

COMMUNICATIEPLAN
BIJ BELEIDSPLAN
‘WERKEN IN DE
GEZONDHEIDSZORG:
MIDDELENGEBRUIK
EN VERSLAVING’

WOORD VOORAF

BESTE COMMUNICATIEADVISEUR EN/OF HR-MEDEWERKER,

Graag stellen we ons via deze weg aan je voor. Wij zijn ABS-artsen. ABS-artsen is er voor artsen en hun omgeving bij problematisch middelengebruik en verslaving. Het Steunpunt ABS-artsen biedt vertrouwelijke hulp, advies, begeleiding en/of monitoring.

Verder werkt ABS-artsen aan het bespreekbaar maken van problematisch middelengebruik en verslaving in de gezondheidszorg. De afkorting in ABS-artsen staat voor abstinentie - onthouding van verslavende middelen - en het antiblokkeersysteem van een auto.

Online toolkit

Ter bevordering van de gezondheid van zorgprofessionals, de patiëntveiligheid en kwaliteit van zorg, heeft de KNMG een aantal campagnemiddelen en producten gericht op problematisch middelengebruik en verslaving ontwikkeld. Deze zijn verzameld in de [ABS-artsen toolkit](#). Met deze toolkit ondersteunt de KNMG artsen en organisaties in de zorg bij het creëren van een gezond en veilig werk- en leerklimaat. Waarin verslaving als ziekte wordt behandeld en problematisch middelengebruik en verslaving bespreekbaar worden gemaakt.

Eén van de belangrijkste producten in de toolkit is een [beleidsplan](#). Hiermee kunnen organisaties gemakkelijk eigen beleid ontwikkelen. Dit beleidsplan is een uitgebreide versie van ADM-beleid. Naast een verslaving aan alcohol, drugs en/of medicatie is ook gedragsverslaving (zoals gok-, game- en seksverslaving) meegenomen in dit beleidsplan om het toekomstbestendig te houden. Hiervoor is gekozen omdat er steeds meer aandacht nodig is voor gedragsverslaving.

Omdat we weten hoe druk het is op communicatie- en HR-afdelingen en sommige organisaties geen communicatie-afdeling hebben, hebben we ook een [communicatieplan](#) (pagina 5 tot en met 8) ontwikkeld.

In dit plan lees je hoe jullie beleid gericht op middelengebruik en verslaving kunnen introduceren in de organisatie zodat mensen ervan af weten en het ook daadwerkelijk kunnen gebruiken als ze het nodig hebben. En hoe het een onderdeel van de cultuur kan zijn. Je kunt dit communicatieplan ter inspiratie gebruiken binnen de mogelijkheden van jullie organisatie.

In de ABS-artsen toolkit vind je ook [diverse campagnematerialen](#) die jullie kunnen gebruiken om bekendheid te geven aan het nieuwe beleid. Denk aan campagnemiddelen die de bewustwording voor middelengebruik en verslaving vergroten, inspirerende artikelen en casussen.

Dank dat jullie binnen de organisatie aandacht willen schenken aan dit zo belangrijke onderwerp!

Met hartelijke groet,

Team ABS-artsen

INHOUDSOPGAVE

COMMUNICATIEPLAN	5
Aanleiding	
Doel	
Doelgedrag	
Doelgroep	
Boodschap	
COMMUNICATIEMIDDELEN	7
BIJLAGE 1: BEWUSTWORDINGSCAMPAGNE	9

COMMUNICATIEPLAN

AANLEIDING

De gezondheid van zorgprofessionals is een voorwaarde voor patiëntveilige¹ zorg. Zorgprofessionals die te maken hebben met problematisch middelengebruik of verslaving² leiden een leven dat gevaarlijk kan zijn voor hun eigen gezondheid en voor de patiëntveiligheid. Het is daarom belangrijk hen zo goed en zo vroeg mogelijk te begeleiden en behandelen.

Om die reden hebben wij voor onze organisatie met behulp van het beleidsplan van de KNMG een beleid ontwikkeld gericht op middelengebruik en verslaving. Uit internationale literatuur blijkt dat 1 op de 7 artsen (15,4%) een stoornis in middelengebruik heeft. Dit geldt voor 1 op de 8 personen (12,6%) bij de algemene bevolking.³ Reden om ook voor onze organisatie beleid te ontwikkelen.

DOEL

- Het op gang brengen van bewustwording bij mensen binnen de organisatie dat problematisch middelengebruik en verslaving niet samengaan met werk.
- Kennis vergroten zodat mensen binnen de organisatie:
 - stoornissen in het gebruik van middelen en gedragsverslaving als behandelbare ziektes zien;
 - de signalen van problematisch middelengebruik en verslaving herkennen bij collega's;
 - weten hoe zij problematisch middelengebruik en verslaving onderling bespreekbaar kunnen maken.
- Mensen binnen de organisatie bekend maken met beleid gericht op middelengebruik en verslaving.

¹ Waar patiënt staat, kan ook cliënt gelezen worden.

² In de DSM-5 wordt niet meer gesproken van misbruik en afhankelijkheid, maar van stoornissen in het gebruik van middelen en bijvoorbeeld gokstoornis. In onze communicatie hebben we de volgende keuze gemaakt: we gebruiken de term verslaving om stoornissen in middelengebruik en gedragsverslaving aan te duiden. Bij gedragsverslaving kunt u denken aan gok-, game- en seksverslaving. Omdat in de volksmond en de praktijk nog veel gesproken wordt over problematisch middelengebruik en verslaving, hanteren wij tevens deze termen in het kader van bewustwording en vroegsignalering.

³ Oreskovich MR, Shanafelt T, Dyrbye LN, Tan L, Sotile W, Satele D, West CP, Sloan J, Boone S. The prevalence of substance use disorders in American physicians. *Am J Addict.* 2015;24(1):30-8. doi: 10.1111/ajad.12173.

DOELGEDRAG

Mensen binnen de organisatie weten het beleid gericht op middelengebruik en verslaving te vinden en gebruiken dit als hulpmiddel als zij in een situatie terechtkomen waarbij dit beleid hen kan helpen.

DOELGROEP

Alle mensen die binnen de organisatie werkzaamheden verrichten, zoals:

- Mensen in dienst van de organisatie
- Mensen die werken in opdracht van de organisatie
- Mensen die in opdracht van derden voor de organisatie werken
- Vrijwilligers
- Stagiaires

BOODSCHAP

In onze organisatie behandelen we verslaving als een ziekte. We willen het taboe op problematisch middelengebruik en verslaving doorbreken door het onderwerp bespreekbaar te maken. Hierdoor durven medewerkers zich sneller te uiten over hun ziekte en hulp te zoeken en durven collega's eerder het gesprek aan te gaan bij signalen.

Problematisch middelengebruik en verslaving zijn van invloed op iemands functioneren en gezondheid en gaan daarom niet samen met werk. Bij zorg-professionals kan dit, naast ziekte en uitval, leiden tot risico's voor de patiëntveiligheid en kwaliteit van zorg.

Het beleid is enerzijds gericht op het voorkomen van problematisch middelengebruik en verslaving en anderzijds op het bieden van hulp en begeleiding aan mensen die te maken hebben met problematisch middelengebruik of verslaving.

COMMUNICATIEMIDDELEN

STAP 1 BEWUSTWORDING CREËREN TIJDENS BELEIDSONTWIKKELING

Om ervoor te zorgen dat mensen binnen onze organisatie het belang inzien van beleid gericht op middelengebruik en verslaving, is het belangrijk om eerst bewustwording te creëren op het gebied van middelengebruik en verslaving. Hiervoor gebruiken we de middelen uit de [bewustwordingscampagne](#) ontwikkeld door de KNMG (zie pagina 9). In deze communicatiemiddelen staan vragen en feiten centraal. Vragen die mensen in onze organisatie aanzetten tot nadenken en dialoog. Feiten die de urgentie weergeven.

Deze bewustwordingscampagne ondersteunen we met:

- Nieuwsberichten op intranet.
- Nieuwsberichten in de interne digitale nieuwsbrief.
- Een interview met **<naam, functie zelf invullen>** in ons personeelsblad over waarom beleid nodig is en waarom we beleid gaan ontwikkelen.

We gebruiken als ondersteunend beeldmateriaal het campagnemateriaal van de bewustwordingscampagne van de KNMG.

STAP 2 LANCERING BELEID

Zoals voor elk nieuw of vernieuwd beleid geldt, is het belangrijk dat de gehele organisatie hiervan kennis neemt. We lanceren het beleid door middel van een bericht wat gericht is op de noodzaak waarom we het beleid hebben ontwikkeld, hoe we het handhaven, hoe we het op het netvlies houden en wie contactpersoon is. We communiceren de lancering via:

<IN TE VULLEN DOOR DE ORGANISATIE>

TIP

Passend bij het communicatiebeleid van de organisatie kun je invulling geven aan de wijze waarop je medewerkers kennis laat maken met het beleid.

Voorbeelden

- E-mailing aan leidinggevenden om het op de agenda van het eerstvolgende teamoverleg te zetten en/of een interne mailing.
- Bericht op intranet over de lancering van het beleid.
- Actiematig bericht op intranet gericht op de gratis geaccrediteerde e-learning 'Verslaving onder artsen' op www.medischcontact.nl.
- Ondersteunend artikel in personeelsblad.
- Digitale folder met daarin het beleid gericht op middelengebruik en verslaving.
- Bijeenkomst/workshop met betrekking tot dit onderwerp.

STAP 3 OPNEMEN IN BEDRIJFSVOERING/CULTUUR

In de waan van de dag kan de noodzaak van het beleid naar de achtergrond verdwijnen. Belangrijk is dat het onderdeel is en blijft van onze bedrijfsvoering/cultuur. Om dit voor elkaar te krijgen nemen we vaste communicatiemomenten op:

<IN TE VULLEN DOOR DE ORGANISATIE>

TIP

Passend bij het communicatiebeleid van de organisatie kun je zelf invulling geven aan de manier waarop je wilt blijven communiceren.

Hieronder staan voorbeelden ter inspiratie.

Voorbeelden

- We maken het onderdeel van bestaand beleid gericht op een gezonde en veilige werk- en leeromgeving.
- Nieuwe medewerkers ontvangen in hun welkomstpakket een digitale folder met daarin het beleid gericht op middelengebruik en verslaving.
- We benoemen ambassadeurs binnen de organisatie. Zij zijn aanspreekpunt voor mensen met vragen en zij krijgen de ruimte om activiteiten te organiseren.
- We besteden jaarlijks tijdens (team)bijeenkomsten aandacht aan:
 - hoe we binnen de organisatie omgaan met middelengebruik en verslaving;
 - hoe we problematisch middelengebruik en verslaving bij een collega kunnen herkennen;
 - hoe we het bespreekbaar maken.
- We hebben op gepaste momenten aandacht voor dit onderwerp, denk aan het programma van de vitaliteitsweek en evenementen of lezingen met betrekking tot een gezonde en veilige werk- en leeromgeving.
- We organiseren gezamenlijk acties rondom themamaanden als Dry January of Stoptober en breiden deze initiatieven uit met het onthouden van alle psychoactieve middelen. Hierdoor worden medewerkers zich bewuster van hun eigen gebruik en de effecten hiervan op hun functioneren.
- We bieden een geaccrediteerde [onderwijsmodule](#) aan waarin aandacht is voor coping strategieën en het bespreekbaar maken van problematisch middelengebruik en verslaving.
- We nodigen alle medewerkers jaarlijks uit om vrijwillig een anonieme digitale zelftest te doen, zoals de zelftesten van [Jellinek](#) en [Minderdrinken.nl](#). Hierdoor worden medewerkers zich bewuster van hun eigen gebruik.

BIJLAGE 1:

BEWUSTWORDINGSCAMPAGNE

Met behulp van gedragsveranderings- en communicatiemodellen heeft de KNMG een bewustwordingscampagne VRAAG EN FEIT ontwikkeld, die aanzet tot betrokkenheid en dialoog. Open vragen en feiten vormen de rode draad in alle communicatie-activiteiten. Hierdoor stimuleren alle middelen en producten tot nadenken en brengen sommige specifiek de dialoog over middelengebruik en verslaving bij artsen op gang.

Bij de formulering van de vragen en feiten is gekeken naar de remmende en drijvende krachten binnen de gezondheidszorg en worden de urgentie en relevantie benadrukt. Gebruik ook intern de middelen uit de bewustwordingscampagne.

Via de ABS-artsen toolkit kun je campagnemiddelen [downloaden](#).

- Je kunt de verschillende online middelen ook binnen jouw organisatie inzetten. Denk hierbij aan sheets voor een PowerPoint-presentatie en beelden die te gebruiken zijn op social media, op intranet of als advertentie in jouw personeelsblad.
- Je vindt deze op www.abs-artsen.nl/toolkit.
- Wil je sets 'Vragen en feiten voor een goed gesprek' ontvangen? Mail jouw naam en adres dan naar toolkit@abs-artsen.nl met het aantal kaarten dat je wilt ontvangen. Deze zijn beschikbaar zolang de voorraad strekt.



HEB JE VRAGEN? BEL OF E-MAIL ONS GERUST!

Steunpunt: 0900-0168

Overige vragen: info@abs-artsen.nl

Colofon

Communicatieplan bij beleidsplan 'Werken in de gezondheidszorg: middelengebruik en verslaving' van de Koninklijke Nederlandsche Maatschappij tot bevordering der Geneeskunst (KNMG).

Voorop voor dokter en zorg. Artsenfederatie KNMG werkt aan de kwaliteit van onze gezondheidszorg en optimale beroepsuitoefening van ruim 67.500 artsen en studenten geneeskunde. Om te zorgen dat artsen er kunnen zijn voor iedereen die zorg nodig heeft.

Van de KNMG maken deel uit: De Geneeskundestudent, de Federatie Medisch Specialisten, de Koepel Artsen Maatschappij en Gezondheid (KAMG), de Landelijke vereniging van Artsen in Dienstverband (LAD), de Landelijke Huisartsen Vereniging (LHV), de Nederlandse Vereniging voor Arbeids- en Bedrijfsgeneeskunde (NVAB), de Nederlandse Vereniging voor Verzekeringsgeneeskunde (NVVG) en de Vereniging van Specialisten in ouderengeneeskunde (Verenso).

www.abs-artsen.nl/toolkit

Opmaak

Lawine visuele communicatie, Utrecht, www.lawine.nl

Contactgegevens

KNMG Postbus 20051 3502 LB Utrecht - www.knmg.nl

Overname van teksten uit deze publicatie is toegestaan onder vermelding van de volledige bronvermelding 'Communicatieplan bij beleidsplan 'Werken in de gezondheidszorg: middelengebruik en verslaving', KNMG, juli 2020'.