

'ZO LANG MOGELIJK COMFORTABEL KUNNEN BLIJVEN WONEN'

Projectvoorstel Publiekscampagne en Offerte-uitvraag



- Regionaal Actieprogramma 2016 – 2020
- Woonzorgagenda
- Projectvoorstel
- Offerte-uitvraag



‘ZO LANG MOGELIJK COMFORTABEL KUNNEN BLIJVEN WONEN’

Projectvoorstel Publiekscampagne

1. Inleiding

Ouderen willen graag oud worden in hun eigen woonomgeving en in hun eigen buurt. Tegelijk is het, bij het ontstaan van gebreken en verminderde mobiliteit, geen vanzelfsprekendheid meer om te kunnen worden opgenomen in een verzorgingshuis.

Het is belangrijk dat ouderen in een vroeg stadium zich bewust worden van een mogelijk andere woonbehoefte in de toekomst en bekend worden met de mogelijkheden van woningaanpassing en het verhuizen naar een beter passende woning.

In het RAP-Wonen 2016-2020 Zuid-Kennemerland / IJmond is als uitvoeringsactie opgenomen om een regionale publiekscampagne ‘Langer Zelfstandig Thuis Wonen’ te starten.

2. Omschrijving

Samen met partners wordt een publiekscampagne gestart om ‘aanstaande ouderen’ opmerkzaam en bewust te maken van de mogelijkheden om langer zelfstandig thuis te blijven wonen. Het kan daarbij gaan om de mogelijkheden van preventieve woningaanpassingen door eigenaar-bewoners, maar ook om ‘jonge ouderen’ vroegtijdig te laten nadenken over de mogelijkheden van een verhuizing naar een meer passende woning. De campagne is dan ook niet alleen gericht op ouderen en ‘jonge ouderen’, maar ook op hun kinderen en op mantelzorgers.

De regionale inzet is vooral gericht op bewustwording, vroegtijdig nadenken en het zo goed mogelijk informeren over de diverse mogelijkheden zodat inwoners ook in staat zijn om zelf op tijd maatregelen te nemen om zo lang mogelijk (zelfstandig) thuis te kunnen blijven wonen.

3. Doel

Tijdige informatie, bewustwording en actiebereidheid om met het ouder worden zo lang mogelijk ‘thuis’ te kunnen blijven wonen, ook al is dat in een andere woning. De volgende subdoelen kunnen hierbij worden onderscheiden:

- a. Doelgroep opmerkzaam maken op feit dat woonwensen en –mogelijkheden veranderen met het ouder worden (*attention*).
- b. Het creëren van interesse en bewustwording rondom het thema langer zelfstandig thuis wonen (*interest*).
- c. Deze bewustwording moet ertoe leiden dat de doelgroep (55+ huishoudens) in staat is de eigen woonsituatie te analyseren en wensen voor de toekomst te formuleren (*desire*).
- d. Stimuleren dat de doelgroep acties en maatregelen neemt om langer zelfstandig te kunnen blijven wonen, of door aanpassing huidige woning of door te verhuizen naar een beter passende woning (*action*).

4. Kernboodschap

Met het ouder worden kunnen uw woonwensen en woonmogelijkheden veranderen. Die veranderingen kunnen leiden tot een woningaanpassing (traplift, douchestoel etc.) of het verhuizen naar een meer passende woning (kleiner en/of gelijkvloers). Wacht niet tot u gebreken of beperkingen krijgt maar informeer u tijdig over mogelijkheden, kosten en procedures en schrijf u op tijd in voor een andere woning.

5. Uitvoering en planning

Aan meerdere bureaus wordt gevraagd om met voorstellen te komen voor het ontwerp en de uitvoering van de publiekscampagne en daarbij een offerte te doen met aandacht voor:

- dat de opdracht 'verstaan' wordt.
- dat rekening gehouden wordt met het landelijke programma 'Langer Thuis' en de gemeentelijke uitvoeringsagenda's inzake 'Langer zelfstandig wonen
- de wijze waarop de gestelde doelen zo effectief en efficiënt mogelijk te bereiken.
- hoe het concept uit te voeren (plan van aanpak en gebruik middelen; prints, publicaties, online media, evenementen etc.)
- planning (acties in volgorde en met doorlooptijd)
- organisatie en inzet personeel
- kostenraming

NB. In het geval dat bij de uitvoering en het vervolg op de publiekscampagne gebruik gemaakt gaat worden van zgn. wooncoaches, zal extra financiering nodig zijn.

6. RAP inspanningen

Het voorstel Publiekscampagne Langer Zelfstandig Wonen past in de volgende RAP-inspanningen:

Inspanning 4: Thema 'vraaggestuurd bouwen', Afspraak 'doorstroming stimuleren'

Inspanning 5: Thema 'wonen en zorg', Afspraak 'opstellen regionale woonzorgagenda'

7. Uit te nodigen bureaus

3 - 4 bureaus op de terreinen van communicatieadvies en ouderenproblematiek.

8. Financiering

Totaal benodigd cf. kostenraming: € 40.000,--

Financiële verdeelsleutel participanten:

Provincie: 20.000,--

Gemeenten: 16.800,--

Corporaties: 3.200,--

De gezamenlijke bijdrage van de corporaties t.b.v. € 3.200,-- is gebaseerd op het gedeelde belang ($50-50 = \frac{1}{2} - \frac{1}{2}$) van corporaties en gemeenten in het aandeel huurwoningen ($32\% = \frac{1}{3}$) t.o.v. het totaal aantal woningen. ($\text{€ } 3.200,-- = \frac{1}{2} \times \frac{1}{3} = \frac{1}{6}$ ° deel van € 20.000,--).

De gemeenten in de regio betalen mee naar rato van hun aantal inwoners.

‘ZO LANG MOGELIJK COMFORTABEL KUNNEN BLIJVEN WONEN’

Offerte-uitvraag

In de regio IJmond & Zuid-Kennemerland willen we starten met een regionale publiekscampagne ‘Zo lang mogelijk comfortabel kunnen blijven wonen’. De bewustwording van dit thema bij ‘vroeg-ouderen’ moet er toe leiden dat inwoners (zelfstandig) in staat zijn om hun huidige woonsituatie te kunnen analyseren en hier vervolgens actie op te ondernemen.

Bij het opzetten en uitvoeren van de campagne denken we ondermeer aan communicatieboodschappen met een hoge attentiewaarde en het opzetten van een online infoplatform.

Op dit moment zijn er al veel initiatieven en activiteiten gaande in de regio. Echter samenhang, coördinatie en focus ontbreken nog. Wat moet er gebeuren en welke activiteiten zijn nodig om wel de gewenste samenhang, focus en effectiviteit te bereiken?

Gewenst resultaat:

1. Het creëren van meer bewustwording bij ouderen, vroeg-ouderen en hun naasten rondom het thema ‘zo lang mogelijk comfortabel kunnen blijven wonen’.
2. Deze bewustwording moet ertoe leiden dat de doelgroep (55+ huishoudens) in staat is om, op basis van adequate informatie die past bij de onderscheiden doelgroepen, de eigen woonsituatie nu en in de toekomst te analyseren en zelf – indien nodig en gewenst – actie te ondernemen.
3. Bij deze bewustwording en bij de te formuleren acties ten aanzien van de communicatie, moeten ten minste belangrijke partners als het sociaal wijkteam en de huisartsen worden betrokken.
4. Stimuleren dat de doelgroep acties en maatregelen neemt om ‘zo lang mogelijk comfortabel te kunnen blijven wonen’, hetzij door de huidige woning te verbouwen hetzij door te verhuizen naar een beter passende woning.

Wij vragen van een bureau:

- Kennis en ervaring met het ontwerpen en uitvoeren van regionale publiekscampagnes.
- Kennis en ervaring met het ontwerpen, opzetten en operationeel maken van online infoplatforms.
- Kennis van en affiniteit met de doelgroep en het thema van de campagne.
- Vanuit een inventarisatie van de huidige situatie voorstellen kunnen leveren voor meer samenhang, focus en effectiviteit t.a.v. de inspanningen gericht op meer bewustwording.
- Het samen met de stakeholders komen tot een gedragen en realistisch Plan van aanpak voor het opzetten van een onlineplatform en/of het uitvoeren van een publiekscampagne.
- Een offerte waaruit blijkt:
 - Het bureau beschikt over de gevraagde kennis en ervaring en de opdracht ‘verstaan’ wordt.
 - Een op de problematiek en op de regionale situatie toegesneden plan van aanpak, werkwijze en stappenplan inclusief planning en doorlooptijd (gedacht wordt aan ca. twee jaar).
 - Organisatie van de uitvoering en inzet personeel.
 - Kostenraming op basis van beschikbaar budget van € 40.000,--.

Communicatie met opdrachtgever en gemeente

Vanuit de gemeente Heemskerk wordt een regionale begeleidingsgroep geformeerd die faciliteert en meedenkt.

Reactietijd

We ontvangen uw offerte graag binnen 2 weken.