wat ga je vertellen en wat niet? Wat weet jouw vriend/vriendin er al vanaf? Serious Gaming is een variant op ganzenbord.

De deelnemers komen al dobbelend met hun pion (in de vorm van een teek) op de vakjes terecht. Er zijn vakjes die verwijzen naar een kanskaart en er zijn vakjes die verwijzen naar een vraagkaart. Er liggen twee stapeltjes op het bord en informeren de deelnemers over de chronische ziekte van Lyme, maar testen aan de andere kant ook de kennis van de deelnemers. Er zijn grappige en ontroerende feitjes en weetjes aan het spel toegevoegd. Zo krijgt een speler die in de gevangenis belandt bijvoorbeeld een idee hoe het voor een patiënt kan zijn om in een isolement te zitten. Door het spelen van dit spel is er sprake van een 2-richtingsverkeer tussen patiënt en deelnemer en neemt het begrip vanzelf toe. Dit spel kan uiteindelijk ook uitgebracht worden in andere ziektes zoals bijvoorbeeld kanker of MS.

SERIOUS GAMING



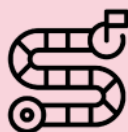
Samen met een vriend(in) 'Serious Gaming' spelen voor de gezelligheid en inzichten in de ziekte krijgen



Het kan een ijsbreker zijn om na een lange en/of moeilijke periode weer social contact te hebben



Al dobbelend het spel door, met een teek als pion. Bah!! Hier krijg je al direct de kriebels van



Het is een variant op Ganzenbord. Voor iedereen een herkenbaar spel, nu met een serieus randje



Er komen kanskaarten en vraagkaarten voorbij om informatie te verkrijgen en kennis te testen



In de gevangenis beland? Oeps, nu krijg je een klein inkijkje in het social isolement van de patiënt

CONCEPT 3

Up 2 Us

“Je hoeft maar te bellen en ik ben er voor je”.









Een herkenbare uitspraak voor Lyme patiënten. Helaas werkt deze uitspraak niet in de realiteit. Wanneer een sociaal isolement op de loer ligt, of je zit er al middenin, kan het erg lastig zijn om iemand uit te nodigen of om hulp te vragen. In deze moderne tijd waarin iedereen druk is overvolle agenda's heeft, is er haast geen ruimte voor deze uitspraak.

Met de ziekte van Lyme weet je nooit waar je aan toe bent. Iedere dag ziet er anders uit en iedere dag kan je energieniveau anders zijn. Het is daarom lastig om ver van te voren af te spreken. Toch zou het een negatieve ontwikkeling zijn om daardoor maar helemaal niet meer af te spreken. Wanneer een chronisch ziek persoon iemand vraagt om bijvoorbeeld te gaan wandelen komt vaak de reactie: “Ik ben nu druk maar ik kan over 3 dagen!”.

De patiënt weet niet of hij/zij over 3 dagen ook in staat is om te gaan wandelen. Het is vermoeiend om de hele contactenlijst door te spitten, op zoek naar iemand die beschikbaar is, daardoor valt het plan in het water. Maar wie weet zat er op dat moment wel een andere vriendin vrij die ook een frisse neus wilde gaan halen.

Doormiddel van deze 'UP 2 US' app kan je een groep aanmaken met vrienden en/of familie waarin je kan laten zien in wat voor 'mood' je bent. Deze mood is ook zichtbaar van groepsgenoten. Zo kunnen vrienden zich 'aanmelden' wanneer de patiënt energie heeft om iets te gaan doen, of juist met rust laten wanneer het even niet goed gaat. Dit maakt het afspreken laagdrempeliger. Daarnaast kan je een goede 'match' vinden door af te spreken met iemand die in dezelfde 'mood' is. Bijvoorbeeld; 'Een film kijken', 'Naar het terras gaan'. Door deze app kan je niet teleurgesteld worden door verkeerde verwachtingen maar speel je juist in op elkaar behoeftes. Win=Win!

UP 2 US

 <p>Wanneer je in een sociaal isolement zit, kan het lastig zijn om met iemand af te spreken</p>	 <p>In deze moderne tijd waarin iedereen overvolle agenda's heeft is afspreken ook lastig</p>	 <p>Wij, als mens, zijn echte gevoelsmensen. Na een paar "afwijzingen" denken we al gauw 'laat maar'.</p>
 <p>Iedere dag van een Lyme zie je er anders uit en iedere dag kan het energieniveau anders zijn. Het is daarom lastig om ver van te voren af te spreken</p>	 <p>In deze app voeg je jouw vrienden toe en kan je makkelijk aangeven waar je behoefte aan hebt. In welke 'mood' je bent hoe veel energie je hebt</p>	 <p>Hetzelfde is zichtbaar van jouw vrienden in deze app. Zo is het makkelijk om een 'match' te vinden</p>
 <p>Zo kan je ook aangegeven wanneer het niet goed met je gaat en dus niet beschikbaar bent (offline)</p>	 <p>Je kan aangeven of je zin hebt om te gaan wandelen, bijkletsen, film kijken of zelfs lekker een borreltje drinken</p>	 <p>Door deze laagdrempelige manier kan je toch makkelijk afspreken met vrienden, vermindert afwijzing en/of afzeggen en het sociaal isolement</p>

CONCEPT TEST

	INNOVATIE	TRENDS	LIFESTYLE	QUALITY OF LIFE	CROSS SECTORAAL	WAARDE	DOELGROEP
	Is er in relatie tot de doelgroep juist geïnnoveerd	Zijn macro trends herkenbaar meegenomen	Is QOL aantoonbaar meegenomen	Is er gebruik van de juiste waarden?	Is er cross sectoraal gewerkt?	Is voldaan aan de uitgangspunten om waarde te creëren	In welke mate is de doelgroep enthousiast
TeeKit	±	±	+	+	+	+	±
Serious Gaming	+	+	++	+	+	+	++
UP 2 US	+	+	+	+	+	+	+

Uit de concepttest is gebleken dat conceptontwerp 2: Serious Gaming, het hoogst scoorde bij de mentaliteitsgroep. De volledige concepttest is terug te vinden in de bijlagen. (Zie bijlage 5, pagina 106)

Waarom concept #2? Waarom ganzenbord

Ouderwetse spelletjes zijn de nieuwe digitale detox

Spellen Wie wil jeu-de-boulen hoeft niet naar een veldje. Dat kan tegenwoordig in een café, waar ook steeds vaker ouderwets bordspellen worden gespeeld.

Floor Bouma · 27 februari 2019 · Leestijd 2 minuten



(Bron: NRC)

→ Verslag · 23 maart 2019 · 22:35 · Door: Bart-Jan van der Ham

Telefoon zat? Kom een bordspel spelen

Dit weekend wordt de bordspellenbeurs van de Benelux gehouden in Veldhoven. Ondanks de steeds betere digitale games, worden bordspellen steeds populairder. Toch kan het vinden van medespelers in je sociale kring lastig zijn. Initiatiefnemers in Barneveld namen daarom het heft in eigen hand.

Uit de concepttest is gebleken dat conceptontwerp 2: IT TEEKS 2 - Serious Gaming, het hoogst scoorde bij de mentaliteitsgroep. Er is bewust voor een variant op ganzenbord gekozen en niet voor een andere spelvariant of een digitale vorm zoals een app om verschillende redenen.

- Iedereen kent het spel ganzenbord. Voornamelijk de vakjes 'In de put' en 'in de gevangenis' roepen bij veel mensen herinneringen op
- Het is een gesignaleerde trend dat steeds meer mensen, jong en oud, weer ouderwets bordspellen spelen. Zowel thuis als op openbare plekken zoals in cafés.
- Een tastbaar bordspel in plaats van een digitaal spel (app) geeft voor een Lyme patiënt de minste prikkels en is dus het prettigst om te spelen.
- Door een bordspel te kiezen in plaats van een kaartspel hoeft een Lyme patiënt niet constant met kaarten in zijn/haar hand te zitten (dit kan vermoeiend zijn en verwarrend zijn om deze steeds te rangschikken). Bij deze variant van ganzenbord hoeven de spelers enkel met de dobbelsteen te gooien, de pion te verzetten en af en toe een kaart van de stapel te pakken en weer weg te leggen.
- Oude wijn in een nieuw jasje. Een bekend ouderwets spel, in een fris nieuw jasje.

Kleur verantwoording

Wanneer men aan 'teken / insecten/ natuur / gevaar / ziekte' denkt, roept dit de kleur groen en rood op. Ook de Lymevereniging gebruikt deze kleuren in het logo en website. Het zou een vanzelfsprekende keuze zijn om deze kleuren door te voeren in het concept. Toch is hier **niet** voor gekozen.

Wat tijdens het onderzoek duidelijk is geworden dat het bereik onder vrouwen met de ziekte van Lyme veel groter is. Daarbij komt dat voornamelijk vrouwelijke Lyme patiënten over de ziekte praten, bloggen en vloggen. (zie influencers pagina 19). Zij hebben kanalen met een groot bereik. Het doel van het concept is om het onbegrip van de omgeving van mensen met chronisch Lyme en het daardoor ontstaande sociale isolement te verminderen. Daardoor is gekozen voor een prettig en lieflijk uiterlijk, juist niet schreeuwerig. Het moet de patiënt en de omgeving op zijn gemak stellen, geen angst opwekken.

Er is gekozen voor een lichtroze kleur in combinatie met zwart en wit.

Roze: Liefde, Rustgevend, Medeleven, Kalmte, Kwetsbaarheid

Wit: Puurheid, Onschuldig, Eenvoud, Zuiverheid, Helderheid

Zwart: Wijsheid, Veiligheid, Aantrekkingskracht, Dapperheid

Rood

- *grijpt de aandacht
- *sneller tot actie overgaan
- *verhoogt het hartritme
- *liefde
- *energie
- *warmte
- *gevaar
- *passie*
- stimulerend

Bedrijven met rood:
Vodafone, ProRail, Kellogg's, KitKat, KFC en YouTube.

Groen

- *kwaliteit
- *frisheid
- *groei
- *gemakkelijkste kleur voor het oog om te verwerken
- *duurzaam
- *rijkdom
- *gezondheid
- *natuur

Bedrijven met groen:
Staats bosbeheer, Starbucks, Android, WhatsApp, Spotify en Holiday Inn

Roze

- *liefde
- *romantiek
- *vrouwelijk
- *rustgevend
- *plezier
- *medeleven
- *kalmte
- *kwetsbaarheid

Bedrijven met roze:
LG, OV-chipkaart, HMV.com, T-Mobile en DA

Wit

- *puurheid
- *onschuldig
- *eenvoud
- *frisheid
- *verhoging van inzicht in ruimte
- *zuiverheid
- *helderheid
- *hygiëne

Bedrijven met wit:
Chanel en M.A.C Cosmetics

Zwart

- *wijsheid
- *elegant
- *veiligheid
- *aantrekkingskracht
- *efficiëntie
- *gevoelens van ernst en energie
- *veelzijdig
- *dapperheid

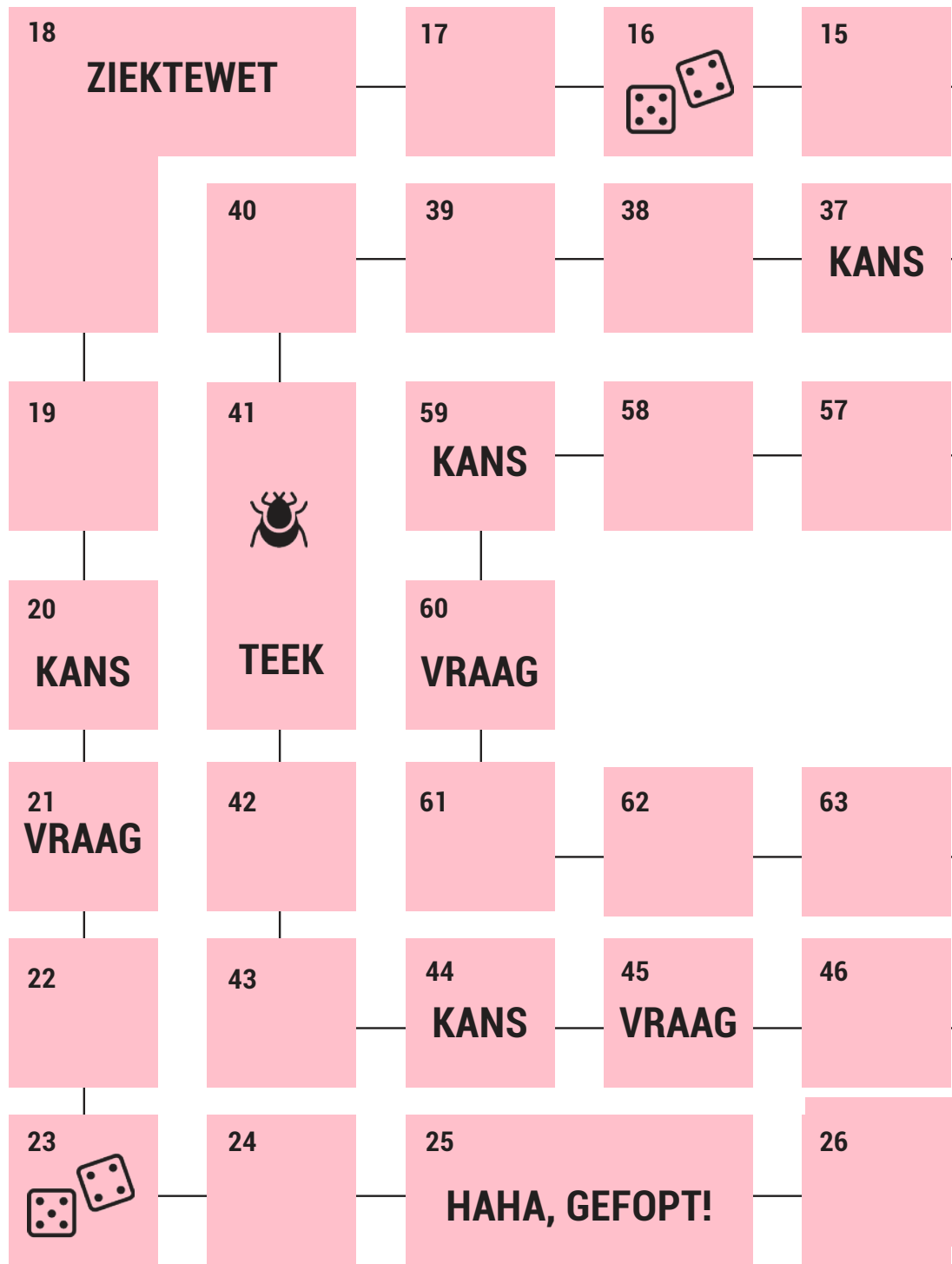
Bedrijven met zwart:
Adidas, Disney, Sony en Puma

(Bron: Invloed van kleur, Janoux Cremer, 2018)

CONCEPT DEFINITIE

I
T
T
E
E
K
S

2



IT TEEKS 2

SERIOUS GAMING

IT TEEKS 2 is een gevaarlijk en spannend spel waarbij je zo snel mogelijk de finish (vakje 64) moet behalen. Maar pas op dat je niet door een teek gebeten wordt en de ziekte van Lyme krijgt...

Inhoud 1 speelbord, 1 dobbelsteen, 32 speelkaarten, 4 teken (pionnen)

Spelregels

- Gooi de dobbelsteen
- Vermijd de hindernissen
- Wie is als eerste bij de finish?

Speciale spelregels

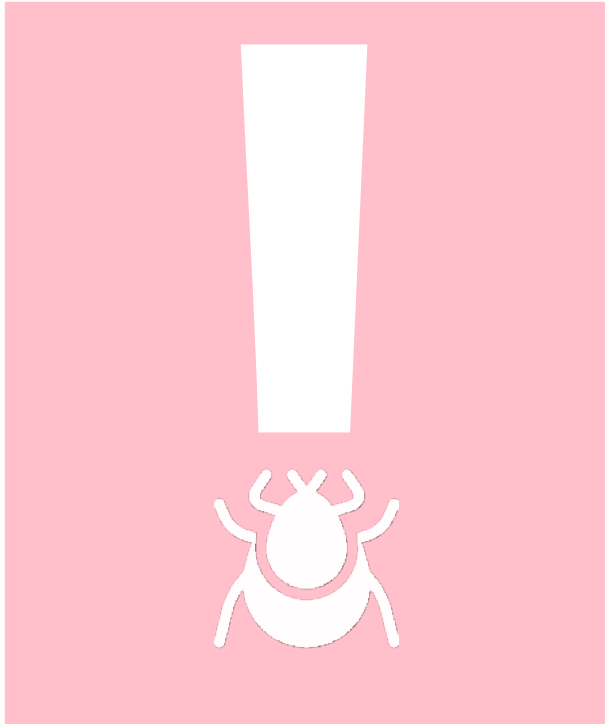
Alle eye-openers vermeld op de kaarten moeten hardop worden voorgelezen.

Doel van het spel

Het doel van het spel is om meer kennis en informatie op te doen over de ziekte van Lyme en het aangaan van een (eerlijk) gesprek tussen de Lyme patiënt en zijn omgeving.

Speciale vakjes:

Gevangenis	Voor Lyme patiënten voelt hun bed en/of huis soms aan als een gevangenis. Als je op dit vakje komt blijf je in "bed", totdat een medespeler passeert
Teek	Ai, je bent gebeten door een teek. Sla een beurt over!
Haha gefopt	Je hebt afspraken gemaakt en dingen gepland maar je voelt je niet goed. Ga terug naar start en begin opnieuw.
Brainfog	De hersenmist slaat toe. Je kan niet meer helder nadenken. Ga naar de gevangenis en wacht totdat een medespeler je bevrijdt.
Ziektewet	Vanwege de ziekte kan je niet meer werken. Gooi 2x met de dobbelsteen en ga het aantal ogen achteruit.



KANS KAART

HIEP HIEP HOERA, JE BENT JARIG
SLA 3 BEURTEN OVER

Huh? Waarom?

Voor een lymepatiënt is het niet
vanzelfsprekend om je verjaardag te vieren

De drie beurten staan voor:

- 1) Een week van te voren niks doen
- 2) De verjaardag zelf
- 3) Na de verjaardag herstellen

VRAAG KAART

WAT IS JE ERGSTE ANGST?

Wist je dat?

De ziekte van Lyme kan gepaard gaan met klachten zoals angsten, paniekaanvallen en depressies. Een paniekstoornis kan invaliderend zijn in de zin dat een persoon die er aan lijdt het huis niet meer uitkomt en zich sociaal isoleert. 3 op de 10 lyme-patiënten denkt wel eens aan zelfdoding. De ziekte zelf kan ook dodelijk zijn.

R

Realisatie fase

In deze fase zal het concept worden uitgewerkt aan de hand van de conceptdragers. Daarnaast wordt duidelijk hoe de implementatie van het conceptontwerp georganiseerd wordt en de financiële balans wordt opgemaakt.

CONCEPT DRAGERS

Communicatie

Voor en tijdens de lancering van het concept zijn de belangrijkste communicatiekanalen de kanalen die de Lymevereniging zelf al gebruikt. Dit zijn de Facebook en Instagram pagina, website, magazine en nieuwsbrief. Via deze kanalen hebben zij direct contact met de doelgroep. Hierdoor kunnen zij op een laagdrempelige manier de doelgroep kennis laten maken met het concept. Het concept moet de aandacht trekken en interesse opwekken. Het is belangrijk om duidelijk te maken dat het spel 'It TEEKS 2 - Serious Gaming' bedoeld is om het onbegrip bij de sociale omgeving van Lyme patiënten te verminderen en zo de afstand te verkleinen. Dat kan door bijvoorbeeld een 'Kanskaart' of 'Vraagkaart' met een choquerend feit uitvergroot centraal te zetten. Een groot deel van de patiënten brengt veel tijd online door doordat ze huis- en bed gebonden zijn en daarom is het aan te raden om te kijken naar waar de patiënten online winkelen. Dit kunnen webshops zoals Bol.com of Holland & Barrett zijn.

Een ander advies is om influencers in te zetten om het spel te promoten. Dit kunnen influencers zijn die zelf de ziekte van Lyme hebben zoals benoemd in de doelgroep analyse (pagina 19), bekende Nederlanders met de ziekte van Lyme zoals; Yolanda Hadid, Emile Roemer en Pete Philly maar ook bekende Nederlanders zonder de ziekte van Lyme die zich al eerder voor de ziekte hebben ingezet zoals Nicolette van Dam.

Organisatie

De Lymevereniging is de eerste partij die het concept zal aanbieden aan de doelgroep. De vereniging is nu vrijwel geheel afhankelijk van vrijwilligers dus het is belangrijk om een goede taakverdeling te hanteren. Fred Verdult, de voorzitter van de vereniging bepaalt het beleid en controleert het bestuur. Bestuurslid Erica Vrijmoet is communicatiedeskundige en kan samen met andere bestuursleden zoals Lidewij Boeken en Angela Drenth een team van vrijwilligers samenstellen die zich ontfermen over de communicatie en marketing van het product en ervoor zorgen dat er meer verkooppunten komen, waardoor het afzetgebied groter wordt. Het is belangrijk dat zowel de bestuursleden als de vrijwilligers de juiste boodschap uitdragen van het concept.

Fysieke omgeving

Het implementeren en laten voortbestaan van het concept zal voornamelijk gebeuren vanuit het hoofdkantoor in Amersfoort. Daarnaast zal overleg telefonisch of online plaatsvinden.

Doordat de mentaliteitsgroep 'Lymies' vaak huis-en bed gebonden zijn is het belangrijk om deze groep eerst online te bereiken. Een deel van de patiënten is meer mobiel en is het dus ook denkbaar dat het spel niet alleen online beschikbaar is maar ook daadwerkelijk in (speelgoed) winkels komt te liggen. Dit zouden winkels kunnen zijn zoals ANWB of outdoor winkels om klanten te wijzen op het tekengevaar. Ook is het mogelijk om het bij beurzen en lezingen aan te bieden of met korting bij nieuwe leden.

Materialisatie

Het speelbord lijkt op het oude vertrouwde ganzenbord, maar dan in een nieuw jasje, waarin zeker de positie 'in de gevangenis' een kijkje in het leven van de patiënt duidelijk moet maken. Bijvoorbeeld door een fotootje van een bedlegerige patiënt. De kanskaarten moeten onderwerpen bevatten die de positie van de patiënt verbetert (vandaar het woord kans) en de vraagkaarten moeten de kennis van de tegenspeler(s) verhogen, waardoor de afstand tussen patiënt en sociale omgeving/tegenspeler kleiner wordt. De pionnen van het spel worden uitgevoerd in de vorm van een teek. Het spel kan worden afgedrukt op een stevig a4-papier net zoals de handleiding. Doordat merendeel van de mentaliteitsgroep vrouw is, is er voor gekozen om het concept een lieflijk en roze karakter te geven. Het sloot niet aan bij de doelgroep om het schreeuwerig rood/groen (waar je als eerst aan denkt bij insecten/natuur/gevaar) te maken. Het moet een prettig gevoel geven om het samen met vriendinnen of familie te kunnen spelen. Het is misschien al spannend dus deze zachte uitstraling draagt bij aan het op het gemak stellen van beide partijen.

Netwerken

Er zal in eerste instantie voornamelijk gebruik worden gemaakt van het bestaande netwerk van de Lyme vereniging. Zij hebben een groot aantal leden en veel bereik op Social Media. Daarnaast hebben zij regelmatig overleg met het Lyme Expertise Centrum, de politiek, en instanties zoals het UWV en Veilig Thuis. Daardoor hebben zij een groot netwerk in verschillende sectoren. De Lymevereniging zal het centrale punt (het hart) vormen van dit concept. Via hun kanalen kan dit concept worden gelanceerd. Het past bij het gedachtengoed van de vereniging want zij willen namelijk de belangen behartigen van Lyme patiënten in al haar facetten. Zoals het vergroten van bekendheid en begrip voor de ziekte van Lyme en de gevolgen daarvan.

BUSINESS MODEL CANVAS

PARTNERS

- Fred Verdult
voorzitter Lymevereniging
- Dik den Hollander
Peningmeester
- Erica Vrijmoet
Communicatie deskundige
- Lidewij Boeken
Bestuurslid
- Angele Drenth
Bestuurslid
- Kirsten van Hoof
Concept ontwerper
- Vrijwilligers van de Lyme
vereniging
- Drukkerij Amersfoort
- Webshops
- Politieke partijen
- Ministers
- UWV
- Veilig Thuis
- Lyme Expertise Centrum
- Nicolette van Dam

KERN ACTIVITEITEN

- Het bieden van een laag-
drempelige manier om
contacten te onderhouden en
bekendheid en begrip voor de
ziekte van Lyme te creëren
- Werven van nieuwe klanten
- Afzetgebied vergroten

KERN BRONNEN

- Hoofdkantoor Amersfoort
- Werkplek met computers /
laptops
- Mobiele telefoons
- Bestuursleden
- Vrijwilligers
- Lyme patiënten en hun
omgeving

WAARDEN

IT TEEKS 2

SERIOUS GAMING

- Onbegrip vern
- Sociaal isolement
- Lyme patiënten
- Leerzaam én le
- Laagdrempelig
- een band
- Oude wijn in e
- (Verfrissende n
- ouderwets spe
- Ideale digitale
- Lage aanschaf
- attentiewaard

KOSTEN STRUCTUUR

- Bordspel , speelkaarten, speluitleg laten drukken
- Pionnen bestellen
- (Online) Marketing

- | | | |
|---------------------------|-------------------------|--------------------------|
| • Kleine oplage 75 stuks | Totaal kosten: €757,28 | Kosten per spel: € 10,10 |
| • Grote oplage 3000 stuks | Totaal kosten: €7893,93 | Kosten per spel: € 2,63 |

PROPOSITIE

• Verminderen
• Effect van chronisch
• Verminderen
• Leuk
• Vrijen scheidt

• Een nieuw jasje
• Manier van een
• (el; ganzenbord)
• Detox
• Prijs / hoge
• e

KLANT RELATIES

- Informeel contact met de klant
- Ervaringskundige in dienst dus daardoor prettig contact met de klant
- Tweerichtingsverkeer, vereniging en leden leren van elkaar

KANALEN

- Social Media; Facebook, Twitter Instagram
- Website Lymevereniging
- Nieuwsbrief
- Magazine
- Blogs van Lyme patiënten
- Radio uitzendingen

KLANT SEGMENTEN

- Chronische Lyme patiënten
- Omgeving van Lyme patiënten
- Mensen die geïnteresseerd zijn in de ziekte van Lyme
- Apotheken
- Wachtkamers huisartsen praktijken en ziekenhuizen
- Scholen
- Winkels zoals ANWB of outdoor winkels
- Online webshops zoals Bol.com of Holland & Barret
- Beurzen

INKOMSTEN STROMEN

- Verkoop van het spel
- Eventuele subsidies
- Donaties voor de ontwikkeling van het spel

- Prijs per spel €16,- min kosten bij kleine oplage =
Totale inkomsten €314,79
Inkomsten per spel €5,90
- Prijs per spel €16,- min kosten bij grote oplage =
Totale inkomsten €13,37
Inkomsten per spel €7890,-

REALISATIE

Het tekenbord is een toegankelijk spel waardoor de haalbaarheid positief is. De haalbaarheid is getoetst aan verschillende analyse. De financiële haalbaarheid wordt als eerste uitgewerkt met aansluitend korte conclusies over maatschappelijke haalbaarheid, organisatorische haalbaarheid en juridische haalbaarheid.

Financiële haalbaarheid:

Voor de Lymevereniging zou het welkom zijn dat er meer inkomsten gegeneerd worden zodat ze (nog) meer Lyme patiënten kunnen helpen waar nodig. Het is dus van belang om een passend verdienmodel te ontwikkelen. Een combinatie van relatief lage ontwikkelkosten en een niet al te hoge verkoopprijs zodat een grote groep mensen het spel ook daadwerkelijk wil en kan kopen.

Om de kosten van ontwikkeling zo laag mogelijk te houden wordt gekeken om de benodigde producten zo veel mogelijk zelf te maken. Een bordspel op maat laten maken door een gespecialiseerd bedrijf kan ook maar bij een oplage van 1000 stuks ligt de kostprijs al op € 29,95 per stuk. In het kader van toegankelijkheid wordt hier **niet** voor gekozen.

Wat is er per spel nodig?

- 4 pionnen
- Spelbord
- Spelregels
- Spelkaarten
- 1 dobbelsteen

Een originele pion in de vorm van een teek of een mengelmoes van insecten is het leukste. Dat vergroot de beleving. Plastic insecten zijn al per 100 stuks te koop voor € 3,95. Met een zakje "pionnen" kan al voor 25 spellen voorzien worden.

Een spelbord kan gedrukt worden op een dik A-4 papier. Het is een bewuste keuze om geen (zwaar) spelbord te laten maken. De reden hiervoor is dat de productiekosten te hoog zijn en het niet makkelijk met de post verzonden kan worden. Een dik A-4 papier past gemakkelijk in een A-4 enveloppe met de benodigde spelitems door een brievenbus. In diverse webshops kun je 300 grams fullcolour papier kiezen die ook nog eens water- en scheurvast zijn. Dit verhoogt de kwaliteit van het spel.

Daarnaast bestaat er bij het laten drukken op A4-papier ook altijd nog een mogelijkheid om een spel te personaliseren of in de toekomst het spel altijd nog naar wens aan te passen/te verbeteren. De spelregels kunnen op een half A-4 aan weerszijde uitgelegd worden.

In het spel worden 32 kaarten gebruikt. Dit is een combinatie van kanskaarten en vraagkaarten. Een stok kaarten op maat gemaakt en geleverd in een luxe kartonnen doosje kan besteld worden vanaf 75 stuks of meer. Hoe meer stuks afgenomen worden hoe goedkoper de stukprijs wordt. Bijvoorbeeld: 75 stuks € 7,99 per stuk / 3000 stuks € 0,99 per stuk. In het spel wordt 1 dobbelsteen gebruikt. Via de webshop AliExpress.com kunnen al 20 dobbelstenen voor slechts € 0,74 kopen. Dit is net geen € 0,04 per spel.

Er zijn twee begrotingen uitgewerkt. De eerste begroting betreft de realisatie van het tekenbord in een kleine oplage (75 stuks) en de tweede begroting betreft de realisatie van het tekenbord in een grotere oplage (3000) stuks.

	75 stuks	3000 stuks
Pionnen	300 Pionnen = € 11,85	12.000 Pionnen = € 474,00
Spelbord	75 - 300 grams A4 = € 107,75	3000 - 300 grams A4 = € 3592,37
Spelregels	75 - 120 grams A5 € 35,43	3000 - 120 grams A5 € 737,56
Spelkaarten	€ 599,25	€ 2970,00
Dobbelstenen	€ 3,00	€ 120,00
Totaalkosten per totaaloplage	€ 757,28	€ 7893,93
Totaalkosten per spel	€ 10,10	€ 2,63

De genoemde tarieven zijn inclusief 21% BTW. De volledige offertes zijn terug te vinden in de bijlagen. (Zie bijlage 7, pagina 112) Omdat de Lymevereniging draait op vrijwilligers en omdat er ook genoeg patiënten een bijdrage leveren door zaken op te pakken kunnen er in een exploitatie geen personeelskosten opgenomen worden. Uit de concepttest kwam naar voren dat de mentaliteitsgroep tussen de € 15,00 en € 20,00 zouden willen betalen voor het tekenspel. Een voorbeeld verkoopprijs kan € 16,00 zijn, exclusief verzendkosten. Wanneer de verzendkosten op € 3,95 liggen kan daarmee de verzending, de enveloppe en het verpakkingsmateriaal mee bekostigd worden.

REALISATIE

Organisatorische haalbaarheid:

Om het concept op de markt te brengen zal de Lymevereniging een investering moeten doen. Afhankelijk van het beschikbare budget kunnen zij kiezen voor een oplage van 75 of van 3000 stuks. De meeste opbrengsten worden behaald bij een oplage van 3000 stuks.

Vanuit de Lymevereniging zal een persoon of meerdere personen de rol op het gebied van marketing en verkoop op zich moeten nemen. De mate van beschikbaarheid van deze persoon en de mate van de gewenste marketing is hierbij ook bepalend. De website van de Lymevereniging heeft al een webshop. Een makkelijke manier is om het spel toe te voegen aan de webshop.

Een uitgebreidere marketing kan resulteren in reclame en meerdere verkooppunten. Met name online reclame en online verkooppunten omdat Lyme patiënten niet snel in een centrum gaan winkelen. Voor de verkoop kan een grote speler zoals www.bol.com van toegevoegde waarde zijn. Qua online reclame kan social media ingezet worden. De Lymevereniging heeft op dit gebied al een groot netwerk aan volgers. Wanneer er marge is om het concept grootschalig onder de aandacht te brengen kan worden gedacht aan buitenreclame langs de weg. Een subsidie vanuit de overheid voor een campagne is ook nog een reële mogelijkheid. De Lymevereniging heeft hierin ook de nodige contacten.

Maatschappelijke haalbaarheid:

Het doel van het concept is om meer kennis te geven over de ziekte maar ook om op een toegankelijker manier het gesprek te openen met de (persoonlijke) omgeving en over de ziekte te kunnen praten.

Bij de patiënten is deze behoefte sterk aanwezig. De ziekte van Lyme krijgt steeds meer herkenbaarheid in Nederland en voor de omgeving of mensen die nog niet veel van deze ziekte afweten een leuke en makkelijke manier om meer te weten te komen.

In de tijd van nu, denk aan de klimaatsverandering, is de ziekte van Lyme enorm actueel. Het tekenspel past goed bij wat er nu maatschappelijk speelt.











Ethische haalbaarheid:

Het concept is ethisch verantwoord want het benadeeld niemand. Het komt de mentaliteitsgroep juist alleen maar ten goede. Het heeft een positieve werking op de kwaliteit van leven.

Juridische haalbaarheid:

Voor het ontwerp en de realisatie van het concept zijn weinig tot geen juridische stappen nodig. Verstandig is om patent aan te vragen zodat de Lymevereniging de enige is die dit spel mag ontwikkelen. Voor de webshop zullen bepaalde regels vastgelegd moeten worden maar doordat de webshop reeds bestaat, er wordt enkel een product toegevoegd, is het niet nodig om dit opnieuw te doen.

Implementatie schema

Taak	JUNI	AUGUSTUS	SEPTEMBER	OKTOBER	NOVEMBER	DECEMBER
Overleg concept						
Overleg gewenste oplagen						
Bestelling plaatsen bij drukkerij						
Dobbelstenen bestellen						
Vergadering reclame campagne						
Draagvlak creëren doelgroep						
Spellen samenstellen						
Webshop inrichten						
Verkooppunten benaderen						
Spel lanceren						

Implementatieplan

Mijn advies als Lifestyle Professional is om het concept 'IT TEEKS 2 - Serious Gaming' in het najaar te lanceren. Dan worden de dagen korter en kouder. Mensen zullen meer tijd binnen spenderen en dus een perfect moment om een bordspel met elkaar te spelen. Zo is er ook voldoende tijd om het bordspel te laten drukken, een reclamecampagne uit te zetten, verkoopkanalen te benaderen en de doelgroep vast te 'triggere'.

Deze taken zullen voorlopig worden opgenomen door bestuursleden en vrijwilligers van de vereniging. De Lymevereniging is bezig met de oprichting van een onafhankelijk Lyme fonds om fondsen te werven. De verwachting is dat dit fonds vanaf 2021 de Lymevereniging subsidie kan geven. Hierdoor komen er middelen die ingezet kunnen worden voor een of enkele betaalde medewerkers. Dit zou kansen kunnen bieden om iemand in dienst te nemen om de marketing en verkoop op zich te nemen, mocht er te weinig capaciteit zijn vanuit de vereniging.

Als conceptontwikkelaar lever ik een 'prototype' bordspel aan. In mijn plan is rekening gehouden dat dit ontwerp direct kan worden gebruikt (dus kant en klaar met bordspel, pionnen, speelkaarten en speluitleg) maar is er ook ruimte open gelaten om het spel aan te passen naar wens. Er is bewust voor gekozen om mijn aandeel niet mee te nemen in de begroting. Mijn conceptontwerp bied ik aan als Lifestyle Professional (Studente), Lyme patiënt en als vrijwilliger. Het is aan de Lymevereniging om het spel te laten drukken, te verkopen en om het concept te bewaken. Wanneer zij mijn hulp kunnen gebruiken, liggen daar zeker kansen voor in de toekomst.

Bol.com

Via bol.com kan het spel worden aangeboden. Dit is een gratis dienst. Pas na verkoop worden er bemiddelingsbijdragen verrekend. Na het aanleveren van de productinformatie wordt er binnen 24 uur bekend gemaakt of zij met het product aan de slag willen gaan. Gaan ze akkoord? Dan wordt het binnen 8 dagen verwerkt en staat het online. Bij een kleine oplage is het verstandig om vanuit het hoofdkantoor in Amersfoort de spellen via brievenbuspakketten te versturen. Wanneer de markt groter wordt voor het spel kan het logistieke proces door Bol.com worden overgenomen. Zo profiteren klanten ook van de snelste bezorgservice. De bemiddelingsbijdrage die je voor elk artikel betaalt bestaat uit: een vast bedrag plus een percentage van de verkoopprijs

Vast (incl. btw*)	% (incl. btw)	Vast (excl. btw**)	% (excl. btw***)
€1,00	12%	€0,83	9,9%



Bron: Bol.com

Samenvatting

Wanneer de Lymevereniging tevreden is met het spel ontvangen zij van mij alle officiële bestanden. Binnen de vereniging zal bepaald worden welke mensen verantwoordelijk zullen zijn voor het concept. Dit houdt in; oplagen kiezen, contact met de drukkerij, draagvlak creëren bij de doelgroep, spel samenstellen, spel versturen, webshop inrichten, verkooppunten benaderen, marketing en conceptbewaking.

Wanneer de vereniging de gewenste oplagen heeft gekozen kunnen zij contact opnemen met de drukkerij die meegenomen is in de begroting. Daar kunnen zij het bordspel en de speluitleg laten drukken. Via Ali Express kunnen zij de pionnen bestellen en vervolgens samenstellen tot spel.

Via de eigen (online)kanalen zal draagvlaak gecreërd gaan worden bij de doelgroep. Dit kan door middel van de Kans- en Vraagkaarten in te zetten als 'Eye catcher' of ze kunnen gebruik maken van influencers die het spel willen promoten via hun eigen kanaal.

Daarnaast kan dit team actief op zoek gaan naar andere verkooppunten zoals webshop Bol.com. Ook kunnen ze gaan onderzoeken of er interesse is bij winkels of gezondheidsinstanties. Denk aan de ANWB, Perry sport maar ook apotheken.

De Lymevereniging staat op vele beurzen en geeft vele lezingen. Het is aan te raden om het concept bij deze gebeurtenissen te betrekken. Zo kan er op een niet-digitale manier, een grote groep mensen, kennis maken met het spel.

Tot slot wil ik benadrukken dat de vereniging ontzettend goed werk verricht. Ze blijven zich inzetten en zichzelf vernieuwen en daardoor zal ik als Lifestyle Professional / Lyme patiënt er altijd voor openstaan om mee te denken, mee te helpen met nieuwe ontwikkelingen die andere Lyme patiënten weer zouden kunnen helpen.

SERIOUS GAMING





SERIOUS GAMING

IT TEEKS 2

It teeks 2 is een gevaarlijk en spannend spel waarbij je zo snel mogelijk de finish (vakje 64) moet behalen. Maar pas op dat je niet door een teek gebeten wordt en de ziekte van Lyme krijgt.

Inhoud 1 speelbord, 1 dobbelsteen, 32 speelkaarten, 4 teken (pionnen)

Spelregels

- Cooi de dobbelsteen
- Vermijd de hindernissen
- Wie is als eerste bij de finish?

Speciale spelregels

Alle eye-openers vermeld op de kaarten moeten handig worden voorgelezen.

Doel van het spel

Het doel van het spel is om meer kennis en informatie op te doen over de ziekte van Lyme en het aangaan van een (eerlijk) gesprek tussen de Lyme patiënt en zijn omgeving.

Speciale vatjes:

Gevangenis Voor Lyme patiënten voelt hun bed en/of huis soms aan als een gevangenis. Als je op dit vakje komt blijf je in "bed", totdat een medespeler passeert

Teek Al je bent gebeten door een teek. Sla een beurt over!

Haha geflopt Je hebt afspraken gemaakt en dingen gepland maar je voelt je niet goed. Ga terug naar start en begin opnieuw.

Brainfog De hersenmist slaat toe. Je kan niet meer helder nadenken. Ga naar de gevangenis en wacht totdat een medespeler je bevrijdt.

Ziektewet Vanwege de ziekte kan je niet meer werken. Cooi 2x met de dobbelsteen en ga het aantal ogen achteruit.



VRAAG KAART

WAT IS JE ERGSTE ANGST?

Wist je dat?

De ziekte van Lyme kan gepaard gaan met klachten zoals angsten, paniekaanvallen en depressies. Een paniekstoornis kan invaliderend zijn in de zin dat een persoon die er aan lijdt het huis niet meer uitkomt en zich sociaal isoleert. 3 op de 10 Lyme patiënten denkt wel eens aan zelfdoding. De ziekte zelf kan ook dodelijk zijn.

KANS KAART

HIEP HIEP HOERA, JE BENT JARIG
SLA 3 BEURTEN OVER

Huh? Waarom?

Voor een Lyme patiënt is het niet vanzelfsprekend om je verjaardag te vieren.

De drie beurten staan voor:

- 1) Een week van te voren niks doen
- 2) De verjaardag zelf
- 3) Na de verjaardag herstellen

LITERATUURLIJST

Adformatie. (2017, december 28). Opgehaald van <https://www.adformatie.nl/media/10-ontwikkelingen-die-we-niet-mogen-missen-2018>

Apost. (sd). Opgehaald van <https://www.apost.com/nl/blog/vaarwel-bejaardentehuizen-de-nieuwe-trend-is-co-housing-met-vrienden>

Bakas, A. (2016, december 20). kis. Opgehaald van <https://www.kis.nl/artikel/wat-worden-de-maatschappelijke-themas-en-trends-van-2017>

breda duursaam. (sd). Opgehaald van <http://www.bredaduursaam.nl/>

Career and live. (sd). Opgehaald van <https://careerandlive.nl/nationale-digital-detox-dag-19-02-2019/>

CBS. (2019, februari 26). Opgehaald van <https://www.cbs.nl/nl-nl/visualisaties/bevolkingsteller>

CBS Arbeid en inkomen. (sd). Opgehaald van <https://www.cbs.nl/nl-nl/arbeid-en-inkomen/arbeid-en-sociale-ze-kerheid/arbeidsmarkt-in-vogelvlucht>

CPB. (2018, maart 22). Opgehaald van <https://www.cpb.nl/publicatie/centraal-economisch-plan-2018>

Dragt, E. (2017). *How to Research Trends*. BIS Publishers .

Dumitrescu, D. (2012). *Road Trip to Innovation* . Trendone .

Dutch Design Week. (sd). Opgehaald van <http://www.ddw.nl/>

Edelkoort, L. (sd). Edelkoort. Opgehaald van <http://www.edelkoort.com/>

Eikenaar, H. (2018, september 27). BD. Opgehaald van <https://www.bd.nl/tilburg/nieuw-initiatief-willem-ii-ouderen-praten-over-clubhistorie-als-middel-tegen-eenzaamheid-en-dementie~aa95c300/>

Eldert, B. v. (2018, juli 31). AD . Opgehaald van <https://www.ad.nl/economie/nieuwe-trend-ziekenhuis-zonder-patient~ae33209b/>

Elke den Ouden. (2016). Opgehaald van Value Framework: <http://www.elkedenouden.com/Valueframework-zoom.html>

Es, J. v. (2018, Oktober 2). Want. Opgehaald van <https://www.want.nl/robo-teend-kinderen-met-kanker-troosten/>

fotografie, Natuur. (2019). *Natuur fotografie magazine*. 16.

Fun en Feest. (sd). Opgehaald van <http://www.fun-en-feest.nl/>

GGZ Nederland E Health. (sd). Opgehaald van <https://www.ggz nederland.nl/themas/e-health>

Giel, P. (Regisseur). (2019). *S.O.S. Lyme een onzichtbare epidemie* [Film].

Horowitz, R. (2017). *How Can I Get Better?* ST. Martin's Griffin .

KCWZ. (2018, september 1). Opgehaald van <https://www.kcwz.nl/blog/2018/blog-5-ontwikkelingen-wonen-en-zorg-in-2018>

Kras, J. (2018, april 24). *Welingelichte Kringen*. Opgehaald van <https://www.welingelichtekringen.nl/samenleving/797242/de-treurige-reden-waarom-er-zoveel-japanse-ouderen-in-de-gevangenis-zitten.html>

Lyme dat blijft plakken. (sd). Opgehaald van <https://lymedatblijftplakken.com/>

Lyme Epidemie. (sd). Opgehaald van <https://www.lymeepidemie.nl/>

Lyme vereniging. (sd). Opgehaald van <https://lymevereniging.nl>

Lymevereniging. (2019). *De Nederlandse Lyme Monitor 2019*. Lymevereniging.

Maxilla. (sd). Opgehaald van <https://www.maxilia.nl/>

Mersbergen, C. v. (2019, april 13). *Onderzoek: drie op de tien lymepatiënten denkt aan zelfdoding*. AD, p. 2.

Motivaction. (sd). Opgehaald van <https://www.motivaction.nl/mentality>

NOS. (2018, mei 21). Opgehaald van <https://nos.nl/artikel/2232918-20-000-nieuwe-stamceldonoren-na-laura-s-oproep-om-haar-vriend-pim-te-redden.html>

Ongeremd. (2018, februari 22). Opgehaald van <https://ongeremd.org>

Parker. (2019, december 22). *Parker Dentistry*. Opgehaald van <http://www.parker-dentistry.com/blog/post/trend-4-of-2019-feed-your-brain-brain-food.html>

Rabobank. (sd). Opgehaald van <https://www.rabobank.nl/bedrijven/cijfers-en-trends/>

Raymond, M. (2010). *Trend Forecasters Handbook* . Laurence King Publishing .

Reclameland. (sd). Opgehaald van <https://www.reclameland.nl/>

Richard van Hooijdonk. (sd). Opgehaald van <https://www.richardvanhooijdonk.com/blog/kan-technologie-eenzaamheid-en-sociaal-isolement-tegengaan/>

RIVM - Ziekte van Lyme. (sd). Opgehaald van <https://www.rivm.nl/ziekte-van-lyme>

Samr marktvinders. (sd). Opgehaald van <https://www.samr.nl/product/bsr-leefstijlsegmentatie/>
SCP. (2016, december 21).

Opgehaald van https://www.scp.nl/Publicaties/Alle_publicaties/Publicaties_2016/De_toekomst_tegemoet

Skipr. (2019, januari 21). Opgehaald van <https://www.skipr.nl/actueel/id37233-blue-monday-vraagt-aandacht-voor-depressie.html>

Social powerhouse. (sd). Opgehaald van <http://www.socialpowerhouse.nl/>

Statline CBS. (2018, september 11). Opgehaald van [https://statline.cbs.nl/statweb/publication/?vw=t&dm=sInl&pa=71486ned&d1=0-2,23-26&d2=0&d3=0,5-16&d4=\(l-1\)-l&hd=090402-0910&hdr=t,g3&stb=g1,g2](https://statline.cbs.nl/statweb/publication/?vw=t&dm=sInl&pa=71486ned&d1=0-2,23-26&d2=0&d3=0,5-16&d4=(l-1)-l&hd=090402-0910&hdr=t,g3&stb=g1,g2)

Stichting de ombudsman ziekte van Lyme. (sd). Opgehaald van <https://docplayer.nl/2322076-De-ziekte-van-lyme-een-onderschat-probleem-onderzoek-naar-de-gevolgen-voor-patienten-en-maatschappij-de-ombudsman-stichting.html>

Sutmuller, J. (2014). *Serious Concepting*. Fontys Academy for Creative Industries.

Tekenbeetziekten. (sd). Opgehaald van <https://www.tekenbeetziekten.nl>

Tekenradar. (sd). Opgehaald van <https://www.tekenradar.nl/>

Tilburg.com. (2019, januari 31). Opgehaald van <http://tilburg.com/nieuws/tilburger-lanceert-whatsapp-dienst-voor-mensen-die-zich-kut-voelen/>

Tinybots. (sd). Opgehaald van <https://www.tinybots.nl/>

TUE. (sd). Opgehaald van <https://www.tue.nl/>

Van Abbe Museum. (2019, maart 23). Opgehaald van <https://vanabbemuseum.nl/programma/programma/the-tick/>

Verhoeven, N. (sd). *Wat is onderzoek?* Boom uitgevers Amsterdam.

Vilans. (2018, januari 25). Opgehaald van <https://www.vilans.nl/artikelen/12-technologische-ontwikkelingen-in-de-zorg>

VSOP Zeldzame ziekte dag. (sd). Opgehaald van <https://vsop.nl/wat-doen-wij/zeldzameziektedag/>

Week van de Teek. (sd). Opgehaald van <https://www.weekvandeteek.nl/samenwerkende-organisaties>

Zorginnovatie Fello. (sd). Opgehaald van <https://www.zorginnovatie.nl/innovaties/fello>

Zorginnovatie Obli. (sd). Opgehaald van <https://www.zorginnovatie.nl/innovaties/obli>

Beeld werkt. (sd). Opgehaald van <https://www.beeldwerkt.com/>

Koycheva, E. (sd). Unsplash. Opgehaald van <https://unsplash.com/photos/Yhbp9j0xTdE>

Koycheva, E. (sd). Unsplash. Opgehaald van <https://unsplash.com/photos/yJwbvWmJs5M>

Kras, J. (sd). Opgehaald van <https://www.welingelichtekringen.nl/samenleving/797242/de-treurige-reden-waarom-er-zoveel-japanse-ouderen-in-de-gevangenis-zitten.html>

Kwee, R. (sd). *Black Dogs*. Opgehaald van <https://blackdogs.nl/whats-up/>

Kwok, N. (sd). *Unsplash*. Opgehaald van <https://unsplash.com/photos/VBWWscZtszY>

Lammert. (sd). *Klazienaveen*. Opgehaald van <https://klazienaveen24.nl/blue-monday-meest-deprimerende-dag-jaar/>

Lymevereniging. (2019). *De Nederlandse Lyme Monitor 2019*. Lymevereniging.

Mentatdgt. (sd). *Pexel*. Opgehaald van <https://www.pexels.com/photo/photography-of-a-beautiful-woman-smiling-1024311/>

Ongeremd Social Design. (sd). Opgehaald van <https://www.facebook.com/ongeremd.socialdesign/>

Willems, N. (sd). Opgehaald van <https://www.bd.nl/stadsgezicht-tilburg/stop-met-malen-dankzij-coffee-coach~a9e7ec35/>

Leven met MS. (sd). Opgehaald van <https://www.levenmetms.nl/Wat-is-MS/MS-verschil-tussen-mannen-en-vrouwen>

B

Bijlagen

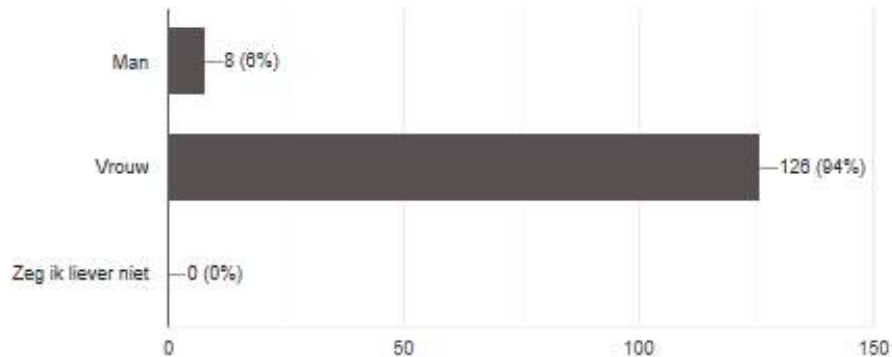
88
100
101
104
106
108
112

BIJLAGE 1	ENQUÊTES
BIJLAGE 2	INTERVIEW
BIJLAGE 3	CREATIEVE SESSIE
BIJLAGE 4	VAN ABSTRACT NAAR CONCREET
BIJLAGE 5	CONCEPTTEST
BIJLAGE 6	COOLHUNTS
BIJLAGE 7	OFFERTES

ENQUÊTES

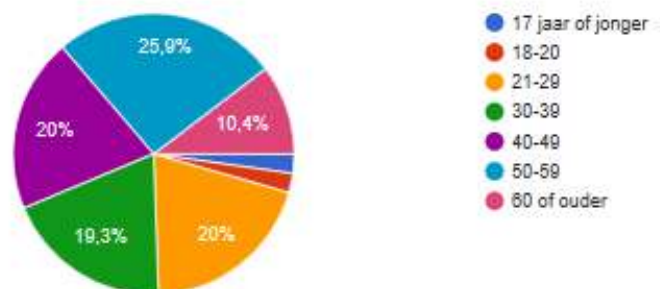
Wat is uw geslacht?

134 antwoorden



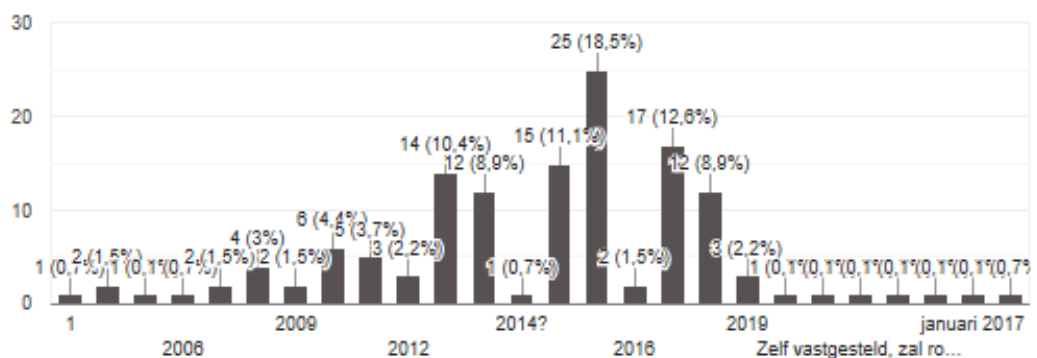
Wat is uw leeftijd?

135 antwoorden



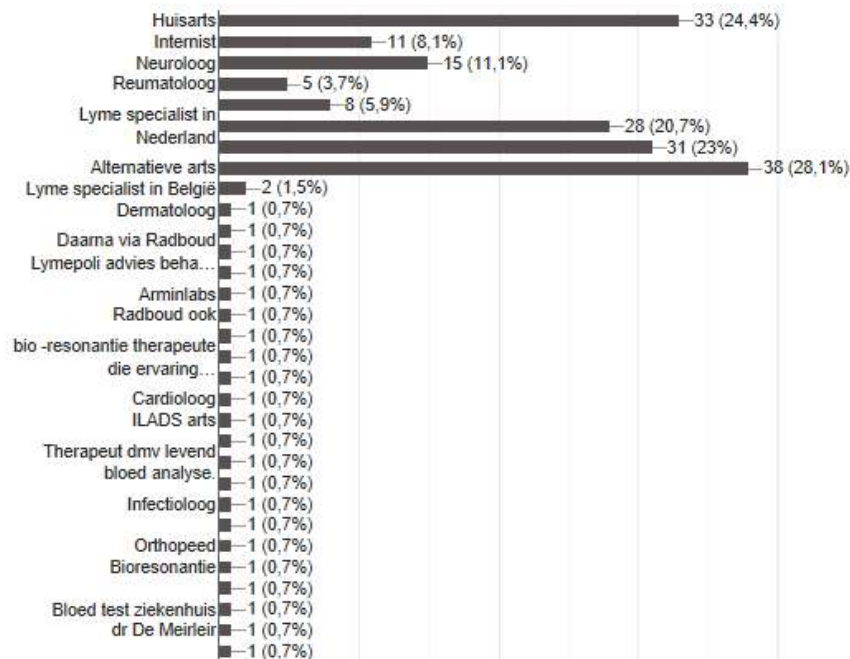
In welk jaartal is bij u de diagnose (chronisch) Lyme vastgesteld?

135 antwoorden



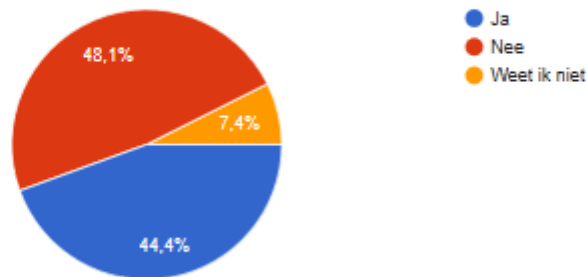
Wie heeft de diagnose Lyme vastgesteld? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

135 antwoorden



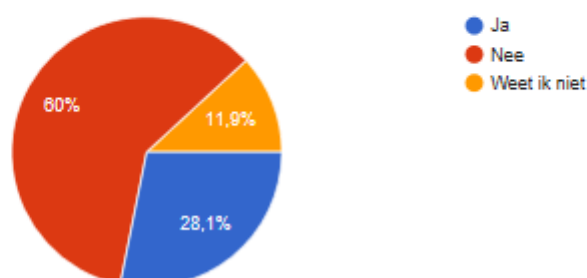
Heeft u een tekenbeet opgemerkt voordat u ziek werd?

135 antwoorden



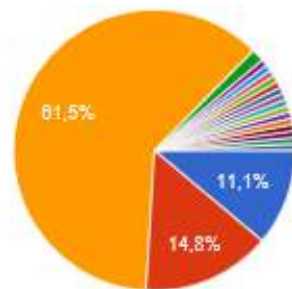
Heeft u een rode kring of vlek (Erythema Migrans) opgemerkt?

135 antwoorden



Hoe is de diagnose gesteld?

135 antwoorden

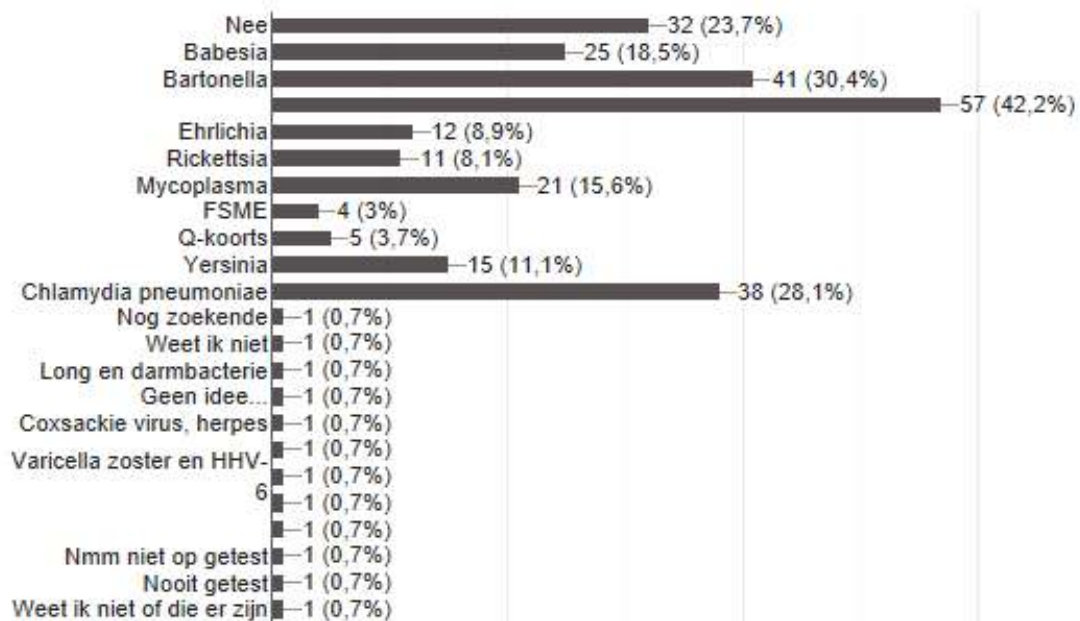


- Op basis van specifieke ziekteversch...
- Op basis van laboratoriumdiagnosti...
- Op basis van een combinatie van b...
- bioresonantie
- Na jaren ziek zijn en uiteindelijk doo...
- Totale klinische beeld en de tekorte...
- Via vegatest
- bioresonantie en ziekteverschijnselen

▲ 1/3 ▼

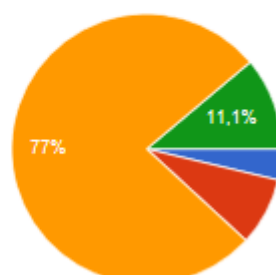
Zijn er bij u co-infecties gediagnosticeerd? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

135 antwoorden



In welk stadium van Lyme werd u gediagnosticeerd?

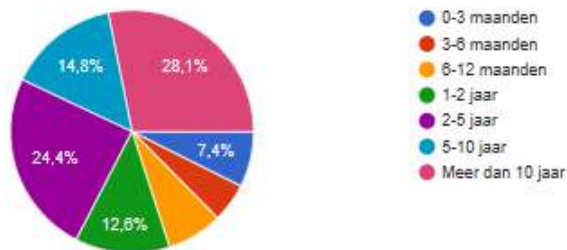
135 antwoorden



- Stadium 1: 0-3 maanden na de besmetting
- Stadium 2: 3 maanden tot 1 jaar na de besmetting
- Stadium 3: Meer dan 1 jaar na de besmetting
- Weet ik niet

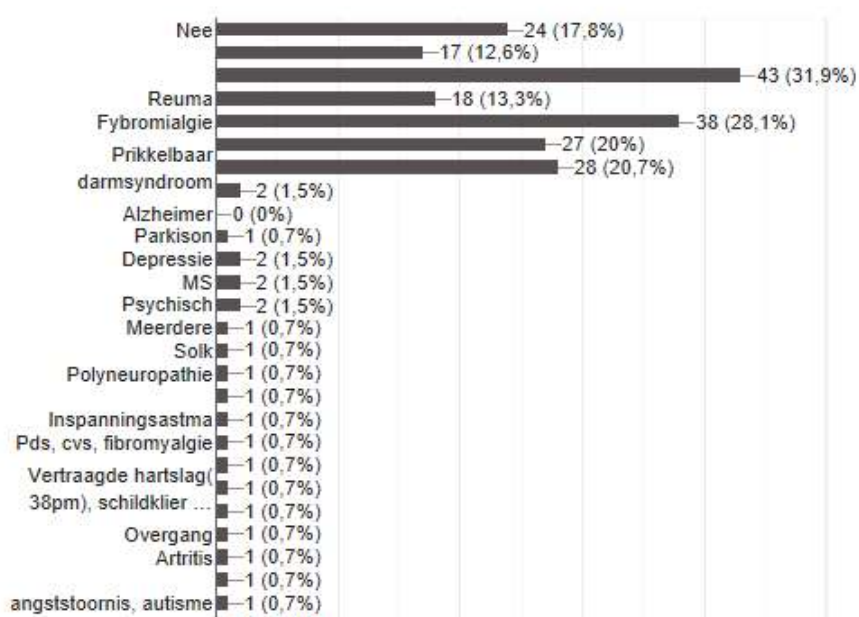
Hoeveel maanden / jaren duurde het voordat de diagnose Lyme werd vastgesteld?

135 antwoorden



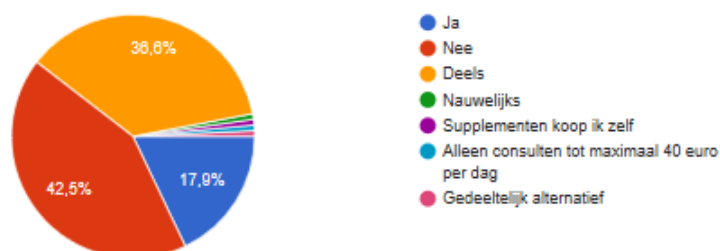
Zijn er bij u ook nog andere (mis)diagnoses vastgesteld? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk

135 antwoorden



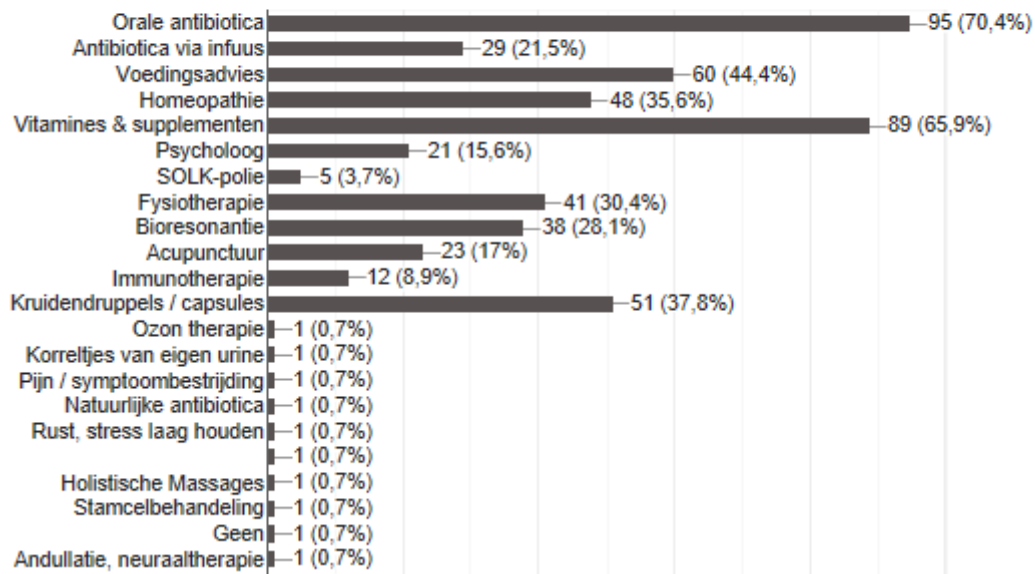
Is deze behandeling vergoed door uw zorgverzekeraar?

134 antwoorden



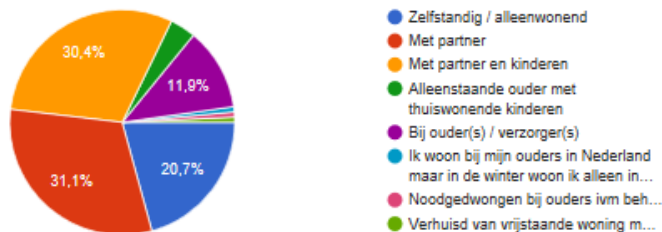
Wat was/is de aard van de behandeling? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

135 antwoorden



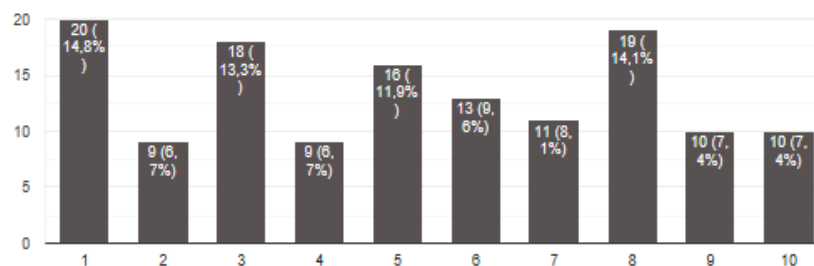
Wat is uw huidige woonsituatie?

135 antwoorden



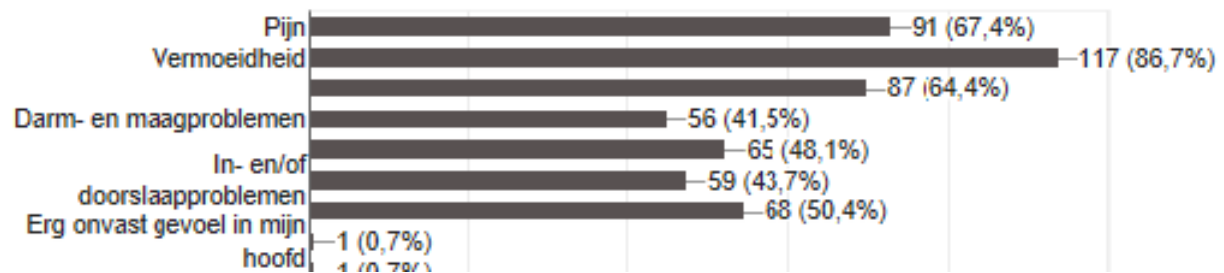
In hoeverre bent u afhankelijk van anderen m.b.t. het huishouden

135 antwoorden



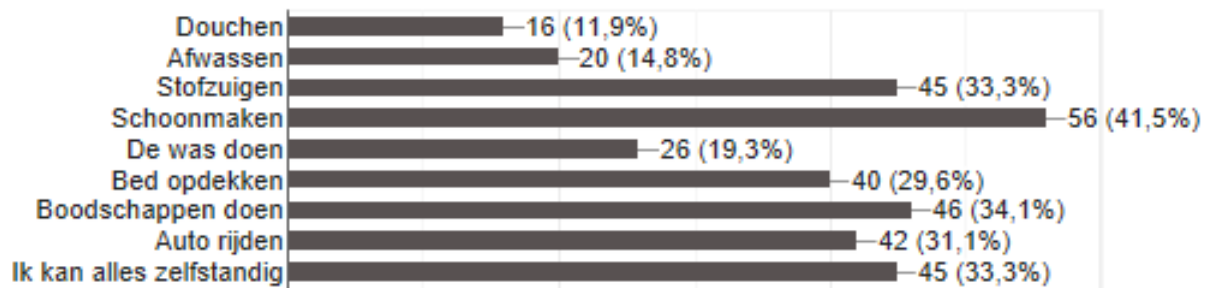
Welke klachten belemmeren u momenteel het meest? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

135 antwoorden



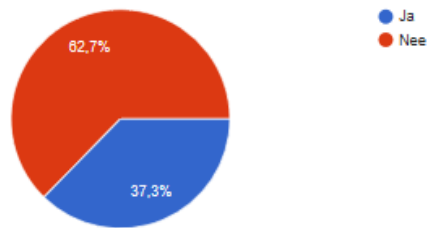
Welke activiteiten kunt u niet zelfstandig doen? U kunt meerdere activiteiten aanvinken

135 antwoorden



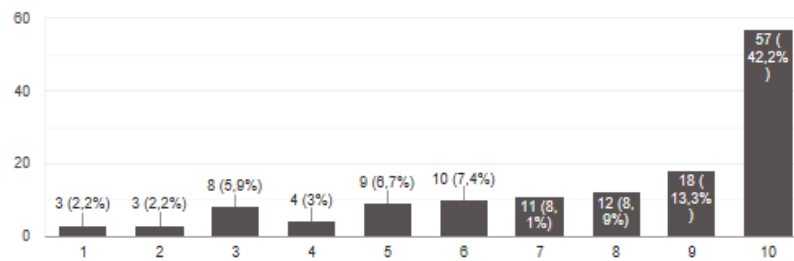
Verricht u momenteel betaald werk?

134 antwoorden



In hoeverre belemmeren / belemmerde uw Lyme klachten werkzaamheden bij een baan of vrijwilligerswerk

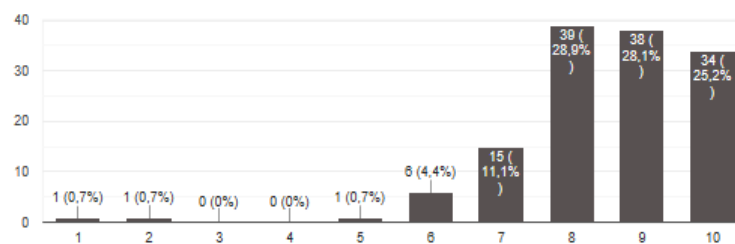
135 antwoorden



Sociale contacten & relaties

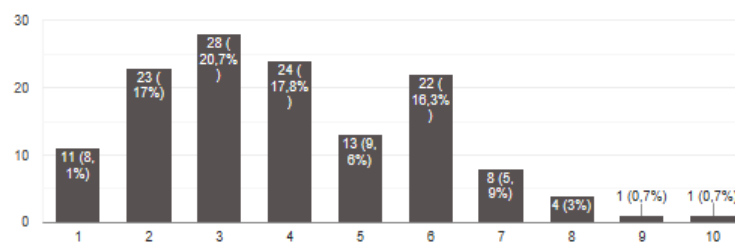
Welk cijfer geeft u uw sociale leven voordat u ziek werd?

135 antwoorden



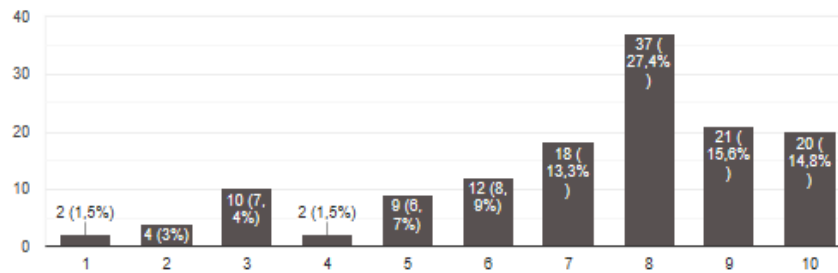
Welk cijfer geeft u uw sociale leven tijdens uw ziekte?

135 antwoorden



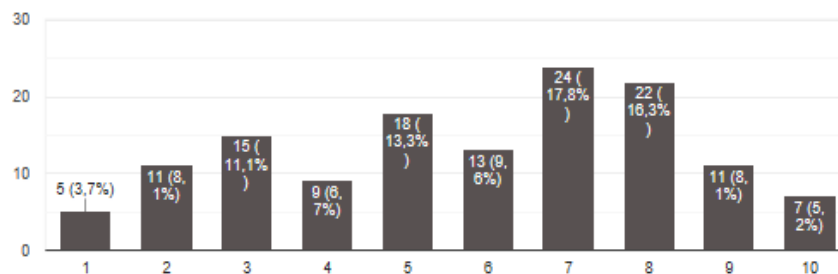
Bent u beperkt om mensen zo vaak te zien als u zou willen?

135 antwoorden



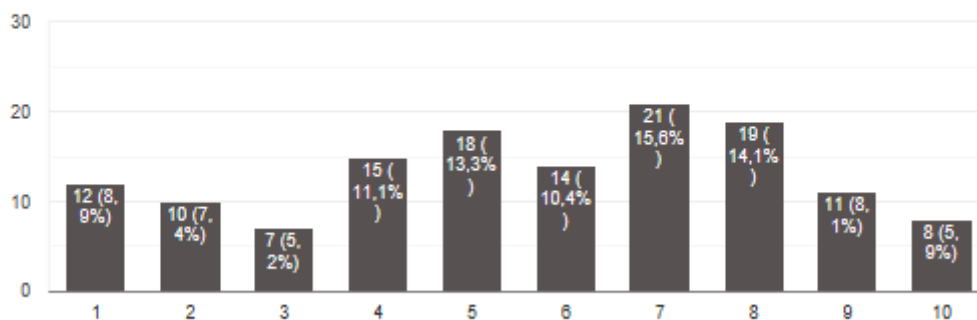
In welke mate is uw omgeving betrokken bij uw ziekte?

135 antwoorden



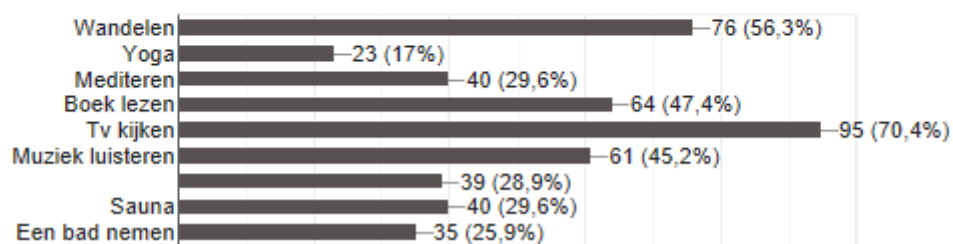
Voelt u zich eenzaam?

135 antwoorden



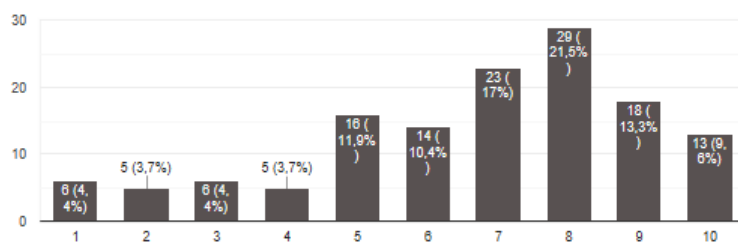
Wat doet u ter ontspanning? Er zijn meerdere antwoorden mogelijk.

135 antwoorden



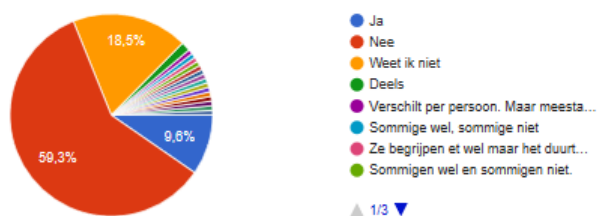
Ervaart u onbegrip vanuit uw omgeving? (buiten uw gezin om)

135 antwoorden



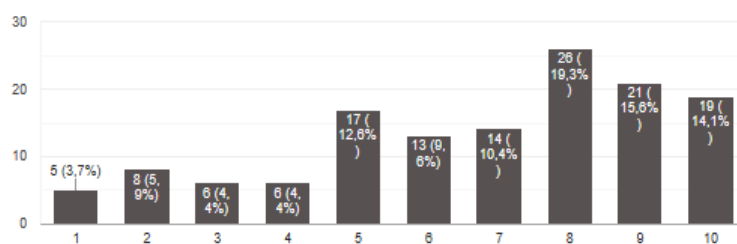
Heeft u het idee dat uw (sociale) omgeving de ziekte begrijpt?

135 antwoorden



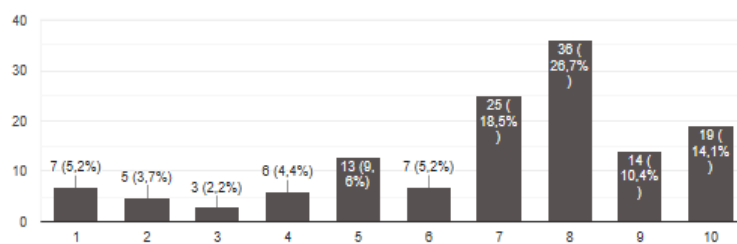
Moet u zich telkens weer verdedigen ten opzichte van uw ziekte?

135 antwoorden



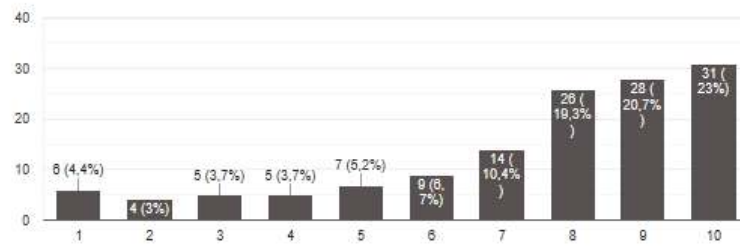
Zou u meer sociaal contact willen?

135 antwoorden



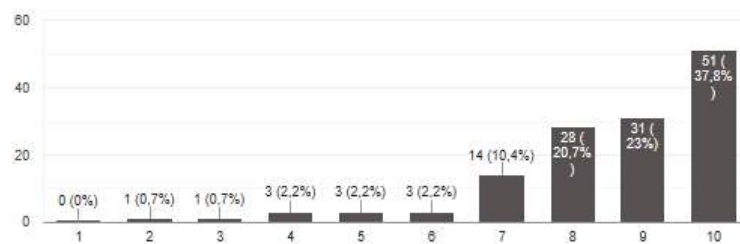
Voelt u zich wel eens opgesloten? (In uw eigen lichaam of huis)

135 antwoorden



Onderschatten andere mensen hoe zwaar het is om deze ziekte te hebben?

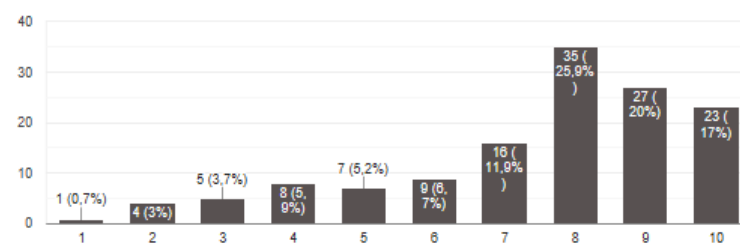
135 antwoorden



Kwaliteit van leven

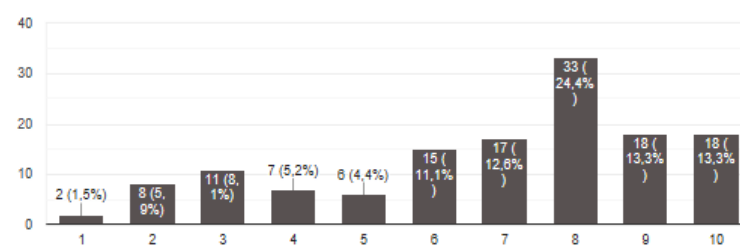
In hoeverre belemmeren uw Lyme klachten kwaliteit van leven

135 antwoorden



In hoeverre belemmeren uw Lyme klachten plezier in het leven?

135 antwoorden



Een selectie van de antwoorden op open vragen.

Hoe blijft u overeind? Hoe blijft u doorvechten? Waar haalt u kracht uit?

- Mijn dieren en de natuur(vanuit t raam) en eens een uurtje weg
- Ik blijf hopen op vooruitgang. En 2 van mijn 3 kinderen hebben psychische problemen en hebben me nodig
 - Voor mijn kinderen ga ik door
 - Ik heb 'n ijzer sterke wil er is nog Zoveel te doen hier dus ga net zolang door totdat ik genezen ben
 - Dat weet ik soms ook niet. Ik probeer te genieten van de mensen, kinderen en dieren om me heen.
Geluk zit in de kleine dingen
- Dat ik wil blijven leven. En nu ik ontdekt heb dat ik mij beter voel in een warm klimaat heb ik meer hoop
 - Hoop op genezing, de wil om te leven, voorbeelden van anderen die genezen zijn, mijn geloof.
 - Vooruit blijven kijken. Door sterk te zijn in het hoofd
- Door Humor en dat ik mijn zoon graag goed terecht wil zien komen . Kleine dingen waar ik van kan genieten ,
En ben al blij dat ik nog leef heb al zoveel meegemaakt
- Uit het genieten van alle kleine dingen. Ik kan misschien niet alles wat een 'normaal mens' wel kan.
Maar dat betekend niet dat je bij de pakken neer moet gaan zitten
- Je hebt geen keus! Ik probeer zoveel mogelijk positief te blijven en ik doe vooral zelf onderzoek,
lees van lyme specialisten hun adviezen e.d.
 - de kleine geluksmomentjes, bijvoorbeeld een gesprek met iemand of de zon , per dag leven,
maar ook naar de toekomst kijken
 - Het leven is mooi en bijzonder
 - Geen idee
 - Een gezellige mama willen zijn voor mijn zoontje
 - Door niet op te geven. Hoe zwaar het soms ook is. Mensen blijven zien die mij lief zijn en goed proberen uit te leggen hoe ik mij voel.
 - Beetje cliché maar mijn kinderen, beestjes en te genieten van alles wat nog wel kan en gaat.
- Karakter eigenschap, afleiding en de noodzakelijke extra zorg voor kind. Vergeet dat ik zelf wat mankeer

Wat is voor u het grootste verschil tussen voor en tijdens uw ziekte?

- Ik had een olifantgeheugen en nu ben ik als een dementerende.
- Dat ik niet weet wat mijn toekomstperspectief is. Ik kan niet ergens naartoe leven (een studie volgen, werk, zelfstandig wonen, etc.), alles is onzeker. Een ander groot verschil is dat ik over alles moet nadenken, bewust keuzes moet maken, omdat elke keuze consequenties heeft voor hoe ik me voel. De spontaniteit in het leven is bijna helemaal weg.
 - Ik was toen onafhankelijk en nu niet meer
 - Het vanzelfsprekende van het leven. Je moet nu overal en altijd rekening ermee houden
- Zonder problemen alles kon doen wat ik wilde en niet belemmerd werd door geen energie of vermoeidheid.
 - Voor lyme kon ik blijven doorgaan. Nu moet alles afgewogen worden.
 - Dat je over alles moet nadenken voordat je iets kan doen. Als ik nu dit doe, lig ik morgen op bed
- Ben door mijn ziektes een ander mens geworden . Zie nu duidelijker hoe mensen zijn in nood leert men zijn vrienden en familie kennen is waar . En begrijpt door dat ik vaker dicht bij de dood heb gestaan wat er echt toe doet ben daardoor relexter en weet wat ik wel en niet meer wil voel me daardoor een rijker en sterker mens .
- Ook al ben ik veel kwijt geraakt . Zeg wel eens wou dat ik 18 was maar dan wel met de levens ervaring van wat ik nu heb
 - Was erg actief,leefde van alle kanten. Voel me vaak oud,loop slecht en krijgt steeds weer nieuwe rare ziekteverschijnselen
 - Altijd pijn! Vrijheid in m'n doen en laten .
- Sociale contacten en feestjes geven , paardrijden en mijn job als airhostess waren mijn passies en nu onmogelijk geworden
 - zelfstandigheid,je eigen geld verdienen,onafhankelijk zijn,je lichaam kunnen vertrouwen
 - Nu zit ik voornamelijk binnen en kom nergens meer, voorheen ging ik graag de natuur bv in.
 - deelnemen aan het leven, plannen maken
 - Weinig energie hebben en vermoeid, van een druk sociaal leven naar een couch patato
 - dat je nu weet wat het betekent om de ziekte van lyme te hebben
 - Totaal anders voorheen 50+ werkweken en nu 100% afgekeurd
- Dat is zo groot, mentaal ben ik bijna niet belastbaar itt vroeger zo ook fysiek, ik was zeer sportief, wandelen in de bergen, fietsen etc, kan nu allemaal niet echt meer.
 - Ik was super actief en nu ben ik niet eens meer in staat te lopen. En de helderheid in mijn hoofd mis ik.
 - Mijn wereld is een stuk kleiner geworden
- Was ooit top-fit/gymnastiek docente en nu arbeidsongeschikt met elektrische fiets en geen sport meer als hobby
 - Voorheen leefde ik, nu probeer ik te overleven. Ik voel me meestal een dode die ademt
- Dat het rijke sociale leven dat ik voorheen had nu nog maar zeer beperkt is. Ik moet alles plannen (dus rust voor en na een sociale activiteit). Het aantal activiteiten heb ik teruggebracht tot maximaal 2 op doordeweekse dagen en 1 in het weekend. Vakanties en uitjes worden aangepast aan mijn energieniveau. En ondanks dat ik dat allemaal zo doe, moet ik nog regelmatig een afspraak afzeggen.

Interview Debby de Venter

I = Interviewer

D = Debby

I: Allereerst wil ik je bedanken dat je deel wilt nemen aan dit interview. Daardoor kan ik duidelijk inzicht krijgen hoe bepaalde situaties door een Lyme-patiënt wordt ervaren.

D: Jij ook bedankt! Doordat iemand er mee bezig is, het onder de aandacht brengt, voel ik mij al gehoord.

I: Wanneer begonnen bij jou de klachten? Vanaf welk moment kreeg je door dat er iets niet klopte?

D: 8 jaar geleden. Ik had een flinke griep gehad, zoals wel vaker in mijn leven maar dit keer herstelde ik niet. Ik bleef weken/maanden lang moe, kreeg zenuwpijnen, kon heel erg slecht licht en geluid verdragen en was heel duizelig en slap, algehele malaise eigenlijk. Ik ben toen naar de huisarts gegaan maar daar kreeg ik het advies om rust en paracetamol te nemen. Het zou vanzelf wel overgaan.

I: Dat deed het zeker niet?

D: Nee inderdaad, het ging alleen maar slechter met mij waardoor ik uiteindelijk moest stoppen met mijn werk, wat mij veel verdriet heeft gedaan. Ik ben toen terug gegaan naar de huisarts / internist en ben volledig onderzocht. Daar kreeg ik het "goede nieuws" dat er niks met mij aan de hand was en kreeg ik het stempeltje 'Chronisch Vermoeidheid Syndroom'. Daarvoor werd ik naar de medisch psycholoog doorverwezen om met mijn klachten om te leren gaan.

I: Heeft dat geholpen?

D: Nee, totaal niet. Na een paar sessies ben ik gestopt. Ik ben niet gek in mijn hoofd heb ik hem gezegd ha-ha. Ik voelde en wist dat er overduidelijk iets mis was met mijn lijf, wat ze nog niet hadden gevonden. Hoe kan ik dan de klachten accepteren, er mee leren leven, maar ondertussen mezelf steeds verder af zien glijden?

I: Dat begrijp ik. Het zit zeker niet tussen je oren! Wat heb je vervolgens gedaan?

D: Er zijn jaren verstreken, thuis in bed en op de bank. Mijn man verdiende gelukkig voldoende om ons beide te onderhouden, "gelukkig" hebben we geen kinderen. Ik heb eigenlijk van alles geprobeerd, op eigen initiatieven en kosten want op de artsen hoefden ik niet meer te rekenen. Ik heb acupunctuur gedaan, verschillende diëten geprobeerd, speciale massages, maar niets hielp. Uiteindelijk kon ik niet meer lopen, toen zijn we toch echt serieus weer op zoek gegaan. Uiteindelijk zijn we bij een arts uitgekomen in het buitenland die gespecialiseerd is in ME/CVS. Daar heb ik talloze onderzoeken gehad en na 8 weken kreeg ik de uitslagen en de diagnose: Chronisch Lyme.

I: Wat was jullie reactie op de diagnose?

D: Dat was heel dubbel. Allereerst viel er ZO'N last van mijn schouders!! Ik hoorde het bijna vallen ha-ha. Ik dacht gewoon; Zie je wel!! Ik ben niet gek! Er is écht iets aan de hand met mijn lijf! Maar toen de arts verder ging uitleggen maakte mijn opluchtingsgevoel al gauw plaats voor angst. Hij vertelde hoeveel schade het mijn lijf al had aangericht en dat ik ook verschillende co-infecties had, die mij ook ziek maken. Gelukkig had deze man niet alleen een diagnose maar ook een persoonlijk behandelplan opgesteld. Daar ben ik meteen mee van start gegaan.

I: Wat is voor jou het grootste verschil met voor dat je ziek werd en tijdens je ziekte 8 jaar?

D: Wat ik heel erg vind, is dat ik vroeger een heel spontaan, sociaal persoon was. Mijn karakter is echt verandert door de ziekte. Ik kan niet veel meer hebben, mijn geheugen is ontzettend slecht, ik moet rekening houden met ALLES wat ik doe. En als ik dan eindelijk een keer iets leuks dan doen, moet ik daarna meteen de prijs betalen. Mijn relaties zijn erdoor verandert, er is minder plezier en intimiteit met mijn man en dat vind ik heel erg, ook voor hem.

I: Hoeveel invloed heeft het bij jou gehad op sociaal vlak?

D: Oef, ontzettend. Ik had zo'n leuke vriendinnengroep en leuke collega's. Op een handje na ben ik iedereen verloren. In het begin is iedereen nog wel betrokken maar na een aantal jaar is het geduld en op en gaan ze verder met hun leven. Dat vond ik heel pijnlijk. Je ziet iedereen om je heen dingen doen die jij ook graag had willen doen, een mooie carrière opbouwen, kindjes krijgen, echt huisje boompje beestje. Daar was ik in het begin ook heel boos over, ik wilde er liever niks van weten of zien. Nu heb ik dat wel een plekje kunnen geven.

I: Dat is ontzettend pijnlijk en zwaar. Hoe blijft je na zoveel jaar ziek te zijn toch overeind? Hoe blijft je doorvechten? Waar haal je kracht uit?

D: Weet je, dat zit gewoon in mij. Ik heb mezelf nooit in een slachtofferrol geplaatst. Tuurlijk heb ik dagen dat ik alles bij elkaar vloek en jank als een klein kind, maar ik weet mezelf altijd weer te herpakken. En dat komt toch door de ontzettend lieve mensen om mij heen, die na al die jaren nog wel zijn gebleven. Zoals mijn lieve man, ouders, familie en een goede vriendin. Ik heb zoveel levenslust en ik blijf gewoon hoop en vertrouwen houden dat het ooit op een dag allemaal stap voor stap beter zal gaan. Wanneer je dat verliest, kan je het leven niet meer aan. Het is heel cliché maar ik ga ze toch beide zeggen; "What doesn't kill you, makes you stronger", en "ik geniet van de kleine dingen in het leven". Ik ben een wijzer mens geworden en geniet zoveel meer van kleine dingen zoals een goed boek, de mooie natuur of een prachtig lied. Waar ik vroeger oogkleppen op had voor dat soort dingen, wilde alleen het grootste/gaafste/mooiste. Die "oogkleppen" zijn er afgehaald, ik heb een andere kijk op het leven. Daar ben ik dat 'rotbeestje' wel dankbaar voor.

I: Ik bewonder je kracht en bedankt voor je eerlijke antwoorden. Ik wens je het allerbeste

D: Dankjewel!

CREATIEVE SESSIE

- • • • • • • •
- Spelregels: •
- - Energizer •
- - Creatieve plek •
- Motivatie •
- - Spontaniteit •
- - Speels •
- - Humor •
- - Kennis •
- • • • • • • •

1. HKW-VRAGEN



2. PURGE



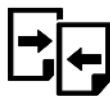
3. NEGATIEF BRAINSTORMEN



4. SUPERHELD RONDJE



5. ASSOCIATIERONDJE



6. STICKER RONDJE



7. HOW-WOW-NOW



KIRSTEN VAN HOOF

CREATIEVE SESSIE

	Doelgroep	Opdrachtgever	Trends	Sector
Valuefit 1	Genieten van het leven	Ontplooiing	Zelfkennis	Individu
Valuefit 2	Deelname	Informatie	Aandacht	Krapte beweegt tot creativiteit
Valuefit 3	Erkenning	In je kracht zetten	Participatie	Bewustwording
Valuefit 4	Rust	Beschermen	Gemak	Digitaliseren
Valuefit 5	Verbondenheid	Eigen regie	Efficiëntie	Flexibiliteit

Conceptstatement 1: Life balans

Conceptstatement 2: Grenzeloos beperkt

Conceptstatement 3: It teeks 2

Conceptstatement 4: Ont-moeten

Conceptstatement 5: In je kracht zetten

Creatief proces

DIVERGEREN (zoveel mogelijk ideeën verzamelen)

1. Mindmapping - Onbegrip

Mindmapping- Isolement

2. HKW-VRAGEN

- Hoe kunnen we ervoor zorgen dat Lyme patiënten minder onbegrip ervaren?

- Hoe kunnen we ervoor zorgen dat mensen over meer kennis beschikken over de ziekte?

- Hoe kunnen we ervoor zorgen dat patiënten uit hun isolement treden?

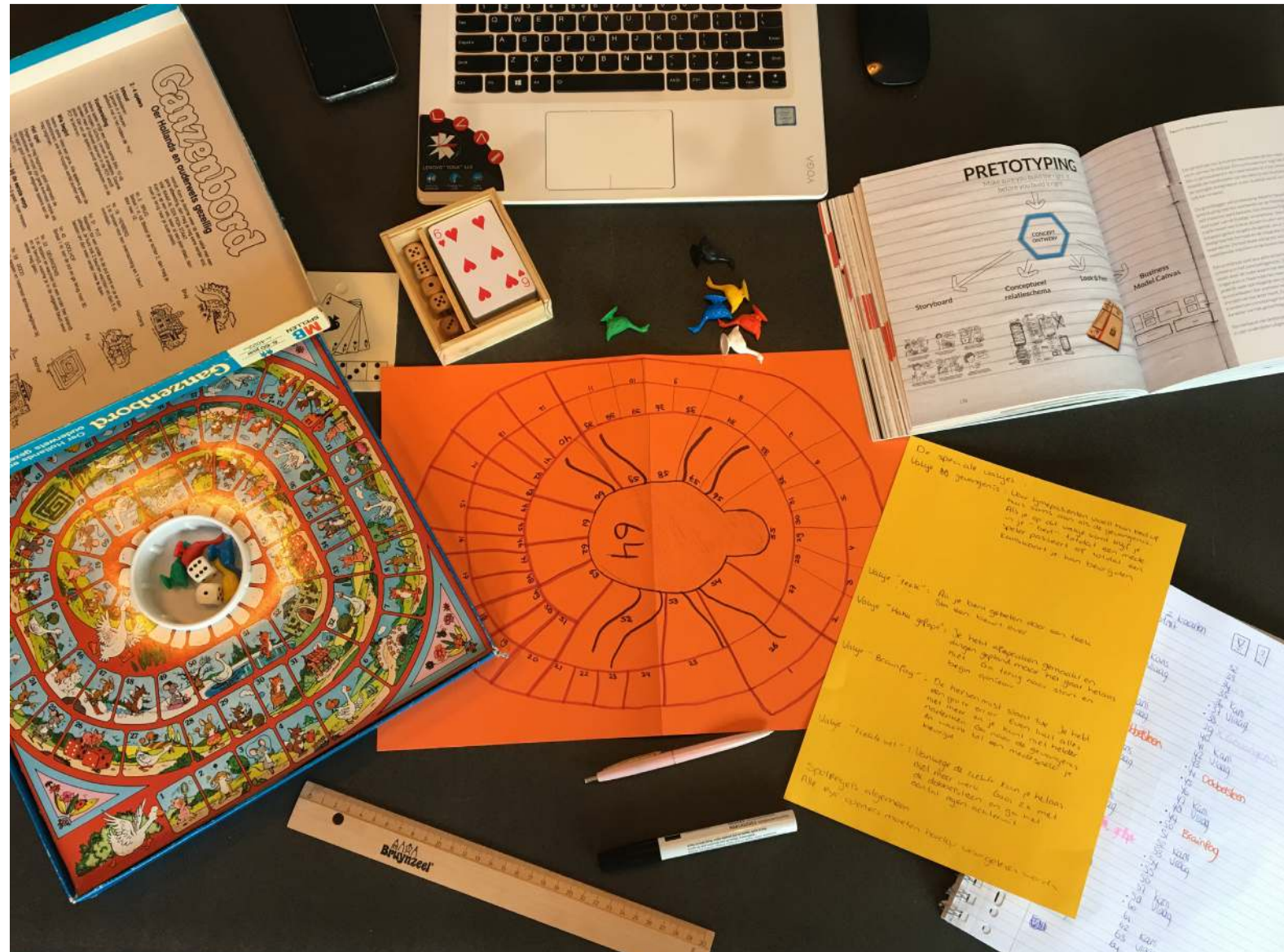
3. Negatief denken - 'Hoe zorgen we ervoor dat nog meer mensen onbegrip ervaren en nog meer in een sociaal isolement raken? Wat is daar voor nodig?

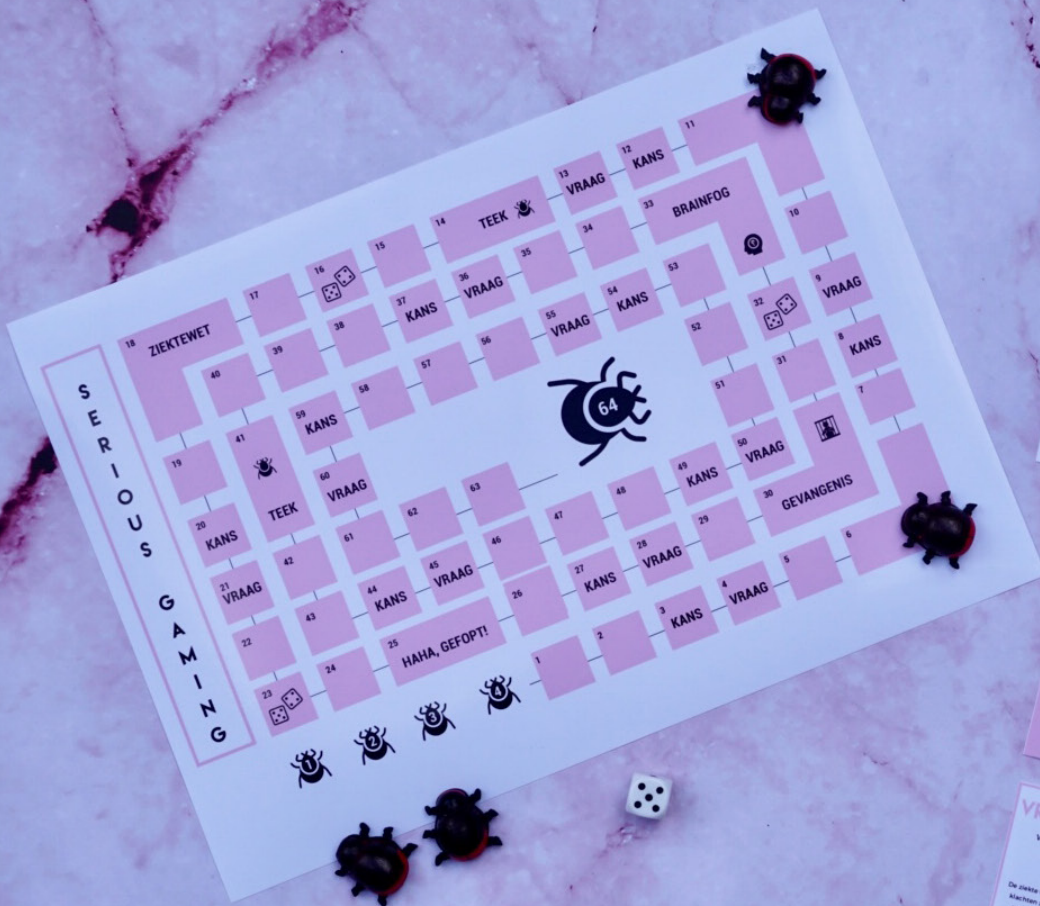
4. Time-machine - Als we 50 jaar verder zouden zijn, wat zou er dan verandert zijn op dit gebied?

4. Superheld - ALLES is mogelijk. Hoe zou Einstein/ James bond/ Superman dit probleem aanpakken?



Van abstract naar concreet concept





SERIOUS GAMING
IT TEKS 2

It teeks 2 is een grappig en spannend spel waarbij je zo snel mogelijk de gemiddelde score en de ziekte van Lyme krijgt.

Inhoud: 1 spelbord, 1 dobbelsteen, 32 speelkaarten, 4 speen (grenzen)

Spelregels:
Goed de dobbelsteen
Werp de dobbelsteen
Wie is de eerste bij de fruit?

Speciale spelregels:
Alle eye-opens worden op de kaarten invullen handig worden voorgelaten.
Ziekte van Lyme en het aanpakken van een ziekte van Lyme komen bij de Lymeziekte en zijn omgeving.

Speciale veldjes:

Gevangenis: Het Lymeziekte spel met het bad en/of huis samen aan "beet" zodat een medelidende patiënt.

Teek: Al je beest gebeten door een teek. En een teek over neemt je niet gebit. De teek naar start en langere periode.

Haha gefopt: Je hebt afbreken gemaakt en dingen gefopt maar je niet gebit. Dit spel naar start en langere periode.

Braintfog: De herinnering vaker van "Je kan niet meer herinneren" of naar de omgeving en wacht zodat een medelidende patiënt.

Ziekte van Lyme: Wanneer de ziekte van Lyme niet meer voorkomt. Goed 2x met de dobbelsteen en je het aantal ogen afbreken.



VRAAG KAART
WAT IS JE ERGSTE ANGST?

Wat je doet:
De ziekte van Lyme kan gevormd zijn met klachten zoals pijn, prikkelbaarheid, misselijkheid, en andere klachten die er aan lijden het huis niet meer wilt en zich sociaal isoleren. 2 op de 10 Lyme patiënten denken niet aan een behandeling. De ziekte zelf kan ook dodelijk zijn.

KANS KAART
HIEP HIEP HOERA JE BENT JARIG SLA 3 BELFTEN OVER

Hu!t Waarom?
Voor een Lymeziekte is het niet voldoende om je te vaccineren te nemen.

De drie factoren staan voor:
1) Een week van te voren niet eten
2) De verandering zelf
3) Nu de verandering herkennen

CONCEPT TEST

Op 16 april 2019 heeft de Lymevereniging het Lyme Monitor Rapport overhandigd aan Tweede Kamerleden in den Haag. Deze manifestatie ging gepaard met de actie #ditylme, waarin 100 mensen met de ziekte van Lyme letterlijk hun gezicht lieten zien. Aansluitend was er in een nabijgelegen zalencentrum een presentatie gevolgd door een bijeenkomst van patienten en hun familie.

Zelf was ik 1 van de 100 gefotografeerden en dus aanwezig, sowieso om ook namens bedlegerige patiënten plaatsvervangend aanwezig te kunnen zijn en verder om mijn 3 concepten voor te leggen aan de mentaliteitsgroep. Voor het overzicht en een makkelijke communicatie heb ik de concepttest beperkt tot een groepje van 9 personen.

Om met de conclusie te beginnen, er is gekozen voor het Tekenspel Serious Gaming, op de voet gevolgd door Up 2 Us. Over de teeKit werd ook lovend gesproken, maar deze werd iets lager gewaardeerd en had qua innovatie een iets lagere score. De scores op Quality of life en op het enthousiasme van de doelgroep pakten uiteindelijk bij het Tekenspel iets hoger uit dan de scores van Up 2 Us op deze onderwerpen. Als eerste heb ik voorgelegd aan de referentiegroep het idee van het 'gereedschapsetje' wat ik genoemd heb 'teeKit'. Voor de duidelijkheid, ik heb het voorgelegd in de vorm van de plaatjes, waarmee ik de drie concepten heb uitgelegd, gecombineerd met de uitleg van het idee daarachter.

Wat verschillende mensen er goed aan vonden, is dat het in eerste instantie heel direct en praktisch in elkaar zat. Je wordt gebeten door een teek en je stuurt de teek op en niet de patient. Iedere natuurliefhebber, vond men, zou zo 'n setje altijd bij zich moeten hebben. De diepere laag om als Lyme patiënt aandacht te vragen voor wat een tekenbeet tot gevolg kan hebben door de gebruiker via de QR code toegang te verschaffen vond men verrassend, maar voor een enkeling net iets te ver gezocht. Het zou maar de vraag zijn of iemand die zelf geen Lyme-patient was de moeite ging nemen om meer informatie te vinden over mogelijke desastreuze gevolgen.

Het tekenspel heb ik als tweede gepresenteerd. Helaas ook nog in de vorm van illustraties, maar met de uitleg daarbij, vooral over het 'in de put zitten' en de kans- en vraagkaarten, was het enthousiasme groot. Mensen spelen kennelijk weer graag bordspellen, zo werd beweerd, en wat is er leuker dan met iets nostalgisch de juiste sfeer te scheppen om iets hedendaags onder de aandacht te brengen. Het opvallende is dat dit dan meteen gezien werd als vernieuwend (innovatief), terwijl over innovatie vaak veel te ingewikkeld wordt gedacht. Pionnen in de vorm van teken vonden ze goed gevonden en dat werd aangevuld met de suggestie om de kanskaarten en vraagkaarten te voorzien van respectievelijk een uitroepteken en een vraagteken. Later voegde daar een andere deelnemer aan toe om dan de punten in het uitroep- en vraagteken ook uit te voeren met een afbeelding van een teek. Met name de ongedwongen manier waarop je met jouw sociale omgeving in gesprek kunt raken over je ziekte vonden de deelnemers erg origineel en zinvol. Het werd echt gezien als een helpende hand om het onbegrip te verminderen en de groeiende afstand tussen patiënt en omgeving te verkleinen.

Als laatste heb ik de introductie van een ‘moodapp’ gedaan die ik ‘Up 2 Us’ heb genoemd en die vooraf toch wel mijn favoriet was. Het idee achter de app werd al snel duidelijk en eigenlijk vonden de deelnemers het voor iedereen wel een geschikte app, dus niet alleen voor mensen met chronische lyme. Er werd onderkend dat die ene vriendin die je belt, omdat je graag een wandelingetje wilt doen, net op dat moment bezet is. Dat ze dan gisteren had gekund en overmorgen wel beschikbaar is doet er op zo ’n moment niet toe. Het haalt de puf voor een nieuwe poging volgende week er helemaal uit. In een oogopslag tonen en voor de ontvanger duidelijk maken, waartoe je die dag, dat dagdeel, dat moment aan toe bent of voor in the mood bent is een makkelijke en overzichtelijke manier om je beschikbaarheid in te kleuren. Of de sociale omgeving daar in de praktijk op inspeelt was het beproeven waard, maar schiet er bij deze Meesterproef bij in. Op het gebied van Quality of Life zagen verschillende deelnemers het idee toch als de zoveelste app, waardoor ook het enthousiasme over het concept ietsje lager uitviel dan het Tekenspel.

	INNOVATIE	TRENDS	LIFESTYLE	QUALITY OF LIFE	CROSS SECTORAAL	WAARDE	DOELGROEP
	Is er in relatie tot de doelgroep juist geïnnoveerd	Zijn macro trends herkenbaar meegenomen	Is QOL aantoonbaar meegenomen	Is er gebruik van de juist waarden?	Is er cross sectoraal gewerkt?	Is voldaan aan de uitgangspunten om waarde te creëren	In welke mate is de doelgroep enthousiast
TeeKit	±	±	+	+	+	+	±
Serious Gaming	+	+	++	+	+	+	++
UP 2 US	+	+	+	+	+	+	+

COOLHUNTS

RESIDENTS TOGETHER

FOOTBALL MEMORIES

Voetbal als bindende factor om eenzaamheid en beginnende dementie bij ouderen te bestrijden. In November start Willem II, Football Memories, een initiatief naar een Groot-Brittannië beproefd concept. Leuke gesprekken met als doel het geheugen te prikkelen en beginnende dementie of eenzaamheid bij ouderen te bestrijden. (Eikenaar, 2018)



"ONGEREMD"

Afgestudeerde ontwerpers van de HKU hebben als missie het zo veel mogelijk verkleinen van het verschil tussen mensen met en zonder (mobiliteits-)beperking. Het verschil in oog- en spreekhoogte tussen rolstoelgebruikers en niet-rolstoelgebruikers is een veel ervaren probleem. Met een subsidie van SIA Regieorgaan gaat 'Ongeremd' aan de slag met het ontwikkelen van de rolstoelbank. (Ongeremd, 2018)



CO-HOUSING

Tot ziens verpleeghuizen! De nieuwe trend is CoHousing met vrienden. Verpleeghuizen zijn niet langer meer de trend als het gaat om ouderenzorg. Steeds meer mensen kijken naar het samenwonen met vrienden. Dit verbetert de kwaliteit van leven van oudere mensen, is goedkoper en brengt minder risico's met zich mee. (Apost, sd)



WHAT'S UP

Tilburg lanceert WhatsApp-dienst voor 'mensen die zich kut voelen'. Deze dienst is als een vorm van hulp voor een vergeten doelgroep: de grote groep mensen die een steuntje in de rug kan gebruiken, maar de stap naar bijvoorbeeld een huisarts of coach nog net even wat te spannend vindt. Of voor de groep die zich gewoon even kut voelt, Rick Kwee, oprichter van What's Up biedt steun en een luisterend oor. (Tilburg.com, 2019)



COFFEE-COACH

Stop met malen dankzij Coffee-Coach. Je bespreekt je sores niet op een harde sofa, maar in een Tilburgs koffietentje om de hoek. Hiermee wil Coffee-Coach, Erik van Gulik, de drempel zo laag mogelijk houden. (Willems, 2017)



JAPANSE GEVANGENIS

Tenminste een op de vijf vrouwen in de Japanse gevangenis is bejaard. Meestal hebben ze enkel een winkeldiefstal op hun geweten. Japan heeft de oudste bevolking ter wereld. Vroeger zorgden de gemeenschap of gezinsleden voor de oudere mensen, maar dat gebeurt steeds minder. Veel ouderen leiden daardoor een geïsoleerd bestaan en zijn erg eenzaam. (Kras, 2018)



CROSS-GENERATION TRAVEL

Tijd om de vervelende autoritjes, gekibbel met broertjes en zusjes op de achterbank overboord te gooien en met je ouders als gelijkwaardige personen op vakantie te gaan. Familiereizen, als volwassenen met volwassenkinderen groeit steeds meer. Wanneer mensen uit hun routines worden geplukt en ver van het vertrouwde zijn, krijgen ze de kans om traditionele familierollen opzij te schuiven en nieuwe kanten van elkaar te zien. (Lonely planet, 2017)



NO TUNNEL VISION

THE TICK

Josefin Arnell, heeft een sculptuur 'The Tick' ontworpen. Daarmee won zij de Theodora Niemeijer prijs 2018. Arnells teek is een gigantische, gemuteerd monsterlijk insect. Teken zijn dragers o.a. de Borrelia bacterie, die het menselijk zenuwstelsel ernstig kan beschadigen. Door de opwarming van de aarde is ook in de afgelopen jaren het aantal teken drastisch toegenomen. In 'The Tick' speelt Arnell met de metafoor van wereldwijde ecologische bedreigingen. (Van Abbe Museum, 2019)



Afbeelding 8

S.O.S. LYME – DOCUMENTAIRE

De documentaire 'S.O.S. Lyme, een onzichtbare epidemie', gaat in op de ernst van de ziekte van Lyme zoals verlamming, blindheid, pijn, maar ook de gevolgen ervan zoals, uithuisplaatsing, vermeende kindermishandeling, euthanasie, uitkeringsproblematiek en misdiagnostiek. De documentaire kan ieder moment uitgebracht worden. (Lyme Epidemie, sd)



Afbeelding 9

ZELDZAME ZIEKTENDAG

Jaarlijks wordt op 28 of 29 februari aandacht besteed aan de uitdagingen voor zeldzame aandoeningen. Zeldzame aandoeningen zijn vaak erfelijk, chronisch, progressief en meestal levensbedreigend. Ongeveer één miljoen Nederlanders hebben te maken met één van de minstens 7.000 zeldzame aandoeningen. De problematiek van gezinnen met zeldzame aandoeningen is schrijnend en er is gebrek aan informatie en geld voor onderzoek. (VSOP Zeldzame ziekte dag, sd)



Afbeelding 10

STATIEGELD DONEREN

Iedere maand kan je voor een ander goed doel je statiegeld doneren bij supermarkten. Zo ook bij supermarkt PLUS. Zij hebben bijzondere verhalen zoals Daan (11 jaar), die in 2016 de Mont Ventoux beklom om geld op te halen voor MS. Dit soort initiatieven wil de supermarkt maar al te graag steunen en daardoor kon Daan €1550 euro ophalen, mede dankzij de flessenautomaat. In de hele maand november 2019 is er de mogelijkheid om statiegeld te doneren voor de ziekte van Lyme bij supermarkt PLUS in Tilburg. (Plus, sd)



Afbeelding 11

BLUE MONDAY

In Nederland kampen jaarlijks 797.000 mensen met een depressie, volgens het Trimbos Instituut. Het is de grootste oorzaak van verzuim op de werkvloer. Iemand met depressieve klachten stuit vaak op onbegrip, maar de laatste jaren is daar steeds meer aandacht voor. "Blue Monday", deze dag wordt als de ellendigste dag van het jaar beschouwd. Maar op deze dag zet Nederland zich in voor depressie. Zo zijn er bijvoorbeeld hardloopwedstrijden om geld in te zamelen. (Skipr, 2019)



Afbeelding 13

MILLIONS MISSING

Op 12 mei kleuren gebouwen blauw om aandacht te vragen voor de zeventien miljoen mensen die wereldwijd lijden aan ME. Blauw is de kleur van het ME-Awareness-lintje. Een actiegroep wil dat er meer onderzoek wordt gedaan naar de ziekte. In Rotterdam waren de Erasmusbrug, de Euromast, de Hofpleinfontein en ook het politiebureau blauw verlicht. (Rijnmond, 2018)



Afbeelding 12

CARE TECH

TELEPRESENCE-ROBOT

Alleen al in het Verenigd Koninkrijk kunnen meer dan 72.000 kinderen als gevolg van langdurige ziekte niet naar school. Geen tijd kunnen doorbrengen met vrienden en niet kunnen deelnemen aan dagelijkse activiteiten kan desastreuze gevolgen hebben voor het geestelijk welzijn van een kind. De AVI Telepresence-robot is een kleine robot, ontworpen als een soort plaatsvervanger voor het kind in de klas. De robot is uitgerust met een camera, microfoon en luidspreker waardoor het kind alles wat zich in het klaslokaal afspeelt via een app kan volgen. (Richard van Hooijdonk, sd)



Afbeelding 14

FELLO

Say hello to fello. Een gedeelde agenda waarmee je samen voor een familielid zorgt. Vier miljoen familieverzorgers, mantelzorgers, mensen die dag in dag uit zorgen voor een familielid of vriend. Met deze app kunnen ze families helpen afstemmen wie, wat, wanneer doet. Maar ook hun gedachten uitwisselen over hoe de dag was. (Zorginnovatie Fello, sd)



Afbeelding 16

E-HEALTH

E-Health staat voor elektronische gezondheid, ofwel zorg via internet. Steeds meer aandacht gaat uit naar zogeheten 'blended care', waarbij reguliere face-to-face gesprekken gecombineerd worden met online interventies zoals bijvoorbeeld chat, beeldbellen, online behandelmodules en online inzage in het eigen gezondheidsdossier. (GGZ Nederland E Health, sd)



Afbeelding 15

TINYBOT

Bij Tinybots maken ze kleine sociale robots voor mensen met dementie en hun familieleden. Dit is een stressvolle periode voor zowel de persoon met dementie als de familie. Het doel van Tinybots is om beide te ondersteunen in deze moeilijke tijd en een aantal taken uit handen te nemen. Ze geven vriendelijk gesproken herinneringen en spelen persoonlijke muziek af. Ze hebben een persoonlijkheid en creëren een sociale aanwezigheid in de kamer. (Tinybots, sd)



Afbeelding 17

AFLACK DUCK

Deze robot eend, 'Sproutel', is bedoeld voor ieder kind tussen 3 en 13 jaar die gediagnosticeerd is met kanker en daarvoor een behandeling moet ondergaan. Deze eend ondersteunt kinderen bij dit proces. Ze kunnen ermee knuffelen maar ook communiceren door middel van emotiekaartjes. Zo kan je de eend laten weten hoe de gebruiker zich voelt. Daarnaast lijkt het of de eend ademhaalt en kan je zijn hartslag voelen. Ook kunnen ze doen alsof de eend ook chemotherapie krijgt en wanneer hij een bad nodig heeft of eten of medicijnen. (Es, 2018)



Afbeelding 19

OBLI

Met kleur en geluid herinnert Obli op een intuïtieve manier aan het voldoende drinken. Preventie en een gezonde leefstijl begint bij de basis: vochtinname hoort daarbij. Obli is wetenschappelijk gevalideerd en wordt gebruikt door particulieren én zorgverleners. (Zorginnovatie Obli, sd)



Afbeelding 18

HEALTH REVOLUTION

DIGITAL DETOX DAY

19 februari is het nationale Digital Detox Dag. Een individu stopt met het gebruiken van digitale apparaten om die tijd te benutten voor sociale activiteiten. Het is een manier voor mensen om hun stress en onrust te verminderen die veroorzaakt wordt door te druk te zijn door het vele gebruik van digitale apparaten. (Career and live, sd)



Afbeelding 20

BREIN DIEET

Voorheen waren Superfoods helemaal hip, nu wordt er veel gesproken over Brain foods. Dat is eten dat zorgt voor brainpower. Hersenstimulerende voeding zal zeker een focustrend van dit komende jaar zijn. We lijken drukker dan ooit met onze carrières, families, sociale leven en individuele interesses. We vragen onze hersenen om een heleboel dingen, bovenop alle automatische acties die het constant uitvoert. Om nog maar te zwijgen over dementie en Alzheimer in opkomst. (Parker, 2019)



Afbeelding 21

BODY POSITIVITY

#Fuckyourbeautystandards, dat is voor steeds meer vrouwen het credo op Social Media. Alle lichamen mogen namelijk gevierd worden, ook op Instagram. Steeds meer vrouwen promoten 'body positivity' en zijn bezig met het accepteren / (her)waarderen van hun lichamen en alles wat daar bij hoort. (Rij, 2017)



Afbeelding 22

ZIEKENHUIS ZONDER PATIËNT

Drie volstrekt nieuwe ziekenhuizen krijgt Nederland. Vol artsen en verpleegkundigen. Maar zonder wachtkamers en bedden. En zonder patiënten. Het is bedoeld om mensen te monitoren die voortdurend zorg nodig hebben zoals bijvoorbeeld bij diabetes of hartfalen. De verpleegsters kunnen dagelijks je gewicht en bloeddruk zien d.m.v. een slimme pleister. Grote kans dat je van de verpleegkundige een videobelletje krijgt als de bloeddruk afwijkt. "Hoe hebt u geslapen, bent u regelmatig benauwd, hoe voelt u zich". Als het serieus, verschijnt de dokter op de tablet en zo nodig wordt er een ambulance gestuurd. (Eldert, 2018)



Afbeelding 23

NATUUR OP RECEPT

Natuur als medicijn. Artsen in Schotland schrijven het voor. Begin deze maand kregen artsen in Shetland, Schotland, toestemming om natuur voor te schrijven aan hun patiënten. Het is onder meer bedoeld als medicijn tegen bijvoorbeeld een te hoge bloeddruk, stress, angst en hartziektes. Er zijn verschillende wetenschappelijke onderzoeken geweest naar het effect van de natuur op je gezondheid. (Potjer, 2018)



Afbeelding 24

OFFERTES BORDSPEL

<http://www.fun-en-feest.nl> ? webshop voor insecten

The screenshot shows a web browser window displaying the product page for 'Insecten van plastic 100 stuks' on the website www.fun-en-feest.nl. The page features a navigation menu on the left, a breadcrumb trail at the top, and a main product area. The product is priced at € 3,95 (including 21% BTW) and is available for direct delivery. The page also includes social media sharing options and a search bar.

www.maxilla.nl ? bedrukken 32 spelkaarten

The screenshot shows a product page on www.maxilla.nl for 'Memory I Full colour I Ontwerp je eigen spel'. The page displays a selection of colorful playing cards and a quantity selector. The quantity selector is set to 100, and the price per unit is € 0,86. The page also includes a search bar and a 'Productafbeeldingen' button.

Aantal	Per stuk	Besparing
<input type="checkbox"/> 75	7,99	
<input type="checkbox"/> 125	5,86	27%
<input type="checkbox"/> 250	3,58	55%
<input type="checkbox"/> 500	2,29	71%
<input type="checkbox"/> 1000	1,58	80%
<input type="checkbox"/> 1500	1,25	84%
<input type="checkbox"/> 2000	1,13	86%
<input type="checkbox"/> 2500	1,06	87%
<input type="checkbox"/> 3000	0,99	88%
<input type="checkbox"/> 4000	0,91	89%
<input type="checkbox"/> 5000	0,86	89%
<input checked="" type="checkbox"/> 100		

Memory I Full colour I Ontwerp je eigen spel
 Artikelnummer: 1270026
 Productafbeeldingen Bedrukking 9 werkdagen levertijd
 Waarom dit product?
 Let's play! Ontwerp je eigen Memory spel van 32 kaarten. Maak zelf de template op met jouw design. Je kan het helemaal naar je eigen wens maken. De kaarten worden gedrukt op schitterend 350 grams karton, bovendien wordt het kartonnen doosje luxe hoogglans zelamineerd en alles wordt naar eigen ontwerp full Colour bedrukt. Zullen wij het ontwerp voor je doen? Ga dan naar artikel 1270027.

Op voorraad dinsdag 14 mei

Dobbelstenen



20 STKS 5mm Standaard dobbelstenen set D6 acryl voor Playing Game van AliExpress.com

standaard dobbelstenen in d6 set van dobbelstenen set op AliExpress.com | Alibaba Groep

Meer informatie vind je op AliExpress.com »

€ 0,74

Gratis verzending
 AliExpress.com

www.reclameland.nl bedrukken speelbord A4 formaat. 300 grams Synaps (water- en scheur vast papier)—colour enkelzijdig bedrukt.

reclameland Vragen? Bel 0800-0025 Zoek naar. Aanleverspecificat

Stuks	Normale levering 4 werkdagen Verwachte levering: 03-05	Spoelevering 2 werkdagen Verwachte levering: 01-05
25	€ 39,81 (excl. btw) € 48,17 (incl. btw)	€ 55,73 (excl. btw) € 67,43 (incl. btw)
50	€ 63,45 (excl. btw) € 76,77 (incl. btw)	€ 88,82 (excl. btw) € 107,47 (incl. btw)
75	€ 89,05 (excl. btw) € 107,75 (incl. btw)	€ 124,67 (excl. btw) € 150,85 (incl. btw)
100	€ 112,69 (excl. btw) € 136,35 (incl. btw)	€ 157,77 (excl. btw) € 190,90 (incl. btw)
150	€ 161,94 (excl. btw) € 195,95 (incl. btw)	€ 226,71 (excl. btw) € 274,32 (incl. btw)
200	€ 211,18 (excl. btw) € 255,53 (incl. btw)	€ 295,65 (excl. btw) € 357,74 (incl. btw)
250	€ 260,43 (excl. btw) € 315,12 (incl. btw)	€ 364,60 (excl. btw) € 441,17 (incl. btw)
375	€ 384,52 (excl. btw) € 465,27 (incl. btw)	€ 538,33 (excl. btw) € 651,38 (incl. btw)
500	€ 506,65 (excl. btw) € 613,05 (incl. btw)	€ 709,31 (excl. btw) € 858,27 (incl. btw)
3000	€ 2.968,90 (excl. btw) € 3.592,37 (incl. btw)	€ 4.156,46 (excl. btw) € 5.029,32 (incl. btw)

www.reclameland.nl bedrukken spelregels op A5 formaat. 120 grams Synaps (water- en scheur vast papier) Full—colour enkelzijdig bedrukt.

reclameland Vragen? Bel 0800-0025 Zoek naar. Aanleverspecificaties

Kies een aantal digitaal drukwerk:

- Extra opties voor dit product verschijnen na het klikken op de prijs.
- [Bekijk werktekening](#)

Stuks	Normale levering 4 werkdagen Verwachte levering: 03-05	Spoelevering 2 werkdagen Verwachte levering: 01-05
25	€ 19,76 (excl. btw) € 23,91 (incl. btw)	€ 27,66 (excl. btw) € 33,47 (incl. btw)
50	€ 24,52 (excl. btw) € 29,67 (incl. btw)	€ 34,33 (excl. btw) € 41,54 (incl. btw)
75	€ 29,28 (excl. btw) € 35,43 (incl. btw)	€ 41,00 (excl. btw) € 49,61 (incl. btw)
100	€ 34,05 (excl. btw) € 41,20 (incl. btw)	€ 47,66 (excl. btw) € 57,67 (incl. btw)
150	€ 44,36 (excl. btw) € 53,68 (incl. btw)	€ 62,11 (excl. btw) € 75,15 (incl. btw)
200	€ 53,89 (excl. btw) € 65,21 (incl. btw)	€ 75,45 (excl. btw) € 91,29 (incl. btw)
250	€ 64,21 (excl. btw) € 77,69 (incl. btw)	€ 89,89 (excl. btw) € 108,77 (incl. btw)
375	€ 88,82 (excl. btw) € 107,47 (incl. btw)	
500	€ 113,43 (excl. btw) € 137,25 (incl. btw)	
3000	€ 609,55 (excl. btw) € 737,56 (incl. btw)	€ 853,37 (excl. btw) € 1.032,58 (incl. btw)