

Beroepstrotscampagne ‘Trots op de Zorg’

Deze samenvatting van het projectplan bevat een tweetal elementen:

1. informatie over de landelijke beroepstrotscampagne;
2. informatie over alle deelprojecten.

1. De landelijke beroepstrotscampagne

Aanleiding

Verpleegkundigen & Verzorgenden Nederland (V&VN, voorheen AVVV), Sting -landelijke beroepsvereniging verzorging- en het Nationaal Museum Verpleging en Verzorging (NMVV) en ActiZ, zijn door het Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport (VWS) gevraagd een beroepstrotscampagne vorm te geven.

De beroepstrotscampagne, die als naam “Trots op de Zorg” heeft meegekregen is gericht op de beroepsbeoefenaren in de ouderenzorg, en dan met name op de verzorgende en de verpleegkundige. De campagne loopt tot eind 2007.

Achtergrond

De ouderenzorg – met name de zorgverlening in verzorgings- en verpleeghuizen – heeft de afgelopen jaren meermalen in het brandpunt van de belangstelling gestaan. De media berichten over misstanden en kwalitatief slechte zorgverlening. Een van de gevolgen van de aanhoudende kritiek is dat hierdoor een beeld is ontstaan dat mensen in de zorg het niet aan kunnen en slechte kwaliteit leveren. Dit is niet het algemene beeld en betreurenswaardig omdat vele verzorgenden dagelijks goed werk verrichten en trots zijn op hun vak. Deze medewerkers zijn van onschatbare waarde voor de cliënten. In de media krijgt dit weinig tot geen aandacht.

Ook medewerkers die kwaliteit leveren en zorgen voor tevreden cliënten vragen zich daardoor steeds vaker af of ze nog wel trots kunnen zijn op hun beroep. Zij ervaren deze waardering wel in de directe relatie met de cliënt, maar veel minder naar hun beroep in het algemeen of naar het werken in de ouderenzorg. Er zijn natuurlijk veel onderdelen van het werk voor verbetering vatbaar. Bijvoorbeeld werken teveel mensen zonder (goede) opleiding en onder gebrekkige voorwaarden. Maar, in de dagelijkse uitvoering gebeuren ook veel fantastische dingen. Deze worden vaak te weinig gewaardeerd.

Kader beroepstrots

Beroepstrots is een mooi woord, maar wat houdt het eigenlijk in?

Uit onderzoek is een veelheid van informatie beschikbaar over werken in de gezondheidszorg en hoe dit door zorgverleners zelf wordt ervaren:

- Brancherapport 2004 Werk in Beeld, uitgevoerd door Prismant en Atos;
- Rapport uit 2004 “Verpleeghuizen garanderen minimale zorg niet” van de Inspectie voor de Gezondheidszorg;
- Peiling Panel Verpleegkundigen en Verzorgenden 2005 over de aantrekkelijkheid van de beroepsuitoefening 2005, uitgevoerd door NIVEL, AVVV (nu V&VN) en LEVV.

De groep zorgverleners in de ouderenzorg is zo groot en gedifferentieerd dat beroepstrots bij iedere doelgroep anders tot uiting komt. In de campagne moet aandacht zijn voor verschillende doelgroepen door middel van verschillende activiteiten zonder de pretentie te hebben aan ieder groep de volledige aandacht te kunnen geven die zij verdienen.

Uit o.a. de bovenstaande onderzoeken valt te destilleren dat de volgende zaken van belang zijn voor de beroepstrotscampagne:

- ✓ Waardering
- ✓ Een aantrekkelijk beroep
- ✓ Kwaliteit van zorg
- ✓ Personeelssamenstelling
- ✓ Het begrip beroepstrots.

Doel van de campagne is driedelig:

1. Vergroten van de aantrekkelijkheid van het beroep voor zorgverleners
2. Zorgverleners bewust maken van de aspecten van het werk waar ze trots op zijn, de aanwezige trots versterken en zorgverleners helpen deze uit te dragen.
3. Zorgverleners hulpmiddelen in handen geven om zelf een actieve bijdrage te leveren aan een aantal zaken die hun trots vergroten.

De campagne gaat dus veel verder dan een imagocampagne en levert ook een bijdrage aan de verdere emancipatie van zorgverleners.

Beoogd neveneffect: bij de Nederlandse bevolking ontstaat een meer realistisch beeld van de ouderenzorg. Bovendien genereert de campagne input voor een mogelijke arbeidsmarktcampagne in de nabije toekomst.

Resultaten van de beroepstrotscampagne zijn:

- Zorgverleners zijn zich bewuster van de waardevolle kanten van het vak;
- Zorgverleners dragen hun positieve ervaringen over het vak uit;
- De aantrekkelijkheid van het beroep is toegenomen.

Nul- en effectmeting

Tijdens de campagne zal gaandeweg meer zicht ontstaan op de invulling van het begrip beroepstrots voor beroepsbeoefenaren in de ouderenzorg. Bij de nulmeting en de effectmeting wordt gebruik gemaakt van het hiervoor aangegeven kader.

De effecten van de deelprojecten worden gemeten a.d.h.v. de resultaten van de lokale activiteiten. Deze resultaten zijn input voor de (tussen)evaluatie van de campagne.

Er is aandacht voor de bijdrage van de activiteiten aan de beroepstrots van de beroepsbeoefenaar:

1. Waarvan worden beroepsbeoefenaren zich meer bewust van de aspecten waarop ze trots zijn?
2. Wat draagt bij aan een aantrekkelijk beroep?

In het najaar 2007 wordt de landelijke peiling onder het reeds genoemde panel Verzorging en Verpleging, zoals gehouden in 2005, herhaald.

Aan het eind van de campagne wordt een eindrapportage opgesteld, met daarin een schets van de beroepstrots voor de beroepsbeoefenaar in de ouderenzorg. De verwachting is dat deze eindrapportage gebruikt zal worden voor nieuwe activiteiten die verband houden met de komende personeelstekorten in de (ouderen)zorg.

2. De deelprojecten

Hieronder volgt informatie over de verschillende deelprojecten van de campagne. De deelprojecten hebben uiteraard raakvlakken. Hierdoor ontstaat een zoveel mogelijk samenhangende beroepstrotscampagne.

Onderstaand is een korte beschrijving van alle deelprojecten opgenomen. Voor de aansturing binnen het project worden de deelprojecten waar nodig uitgebreid beschreven.

‘Flexibiliteit’ en ‘openstaan voor nieuwe gegevens en ontwikkelingen’ zijn belangrijke uitgangspunten binnen de campagne. Dat betekent dat de verschillende deelprojecten niet te beschouwen zijn als ‘dichtgetimmerd’, maar dat – om de gewenste resultaten te kunnen behalen – aanpassingen in de loop van de campagne mogelijk zijn. Uiteraard zullen aanpassingen binnen het campagneteam en zo nodig de stuurgroep besproken worden. Een belangrijke uitdaging rond de hele campagne is dat verplegenden en verzorgenden deze campagne als hun eigen campagne gaan ervaren en op tal van manieren een actieve bijdrage leveren.

Deelproject 1 "Inspiratiepakket"

Een gemotiveerde medewerker is trots op haar beroep. Het beroep op deze motivatie is vaak groot en de voeding ervan ontbreekt veelal. Het inspiratiepakket bestaat uit een variëteit van praktische veranderkundige tools voor (aankomende) beroepsbeoefenaren en leidinggevendenden die bijdragen aan het op peil houden c.q. brengen van de intrinsieke motivatie. De instrumenten zijn basaal maar vooral leuk. Ze helpen beroepsbeoefenaren onder andere met elkaar in gesprek te gaan, met cliënten in gesprek te gaan en keuzes te maken.

De samenhang tussen de verschillende projecten komt binnen het inspiratiepakket goed tot uiting. Eén voorbeeld betreft het promotie-materiaal “Plezier in de zorg”, bestemd voor voorlichting aan scholieren die naar het beroepsonderwijs gaan. Dit promotie materiaal wordt ontwikkeld binnen deelproject 5 en kan door deel uit te maken van het inspiratiepakket, effect sorteren. Een ander voorbeeld is dat de praktische instrumenten, die in deelproject 3 en 4 ontwikkeld worden, in directe relatie staan met het inspiratiepakket.

Het pakket met instructie wordt om uit te proberen op kleine schaal verspreid. Naar aanleiding van de pilot wordt het inspiratiepakket aangepast en op grotere schaal verspreid. Het is de bedoeling dat op termijn iedere afdeling straks over een inspiratiepakket beschikt. Naar schatting gaat het om 10.000 pakketten. Hiermee wordt tevens een communicatienetwerk naar de maatschappij in het algemeen aangeboord. Voor de totale landelijke verspreiding op afdelingsniveau zal tijdens de projectperiode nadere financiering worden gezocht.

Deelproject 2 "Ambassadeurs van de verzorging"

Er zijn op dit moment beroepsbeoefenaren succesvol in de ouderenzorg. Tien van deze beroepsbeoefenaren worden ambassadeurs. Van deze ambassadeurs wordt hun persoonlijke succesverhaal in een verhalenbundel gepubliceerd. Er wordt ingezoomd op vragen als wat is hun drijfveer, wat zijn de succesfactoren, hoe krijgen zij waardering en wat hebben zij daarvoor moeten doen? Naar aanleiding van deze verhalen worden door de ambassadeurs diverse uitingen gedaan. Hierbij kan gedacht worden aan het geven van interviews, presentaties en workshops in instellingen, op afdelingen en binnen het onderwijs. Daarnaast kunnen zij optreden als discussieleiders binnen instellingen om gesprekken te initiëren tussen medewerkers onderling en het management. Door middel van scholing worden de ambassadeurs hiervoor toegerust.

Deelproject 3 "Invloed op je werk"

Uit onderzoek blijkt dat meer zeggenschap en inspraak in het eigen werk bij beroepsbeoefenaren tot grotere tevredenheid leidt. Grotere tevredenheid met het werk leidt tot een aantrekkelijker beroep. Beroepsbeoefenaren die actief zijn in een adviesraad geven aan dat dit een wezenlijke bijdrage levert aan hun beroepstrots. Zij worden zich bewust van de waardevolle inbreng die zij leveren aan de kwaliteit van de zorg. Daarnaast verwerven zij een positie binnen een instelling, zijn zij een aanspreekpunt, vervullen zij een voorbeeldfunctie

voor veel collega's en verwerven zij inzicht en invloed in het instellingsbeleid en management.

Uit de cijfers van opgerichte adviesraden blijkt dat het aantal adviesraden in de ouderenzorg achter blijft ten opzichte van de andere sectoren. Bij de AVVV zijn op dit moment 38 adviesraden in verpleeg- en verzorgingshuizen en 34 adviesraden in de thuiszorg bekend. Ook zijn er adviesraden bij LAVA (netwerk van adviesraden) van Sting aangesloten.

Geïnteresseerde instellingen worden ondersteund bij het opzetten van een adviesraad. Deze raden worden vanuit de behoefte van de beroepsbeoefenaren ingericht en opgericht.

Verbeteren van de kwaliteit van zorg is de belangrijkste insteek van de adviesraden waarbij vaak hele praktische maar wezenlijke onderwerpen onder de loep worden genomen.

Deelproject 4 "Kwaliteit met je collega's"

Kwaliteit van zorg is belangrijk voor werkenden in de zorg. Goed werk afleveren maakt trots. Sterker nog: niet kunnen werken aan kwaliteit demotiveert. Beroepsbeoefenaren geven aan dat zij waardering voor hun beroepsuitoefening mede ontleen aan de mogelijkheid om met collega's, gezamenlijk te overleggen over hun werk

Met elkaar praten over (dilemma's in) de dagelijkse praktijk is het begin van werken aan kwaliteit in teamverband en is ook een manier om 'samen te leren'. Intercollegiaal overleg is een geschikte werkmethode hiervoor. Het overleg vindt op een vast tijdstip met een vaste groep plaats. Gezamenlijk worden onderwerpen bepaald. Veiligheid en elkaar vertrouwen zijn belangrijke voorwaarden. Ook is het goed om buiten het team, door middel van werkbezoeken, met collega's ervaringen uit te wisselen. Door te zien hoe anderen die vergelijkbare zorg en hulp bieden en hun werk doen, doen helpenden en verzorgenden veel leerervaringen op.

Bij dit deelproject zullen teamleiders en leidinggevendenden direct betrokken worden.

Intercollegiaal overleg en het organiseren van werkbezoeken, zijn activiteiten die niet goed kunnen renderen zonder de betrokkenheid van en draagvlak bij het management.

Deelproject 5 "Kwaliteit met je cliënt"

Kwaliteit van zorg komt tot stand in het directe contact tussen verzorgende en cliënt. Op de werkvloer gebeurt het. Verzorgenden voelen zich meer gewaardeerd in hun werk, en vinden hun werk aantrekkelijker, wanneer hun zorgverlening leidt tot 'tevreden' cliënten.

Helpenden en verzorgenden bezitten op grond van hun ervaringen praktische kennis die onmisbaar is om de zorg te verbeteren. Zij willen graag serieus genomen worden en meepraten over de inhoud en organisatie van hun werk met de cliënt, in plaats van dat 'van boven' het bericht komt dat ze anders moeten gaan werken..

Op basis van verschillende ervaringen van Sting is gebleken dat het van belang is bij het werken aan kwaliteit de communicatie tussen verzorgenden en cliënten centraal te stellen. Als cliënten en verzorgenden rechtstreeks met elkaar in gesprek gaan, wordt de vraag van cliënten sneller duidelijk en kunnen verzorgenden hun deskundigheid directer inzetten en meedenken over goede oplossingen. Even de tijd hiervoor nemen en loskomen van de waan van de dag is hierbij belangrijk. Zelf vormgeven aan kwaliteit in de dagelijkse zorgverlening is een belangrijke voorwaarde voor beroepstrots.

Om deze hypothese te toetsen, wat tot nu toe slechts in aanzet gebeurd is, en te onderzoeken wat in de randvoorwaardelijke sfeer nodig is om verzorgenden daadwerkelijk zeggenschap in kwaliteit te geven, worden verzorgenden in twee instellingen ondersteund om huiskamergesprekken op te zetten.

Om brede implementatie van het huiskamergesprek mogelijk te maken wordt er een lesbrieff en een instructievideo/-DVD ontwikkeld. Deze is tevens bruikbaar als imagomiddel. De video

laat zien welke belangrijke rol verzorgenden hebben in het werken aan kwaliteit voor de cliënt.

Evenals bij deelproject 3, geldt ook bij dit project dat het management, teamleiders en leidinggevendenden, bij de activiteiten betrokken zullen worden.

Deelproject 6 "Meldpunt plezier in de zorg"

De afgelopen tijd is er veel te veel aandacht geweest voor wat er allemaal mis is in de zorg. Voorbeelden daarvan zijn verzameld en in de publiciteit gekomen. Door middel van de inrichting van een meldpunt "*Plezier in de zorg*" wordt tegengas gegeven. Helpenden en verzorgenden worden juist uitgenodigd te vertellen waarom zij plezier in de zorg hebben. Wat maakt dat zij tevreden terugkijken op een dag werken? De drie beste ideeën om het plezier in het werk te vergroten worden ter ondersteuning beloond met een geldprijs (resp. € 6.000,--, € 4.000,-- en € 2.000,-). De prijs wordt door Stingens V&VN gezamenlijk uitgelooft.

Ook cliënten en mantelzorgers worden uitgenodigd hun positieve ervaringen met de zorg te melden en hun complimenten uit te spreken. Op deze manier kan het meldpunt een inspirerende bijdrage leveren aan het zich bewust worden van beroepstrots en het uitdragen daarvan. Bovendien zorgt de publiciteit meldingen voor een goede promotie van de beroepstrotscampagne.

Van de opvallendste meldingen wordt een promotie-visual "*Plezier in de zorg*" gemaakt, bestemd voor scholieren die naar het beroepsonderwijs gaan en ten behoeve van voorlichting vanuit ROC's.

Deelproject 7 Zusters on Tour

Verzorgenden zijn zelf de beste ambassadeurs van hun vak. Dat kunnen verzorgenden alleen als ze zelf ook werkelijk zelfbewuste beroepsbeoefenaren zijn. Het project "Zusters on Tour" helpt verzorgenden zelfbewuster in hun schoenen te staan en echte pleitbezorgers voor de verzorgende beroepsgroep te worden. Het is een persoonlijk cadeau met een knipoog. In de projectperiode worden 10.000 verzorgenden bereikt. In instellingen, verspreid over het land, wordt een act opgevoerd. Deze act gaat over beroepsontwikkeling, imago, begripsverwarring, beroepsorganisaties en het belang van ambassadeurschap. Na afloop krijgen verzorgenden individueel een presentje en de instelling een zorgkoffer/leskist voor de noodzakelijke verdieping van de boodschap. Daarnaast bevindt zich hierin materiaal van beroepsorganisaties, vakbladen en andere uitingen van professionaliteit.

Als concrete resultaten van het project zusters on tour zijn te noemen:

- De Zorgkoffer
- 10.000 verzorgenden zijn persoonlijk benaderd en ontvangen met een inhoudelijke presentatie een blijk van waardering voor hun werk.
- Nader zicht op beroepstrots van verzorgenden in verzorgings- en verpleeghuizen: de reacties op de voostellingen worden geregistreerd en verwerkt.

Andere activiteiten

Op dit moment worden andere activiteiten ontwikkeld die raken aan de doelstellingen van deze beroepstrotscampagne. De films die door ActiZ over de zorg worden gemaakt, zijn hiervan een voorbeeld. Eén film gaat bijvoorbeeld over de betrokken medewerker en de betrokken manager die beiden op een andere manier bezig zijn met het zelfde doel, namelijk ook in de toekomst ouderenzorg te kunnen garanderen. Ook tijdens de campagneperiode zullen activiteiten worden ontwikkeld die de beroepstrotscampagne raken maar buiten het bereik van deze campagne vallen. Iedere keer zal samenhang tussen activiteiten binnen de campagne, maar ook met de activiteiten buiten de campagne, om aandacht vragen.

Zoals uit bovenstaande blijkt, gaat de campagne veel verder dan een imago-campagne voor het vak van verplegende en verzorgende. De campagne moet ook vooral een bijdrage leveren aan discussies in de sector over de vraag: hoe zorg ik als verplegende/verzorgende, dat ik (nog) trots(er) ben op mijn vak.

Meedoen?

Hoe meer mensen mee doen aan de campagne en in hoe meer instellingen voor ouderenzorg (verpleeghuizen, verzorgingshuizen, thuiszorg) campagneactiviteiten worden georganiseerd, hoe leuker het wordt.

Wil je zelf actief meedoen, of is jouw instelling geïnteresseerd in campagneactiviteiten, schroom dan niet en neem contact op met het campagneteam.

Dat gaat het makkelijkst via de e-mail naar campagneleider Ruud Dirkse: r.dirkse@venvn.nl
Bellen kan ook, bel dan naar V&VN, waar het campagnesecretariaat gehuisvest is: 030-2919050.