



# Gezondheid in promotie in de voedselverdeelorganisatie

Thema mentaal welbevinden

IN SAMENWERKING MET



# INHOUDSTAFEL

1. Thema mentaal welbevinden	3
2. Gezondheidsongelijkheid	4
3. Aan de slag in de voedselbank - aanbod en ondersteunende materialen:	9
a. Signaalherkenning	9
b. Hulp en doorverwijzen	11
c. Veerkracht versterken	12
d. Concrete voorbeelden	15



Alle materialen die beschreven worden in de brochure kan je raadplegen en bestellen via de webshop van Logo Leiland:

[www.logoleiland.be/voedselverdeelorganisatie](http://www.logoleiland.be/voedselverdeelorganisatie)

# 1. Thema mentaal welbevinden

In deze brochure worden tips aangereikt over hoe je op een laagdrempelige manier kan inzetten op het **thema mentaal welbevinden** in je voedselverdeelorganisatie.

## Maar wat betekent mentaal welbevinden nu eigenlijk?

**Mentaal welbevinden** is de mate waarin je je goed in je vel voelt, de mate waarin je je gelukkig voelt. Het is een uitkomstmaat van positieve geestelijke gezondheid.

De term '**geestelijke gezondheid**' wordt vaak gedefinieerd vanuit geestelijke ongezondheid: je bent geestelijk gezond wanneer er geen symptomen aanwezig zijn die wijzen op ongezondheid. Maar geestelijk gezond is 'meer' dan enkel niet ziek zijn.

Het gaat ook over: veerkracht, vitaliteit, capaciteiten en mogelijkheden kunnen inzetten, omgaan met stresserende gebeurtenissen, positieve relaties, nuttig voelen...

## Geestelijke gezondheidsproblemen:

Geestelijke gezondheidsproblemen zijn wereldwijd een van de belangrijkste oorzaken van invaliditeit en verminderde levenskwaliteit. En dat zowel direct (door suïcide en hartfalen) als indirect (door gebrekkige zelfzorg en verwaarlozing van fysieke problemen). De meest voorkomende mentale gezondheidsstoornis op wereldvlak is depressie.

Enkele Belgische en Vlaamse cijfers:

- Een kwart van de Belgen voelt zich slecht in zijn vel.
- Een derde van de Belgen wordt persoonlijk geconfronteerd met psychische stoornissen in zijn of haar levensloop. En nog meer mensen krijgen er onrechtstreeks mee te maken, bijvoorbeeld omdat ze partner, ouder, kind, collega ... zijn van een persoon met een psychisch probleem.
- Daarnaast tonen de resultaten van de Gezondheidsenquête uit 2018 aan dat een op de drie Belgen (33%) van 15 jaar en ouder indicaties voor psychisch onwelbevinden vertoont ('psychische problemen die getuigen van een ongemak'). Dat is een stijging in vergelijking met vroegere resultaten (tussen 2001 en 2008 gaf 25% tot 26% van de bevolking psychische problemen aan).
  - Meer vrouwen geven aan recent psychische problemen te hebben gehad (34,7% versus 24,4%)
  - Laaggeschoolde mensen vermelden dat ze recent meer psychische problemen hebben gehad dan hoogopgeleiden. (46,3% lager onderwijs, 34,8% lager secundair, en 27,5% en 27,9% voor hoger secundair en hoger onderwijs).



## 2. Gezondheidsongelijkheid

Om goed naar kwetsbare groepen te kunnen werken, is het belangrijk om te weten wat gezondheidsongelijkheid is en hoe je het kan herkennen.

Gezondheidsongelijkheid gaat over de ongelijke verdeling van gezondheid, gebaseerd op de verschillen in sociaaleconomische status van mensen. **Iedereen heeft recht op gezondheid**, maar dat is natuurlijk gemakkelijker gezegd dan gedaan.

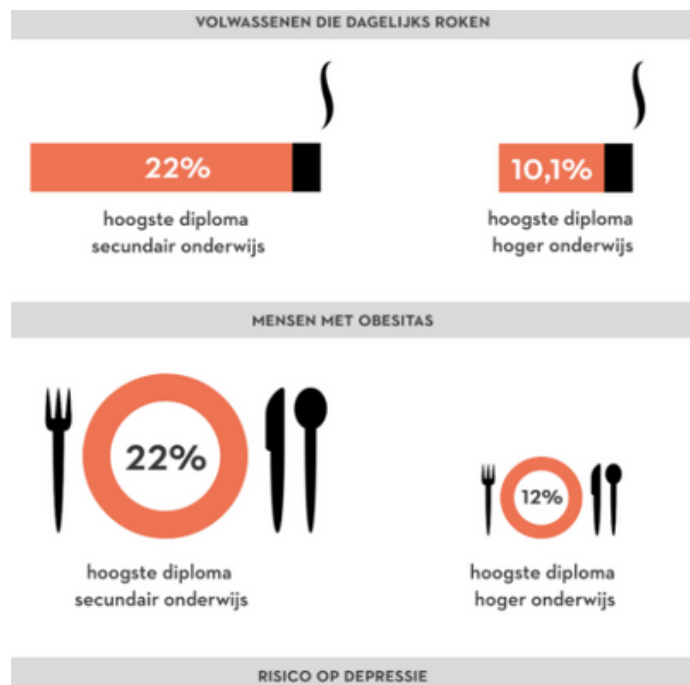
### Vermijdbare verschillen:

Hoewel iedereen dus recht heeft op gezondheid, zijn er grote verschillen in gezondheid tussen mensen. Bepaalde verschillen in gezondheid zijn natuurlijk onvermijdelijk. Zo spelen je genen een rol in je gezondheid. Daar kan je vaak niks aan doen. Maar er zijn ook **vermijdbare verschillen** in gezondheid die in grote mate te linken zijn aan de **omstandigheden waarin mensen geboren zijn en opgroeien**. De WHO stelt duidelijk dat deze gezondheidsverschillen **onrechtvaardig** zijn. Want: ze zijn het resultaat van een ongelijke verdeling van macht, geld en andere middelen.

Wie zich in een minder bevoorrechte maatschappelijke positie bevindt, heeft frequenter en ernstigere gezondheidsproblemen. Dat heet de **sociale ongelijkheid** inzake gezondheid: hoe beter je sociaaleconomische leefomstandigheden, hoe groter de kans op een langer (en) gezonder leven.

### Gezondheidsongelijkheid in cijfers en feiten:

De gezondheidsongelijkheid manifesteert zich op verschillende dimensies van gezondheid. Mensen in een minder geprivilegieerde sociaaleconomische positie hebben een minder goede fysieke én mentale gezondheid dan mensen in een meer geprivilegieerde sociaaleconomische positie:



Meer informatie:

<https://www.gezondleven.be/gezondheidsongelijkheid/wat-is-gezondheidsongelijkheid>



3 KEER HOGER bij mensen met als hoogste diploma dat van secundair onderwijs

## 2. Gezondheidsongelijkheid: 8 B's

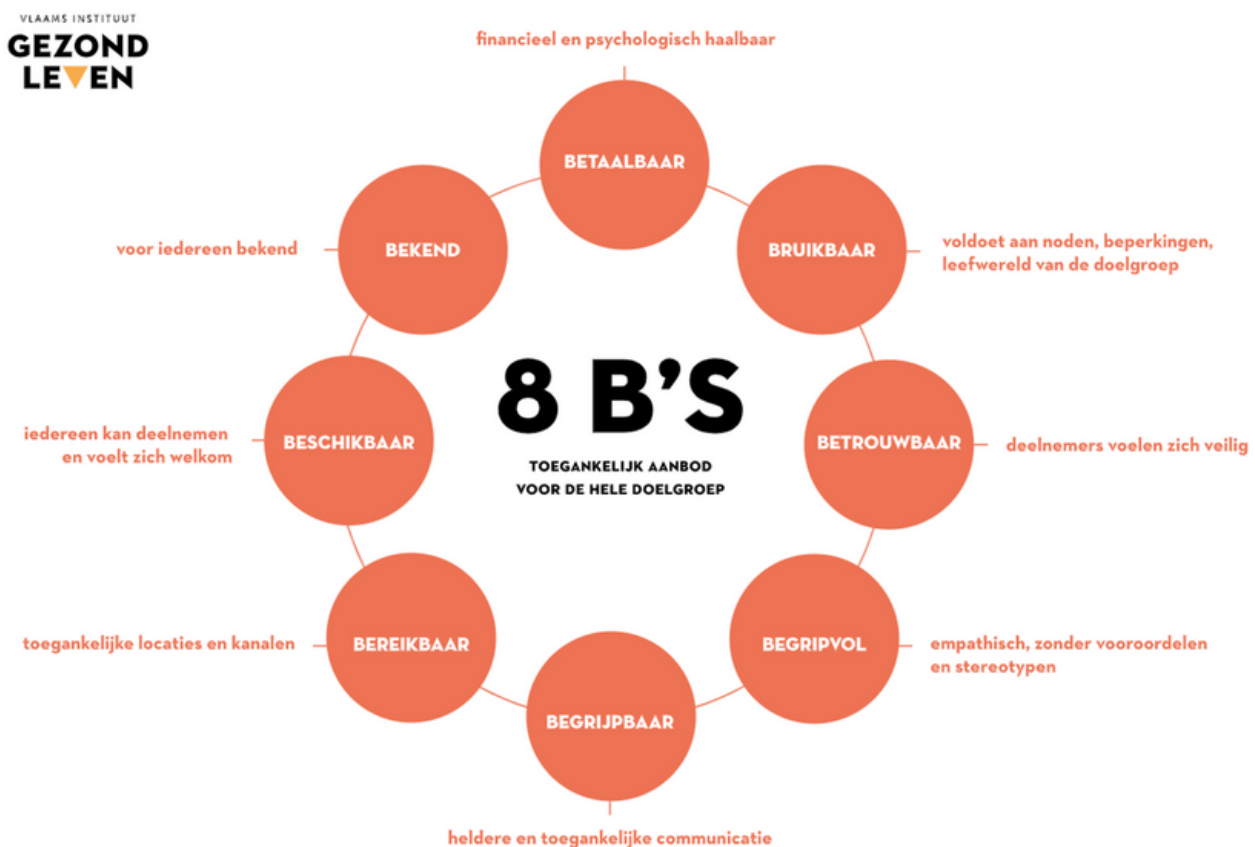
### De 8 B's van toegankelijkheid:

Om de gezondheidsongelijkheid te verkleinen willen we een aanbod aan preventieve gezondheidsinterventies uitwerken waar iedereen voordeel uit haalt en waarbij de toegang, het proces en de uitkomst niet afhankelijk zijn van de sociale kenmerken van de deelnemer.

Maar een **toegankelijk aanbod**, wat houdt dat precies in?

De **8 B's** geven richting om de toegankelijkheid van het aanbod na te gaan. De 8 B's staan voor betaalbaar, bruikbaar, betrouwbaar, begripvol, begrijpbaar, bereikbaar, beschikbaar en bekend.

Deze beleving en perceptie van toegankelijkheid hebben een impact op het feit of de doelgroep deelneemt aan de interventie of de methodiek gebruikt, maar ook of de doelgroep zal blijven deelnemen of de methodiek zal blijven gebruiken. De 8 B's bieden daarnaast ook een tool om te onderzoeken waarom de doelgroep niet deelneemt aan een interventie of een methodiek niet gebruikt. Daarbij is het belangrijk te weten dat een écht toegankelijk aanbod pas verwezenlijkt is wanneer de 8 B's in hun totaliteit vervuld zijn.



In wat volgt worden de 8 B's uitgebreid toegelicht.

Meer informatie kan je vinden via: <https://www.gezondleven.be/gezondheidsongelijkheid/>

# 2. Gezondheidsongelijkheid: 8B's

## 'De 8 B's van toegankelijkheid:

### **Betaalbaar**

Deze dimensie van toegankelijkheid gaat over de financiële en psychologische kostprijs die voor de doelgroep aanvaardbaar moet zijn.

- De financiële kostprijs omvat meer dan de deelnameprijs. Zo gaat het ook om de prijs van eventueel vervoer naar een locatie, van consumpties of diensten tijdens evenementen verbonden aan de interventie (bijvoorbeeld: de kostprijs van kinderopvang tijdens een workshop over gezonde voeding), etc. Het is ook noodzakelijk om indirecte kosten in rekening te brengen. Zo kan je kooklessen geven met recepten die lang in de oven moeten of die kort op het vuur moeten. Dat eerste is een grotere energiekost (indirecte kost). Betaalbaarheid slaat bovendien niet enkel op je aanbod, maar ook op de adviezen die je in je aanbod maakt. Zo kan je een erg betaalbare diëtist zijn, terwijl je voedingsadvies vooral uit dure producten en bereidingswijzen kan bestaan.
- De psychologische kostprijs verwijst naar hoe zwaar of groot de psychologische drempel is om deel te nemen aan een interventie of een methodiek te gebruiken. Sociale norm, schaamte en stigma zijn zaken die daarbij een rol spelen. Bijvoorbeeld: de psychologische kostprijs voor iemand die is opgegroeid in een heel traditioneel gezin en wil deelnemen aan een praatcafé over genderidentiteiten is groter dan voor iemand die is opgegroeid in een omgeving waar maatschappelijke normen in vraag worden gesteld en gendervariatie bespreekbaar is.

### **Bruikbaar**

Bruikbaarheid verwijst naar de vraag of het aanbod beantwoordt aan (1) de noden, doelen en vragen van de doelgroep en (2) in lijn ligt met de leefwereld van de doelgroep.

- Voor dat eerste aspect is het belangrijk het verschil tussen noden en vragen te duiden. Een vraag is expliciet aanwezig, terwijl een nood vaak impliciet of onuitgesproken blijft. Omdat er bijvoorbeeld schaamte is om een bepaalde vraag te stellen of omdat mensen nog niet hebben stilgestaan bij de mogelijkheid om een vraag te formuleren. Bijvoorbeeld: een praatgroep die plaatsvindt in vertrouwde kring en op een vertrouwde locatie over ervaren drempels om deel te nemen aan borstkankerscreening kan zeer bruikbaar zijn, ook al is de vraag ernaar niet expliciet aanwezig.
- Het tweede aspect van bruikbaarheid, dat gaat over afstemming met de leefwereld van de doelgroep, stelt zich bijvoorbeeld wanneer je binnen een omgevingsinterventie renovatiemateriaal beschikbaar wil stellen voor een aantal van je cliënten, maar daarmee geen rekening houdt met het feit dat ze allemaal huurder zijn en niet verantwoordelijk zijn voor die werken. Of wanneer je kookworkshops doet waarbij je gebruik maakt van een grill en stoomoven terwijl de cliënten enkel een microgolf en twee kookpitten hebben.

# 2. Gezondheidsongelijkheid: 8B's

## De 8 B's van toegankelijkheid:

### **Betrouwbaar**

Deze dimensie van toegankelijkheid gaat over het veiligheidsgevoel dat deelnemers of gebruikers ervaren bij de interventie of methodiek. Kunnen ze vertrouwen stellen in het aanbod en voelen ze het als integer aan?

- Betrouwbaarheid heeft er ten eerste mee te maken dat een interventie of methodiek doet wat het belooft te doen.
- Betrouwbaarheid gaat ook over de boodschapper en in welke mate die door de doelgroep als betrouwbaar wordt ervaren. Bijvoorbeeld: een sociaal werker die info over genitale wratten meegeeft kan als betrouwbaarder ervaren worden dan een gynaecoloog die dat doet. Dit omdat die laatste soms geassocieerd wordt met negatieve ervaringen (niet of onvoldoende luisteren of veroordelen, een pijnlijk onderzoek ...). Weet dus dat betrouwbaarheid niet per se gelijk staat met de intermediair die/het kanaal dat over de meest objectieve of wetenschappelijk volledige informatie beschikt.
- Betrouwbaarheid heeft ten slotte ook te maken met de vraag of de informatie die je ontvangt van de deelnemers veilig is bij jou en bij diegenen rond je, nl. zowel bij andere deelnemers als bij intermediairs.

### **Begripvol**

Een begripvol aanbod betekent dat een interventie of methodiek vertrekt vanuit empathie en begrip voor de situatie van de doelgroep en voor hun ervaringen en belevingen. Het impliceert een niet-veroordelende aanpak die wegblijft van schuld-inductie. Dit geldt voor alle aspecten van een interventie of methodiek: de instrumenten en de werkvormen die gebruikt worden, de communicatie erbinnen en erover enz. Bijvoorbeeld: een gezondheidscoach die expliciet erkent hoe moeilijk het is om gezond te eten en daar empathisch op reageert (=communicatie) en in z'n coaching aandacht schenkt aan de vele drempels die je persoonlijk ervaart en mee antwoorden voor zoekt (=instrument en werkvorm), stelt zich begripvol op.

### **Begrijpbaar**

Alle aspecten van het aanbod moeten begrijpelijk zijn voor de doelgroep: wat het doel van het aanbod is, hoe je het gebruikt, wanneer je het gebruikt, bij wie je waarvoor terecht kan enz. Een voorwaarde voor begrijpelijkheid is dat je helder, duidelijk en herkenbaar communiceert. Op maat van de taal- en gezondheidsvaardigheden van de doelgroep. Het begrijpbaar maken van je aanbod kan – naargelang de nood van de doelgroep – verschillende gradaties aannemen. Bijvoorbeeld: misschien ga je meer met foto's, filmpjes of pictogrammen werken die de boodschap meer begrijpbaar maken, of communiceer je in plaats van via cijfers en wetenschappelijke gegevens via getuigenissen van rolmodellen. Of misschien is het nodig om bepaalde materialen te vertalen. Het is aangeraden om je doelgroep te betrekken bij het ontwikkelen van begrijpbaar materiaal.

# 2. Gezondheidsongelijkheid: 8B's

## 'De 8 B's van toegankelijkheid:

### **Bereikbaar**

Deze dimensie van toegankelijkheid heeft te maken met de vraag of de doelgroep weinig fysieke, ruimtelijke en temporele drempels ervaart tot het aanbod. Dit kan gaan over de periode waarin je een bepaald aanbod organiseert (bijvoorbeeld: augustus-september kan een drukke en dure maand zijn voor gezinnen), of over de communicatiekanalen die je benut en hoe bereikbaar (zowel fysiek als mentaal) die zijn voor de doelgroep. Bereikbaarheid gaat ook over de plaats waarop je evenementen laat plaatsvinden (bv. een praatcafé). Geraak je er makkelijk bij met het openbaar vervoer, heeft de locatie een bepaald imago of negatieve reputatie? Geen enkele locatie is neutraal, vaak licht het voor mensen al een eerste tip over het soort aanbod door associatie. Het is daarom belangrijk hiervoor de tijd te nemen en dit af te toetsen. Je laat evenementen die erg gericht zijn naar mensen in een maatschappelijk kwetsbare situatie het best plaatsvinden op plekken waar mensen in maatschappelijk kwetsbare situaties en gemeenschappen met een hoge dichtheid aan mensen in maatschappelijk kwetsbare situaties vaak en graag zijn (bv. bepaalde ontmoetingshuizen).

### **Beschikbaar**

Hier gaat het erom of de doelgroep of potentiële deelnemers en gebruikers het zo ervaren dat het aanbod voor hen makkelijk verkrijgbaar is. Deze dimensie van toegankelijkheid heeft bijvoorbeeld te maken met de openingsuren en het tijdstip waarop acties plaatsvinden (op momenten waarop de doelgroep het meest beschikbaar is). En eveneens met het ontbreken van wachtlijsten, registraties of andere administratief hoge drempels.

Beschikbaar gaat er ook over of degene die een methodiek of interventie tot bij de einddoelgroep brengt of met de einddoelgroep communiceert mentaal aanwezig is (bijvoorbeeld geen telefoontjes doet of niet op de computer werkt tijdens een gesprek).

### **Bekend**

Het is noodzakelijk dat je aanbod zo bekend mogelijk is bij de doelgroep. Om je aanbod bekend te maken, denk je na over geschikte communicatiekanalen en -plaatsen en over geschikte intermediairs die je aanbod rechtstreeks bij mensen in maatschappelijk kwetsbare situaties kunnen bekend maken. Bijvoorbeeld: een aanbod bekend maken via de imam van de lokale moskee.

Het leren kennen van en bekend raken met een initiatief vraagt vaak veel tijd voor mensen in een maatschappelijk kwetsbare situatie, omdat er bijvoorbeeld te veel zorgen of lasten zijn in hun leven. Investeer dus voldoende in het (gradueel) bekend maken van het aanbod en het herhalen van de boodschap. Geef niet op wanneer er niet onmiddellijk op wordt ingetekend, en zorg ervoor dat mensen meerdere kansen hebben om in te gaan op het aanbod.



# 3. Aan de slag in de voedselbank

In wat volgt worden de materialen en het aanbod waarmee je aan de slag kan in je voedselverdeelorganisatie verder toegelicht.

## 1. Signaalherkenning: 4 voor 12

Eén op vier mensen krijgt in zijn of haar leven te maken met een psychisch probleem. Dit kan verschillende vormen aannemen: slapeloosheid, depressie, zelfmoordgedachten, psychose ... Daarnaast geeft één op vier mensen aan dat ze zich niet goed in hun vel voelen.



De volgende signalen kunnen erop wijzen dat iemand het moeilijk heeft en hulp nodig heeft:

### 1. Veranderingen in gedrag



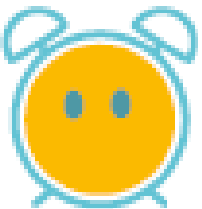
Psychische problemen brengen vaak veranderingen in gedrag mee: slaapproblemen, uitgeput gevoel, concentratieproblemen, alcohol- of druggebruik, roekeloos gedrag, gejaagdheid, onrust, opvliegendheid, overmatige bezorgdheid, eetproblemen ... Wees zeker alert als dit gedrag nieuw is, duidelijk toeneemt, of samenhangt met een verlies, pijnlijke gebeurtenis of andere grote verandering.

### 2. Verandering in emoties



Als het niet goed gaat met iemand dan merk je dat meestal aan zijn of haar emoties. Vaker geïrriteerd of boos, veel minder fut, sneller huilen ... Ook snelle schommelingen in de stemming kunnen een teken zijn. Bij mensen die psychisch in de knoop zitten, overheerst vaak hopeloosheid. Men heeft het gevoel dat de situatie uitzichtloos is en nooit meer beter wordt.

### 3. Zich terugtrekken



Mensen die het psychisch zwaar hebben, hebben de neiging zich van de buitenwereld te isoleren. Ze trekken zich terug, spreken minder af met vrienden/familie, zijn stiller dan gewoonlijk, meer in zichzelf gekeerd en komen minder buiten.

### 4. Zeggen dat het niet goed gaat



Ook uit wat mensen zeggen kan je afleiden dat ze het lastig hebben. Sommige mensen geven vrij duidelijk aan dat het moeilijk gaat, door bijvoorbeeld te zeggen: "Ik zie het niet meer zitten" of "Ik ben op, ik kan niet meer". Soms ontwijken mensen vragen over hun welbevinden of antwoorden ze er heel vaag op, bijvoorbeeld: "Het gaat wel" of "Ik wil je niet lastigvallen met mijn problemen". Ook dit kan erop wijzen dat het niet goed gaat met deze persoon,

# 3. Aan de slag in de voedselbank

## 1. Signaalherkenning: 4 voor 12

Wat kan jij doen?

- **Denk aan een situatie** waarbij je het **zelf heel moeilijk had**.
  - Hoe reageerden de mensen in je omgeving? Welke reacties hielpen jou toen? Welke reacties hielpen niet?
- **Vertrek vanuit signalen** die je opgemerkt hebt:
  - Je geeft aan dat je slecht slaapt de laatste tijd, wat doet dat met jou?"
  - Ik merk dat je vaker onrustig bent de laatste tijd, is er iets wat je bezighoudt?"
- **Basishouding** van empathie, echtheid en niet veroordelen
- **Basistechnieken** zoals terugspelen (toon dat je gehoord hebt wat de andere je wil vertellen) en concretiseren (stel open vragen om wat de andere zegt te verduidelijken)



### DO's

- Wees alert voor signalen en neem ze serieus
- Praat erover
- Houd contact
- Betrek de omgeving
- Zoek professionele hulp
- Zorg voor jezelf



### DON'Ts

- De problemen minimaliseren
- Onmiddellijk oplossingen aanreiken
- Beloven dat je er met niemand over zal praten
- Beloven dat je alle problemen kan oplossen

Als je merkt dat jullie er samen niet uit raken, als de problemen niet afnemen of zelfs toenemen, doe je er goed aan om **professionele hulp** in te schakelen  
Ook wanneer je bezorgd bent om iemand en niet goed weet wat te doen, kan het helpen om met een professionele hulpverlener te praten



Campagne materiaal zoals affiches en flyers kan je vinden via <https://www.tegek.be/campagnes/4voor12/campagnemateriaal>

# 3. Aan de slag in de voedselbank

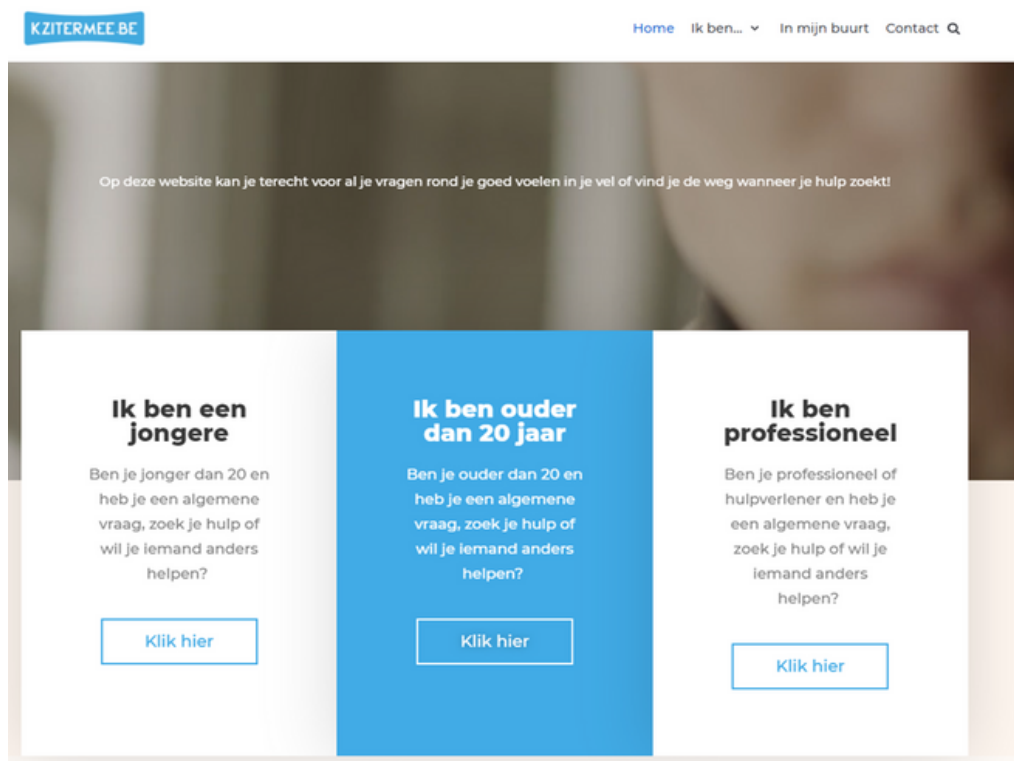
## 2. Hulp en doorverwijzen

### Kzitermee.be

**KZITERMEE.BE**

Jong of oud, iedereen heeft het soms wel eens moeilijk. Of kent iemand die het moeilijk heeft. Op de website Kzitermee.be kan je terecht voor al je vragen rond je goed in je vel voelen of vind je de weg wanneer je hulp zoekt, voor jezelf of iemand anders.

Je vindt er een volledig overzicht van de initiatieven en het hulpverleningsaanbod, zowel op lokaal, regionaal als Vlaams niveau, voor jongeren, ouderen en professionals terug.



### Eerstelijnspsycholoog

Sinds enkele jaren zijn er ook eerstelijnspsychologen ingeschakeld in de zorg voor onze geestelijke gezondheid.

- Een eerstelijnspsycholoog werkt samen met huisartsen of in wijkgezondheidscentra en geeft advies en kortdurende hulp. In de loop van één à twee gesprekken brengt de eerstelijnspsycholoog je klachten en/of problemen helder in kaart, en bekijkt met jou wat je kan doen om ze te overwinnen. Als meer ondersteuning nodig is, word je doorverwezen naar andere hulpverleners (CGG, psychiater ...).
- Eerstelijns psychologische zorg wordt terugbetaald en de eerste individuele sessie is gratis.
- Eerstelijns psychologische zorg is direct toegankelijk.

# 3. Aan de slag in de voedselbank

## 3. Veerkracht versterken - zelfzorg

### 10-daagse van de geestelijke gezondheidszorg



Tussen 1 en 10 oktober loopt - naar aanloop van de Werelddag van de Geestelijke Gezondheid - de 10-daagse van de Geestelijke Gezondheid.

Tijdens deze periode wordt het belang van **geestelijke gezondheid en veerkracht** in de kijker gezet.

Dit jaar stond de 10-daagse in het teken van 'kracht'. We hebben allemaal sterktes waar we trots op mogen zijn. Alleen... soms zien we ze niet of lijken ze vanzelfsprekend. Onder het motto 'samen veerKRACHTig' nodigen we mensen uit om hun kracht te ontdekken, roepen we hen op om samen trots te zijn op deze krachten -groot en klein- en om ze ook in te zetten om anderen te helpen.



Ideeën en acties (zoals het organiseren van een workshop, veerkrachtige wandeling,...) en promotiematerialen (affiches, magneten, ....) kan je terugvinden in de **inspiratiegids** via <https://logoleieland.be/content/inspiratiegids-10-daagse-van-de-geestelijke-gezondheid-2022->



# 3. Aan de slag in de voedselbank

## 3. Veerkracht versterken - zelfzorg

### Geluksdriehoek:

Een gelukkig leven: dat wensen we elkaar allemaal toe. Maar je 'gelukkig voelen' of 'gelukkig zijn': wat is dat precies? Het Vlaams Instituut Gezond Leven verzamelde alle belangrijke wetenschappelijke kennis over geluk – Wat is het? Hoe kun je eraan werken? – in de **geluksdriehoek**:

- De geluksdriehoek is opgebouwd uit 3 grote bouwblokken van ons geluk:
  - Jezelf kunnen zijn
  - Goed omringd zijn
  - Je goed voelen
- In elk bouwblok worden vragen gesteld die je verder op weg helpen en je uitnodigen na te denken over de dingen die bijdragen aan jouw geluk.
- De oranje bol zorgt ervoor dat de geluksdriehoek uit balans is. Perfect geluk bestaat immers niet. Er zullen altijd tegenslagen en moeilijke momenten zijn die ons stress bezorgen en uit balans brengen. Het is oké om even uit balans te zijn. Geluk gaat ook over het kunnen omgaan met die moeilijke momenten



Materialen zoals flyers, postkaarten en affiches kan je gratis bestellen via Logo Leiland. Ook voor het organiseren van de workshop 'Geluk zit in een klein driehoekje' kan je bij Logo Leiland terecht.

Meer inspiratie, tips en oefeningen vind je via:  
[www.geluksdriehoek.be](http://www.geluksdriehoek.be)

# 3. Aan de slag in de voedselbank

## 3. Veerkracht versterken - zelfzorg - aanbod kinderen en jongeren

### NOKNOK

NokNok versterkt jongeren hun veerkracht. De campagne – gebaseerd op de geluksdriehoek – bundelt oefeningen, testjes, tips, informatie rond verschillende thema's en nog veel meer om jongeren te leren werken aan hun veerkracht en goed gevoel.

De jongeren kunnen ook zelfstandig met het NokNok-platform aan de slag. Ze maken een profiel aan en vinden er veerkrachtige oefeningen, kunnen luisteren naar elkaars verhalen, zelf verhalen delen en hun eigen NokNok kamer inrichten of de zelftest invullen. En jeugdverenigingen kunnen er spelideeën vinden.



Bestel gratis materialen zoals postkaarten, stickers en affiches via Logo Leiland.



### Warme William



Warme William is een initiatief van het Fonds GavoerGeluk en zet in op het versterken van de veerkracht en het mentaal welzijn bij kinderen en jongeren van 0 tot 24 jaar. De kernboodschap is 'Het is oké om je ook eens niet oké te voelen'.

Een Warme William is iemand die echt naar je luistert: een vriend(in), een ouder, een leerkracht... Het is iemand die je uitnodigt om te vertellen wat er scheelt.

Want iedereen zit wel eens wat minder goed in zijn vel. En dan is het fijn dat er een Warme William voor je klaarstaat. Een persoon die je kan vertrouwen. Iemand op wie je kan bouwen. En ja, ook jij kan zo een Warme William zijn.



Materialen zoals affiches, deskbeertjes, vragenspel, luistertips, podcast-afleveringen, lespakketten opblaasbare Warme William, verkleedpak Warme William... kan je verkrijgen via Logo Leiland.

# 3. Aan de slag in de voedselbank

## 4. Concrete voorbeelden

### Complimentenkaartjes Kzitermee

Geef eens een welgemeend complimentje aan iemand die je graag ziet, een collega, een vriend, een kennis of iemand die een duwtje in de rug kan gebruiken. Want een klein complimentje kan zoveel deugd doen, en is goed voor ieders veerkracht!

Binnen het project 'Kzitermee.be' werden een aantal leuke complimentenkaartjes in postkaartformaat ontwikkeld met een bijhorende affiche. Deze kan je gratis downloaden of bestellen via de webshop van Logo Leiland.

Meer informatie en materialen over Kzitermee.be kan je vinden via <https://logoleiland.be/content/kzitermeebe>



### Spreukenactie:

Hang de campagneaffiches met de 'krachtige spreuken' op een zichtbare plaats op en verras mensen met fijne woordspelingen, deugddoende boodschappen of quotes om even bij stil te staan. Affiches, magneten en andere materialen kan je bestellen bij Logo Leiland.



# 3. Aan de slag in de voedselbank

## 4. Concrete voorbeelden

### Ramen of straten vol spreuken

Ga aan de slag met raamstiften of krijt en verspreid mooie, krachtige spreuken.



### De krachtboom in het spreukjesbos

Doop een boom om tot krachtboom. Hang er spreuken aan in teken van kracht en laat voorbijgangers hun favoriete spreuk uit de boom plukken.



### Bijzonder kasticket

Geef naast de voedingsproducten een krachtig kasticketje mee met jou favoriete spreuk.



### Lieve postkaartjes

Ontwerp mooie postkaartjes met je favoriete spreuken.

### Gelukswandeling

Organiseer een gelukswandeling waarbij je de deelnemers naast een frisse neus ook trakteert op een meet-and-greet met de geluksdriehoek. Stap voor stap ontdekken wandelaars wat mentaal welbevinden is en hoe ze eraan kunnen werken, terwijl ze door hun favoriete stad of natuurgebied kuieren. De doe-opdrachten tijdens het traject zorgen voor een ludieke én inspirerende tocht.

### Workshops

Organiseer een workshop zoals bijvoorbeeld de workshop 'Geluk zit in een klein driehoekje'.



**GELUKSDRIEHOEK** GEZOND LEVEN



Meer ideeën kan je raadplegen via  
**de inspiratiegids 10-daagse Geestelijke Gezondheid:**  
<https://logoleieland.be/content/inspiratiegids-10-daagse-van-de-geestelijke-gezondheid-2022-1>



# 3. Aan de slag in de voedselbank

## Andere voorbeelden:

- Zorg voor een plaats tot **ontmoeting** waarbij tegelijk de sociale contacten en cohesie versterkt worden.
  - Organiseer bijvoorbeeld eens een **Soep met Babbeltjes**, waar mensen kunnen samen komen om een tasje soep (of koffie) te drinken.
  - Organiseer een kookworkshop of bied proevertjes aan rond goedkope en gezonde voeding.
  - Organiseer een activiteit waarbij de klanten hun talenten kunnen ontplooiën bijvoorbeeld een kookactiviteit met gerechten uit de eigen cultuur, yogasessie, knutselactiviteit ...
  - Organiseer een beweegmoment.
- Kondig vooraf aan wie **aanwezig** zal zijn, zo zorg je voor herkenbaarheid.
- **Muziek** opleggen kan zorgen voor een ontspannende sfeer.
- Deel een **quote** mee op een bord aan de muur, via een scherm, met krijt op de stoep...
- Zorg dat je naam bekend is door gebruik te maken van een **naamkaartje** en/of **jezelf voor te stellen**.
- Spreek de klanten aan met hun **naam**, dit zorgt voor een gevoel van verbondenheid.
- Neem de tijd om de klanten te **verwelkomen** en een **gesprek** aan te knopen.  
**Gespreksstarters** kunnen hierbij een handig hulpmiddel zijn.
  - Gespreksstarters zijn voorbeeldvragen die je kan stellen aan iemand om een gesprek eenvoudig te starten. Ze verlagen de drempel en zorgen voor meer diepgang.
  - Bijvoorbeeld: Waar geniet jij van? Waar ben je de voorbije dagen om gelachen? Waar ben je goed in? Hoe zorg jij voor jezelf op moeilijke momenten? ...
- Geef eens een **complimentje** of bekrachtig positief gedrag. Het geven van een **complimentenkaartje** kan hierbij een leuke aanvulling zijn.
- Pols naar een **goed gevoel momentje**.
- Zorg voor een algemeen rustige en vriendelijke sfeer

## VERDERE ONDERSTEUNING

Alle materialen die beschreven worden kan je raadplegen en bestellen via [www.logoleieland.be/voedselbank](http://www.logoleieland.be/voedselbank)  
Heb je nog vragen rond de materialen? Wil je graag bestellen?  
Zoek je iets en vond je het niet in deze gids? Wil je verder aan de slag met een project rond mentaal welbevinden?



Neem contact op met Logo Leiland  
via [info@logoleieland.be](mailto:info@logoleieland.be) - 056/44.07.94

## BRONNEN

- Vlaams Instituut Gezond Leven
- Te Gek
- Samen veerkrachtig

# INFO & CONTACT



logo@logoleieland.be



www.logoleieland.be



056/44.07.94

