

# stichting positieve leefstijl

Meerjarenplan

**IKPAS**

September 2022-september 2027

(update in verband met aanvraag ANBI vanaf 1 januari 2023)



# INLEIDING

Dit document bevat het 5-jarenplan van de stichting Positieve Leefstijl voor de periode van 22 september 2022 tot en met 21 september 2027. Hierbij ligt de nadruk op het organiseren van IkPas, de kernactiviteit van onze stichting. Immers, de stichting Positieve Leefstijl werd in 2017 opgericht tegelijkertijd met de toekenning van overheidssubsidie voor IkPas vanuit het ministerie van VWS. De eerste subsidieperiode liep van 22 september 2017 tot en met 21 september 2022. Het huidige 5-jarenplan betreft een tweede periode, waarvoor voor de eerste (ruim) 2 jaar inmiddels al een subsidietoezeging is gedaan<sup>1</sup>.

## De stichting Positieve Leefstijl

De stichting heeft volgens artikel 2 van haar statuten als doel:

*Het organiseren alsmede het ondersteunen van leefstijlprojecten, welke projecten de gezondheid bevorderen op basis van de positieve gezondheidsfilosofie en voorts het (doen) ontwikkelen van kennis op het gebied van de positieve gezondheidsfilosofie en het verrichten van al wat hiermee verband houdt of daartoe bevorderlijk kan zijn. Tot dit doel behoort niet het doen van uitkeringen aan de oprichter of aan hen die deel uitmaken van de organen van de stichting.*

De stichting tracht haar doel onder meer te bereiken door:

- a. Het ontwikkelen en organiseren van leefstijlprojecten, waaronder projecten als dertig of veertig dagen zonder alcohol, zoals IkPas;
- b. Het bieden en laten bieden van ondersteuning aan deelnemers van leefstijlprojecten;
- c. Onderzoek uit te voeren dan wel te laten uitvoeren;
- d. Deelnemen aan de (publieke) discussie omtrent de belangen die de stichting nastreeft;
- e. Het ondersteunen bij de ontwikkelen en uitvoering van preventiebeleid;
- f. Gevraagd en ongevraagd bedrijven, burgers, overheden en organisaties of instellingen adviseren over de mogelijkheden, voorschriften, gebruiken, wet- en regelgeving betreffende leefstijlthema's;
- g. Samen te werken met organisaties zowel in het binnenland als het buitenland, die een soortgelijk doel nastreven;
- h. Het ontwikkelen en uitvoeren van beleid(oplossingen) aangaande de doelstelling van de stichting;
- i. Al datgene te doen dat overigens met het doel van de stichting verband houdt.

---

<sup>1</sup> Het ministerie van VWS, afdeling VGP heeft op het moment van deze update van het meerjarenplan (september 2023) een eerste subsidiebeschikking afgegeven over de periode van 22 september 2022 – 31 december 2024. Ook voor het jaar 2025 is het ministerie voornemens subsidie te verstrekken (mondelijke mededeling).

De stichting heeft haar zetel in Nijmegen en kent een 3-koppig bestuur. Voor de uitvoering van de activiteiten van de stichting wordt gebruik gemaakt van arbeidskrachten die niet in dienst zijn van de stichting. Ondersteuning van het bestuur en vertegenwoordiging naast en namens het bestuur vindt plaats door een projectleider. Voor de uitvoering van IkPas is een team samengesteld met in ieder geval een teamleider, een campagneleider, personeel dat de ontwikkeling en inhoud van campagne- en informatiemateriaal verzorgt (samen met onder andere een reclamebureau) en personeel dat individuele deelnemers aan IkPas ondersteunt ('IkPas-coach'). Al het personeel wordt in opdracht ingehuurd via een externe organisatie (vanaf 22 september 2023 is dit bureau Nuchter, welke organisatie vanaf september 2023 opereert vanuit de gemeente Tilburg).

In de bijlagen bij dit 5-jarenplan wordt nadere informatie verstrekt over bestuurs- en personele samenstelling, alsmede over de adres-, inschrijvings- en bankgegevens.

# **IKPAS**

IkPas is ontstaan in 2014 vanuit een initiatief van het lectoraat verslavingspreventie van hogeschool Windesheim in samenwerking met het Trimbos-instituut, GGD-en en instellingen voor verslavingszorg. In de periode van 22 september 2017 tot 21 september 2022 heeft IkPas zich met behulp van VWS-subsidie stevig kunnen doorontwikkelen: van een eerste poging in 2014 tot het organiseren van een paraplucampagne voor beginnende acties met 30 of 40 dagen zonder alcohol, verspreid over Nederland tot een gedragsinterventie, aangejaagd door landelijke en regionale campagnes. Sinds de start van IkPas hebben inmiddels bijna 250.000 mensen deelgenomen aan IkPas. Hieronder leggen we de principes uit.

## **De kracht van pauzeren**

Pauzeren is voor velen een veilige keuze. We vragen belangstellenden niet te stoppen, maar om tijdelijk de pauzeknop in te drukken. Een veilige, niet-bedreigende boodschap. Je kunt immers altijd weer de pauzeknop loslaten en verdergaan op de oude voet.

We weten uit onderzoek dat dit, voorafgaand aan IkPas, een logische redenatie is. Maar gedurende de challenge veranderen deelnemers vaak van mening. Dat komt omdat de pauzeperiode rust en ruimte oplevert om leerervaringen op te doen. Vanwege de pauze word je min of meer verplicht om te experimenteren met alternatief gedrag, bijvoorbeeld andere drankjes drinken of wellicht andere tijdsbestedingen zoeken. IkPas levert voor velen niet alleen gezondheidswinst op, maar ook het besef dat minder drinken tijd en ruimte oplevert die je anders kunt besteden en maakt dat het leven er juist niet ongezelliger van wordt, maar dat het je juist meer mogelijkheden biedt.

Door al deze ervaringen gaan de deelnemers anders naar alcohol en anders naar zichzelf kijken, dit maakt dat ze door zelfovertuiging aan het eind van hun pauzeperiode besluiten om anders om te gaan met alcohol.

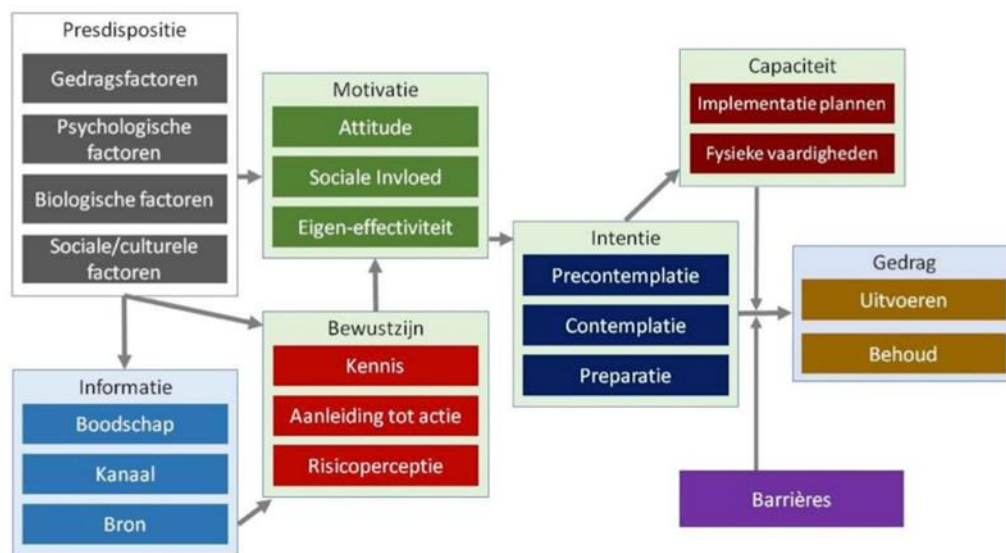
## **De kracht van een beweging**

IkPas is een beweging in Nederland van mensen die om de zoveel tijd hun alcoholgebruik op pauze zetten. Mensen die samenkomen met deze uitdaging als gemene deler. In januari wordt deze community niet alleen zichtbaar op de website, maar ook in de samenleving. Slijters hebben het alcoholvrij aanbod in de aanbieding en kroegen promoten hun alcoholvrij assortiment en hebben leuke acties rond Dry-January lopen. IkPas is dé facilitator van Dry-January en brengt de community in beeld. Geeft haar een gezicht en geeft aan waar er wat gebeurt.

# Theoretisch kader

Sinds september 2022 is IkPas als interventie opgenomen in de interventiedatabase van het loket Gezond Leven van het RIVM. Het betreft een erkenning op het op één na hoogste kwaliteitsniveau: een interventie met eerste aanwijzingen voor effectiviteit. IkPas wordt theoretisch onderbouwd aan de hand van het onderstaande I-Change model (De Vries, 2017).

**Figuur 1 I-Changemodel en IkPas**



In het model blijkt IkPas aan ‘alle knoppen te draaien’, afgezien van de ‘predispositie’-factoren die in principe niet beïnvloedbaar zijn. In het model begint IkPas niet in de informatiefase, de interventie is een kwestie van ‘doen’. Vervolgens vinden door leerervaringen én door intensieve ondersteuning vanuit de organisatie (IkPas-coach) de overige elementen in het model vrijwel automatisch plaats. De deelnemer loopt gedurende de IkPas-periode vanzelf tegen situaties aan die om een oplossing vragen. Aan hem of haar wordt kennis verstrekt via website, nieuwsbrieven, podcasts, vlogs en blogs. Vaardigheden worden al doende aangeleerd, hierbij ondersteund door tips vanuit genoemde kanalen, de IkPas-coach of door interacties in de community (forum, whatsapp-groepen, facebook). Barrières waar de deelnemer tegenaan loopt trachten we vanuit IkPas te slechten door er mee voor te zorgen dat IkPas (en zeker IkPas/Dry January) een steeds bekendere en geaccepteerde bezigheid wordt in de samenleving: zagen we in de beginjaren nog dat deelnemers zich soms heftig moesten verdedigen tegen groepsdruk, inmiddels wordt het steeds meer gewoon een pauze in te lassen. Een andere manier is om deelnemers op te roepen zoveel mogelijk medestanders in eigen kring te zoeken en bijv. teams te creëren.

# **DE POSITIE VAN IKPAS**

## **Het Nationale Preventie Akkoord**

In november 2018 is door zo'n 70 organisaties in Nederland het Nationale Preventie Akkoord (NPA) ondertekend, waaronder ook door de Stichting Positieve Leefstijl. Aanvankelijk richtte het akkoord zich op de thema's overgewicht, roken en alcohol. In de nieuwe regeerperiode wordt het aantal thema's nog uitgebreid. IkPas maakt deel uit van de plannen in het NPA, onder het kopje 'bewustwording' in paragraaf 3 van het thema-onderdeel Alcohol. In dat kader kan IkPas via met name de grotere campagnes (Dry January in januari, 40 dagen geen druppel! in de vastenperiode) een bijdrage leveren aan het meer bewust omgaan met alcohol in de Nederlandse samenleving. IkPas levert in dat kader ook een belangrijke bijdrage aan kennisverspreiding over risico's van (overmatig) alcoholgebruik middels informatie (mede in samenwerking met het expertisecentrum alcohol van het Trimbos-instituut) onder de deelnemers en onder kandidaat-deelnemers via de rijkelijk met informatie gevulde website.

## **Specifieke doelgroepen voor bewustwording**

In de challenges van IkPas richten we ons wat betreft de bewustwordingsactiviteiten op specifieke doelgroepen, die deels ook benoemd zijn in het NPA.

### **Studenten**

In 2021 verscheen het rapport van de studentenmonitor over studentenwelzijn en -middelengebruik van Trimbos-Instituut, GGD-GHOR en RIVM (Dopmeijer et al., 2021), we citeren uit de samenvatting:

“De deelnemers aan deze monitor geven aan vrijwel allemaal alcohol te drinken (94%), 82% van de respondenten deed dat in het afgelopen jaar. 11% van de deelnemende studenten is een overmatige drinker (meer dan 21 glazen per week voor mannen en meer dan 14 glazen per week voor vrouwen) en 16% is een zware drinker (er is sprake van zwaar drinken indien er tenminste één keer per week tenminste 6 (mannen) of 4 (vrouwen) glazen alcohol op één dag worden gedronken).”

Momenteel zijn alle universiteiten en hogescholen in Nederland op verzoek van de Vereniging Hogescholen, resp. de Vereniging van universiteiten (die beiden het NPA ondertekend hebben) doende om een alcoholbeleid op te zetten. Veel van deze onderwijsinstellingen denken, naast het invoeren van (beleids)maatregelen als bepaling schenktijden, gedragscodes voor studenten- en studieverenigingen, training van mentoren bij de introductie aan gedragsbeïnvloedende interventies als challenges.

Met name Dry January lijkt hierbij een geschikt event te zijn. IkPas is hierbij een passende interventie voor deze doelgroep. Ten eerste vanwege de niet-betuttelende benadering. IkPas spreekt je niet aan op je gebruik en oordeelt nooit. De challenges gaan enkel over de gezondheidswinst die elke deelnemer kan bereiken tijdens de pauzeperiode. Ten tweede omdat IkPas werkt met challenges: deze zijn niet alleen uitdagend, maar hebben ook een spelelement in zich wat de competitiedrang bij jongvolwassenen kan oproepen. Denk hierbij aan IkPas-battles tussen studentenhuizen en disputen.

In de afgelopen jaren hebben de VU, UvA, Radboud en Tilburg University en enige hogescholen (HAN, Avans, Fontys, Zeeland, Zuyd) belangstelling geuit voor het organiseren van een Dry January voor hun studenten. Het doel is om het thema alcohol hoger op de agenda te zetten onder studenten, hen bewuster te maken en tevens draagvlak te creëren voor het (verder) implementeren van alcoholbeleid. Juist op dit moment is het ijzer om te smeden heet: de vereniging Hogescholen en Vereniging van universiteiten willen 'meters maken' met betrekking tot hun toezeggingen aandacht te schenken aan alcoholbeleid op hun instellingen en het deze week verschenen rapport toont aan dat de urgentie om aandacht te schenken aan het verbeteren van het welzijn van studenten groot is. Daarbij is sprake van onverminderd hoog alcoholgebruik.

## Medioren (vooral ouders)

In deze leeftijdsklasse bevindt zich met name de relevante omgeving voor kinderen van wie onze maatschappij het belangrijk vindt dat deze alcoholvrij opgroeien. Uiteraard wordt aandacht besteed aan de gezondheidsfunctie van IkPas voor de medior-groep zelf, waarbij aansluiting op een brede gezonde leefstijlbenadering centraal zal staan. Ook werknemers in bedrijven worden hierin meegenomen. Maar daarnaast kunnen medioren bewust gemaakt worden van hun opvoed- en voorbeeldfunctie ten opzichte van minderjarigen. Dit in aansluiting op de campagne Zien Drinken doet Drinken van de organisatie AAN (Alliantie Alcoholbeleid Nederland).

## Senioren

Senioren vormen een belangrijke doelgroep voor IkPas (en ook voor het NPA). Bekend is dat 55-plussers fors vertegenwoordigd zijn binnen de groep overmatige en riskante drinkers in Nederland. Uit het Tranzo-onderzoek naar IkPas blijkt dat deze leeftijdsklasse naar verhouding zeer frequent drinkt (60% van de 65-plus-deelnemers aan IkPas drinkt bijvoorbeeld elke dag. Ter vergelijking: 3% van de 25-minners doet dit, en 11% van de 35-minners). In de eerste vijfjarenperiode is nauw samengewerkt met de KBO-PCOB, met name om mee te helpen dat hun actie 40 dagen geen druppel! in de vastenperiode meer aandacht zou krijgen. Daartoe is de aanmeldingsprocedure ondergebracht bij IkPas en is meegewerkt aan interviews in de informatiekanaal van de ouderenbond. Ook met KBO-Brabant bestaat hierin een samenwerking. Er zijn door de ouderenbonden specifieke activiteiten ontwikkeld, zoals de bijeenkomsten Gezond

Genieten en de vitaliteitsdagen. Daarnaast is audiovisueel materiaal ontwikkeld. De grondslag hiervoor waren projectgelden die via de Stichting Positieve Leefstijl werden aangevraagd.

## Werknemers

In het kader van bedrijfsgezondheidsbeleid kunnen IkPas-challenges vanuit HR gestimuleerd worden. Hiertoe is vanuit een budget, beschikbaar gesteld door het Samenwerkingsverband Vroegsignalering Alcoholproblematiek (SVA) in 2021 een toolkit ontwikkeld. Daarnaast is een samenwerking aangegaan met 365Vitaalwerken.nl. Dit bedrijf levert digitale schermen aan bedrijven die met gezondheidsbeleid en -activiteiten aan de slag willen.

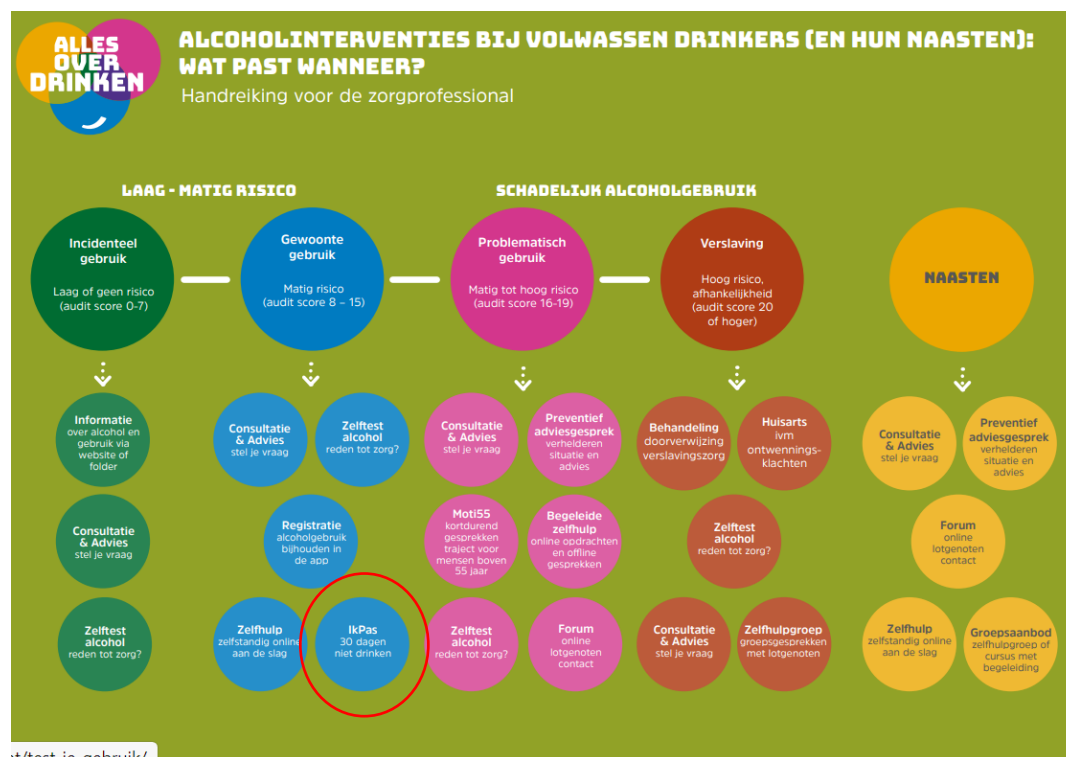
## Specifieke doelgroepen voor IkPas als (gedrags-) interventie

Het Samenwerkingsverband Vroegsignalering Alcoholproblematiek (SVA) werd in 2019 opgericht met het doel screening en vroegsignalering te bevorderen in diverse (zorg)settings en ten aanzien van specifieke doelgroepen (waaronder de hierboven reeds benoemde). In het NPA wordt ook geformuleerd om preventieve zorgpaden te ontwikkelen voor deze settings en doelgroepen. De Stichting Positieve Leefstijl tracht van meet af aan een bijdrage te leveren aan het verwezenlijken van al deze doelstellingen, niet voor niets maakt de stichting in de persoon van de projectleider deel uit van de stuurgroep en het DB van het SVA.

Allereerst maakt de IkPas-interventie deel uit van de door verslavingskunde Nederland (VKN) ontwikkelde E-Health keten, die voor ieder die een preventief aanbod wil hebben start vanuit de webportal allesoverdrinken.nl. Overigens verzorgen de communicatie-medewerkers van IkPas in opdracht een bijdrage aan de content van deze webportal. Onderstaand wordt de positie van IkPas binnen de ER-Health keten helder gemaakt:



**Figuur 2 Flowcart alcoholpreventie keten**



Naast de inzet van de IkPas-interventie richting het algemene publiek wordt IkPas in toenemende mate ingezet als onderdeel van zorgpaden in specifieke settingen/voor specifieke doelgroepen of worden deze trajecten ontwikkeld. Vanaf mei 2024 zal een handleiding beschikbaar komen voor zorgprofessionals in de 1<sup>e</sup> en 2<sup>e</sup> lijn (inclusief het sociale domein), waarin tools worden aangereikt om om te gaan met patiënten met (beginnende) alcoholproblematiek. IkPas zal hierin een prominente plaats innemen.

## Zwangeren

In samenwerking met de KNOV is in 2021 een initiatief gestart met een IkPas-challenge voor zwangeren. In deze challenge kunnen zwangere vrouwen, maar ook bijvoorbeeld hun partners zich aanmelden om hun alcoholgebruik gedurende de zwangerschap op pauze te zetten. De challenge heeft een eigen naam (Mijnnuchterebaby.nl) en is uitgebreid onder de aandacht gebracht onder verloskundigen in het hele land. Speciaal voor deze doelgroep worden afzonderlijke nieuwsbrieven geproduceerd die gedurende de hele zwangerschapsperiode twee keer per maand worden verstrekt. De challenge is ontstaan vanuit de wetenschap dat nog steeds te veel vrouwen blijven doordrinken tijdens hun zwangerschap. Niet voor niets vormt deze doelgroep een speerpunt binnen het NPA. IkPas is daarom een van de interventies die kan bijdragen aan het (alcohol)schadevrij doorkomen van de zwangerschap.

## Patiënten in het ziekenhuis

In samenwerking met het Jeroen Bosch ziekenhuis wordt IkPas geschikt gemaakt om onderdeel uit te maken van het prehabilitatie project van het ziekenhuis. Het doel is om patiënten in aanloop naar hun operatie het alcoholgebruik op pauze te zetten.

Uit onderzoek blijkt dat als patiënten fit de operatie ingaan dit de herstelduur verkort. Binnen het project worden diverse leefstijlthema's aangehaald waaronder het thema alcohol. IkPas is het platform waar patiënten op een niet betuttelende manier worden aangespoord om ter voorbereiding op de operatie geen alcohol te drinken.

Op het platform van IkPas kunnen patiënten lezen over de achtergrond van het project en de redenen waarom het van belang is om in aanloop naar een operatie het alcoholgebruik te pauzeren. Elke week verschijnt er een verhaal rond het thema prehabilitatie en zal de redactie van IkPas in samenwerking met de afdeling communicatie van het JBZ op zoek gaan naar de juiste verhalen en de personen die in deze verhalen centraal staan.

Daarnaast wordt er een mailing voorbereid die elke week wordt verstuurd aan de patiënten die een challenge hebben aangemaakt op IkPas. De nieuwsbrief is een steuntje in de rug en een bron aan informatie voor patiënten.

Deze nieuwsbrief cyclus wordt herhaald aangezien de doorlooptijd van de meeste patiënten niet langer is dan de 10 weken waarin de nieuwsbrieven staan gepland.

Vanaf september 2023 wordt de IkPas-interventie voor deze doelgroep gepromoot door artsen en verpleegkundigen via de MDL-afdeling van het ziekenhuis, en via het leefstijlloket, maar ook via informatie op digitale communicatiemiddelen.

## IkPas en de eerste lijn

De eerste lijn is een nog relatief onontgonnen gebied wat betreft het thema alcohol, ondanks de al decennialange aandacht die hiervoor bestaat. Door de komst van de functie POH-GGZ lijken er meer mogelijkheden voor intensivering. IkPas lijkt een voor de hand liggende interventie om in de eerste lijn aan te bieden. Juist in samenspraak met een POH-GGZ kan een 30 dagen periode goed gemonitord worden en op die manier duidelijk worden welke rol alcohol in iemands leven speelt. In het bijzonder voor senioren kan IkPas een belangrijke rol spelen aangezien deze doelgroep relatief meer de dokter bezoekt én van deze leeftijdsklasse bekend is dat er veel sprake is van gewoontedrinken. Momenteel wordt met Verslavingskunde Nederland bekeken of IkPas ingebed kan worden in het aanbod van Moti-55.

# **INZICHTEN UIT ONDERZOEK EN ERVARING**

Binnen IkPas wordt van meet af aan intensief gemonitord op behoeften van de deelnemers, en op effecten op de korte en langere termijn. De coördinatie en belangrijkste onderdelen van de monitor zijn in handen van de Academische Werkplaats Verslaving van Tranzo, Tilburg University. Maar in toenemende mate wordt samengewerkt met andere onderzoekpartners als de Radboud Universiteit, Maastricht University (CAPHRI) en de Universiteit van Amsterdam (ontwikkelingspsychologie).

## **Belang van monitoring**

De opzet en inhoud van IkPas is voor een groot deel het resultaat van het onderzoek dat vanaf 2012 al wordt uitgevoerd, aanvankelijk naar de voorlopers van IkPas, en vanaf 2014 naar IkPas zelf. Jaarlijks worden deelnemers gevolgd in hun challenge, waarbij ingezoomd wordt op hun deelnamemotivatie, de behoeften aan mate en invulling van ondersteuning, hun perceptie van de challenges en de effecten op het terrein van bewustwording, fysieke en mentale gezondheid en drink(gewoonten)gedrag. De resultaten via online enquêtes worden jaarlijks in factsheets teruggekoppeld aan hen en bieden tevens input aan de inkleuring van volgende challenges.

Het IkPas-team, maar ook de regionale partners hebben daarnaast sterk behoefte aan beleidsinformatie, nodig voor het promoten en organiseren van IkPas. Zo willen regionale partners, gemeenten en bedrijven graag geïnformeerd worden over het resultaat van hun inspanningen binnen het eigen werkgebied. Sinds 2021 worden in toenemende mate battles tussen gemeenten en organisaties georganiseerd, waarbij snelle beschikking over deelnemersaantallen, ook per organisatie voorwaarde is. Ook heeft de IkPas-organisatie zelf een grote behoefte aan inzicht in haar deelnemersgroep (waarvoor momenteel bijvoorbeeld een latente klassenanalyse wordt uitgevoerd, en hoe de omvang en samenstelling van de deelnemersgroep kan worden beïnvloed. Met welke argumenten worden kandidaten verleid om te participeren, hoe kan de aanmelding zo eenvoudig mogelijk worden ingericht. Maar ook wil de stichting weten hoe het deelnamegedrag van de individuele deelnemer is: is die eenmalig of bestaat behoefte aan regelmatige deelname, op welke momenten in het jaar en voor hoelang?

## **Belang van evaluatie ondersteuning**

Hiervoor is al aangegeven dat jaarlijks effectevaluaties uitgevoerd worden naar IkPas. Vooralnog betreft dit uitsluitend de Dry January en de 40 dagen geen druppel!-challenges. Uit het onderzoek in de voorgaande jaren, maar ook uit onderzoek naar Dry January in Groot-Brittannië blijkt dat, naast dat deelnemers hun challenge graag tot een succesvol einde willen brengen (lees: niet gedronken hebben tijdens de challenge) dit ook gunstigere perspectieven met zich meebrengt voor een matiger alcoholgebruik op de langere termijn. De Stichting Positieve Leefstijl wil daarom intensief aandacht

(blijven) schenken aan de ondersteuning van de deelnemers tijdens de challenges. Het gaat daarbij om de invulling van de helpdesk (de IkPas-coach) en de middelen (nieuwsbrieven, forum, dashboard, website). Maar ook blijft de stichting zoeken naar additionele ondersteuningsmiddelen, zoals sinds 2021 een zelfhulpgids, ontworpen door het bureau Objectief en computertrainingen vanuit de faculteit ontwikkelingspsychologie van de UvA. Ook hiernaar wordt onderzoek verricht door respectievelijk Tranzo en de UvA zelf. Daarnaast is het voornemen om ook de challenges buiten de grote campagnes te evalueren.

## Nieuwe wegen inslaan

Bovenstaand is aandacht besteed aan de IkPas-interventie, zoals deze van meet af aan bedoeld was: een challenge voor de alcoholgebruiker in Nederland die een gezondere leefstijl wil realiseren met betrekking tot alcohol. Zoals uit de doelstellingen van de stichting moge blijken kan deze zich richten op een bredere doelgroep in relatie tot een gezonde leefstijl. Momenteel worden de mogelijkheden verkend om op basis van dezelfde uitgangspunten als IkPas Alcohol te komen tot toepassing van het pauzeconcept op andere (leefstijl)thema's.

Een van de voorbeelden is een pilot in de gemeente Eindhoven met een IkPas voor cannabisgebruikers. Vooralsnog zijn twee rondes uitgevoerd (in 2022 en 2023) tijdens Dry January in januari voor een doelgroep van 18 tot 30 jaar. De werving en begeleiding vindt plaats via een jongerencentrum (Dynamo), samen met de Brabantse verslavingsinstelling Novadic-Kentron.

Een ander voorbeeld is het project Fitphone van hogeschool Fontys, waarbij studenten een challenge aangaan met het op pauze zetten van hun smartphone.

Buitendien zijn gesprekken gaande met de organisatoren van Stoptober, waarbij gekeken wordt aan het tegelijk aanbieden van een roken- en alcoholchallenge.

# **SPEERPUNTEN**

## **Inzet op Dry January**

Allereerst willen wij de komende jaren blijven inzetten op de Dry January challenge. Dit is de meest populaire en bekende campagne van IkPas. Veel mensen maken rond Nieuwjaar goede voornemens, en matiging met alcoholgebruik is er daar één van, zeker na de feestmaand december. Het is daarom het meest voor de hand liggende moment in het jaar om de challenge aan te gaan en wordt ook steeds meer geaccepteerd binnen de samenleving. Ook horeca en retail spelen hier steeds meer op in. Omdat de populariteit de laatste jaren stevig is gegroeid lijkt Dry January wel een beetje van iedereen te zijn, het is een hype waarbij minder aandacht wordt geschonken aan hoe de challenge tot een succes te maken. De universiteit van Sussex deed hier onderzoek naar en kwam tot de conclusie dat de kans dat je Dry January zonder te drinken doorkomt 30% is. De ondersteuning van IkPas is dan ook haar meerwaarde: het maakt een Dry January tot een succes. Steevast 70% tot 75% deelnemers aan IkPas slagen jaarlijks erin niet te drinken in januari, ruim meer dan het dubbele. Dat geeft een lekker, trots gevoel, je maakt wat af. En het draagt bij aan een gezondere leefwijze op de langere termijn.

Het jaar 2020 was een topjaar met 41.466 ingeschreven deelnemers. Dit was voornamelijk te danken aan een extra financiële injectie van 300K die VWS eind 2019 deed ten behoeve van de promotie van IkPas/Dry January. Dit extra mediabudget hadden wij niet in de twee daaropvolgende jaren waardoor het aantal deelnemers in de januarimaand daalde via 32.555 in 2021 naar 23.257 in 2022. Dit in weerwil van het feit dat de belangstelling voor Dry January in de samenleving juist groeide en meer Nederlanders in diezelfde jaren een poging waagden. Ten behoeve van Dry January 2023 stelde het ministerie van VWS weer wat extra budget beschikbaar. Daardoor steeg het aantal deelnemers in 2023 weer naar 25.693. Toch viel het aantal registraties gezien de extra financiële injectie tegen. Het gevaar is zeer reëel dat de motivatie om zich te registreren de komende jaren zal teruglopen aangezien naar verhouding steeds meer mensen een Dry January zullen starten zonder erin te slagen hun challenge tot een goed einde te brengen. De Stichting Positieve Leefstijl wil deze erosie tegengaan door zoveel mogelijk Nederlanders ervan te doordringen dat deelnemen via IkPas voordelen geeft en wil de deelname via ons platform dan ook zo groot mogelijk maken. Nog belangrijker is echter dat Nederlanders, in ieder geval degenen die bovenmatig drinken er steeds meer van doordringen raken dat het profijtelijk is voor hun gezondheid om minimaal één keer per jaar hun alcoholgebruik op pauze te zetten. Dat hoeft dan niet perse in januari te zijn. Toch leert de ervaring dat 10 tot 15% van de deelnemers in januari 'blijven hangen', ervoor kiezen om in hetzelfde jaar aan nog meer challenges mee te doen. Aan de volgende Dry January het jaar erop doet zelfs zeker 30% van de deelnemers weer mee. Een goed gevulde Dry January draagt dus bij aan versterking en vergroting van de community van IkPas. Samen met het ministerie willen

wij graag jaarlijks streefcijfers opstellen wat betreft de deelnemersaantallen. Maar ook bezoekersaantallen van onze website en aandacht in de pers kunnen het 'pauze'-gedrag bevorderen.

## Inzet op maandchallenges en 'vrije keuze'-challenges

In het lopende jaar (2023) wordt steeds meer duidelijk dat naast Dry January de andere challenges van IkPas aan populariteit winnen. Elke maand is de start van een nieuwe challenge met ieder een eigen naam. Zo is er 'Kortdroog' in februari (de korte maand), 'Niks voor mei' in mei en Ooksober in oktober. Momenteel is het beeld dat elke maand minimaal het dubbel aantal inschrijvingen kent in vergelijking met diezelfde maand in het voorgaande jaar. Sinds Dry January 2023 met 25.693 deelnemers waren er al ruim 14.000 challenges extra, de verwachting is dat het jaar eindigt met ca. 43.000 challenges, een stijging van 6 à 7.000 ten opzichte van 2022.

Naast de maandchallenges zijn er ook de 'vrije keuze'-challenges. Deelnemers geven zelf het startmoment aan en ook de lengte (maar wel minimaal 28 dagen). Dit mechanisme wordt ook gebruikt voor de eerder genoemde zwangerschapschallenges en de pilot in het Jeroen Bosch-ziekenhuis.

## Inzet op ondersteuning afzonderlijke campagnes

Eerder hadden we het over specifieke doelgroepen voor IkPas, mede in het kader van het SVA. Speciaal voor deze afzonderlijke doelgroepen kunnen aparte challenges worden georganiseerd, zowel binnen het kader van een grotere challenge als Dry January als op andere momenten in het jaar. Zo geeft de KBO-PCOB aan het een goed idee te vinden dat challenges worden georganiseerd in het najaar voor senioren die tijdens hun vakantie in het buitenland zich veelvuldig te goed doen aan de wijn. Ook kan gedacht worden aan campagnes in settingen als ziekenhuizen (voor personeel en patiëntenpopulatie gezamenlijk), gezondheidscentra, bedrijven (in het kader van bedrijfsgezondheidsbeleid) en in het hoger onderwijs. Het IkPas-team heeft de know how in huis voor het mee helpen organiseren van dergelijke campagnes en kan bijvoorbeeld tegen betaling extra nieuwsbrieven fabriceren.

## Inzet op ondersteuning deelnemers

Zoals eerder gezegd staat of valt het welslagen van een challenge voor deelnemers met een op maat gerichte, goede ondersteuning. De in de vorige paragraaf vermelde onderzoeken moeten bijdragen aan verbetering van het ondersteuningsinstrumenta-

rium. Met Verslavingskunde Nederland en het Trimbos-instituut kijken wij momenteel naar een goede invulling van de IkPas-coach, zowel inhoudelijk als qua omvang. Voor ons blijft voorop staan dat elke deelnemer recht heeft op antwoord op aan de coaches gerichte vragen binnen een termijn van 24 uur. We kunnen het ons nl niet permitteren dat deelnemers die moeilijke momenten tegenkomen in de uitvoering van hun challenge niet direct geholpen worden. Vragen als: hoe kom ik het weekend schadevrij door kunnen natuurlijk niet pas na het weekend behandeld worden.

## **NADERE UITWERKING**

Voor de komende 5 jaar is er een ontwikkelperspectief gemaakt op verschillende fronten. Niet alleen maken we de interventie beter voor onze deelnemers, maar ook voor onze lokale, regionale en landelijke partners voegen we functionaliteiten toe waardoor ons platform nog meer in dienst staat van de lokale campagnes en lokale initiatieven die gebruik maken van IkPas. De planning is dat de basis staat eind 2024, het einde dus van de door VWS voorgenomen nieuwe projectperiode. Daarna zal jaarlijks doorontwikkeld en bijgesteld worden. Aan het eind van deze paragraaf zullen we een tijdlijn presenteren.

### **Tailoring**

Iedere deelnemer is anders. Niet iedereen drinkt evenveel, niet iedereen heeft het makkelijk of moeilijk en niet iedereen mist sociale steun of hunkert ernaar. IkPas wil iedereen het juiste platform bieden wat bij hem of haar past. Het platform past zich aan aan je behoeften en zorgt dat je in een “bubble” van gelijkgestemden terecht komt waarin je je evenbeeld vindt en je je ook thuis voelt. Een platform dat zich ook aanpast aan je ondersteuningsbehoefte. Het platform kan een plek van registratie en informatie zijn, je persoonlijke virtuele buddy zijn, maar ook een plek om met je vrienden of collega’s samen IkPas door te maken. Op basis van je profiel past het platform zich naadloos aan bij je behoefte. Naast de sociale ondersteuningsdimensie kent het platform ook diversiteit in typen drinkers. Hoeveel of hoe weinig je ook drinkt, het platform past zich hierop aan, en zorgt dat de gebruiker het gevoel heeft dat het platform voor hem of haar is gemaakt.

### **Social platform**

IkPas kun je alleen doen, maar ook samen met anderen. Het platform is dan ook de plek waar je de verrichtingen van jezelf en van anderen kunt bekijken. In een timeline word je meegenomen in de voortgang van jezelf en anderen. (zie Belonen). Je kunt anderen motiveren en steunen door de verrichtingen van anderen te voorzien van feedback in de vorm van commentaar of een “like”, zo ontstaat er een ondersteunende dynamiek waarbij de groep elkaar helpt en steunt tijdens de challenge. Het is natuurlijk motiverend om te zien dat een van je vrienden, die bekend staat als een kroegtijger een avond alcoholvrij is uit geweest. Als hij het kan... dan moet ik het ook kunnen. Steunsystemen zijn erg belangrijk in het veranderen van gedrag. Vandaar dat we de komende jaren investeren in een socialer platform.

### **Content**

Het medialandschap verandert snel. IkPas verandert mee met deze trends en zal in de komende 5 jaar meer aandacht hebben voor een cross channel aanpak. Dat wil zeggen dat er op basis van de inhoud van de content een keuze wordt gemaakt via welke



media het onderwerp wordt besproken en hoe elk van de media een bijdrage kunnen leveren aan het begrip en bereik van het verhaal.

## Cross Channel

IkPas bezit een groot aantal kanalen waar verschillende soorten informatie in verschillende vormen worden uitgestort over het publiek. In de komende jaren wordt er gewerkt aan een cross-channel benadering waarin op basis van de content de kanalen samenwerken om het verhaal zo breed mogelijk uit te zetten in verschillende uitingsvormen. Dit zorgt voor synergie en consistentie in de kanalen waardoor niet alleen meer mensen worden bereikt met het verhaal, maar het verhaal ook meerdere lagen krijgt via verschillende kanalen.

## Persoonlijker en in dialoog

Wie zijn de mensen achter IkPas? Wie is het team en wie zijn de mensen die ons helpen om de pauze goed door te komen? Door de verhalen en de communicatie veel persoonlijker te maken voelen mensen zich sneller betrokken bij IkPas en dat maakt dat ze langer aangesloten blijven. Blogs, vlog, Shorts, podcasts en webinars maken dat IkPas een gezicht krijgt, een platform voor en door mensen.

## Shorts

Content kan korter en bondiger. Platformen als Spotify en YouTube promoten korte vormen van content. Podcasts en video's hoeven niet altijd meer lang en uitgebreid te zijn er is veel ruimte voor korte compacte items waarin een onderwerp centraal staat.

## Entertainment

Content moet een entertainment value hebben. Informatief hoeft niet meteen te betekenen dat het saai en droog wordt neergezet. Om bezoekers te blijven boeien moeten items in welke vorm dan ook een entertainende waarde hebben om zo de aandacht vast te houden.

## Live

Op veel kanalen als Youtube, Instagram of Facebook is het erg gebruikelijk om live uit te zenden. Live gaan kan op twee manieren. De eerste vorm is het webinar waarin op vaste momenten in de week er een webinar plaatsvindt waar deelnemers naar kunnen kijken. Het is een vaste waarde in de week voor de deelnemer en creëert iets van een

binding tussen deelnemers en ook tussen deelnemers en het IkPas-team. Een uur lange uitzending met veel aandacht voor de deelnemers en een informatief blok waarin onderwerpen worden belicht die spelen in een bepaalde fase van een challenge.

Een andere vorm is een meer spontane vorm live gaan. Een vorm waarbij je direct vanaf je mobiele telefoon live streamt en een onderwerp behandelt of een snelle Q&A doet. Je kunt deze sessie al dan niet aankondigen via de platformen waarop we live gaan.

## Feedback

Alle content op de kanalen van IkPas worden door ons zelf gevuld. IkPas heeft een duidelijke visie op hoe de content moet overkomen op de deelnemers, maar lukt dit ook? In de komende periode organiseren we feedback vanuit de deelnemers en professionals over hoe de content overkomt op de deelnemer. Hiermee borgen we dat de waarden van IkPas ook tot uiting komen in al onze content.

## Podcast

Podcasts winnen aan populariteit. Niet alleen de lange uitgebreide producties, maar ook de kleine korte podcasts zijn in trek. We starten met het maken van een eigen podcastserie (IkPasCast). Korte informatieve Podcasts van ongeveer 5 minuten die samen een serie vormen die informatief is en helpend bij een alcoholpauze.

## Video

Beeldende videocontent is niet meer weg te denken in het huidige medialandschap, Was vroeger voor het maken van een video een groot budget nodig, tegenwoordig kun je met relatief eenvoudige middelen een video maken die past binnen het cross media concept van ikpas, In de komende jaren gaan we inzetten op het maken van meer videocontent door de diverse kanalen van IkPas.

## Artikelen

Deelnemers zijn, tijdens hun alcoholpauze, zeer geïnteresseerd in alles wat met hun alcoholpauze te maken heeft. Waren velen vooraf niet geïnteresseerd in artikelen over alcohol, tijdens hun pauze ontstaat er veel behoefte aan informatie. Vandaar dat de artikelen op onze website altijd al hoog gewaardeerd werden. Deze content zal ook in de komende jaren een belangrijke plek innemen in het contentplan van IkPas, zoals achtergrondartikelen, interviews, blogs van deelnemers.

## Content delen

De artikelen op IkPas worden door de deelnemers hoog gewaardeerd. Verhalen van andere deelnemers in de vorm van blogs en interviews, maar ook de achtergrondartikelen over alcohol en de effecten van pauzeren worden erg goed gelezen. Onze content wordt ook breder uitgezet. Met allesoverdrinken.nl is niet alleen een inhoudelijke samenwerking op het terrein van platform integratie, maar ook in de vorm van het schrijven van content voor de website.

## Integratie (API)

Zorgverzekeraars, arbodiensten en andere bedrijfsgezondheidsorganisaties ontwikkelen tegenwoordig vaak een platform waarmee ze hun achterban helpen gezond te blijven. Niet alleen door het geven van informatie, maar ook door het aanbieden van uitdagingen.

## Coaching

Het hart van de IkPas interventie is de ondersteuning aan de deelnemers. De IkPas coach is een van de belangrijkste ondersteuningsmethoden die we bieden. Het IkPas-coach-team beantwoordt vragen van deelnemers persoonlijk en direct, dat wil zeggen altijd binnen 24 uur. Deze snelle beantwoording is nodig aangezien de vragen die worden gesteld vaak een acute aanleiding hebben en zodoende ook binnen afzienbare tijd moeten worden beantwoord. De bezetting van de coach gebeurt in principe door medewerkers van de regionale instellingen voor verslavingszorg in samenwerking met de GGD. Vanwege het feit dat niet elke regio evenveel tijd beschikbaar heeft voor vraagbeantwoording heeft IkPas een achterwachtfunctie die wordt bemenst door de IkPas-coach coördinator en tijdens drukkere campagneperiodes ondersteund door collega's uit het IkPas team. Momenteel lopen gesprekken met Verslavingskunde Nederland om de inzet van daaruit uit te breiden. Dit is vooral van belang vanwege de inzet op uitbreiding van individuele challenges, verwacht wordt dat van hieruit meer ondersteuningsvragen zullen komen.

## Belonen

Belonen is een belangrijk psychologisch principe wat motiverend en ondersteunend werkt tijdens de IkPas uitdaging. Beloningen krijgen op verschillende plekken een specifieke functie. Ten eerste belonen we het feit dan deelnemers binnen hun IkPas poging uitdagingen aangaan. Bijvoorbeeld een avondje alcoholvrij gaan stappen of een alcoholvrij avondje voetbal kijken. Dit gebeurt in de vorm van badges die de deelnemer kan claimen. Deze verzameling geeft je het bewijs dat je tijdens je IkPas periode veel

hebt gepresteerd. Deze badges geven in de timeline van je vrienden weer aanleiding tot het geven van likes en het geven van opbouwend commentaar. Dit werkt weer motiverend (zie “Sociaal platform”).

Een andere vorm van beloning is de deelnemers waarderen voor het feit dat ze regelmatig meedoen met IkPas. Geef regelmatige deelnemers een vorm van senioriteit door ze een andere status te geven met bijvoorbeeld een ster per challenge of een deelnemer level wat met elke challenge met 1 wordt opgehoogd.

Deze senioriteit geeft toegang tot extraatjes die het interessant maken om vaker mee te doen met IkPas.

## Usability

Het platform heeft zich in de afgelopen 5 jaar steeds verder uitgebreid. Zowel voor onze partners in het land, als voor de deelnemers zijn er veel functionaliteiten toegevoegd. Het is belangrijk regelmatig usability-testen te organiseren om na te gaan of de functies ook naar tevredenheid werken.

## Marketing automation

Nieuwsbrieven zijn een belangrijke pijler in het ondersteuningsaanbod. Met een hoge openingsratio en een hoge doorklikratio is het een van de meer succesvolle onderdelen van IkPas. De nieuwsbrieven worden nog steeds met de hand gemaakt en verstuurd via Mailchimp. Een tijdrovende klus die dagelijks terugkomt. Zeker nu we ons gaan focussen op meerdere doelgroepen die we elk op hun eigen manier willen benaderen is het ondoenlijk en dus ook onwenselijk om dit nog met de hand te doen. Er bestaan slimmere en handigere systemen die deelnemers een meer persoonlijke nieuwsbrief kunnen sturen welke automatisch wordt gegenereerd op basis van de profielinformatie van de deelnemers. Het neemt dus vooral veel werk weg bij de redactie die haar tijd zo beter kan inzetten voor het maken van content.

## Aansluiting op communicatiekalender NPA

Binnen de werkgroep bewustwording van de thematafel alcohol van het NPA is afgesproken dat toegewerkt wordt naar kennisverspreiding onder de Nederlandse bevolking over de risico's van (overmatig) alcoholgebruik. Omdat IkPas het hele jaar 'in de lucht' is met allerlei communicatiemiddelen kan het platform uitstekend als communicatiekanaal hiervoor fungeren. IkPas zal daarom de content van haar uitingen intensief afstemmen met de andere kennisverspreiders binnen het preventieveld (Trimbos, Stap, VKN, AAN, SGF).

## Tijdslijn

Het afgelopen jaar heeft een offertetraject gelopen voor een herbouw van de IkPas applicatie. Het huidige platform voldoet niet meer aan de eisen en wensen, zoals hierboven geformuleerd.

Naar verwachting zal in november met de herbouw worden gestart, zodat de promotie en uitvoering van Dry January 2025 hiervan kan profiteren.

## **NETWERK EN SAMENWERKING**

Van meet af aan heeft de Stichting Positieve Leefstijl de samenwerking gezocht met andere partijen in het (alcohol)preventieveld. De stichting neemt deel aan de thematafel alcohol van het NPA, aan de stuurgroep en het DB van het SVA en aan de Alliantie Alcoholbeleid Nederland. De Stichting is met Verslavingskunde Nederland overeengekomen dat de programmalijs preventie binnen VKN een adviserende rol heeft ten aanzien van koers, voorbereiding en uitvoering van de challenges. Het Trimbos-instituut neemt ook deel aan de programmalijs zodat dit kennisinstituut hierin vanzelf wordt meegenomen. Er wordt nog bekeken hoe ook de GGD-en via GGDGHOR-Nederland hierin betrokken kunnen worden. Op deze wijze wordt recht gedaan aan de passage in de statuten van de stichting (artikel 8), waarin ruimte wordt gemaakt voor een raad van advies.

### **Toekomstige financiering**

Momenteel lopen gesprekken tussen het ministerie van VWS (VGP), ZN, VNG, VKN en het SVA (waaronder SPL). Ook het ZIN neemt aan deze gesprekken deel. Inzet is om interventies binnen de flowchart van project V (zie pagina 8 van dit 5-jarenplan) structureel te kunnen bekostigen, IkPas maakt hier deel van uit, althans IkPas als interventie.

Tevens zal worden bekeken in welke mate gebruik gemaakt kan worden van donaties aan de stichting ten behoeve van haar activiteiten. Hierom heeft het bestuur van de stichting besloten in ieder geval een ANBI-status aan te vragen.

## Bijlage 1

### Bestuur en IkPas-team per september 2023

Bestuur van de Stichting Positieve Leefstijl:

Voorzitter	drs. D.F.L. (Don) Othof MHA
Secretaris	mr. J. (Judith) Schröder
Penningmeester	H.M.J. (Henk) Jeukens MIM

IkPas-team:

Projectleider	mr. Dr. R.H.L.M. (Rob) Bovens
Campagneleider	drs. Ir. M.J.E. (Martijn) Planken
Teamleider	E. (Esther) Timmermans MSc
Coördinatie en beheer content/communicatie	S. (Sanne) de Koning
Uitvoering communicatie	K. (Katja) Klarenbeek
Helpdesk-coördinatie	H. (Helena)Huijssoon
Bezetting Helpdesk op piekmomenten	J.J.J. (Jessie) van den Hooven MSc
	L. (Linde) Vromans MSc
Campagne-assistent	D. (Dina) Matti

## Bijlage 2

### Gegevens stichting Positieve Leefstijl

Vossenlaan 332,  
6532 BH Nijmegen

info@positieveleefstijl.nl  
(013) 20 84 039  
KvK: 69594090  
Rek.nr. NL 59 RABO 0322 8702 83  
BTW: NL857932202B01



RSIN 857932202

### Contactgegevens algemeen

Projectleiding:

Rob Bovens 06-22505545

Campagneleiding/woordvoering:

Martijn Planken 06-21554135

URL:

<https://positieveleefstijl.nl>

### Vermogensbeheer

De penningmeester van de stichting beheert het vermogen. Hij verzorgt de lopende rekening en spaarrekening (RABO-bank), betaalt de facturen, houdt een boekhouding bij, stelt de jaarrekening op en verantwoordt samen met de projectleider conform de voorschriften van het ministerie van VWS de subsidiebesteding. De jaarrekeningen worden ondertekend door voorzitter en penningmeester. Op voorschrift van het ministerie worden de projectsubsidies gecontroleerd door een door de stichting aangezochte accountant cfr. de vereisten van de kaderregeling subsidies OCW, SZW en VWS.