

'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.'

Zo'n zestig mensen verzamelen zich op 13 oktober om half elf's ochtends op de stadhuisbrug in Utrecht voor de aftrap van de campagne Nederland Onbeperkt. Het zijn jongeren en ouderen, mensen met en zonder beperking. Op de brug staan grote schermen, waarop de aanwezigen een geeltje kunnen plakken waarop staat wat Nederland Onbeperkt voor hen betekent. 'Iedereen is anders en dat mag ook' 'Dat ik niet word gezien vanwege mijn handicap maar om wie ik echt ben' 'Werken in een restaurant' 'Dat opleiding niet alleen is voor wat je snapt, maar ook voor wat je kan'. Zo divers als de teksten op de geeltjes zijn de mensen en hun behoeften. Hier worden zij zichtbaar - en dat is wat de campagne beoogt.

ONZICHTBAAR

Nederland Onbeperkt is een initiatief van VGN. Doel van de campagne is een samenleving creëren waarin mensen met een beperking volop kunnen meedoen. Daarom is het belangrijk dat juist zij zich laten horen. Op 13 oktober krijgt de start veel aandacht. Radio 1 en RTV Utrecht doen live verslag van de bijeenkomst en 's avonds zitten Esther Vergeer en Femke Halsema aan tafel bij Pauw, gesteund door twee mensen met een beperking.

VGN-voorzitter Halsema heeft de bal aan het rollen gebracht, vanwege haar bezorgdheid over de onzichtbaarheid van mensen met een beperking en de gehandicaptensector. Bij Pauw zegt ze: 'Mensen met een beperking en de gehandicaptensector in zijn geheel zijn heel bescheiden en treden niet naar voren. Maar onzichtbaar maakt kwetsbaar. Voor bezuinigingen, voor afwijzingen door werkgevers. We willen de mensen zichtbaar maken, hun lijden, lol en hoop. Een volwaardig leven vraagt aandacht en medeleven.'

Paralympisch tenniskampioen Esther Vergeer is partner in de campagne. Ze zet haar bekendheid graag in om de campagnedoelen te bereiken: meer aandacht voor mensen met een beperking en betere toegankelijkheid tot gebouwen, vervoer, werk en sport. Over het optreden Pauw is ze achteraf niet helemaal tevreden. Ze maakt zich zorgen, of het verhaal wel goed is overgekomen: 'De sector is zo breed - de problematiek en de soorten van



handicaps, dat is lastig te vertellen in zes minuten op televisie. Dan heb je vier mensen die ieder vanuit hun eigen invalshoek het verhaal vertellen.'

EEN GEWONE KLAS

De elf ambassadeurs vertegenwoordigen een heel scala aan doelgroepen. Marjon de Vries bijvoorbeeld, spreekt voor haar ernstig meervoudig beperkte zoon Bram en alle andere kinderen met een vergelijkbare beperking. 'Wij als ouders, vinden het belangrijk dat ons kind erbij hoort, in de wijk', 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 zijn, maar wel op vaste momenten, drie of vier keer per week een uur.' De Vries heeft dit met veel tijd, energie en doorzettingsvermogen voor elkaar gekregen. Een ander verhaal is dat van Nik van Hoogstraten, aan wie je niet ziet dat hij een beperking heeft. Na een hersenvliesontsteking heeft hij niet-aangeboren hersenletsel (NAH) gekregen, met alle beperkingen en veroordelen die daarbij horen. Van Hoogstraten: 'Toen ik negen was, kreeg ik te horen dat ik 24-uurs begeleiding nodig had. Toch kon ik thuis blijven wonen dankzij mijn ouders, en zo kon ik mij in 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 studentenhuus gezocht waar ik terecht kon. Eindelijk kon ik normaal naar school, met de gewone bus, in plaats van met een speciale taxi. Dat was geweldig. Zo leg ik de lat steeds een stukje hoger.' Van Hoogstraten is nu als zelfstandig ondernemer begonnen. Hij heeft de stichting Raket opgericht om mensen te helpen, geeft lezingen 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 anderen denken.

VN-VERDRAG

De reden om de campagne juist nu te starten, is deels ingegeven door de ratificatie van het VN-verdrag voor de rechten van mensen met een beperking, in juni dit jaar. Vergeer en de ambassadeurs vinden dat Nederland - al gebeurt er veel goeds - geen klopper is als het gaat om bewustwording van de hindernissen waar mensen in een rolstoel, 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 politici.

De campagne draait om de verhalen van de mensen, die het campagneteam zo veel en zo ver mogelijk wil verspreiden. Aan de basis staan de website nederlandonbeperkt.nl en de Facebookpagina Nederland Onbeperkt. Deze zijn gekoppeld aan andere social media als Twitter en Instagram, om het zo gemakkelijk mogelijk te maken om verhalen te delen. De verhalen komen in eerste instantie van de ambassadeurs, maar andere mensen worden nadrukkelijk uitgenodigd om ook hun verhalen aan te leveren. De media-aandacht bij de start heeft al een stroom op gang gebracht, het is nu zaak om die stroom op gang te houden. Naast de landelijke activiteiten, wil het campagneteam ook regionale acties stimuleren en faciliteren. Lokale aandacht is van belang om ook de gemeenten te bereiken. Die hebben een belangrijke rol, omdat veel knelpunten zich voordoen in het sociaal domein.

SUCCESSEN

De betrokkenheid van zorgorganisaties is belangrijk om verhalen van mensen naar boven te halen en te verspreiden. Volgens campagnecoördinator Johan van Ruijven kunnen 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 BBK/Door vriendschap sterker. Volgens directeur Veronique Swinkels spreekt het thema Nederland Onbeperkt veel mensen aan. Swinkels: 'Veel mensen melden zich al aan met hun eigen verhaal.'

NEDERLAND ONBEPERKT

De VGN roept haar leden op om mee te doen aan de campagne. Door verhalen te leveren en te verspreiden. En door ideeën te delen over hoe het netwerk kan worden vergroot. Bijdragen aan de campagne kunnen worden gemaild aan campagne@nederlandonbeperkt.nl. In social media worden de hashtags #NLonbeperkt en #gehandicaptenzorg gebruikt. Het campagneteam biedt de volgende ondersteuning:

- Een communicatietoolkit met posters, foto's, filmpjes, en de actiewand waarop mensen hun geeltjes kunnen.
- Landelijke verspreiding van verhalen van cliënten via nederlandonbeperkt.nl.
- Een aantal regionale manifestaties, samen met leden. In ieder geval in Noord-Holland, Zeeland, Noord-Brabant en Overijssel.