

# 'We zijn zelf het medicijn' Campagne resultaten 2021

GGD West-Brabant organiseerde in 2021 vanaf medio april de campagne We zijn zelf het medicijn in samenwerking met Dementienetwerk Breda e.o. en Dementienetwerk West-Brabant. Doel van de campagne was meer bekendheid geven aan de mogelijkheden die inwoners zelf hebben om de kans op dementie te verkleinen. Maar liefst 110 organisaties in de regio sloten zich aan. Zij zetten zich in om, ondanks de coronabeperkingen, toch zoveel mogelijk mensen te bereiken.

We stelden het GGD gezondheidspanel in maart en december 2021 vragen over hersengezondheid. Van de 2225 panelleden die beide vragenlijsten hebben ingevuld, geeft 13% aan de campagne-uitingen te kennen. Deze factsheet laat zien wat deze 274 panelleden weten over preventie van dementie voor en na de campagne. Ook leest u wat het online bereik was van deze campagne.

## Waar zijn mensen de campagne tegengekomen?



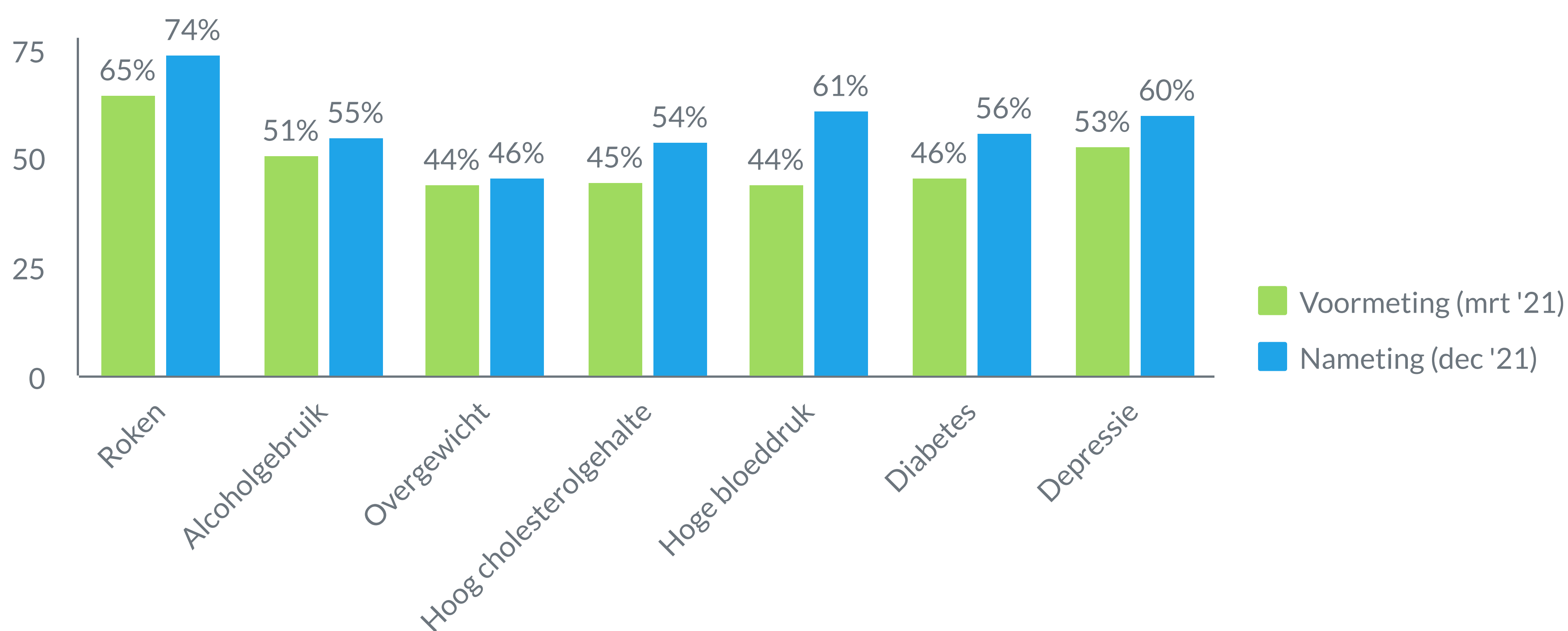
## Wat vonden zij van het campagne materiaal?

54% zegt dat deze posters hen aanspreken

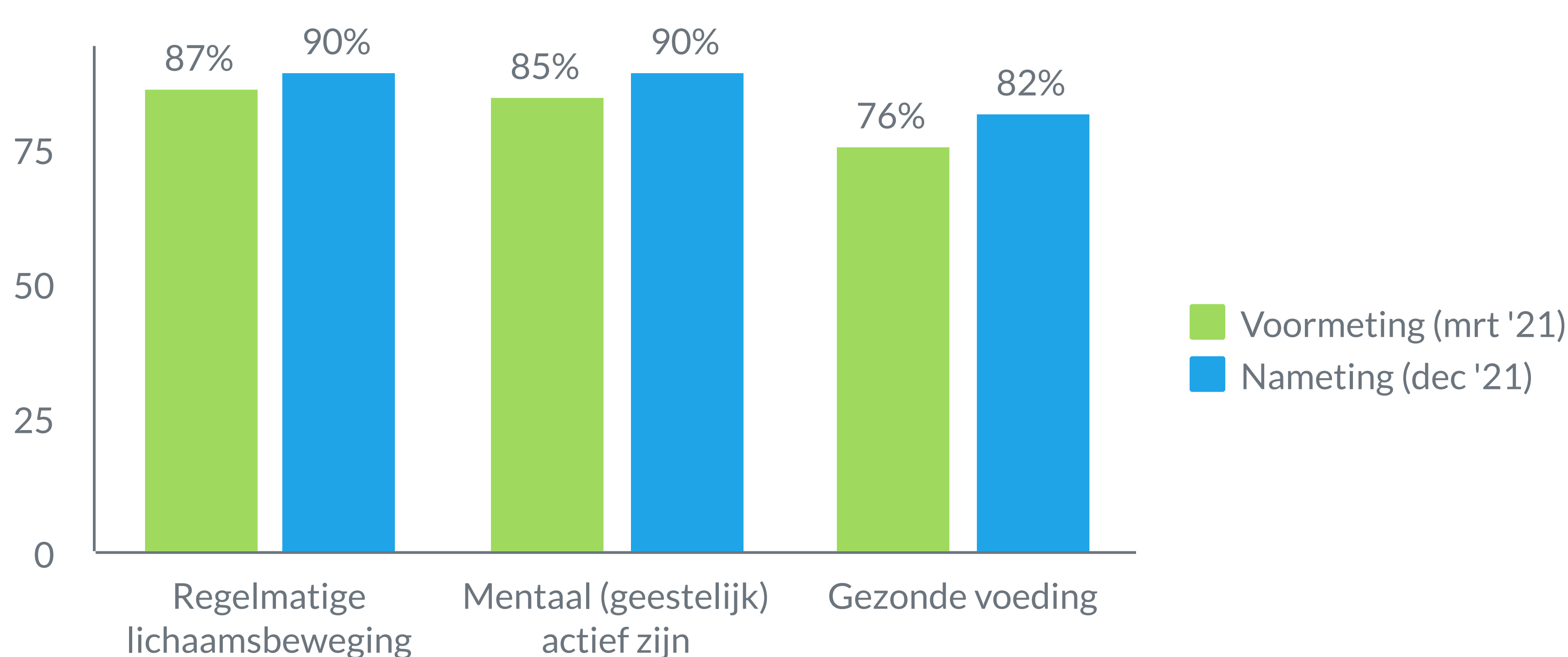


## Wat weten ze eigenlijk over dementie?

### Wat verhoogt de kans op het krijgen van dementie?



### Wat verlaagt de kans op het krijgen van dementie?



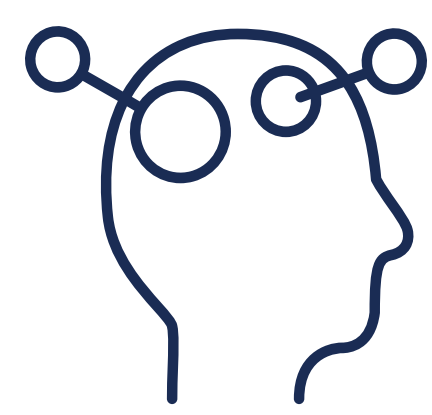


# Gaan mensen nu ook anders leven door de campagne?

48% geeft aan door de campagne aangespoord te zijn om gezonder te leven

45% zegt:  
"Niks houdt mij tegen!"

Wat houdt mensen na het zien van de campagne tegen om iets aan hun hersengezondheid te doen?



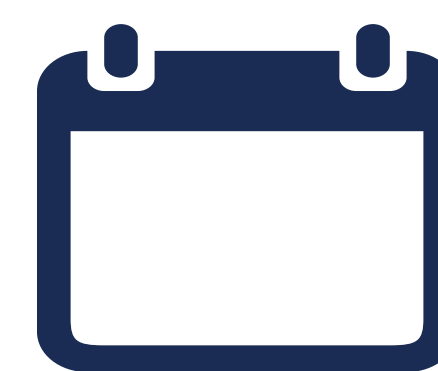
Onvoldoende kennis (15%)



Onvoldoende motivatie (13%)



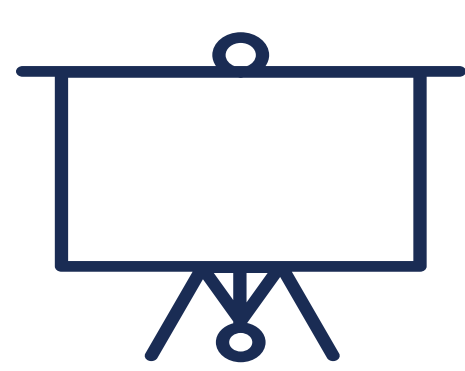
Onvoldoende tijd (9%)



Leeftijd: voelt zich er te jong voor (9%)

In maart zei nog 32% dat gebrek aan kennis hen tegenhield

## Bereik campagne



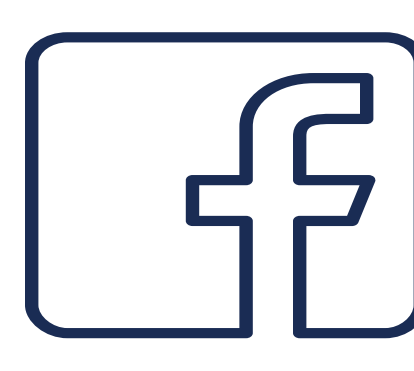
840

deelnemers aan de online informatiebijeenkomsten 'Gezond ouder worden'



11.387

bezoekers op de website



61.054

mensen bereikt op Facebook



814

mensen hebben de app 'Mijn Breincoach' gedownload

”

"Erg interessant en afwisselend opgebouwd. Vooral het verhaal van de GGD onderzoeker maakt indruk. Jullie zijn er goed in geslaagd de kernboodschap over te brengen".

110

vrienden droegen de campagne mee uit

35

activiteiten opgenomen in het nieuws-overzicht (ondanks corona)

## En nu verder

De campagne heeft het belang van een gezonde leefstijl in de preventie van dementie bij veel organisaties op de agenda gezet. Er is een goede start gemaakt om ook inwoners hierover te informeren. Dat bijna de helft van de respondenten zich aangespoord voelt om gezonder te gaan leven is hoopgevend. Gedragsverandering vraagt een lange adem, dus we gaan door op de mooie basis die is gelegd. GGD West-Brabant en de dementienetwerken blijven samenwerken om elkaar hierin te versterken. In veel gemeenten is het onderwerp opgenomen in de lokale preventie akkoorden. De website en campagnematerialen blijven beschikbaar om in te zetten. In maart en september 2022 brengen we het belang van een gezonde leefstijl weer extra onder de aandacht tijdens de actie 30 dagen gezonder en wereld alzheimer dag. We hopen dat ook u hierbij weer aansluit.

## Leefstijladviezen

Meer weten over wat je kunt doen?  
Klik hier om naar de website te gaan!



1. **Blijf nieuwsgierig** (een hobby, iets leren, een eigen tuintje)



2. **Eet gezond** (veel groente en fruit, rook niet)



3. **Beweeg regelmatig** (ga wandelen of zwemmen, blijf bezig)

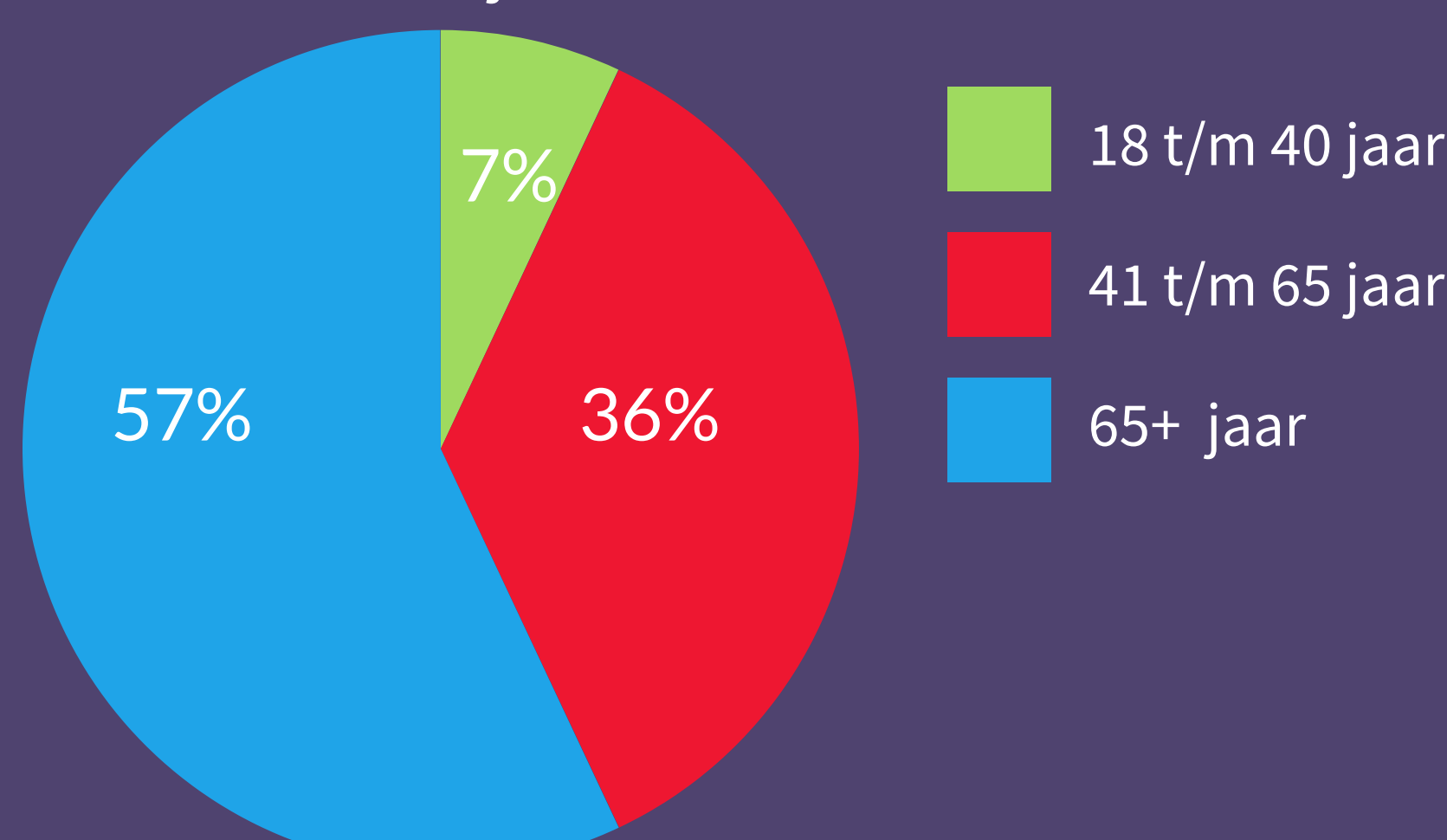
Gezonde hersenen

Ga ervoor!

Geslacht



Leeftijd



De resultaten in deze factsheet zijn gebaseerd op de antwoorden van de respondenten uit het GGD gezondheidspanel die de campagne kenden (n=274). Van hen is 50% hoog opgeleid, 30% middelbaar opgeleid, en 20% laag opgeleid. Qua samenstelling is dit panel niet representatief voor heel West-Brabant. Om deze reden moeten de resultaten van dit onderzoek beschouwd worden als een indicatie voor wat er leeft onder de 18-plussers in West-Brabant. Daarnaast zijn resultaten van google-analytics, facebook en webinar geë gebruikt.