

Ervaringen Boekenweekactie 2008

Veel lokale VPTZ-organisaties hebben actief deelgenomen aan de publieksactie rondom de Boekenweek 2008, met als thema 'Van oude mensen, de derde leeftijd.....en de letteren'. Dankzij de donatie van de We Care Foundation kon het Landelijk Steunpunt een eigen Boekenweekkrant maken. De krant, 'Van mensen die voorbijgaan...' is in een oplage van 100.000 stuks verschenen en op landelijk, regionaal en lokaal niveau ingezet om het werk van de vrijwilligers op een laagdrempelige en toegankelijke manier onder de aandacht te brengen. De krant werd begeleid door een PR-handleiding met aanbevelingen en voorbeelden van de PR-aanpak. Naast de actieve inbreng van een flink aantal lidorganisaties bij de totstandkoming van de krant, hebben meerdere organisaties hun ideeën en plannen via de besloten site beschikbaar gesteld, zodat ook andere organisaties er hun voordeel mee konden doen. Daarnaast hebben zo'n 20 organisaties gereageerd op de oproep in VPTZ Nieuws om aan te geven hoe ze de actie lokaal hebben ingevuld en wat hun ervaringen zijn. Deze reacties, verwerkt in onderstaande overzicht, zijn voor het Landelijk Steunpunt een belangrijke graadmeter voor het al dan niet herhalen van deze gezamenlijke PR-aanpak.

Lokale toepassingen

De Boekenweekkrant is, bijna unaniem, erg positief ontvangen door leden. Zowel de keuze voor de inhoud, waarbij niet de zakelijke informatie, maar vooral de praktijk en de menselijke kant centraal staan, als de vormgeving (kleurig en licht). De samenwerkingsvorm, waarbij de actie wordt geïnitieerd en voorbereid op landelijk niveau en de lokale organisaties zorgdragen voor de invulling en uitvoering in de eigen omgeving, blijkt een zinvolle. Ook de inbreng vanuit lokale organisaties in de productiefase van krant, is zeer waardevol geweest voor het eindresultaat.

De krant is zeker niet alleen gebruikt om het publiek te informeren. Het zoeken van nieuwe vrijwilligers is een belangrijk aandachtsgebied, waarbij PR een wezenlijke rol kan vervullen. Veel organisaties hebben de krant dan ook voorzien van een flyer om nieuwe vrijwilligers aan te spreken. Een volgende gezamenlijke actie zal zich ook goed moeten lenen voor dit doel.

Overzicht lokale acties

Boekwinkels en bibliotheken

Veel organisaties hebben contact gezocht met boekwinkels en bibliotheken om daar gedurende de Boekenweek een stapel kranten neer te leggen. De bereidheid van zowel boekhandels als bibliotheken bleek groot. De meeste organisaties hebben de krant voorzien van een eigen product, zoals een folder of flyer, een sticker, een boekenlegger, of een antwoordkaart of een combinatie hiervan. In de Bommelerwaard is het zelfs gelukt de flyers te laten sponsoren door een bank. In Sittard is onder andere een lezing in een bibliotheek verzorgd, met allerlei publiciteit eromheen. In West-Brabant is samenwerking gezocht met een keten van bibliotheken met 11 vestigingen, die allen aan de hand van de boekenlijst een VPTZ-tafel hebben ingericht en daarnaast voorzien zijn van folders en affiches. Ook in

boekhandels hebben een aantal organisaties een tafel of stand ingericht en de krant aangeboden aan bezoekers en/of passanten.

Verdere verspreiding

Veel vrijwilligers hebben de krant actief verspreid naar huisartsen, apotheken, ziekenhuizen, zorgcentra, verzorgingshuizen, verpleeghuizen, thuiszorgorganisaties, zorgloketten en gemeentehuizen. Meestal hebben de vrijwilligers zelf direct contact gelegd. Soms is eerst een brief gestuurd vanuit de organisatie naar de genoemde groepen met de vraag of ze de krant zouden willen neerleggen. Naar degenen die daarop reageerden is een aantal kranten gestuurd. Een organisatie heeft met de krant aangehaakt bij een symposium dat in het kader van de Boekenweek werd georganiseerd. Sommige vrijwilligers hebben de kranten ook in (winkel)centra kranten aan publiek aangeboden.

Media

Meerdere organisaties hebben (ook) hun eigen media gebruikt om de krant onder de aandacht te brengen, bijvoorbeeld hun website, nieuwsbrief en/of jaarverslag. Daarmee hebben ze op een gemakkelijke manier het bereik van de actie vergroot. Vanuit het LS zijn een persbericht en de Boekenweekkrant zelf via ANP Perssupport naar een groot aantal landelijke kranten, magazines en nieuwsrubrieken verzonden. De meeste publiciteit is echter behaald door de lidorganisaties. Veel organisaties hebben, al dan niet gebruik makend van het landelijke voorbeeldpersbericht, actief de media in hun eigen omgeving benaderd. En met succes. Opvallend is dat de organisaties die zichtbare inbreng hebben gehad in de inhoud van de krant, bijvoorbeeld door foto's, verhalen of lokale contacten (voor interviews) beschikbaar te stellen, daar achteraf op het gebied van publiciteit voordeel van hadden. De herkenbare lokale inbreng verhoogde de attentiewaarde.

Externen

Leuk om te melden is ook dat er veel reacties van buiten VPTZ zijn ontvangen. Zowel op het verschijnen van de krant, als met het verzoek om exemplaren te ontvangen en te verspreiden. De krant is onder andere aangevraagd en/of verspreid op diverse congressen en symposia (Scholing palliatieve zorg voor verzorgende/ verpleegkundigen door IKW, Kennis Beter Delen, IKZ symposium) en via het Innovatiefonds Zorgverzekeraars, de LSR en het Ministerie van VWS.

Ondersteuning door LS

Om de lokale organisaties te ondersteunen in het gebruik van de krant heeft het LS een PR-handleiding opgesteld, met PR-tips, waaronder een uitgebreide en een minder intensieve PR-aanpak. Daarnaast zijn via de besloten website (voorbeeld)materialen, zoals een persbericht, aangeboden. Een aantal lidorganisaties heeft eigen ideeën en/of materialen beschikbaar

gesteld voor gebruik door collega-vptz'ers. Zo heeft Hospice Bardo bijvoorbeeld stopperadvertenties en Thuishulpcentrale De Brug de aanpak van hun actie op de netwerksite laten zetten. Hoewel al deze PR-producten specifiek opgesteld of bijeengebracht zijn voor de Boekenweekactie, zijn ze zeker (gedeeltelijk) bruikbaar voor andere PR-acties. Daarom zullen ze via de netwerksite beschikbaar blijven.

Resultaten

Over het algemeen mogen we stellen dat de Boekenweekactie zeer geslaagd is. Er is veel positieve aandacht geweest voor VPTZ. Natuurlijk is het moeilijk te beoordelen wat de actie nu werkelijk heeft opgeleverd. Vaak is een effect pas op langere termijn zichtbaar en dan nog is oorzaak en gevolg lastig te bepalen. Maar zeker is dat het voor VPTZ noodzakelijk is om bij herhaling de aandacht (van het publiek) op zich te vestigen en dat is goed gelukt. Meerdere organisaties hebben de actie (ook) aangewend om nieuwe vrijwilligers te werven. Het effect daarvan zou lokaal moetbaar moeten zijn. Tot slot was de Boekenweekactie ook bedoeld om te onderzoeken of deze gezamenlijke aanpak een zinvolle en werkbare is. De reacties geven aan dat deze aanpak is bevallen. Daarom is het LS al druk in de weer om, in de lijn van het communicatieplan, een volgende actie voor te bereiden, waarbij landelijk en lokaal samen aan de weg getimmerd wordt.