

'Mensen willen gehoord worden'

De VGN start een campagne om mensen met een beperking en hun ondersteuning beter zichtbaar te maken in de samenleving. Mensen met een beperking vertellen zelf hun verhaal. Motto: 'Zover zijn we gekomen. En we willen door.'

Zwaartijd mensen en samenleving op 1 oktober om half elf's schenken op de stadshuisbeleg in Utrecht voor de aftrap van de campagne Nederland Onbeperkt. Met zijn jongeren en ouders, mensen met en zonder beperking. Op de brug staan grote schermen, waar de aanwezigen een gelijktijdig beeld van de aftrap zien van Nederland Onbeperkt voor hen verdere. 'Hoeveel is anders en dat mag ook'. 'Dat ik niet veel anders van mijn hanteling maar een stukje anders'. 'Werken in een restaurant'. 'Het plezier in mijn leven is niet anders, maar ook voor wat je kan'. Zo divers als de teksten op de grootjes zijn de mensen en hun verhalen. Hier worden zij zichtbaar - en dat is wat de campagne beoogt.

ONZICHTBAAR

Nederland Onbeperkt is een initiatief van VGN. Doel van de campagne is ten eerste om mensen met een beperking beter zichtbaar te maken in de samenleving. Daarnaast is het belangrijk dat juist zij zich horen. Op 1 oktober krijgt de aftrap wel aandacht: Radio 1 en RTL 4. Alleen door hun verslag van de bijeenkomst en te worden zitter, Esther Vergeer en Femke Halsema aan tafel bij Pers, gesproken door twee mensen met een beperking.

VGNwoordster Halsema heeft de bal aan het rollen: gebreken, vanwege haar bemiddeling over de onafhankelijkheid van mensen met een beperking en de gehandicaptensector. In Pers zegt ze: 'Mensen met een beperking en de gehandicaptensector in zijn gebied zijn heel bescheden en willen niet naar voren. Maar onzichtbaar maakt, welkom. Voor de gemeenschappen van afwijkingen en verschillen. We willen de mensen wel horen maken, hun leven, en hun rol in de samenleving, over straat en in de maatschappij.'

Parlementaire wettelijke Esther Vergeer is partner in de campagne. Ze zet haar bekendheid graag in om de campagne, ook te bereiken: naar aandacht voor mensen met een beperking en hun onafhankelijkheid. Het gebreken, verspreiden, werken en spelen. Over het gebreken. Pers is ze scherp met de maatschappij. Ze maakt zich zorgen of het verhaal wel goed is overgenomen. In de sector is zo breed - de problematiek en de zorgen van



landings, dat is lastig te vertalen in een minuten op televisie. Daar heb je vier mensen. Elke keer vanuit hun eigen invalshoek het verhaal vertellen.

EEN GEWONE KLAS

De elf ambassadeurs vertegenwoordigen een heel scala aan doelgroepen. Marijn de Vries bijvoorbeeld, spreekt voor haar meest gemiddeld beperkte zoon Isaac en alle andere kinderen met een vergelijkbare beperking. 'Wijs als ouders vinden het belangrijk dat ons kind erbij hoort in de wereld', zegt ze. 'Dat hij hier ook naar school kan met kinderen zonder beperking. In plaats van naar een speciale school twintig kilometer verderop. Hij kan niet de hele dag in een gewone klas zitten, maar wel op vaste momenten, drie of vier keer per week een uur.' De Vries heeft dit niet veel tijd, energie en doorzettingsvermogen voor Isaac gekregen toen ander verhalen er dat van Nick van Hoogstraten, aan wie te niet met dat hij een beperking heeft. Na een levenswijzenstudie heeft hij met aangeboren hersenletsel, [NAH] gekregen met alle beperkingen en vooroordelen die daarbij horen. Van Hoogstraten: 'Oven ik negen was, kreeg ik te horen dat ik zo, mijn begeleiding nodig had. Toch kon ik thuis blijven wonen dankzij mijn ouders, en zo kon ik mijn vrijheid ontwikkelen. Mij was verteld dat ik niet naar het mbo kon, maar ik heb toch doorgezet. Ik zou niet zelfstandig kunnen wonen. Ik wilde dat wel, dus heb ik een studentenwoning gezocht waar ik terecht kon. Eindelijk kon ik normaal naar school, met de gewone bus, in plaats van met een speciale bus. Dat was geweldig. Zo leg ik de lat steeds een stukje hoger.' Van Hoogstraten is nu als zelfstandig ondernemer begonnen. Hij heeft de stichting Raet opgericht om mensen te helpen, geeft colleges over zijn leven en over de betekenis van NAH, en hij wil anderen coachen als ervaringsdeskundige. Zelf is hij het levend bewijs dat, wanneer je kijkt naar mogelijkheden van mensen met NAH, zij veel meer kunnen dan andere denken.

VN-VERDRAG

De intentie van de campagne rust op teksten, is deels te geven door de ratificatie van het VN-verdrag voor de rechten van mensen met een beperking in 2017. Volgens de ambassadeurs vinden dat Nederland – al gehandicapt of niet – geen verplichting is als het gaat om het vaststellen van de hinklemmen waar mensen niet in staat zijn. Of die NAH of een andere beperking hebben, tegenaan lopen. De campagne duurt twee jaar, waarin zowel de Tweede Kamerverkiezingen in 2017 als de gemeenteraadsverkiezingen in 2018 plaatsvinden. Dat zijn momenten waarop extra aandacht gevraagd kan worden van de politiek.

De campagne draait om de verhalen van de mensen, die het campagne team zo veel en zo verspreid mogelijk wil verspreiden. Aan de basis staan de website nederlandonbeperkt.nl en de Facebookpagina Nederland Onbeperkt. Deze zijn gekoppeld aan andere sociale media's Twitter en Instagram, en het aangemaakte is mogelijk te maken om verhalen te delen. De verhalen komen in eerste instantie van de ambassadeurs, maar andere mensen worden ook uitgenodigd om ook hun verhalen aan te leveren. De mediatoren die bij de start heeft de samenwerking op gang gebracht, het is nu zaak om die samenwerking te houden. Naast de landingspagina Twitter en, wil het campagne team ook regionale acties stimuleren en faciliteren. Lokale aandacht is van belang om ook de gemeenten te bereiken. Die hebben een belangrijke rol en de, veel kerpunten zich voordoen in het sociale domein.

SUCCESSEN

De betrokkenheid van zorgorganisaties is belangrijk om verhalen van mensen naar boven te halen en te verspreiden. Volgens campagnecoördinator Johan van Ruiten kanner: zij ook hun voordeel doen met de campagne. 'Waar zorgorganisaties bijdragen aan de successen, kunnen zij ook hun eigen professionaliteit laten zien.' De VGN heeft de campagne ontwikkeld met het bureau DOK. Door vriendschap sterker. Volgens directeur Veronique Smakela draait het thema Nederland Onbeperkt veel mensen aan. Ervaren: 'Veel mensen melden zich aan met hun eigen verhaal.'

NEDERLAND ONBEPERKT

De VGN roept naar leden op om mee te doen aan de campagne. Door verhalen te leveren en te verspreiden, en door lokale verhalen over hoe het netwerk kan worden vergroot. Bijlagen van de campagne kunnen worden gericht aan campagne@nederlandonbeperkt.nl, in sociale media worden de hashtag #NLonbeperkt en #gehandicapenzorg gebruikt. Het campagne team heeft de volgende ondersteuning:

- Een community team met posters, foto's, filmpjes, en de website waarop mensen hun verhalen kunnen.
- Landelijke verspreiding van verhalen van diensten via media- en de campagne.
- Een aantal regionale wijk- en stads-teams met leden in de regio's Noord-Holland, Zeeland, Noord-Brabant en Overijssel.