



Gemaakt en gesmaakt
in Limburg en nu op
tour door Vlaanderen.

Gezond Ge(s)maakt

‘Hoe kunnen we ouders in een kwetsbare situatie, die bovendien de Nederlandse taal niet altijd machtig zijn, kennis bijbrengen over gezonde voeding tijdens onze maandelijkse cursus?’ Met die vraag klopte vzw SAAMO Limburg aan bij het Logo. Bestaande methodieken bleken niet voldoende aan te sluiten bij hun specifieke doelgroep. Daarom bracht het Logo samen met SAAMO en enkele deelnemers van de cursus de noden in kaart. Zo vertaalden we bestaande methodieken naar een tool op maat: de ‘Gezond Ge(s)maakt’-box.

Gezond Ge(s)maakt is een box met 10 mappen. Elke map behandelt een ander voedingsthema en bevat al het nodige lesmateriaal voor de begeleider: van gesprekstarters tot recepten en theoretische achtergrondinformatie met oefeningen voor de deelnemers. Tijdens de cursus gaat men ook samen aan de slag om enkele recepten klaar te maken. “Een groot voordeel is dat elke begeleider met de inhoud aan de slag kan gaan, zelfs zonder voorkennis over gezonde voeding”, aldus collega Anke. “Het project werd meermaals geëvalueerd door het Logo, SAAMO en de doelgroep zelf, en bleek een succes! De deelnemers gaven aan veel bijgeleerd te hebben over gezonde voeding en deze kennis ook thuis toe te passen.”

Na het goed onthaalde pilootproject in regio Limburg, besloot het Logo om de methodiek over heel Vlaanderen uit te rollen. “Gezond Ge(s)maakt toont alweer de meerwaarde van de samenwerking tussen het Logo en het maatschappelijk opbouwwerk. Elk vanuit onze eigen expertise en met een duidelijke focus op de doelgroep, kunnen we samen de impact van acties vergroten. Daar word ik echt blij van”, zegt Anke. “Ik ben er ook zeker van dat dit aan de basis ligt van het succes van Gezond Ge(s)maakt!”

Een **BLIK** op de bevolkingsonderzoeken naar kanker

Om personen in maatschappelijk kwetsbare situaties beter te informeren over en te betrekken bij de bevolkingsonderzoeken naar kanker, startte het Logo in Limburg - in samenwerking met het Centrum voor Kankeropsporing - het community-project ‘BLIK’. ‘BLIK’ staat voor Betrokken, Lokaal, Inclusief en Krachtig.

‘Hoe kunnen we de mensen bereiken die nog niet deelnemen aan de bevolkingsonderzoeken naar kanker?’ Om daar een antwoord op te bieden, vertrok het Logo vanuit het 7-stappenplan van de kademethodiek Gezonde Gemeente. Dat pasten we specifiek toe op de bevolkingsonderzoeken. Collega Françoise: “Via BLIK coachen we lokale besturen bij het doorlopen van de zeven stappen. Met populatiemanagement en door de theoretische achtergrond van het Centrum voor Kankeropsporing te koppelen aan lokale cijfers, helpen we hen de juiste doelgroep en prioriteiten te bepalen.”

Het Logo ondersteunt de lokale trekker – dat kan zijn: een medewerker van het lokaal bestuur of een intergemeentelijk preventiewerker – doorheen het hele traject. “Naast onze thematische expertise, helpt het Logo ook lokaal verbinding te leggen met de eerstelijnszone en relevante intermediairs en vertrouwenspersonen. Het actieplan wordt nadien door de lokale trekker uitgevoerd op het terrein”, aldus collega Frank. “We leveren echt maatwerk: voor elke gemeente kiezen we samen de beste aanpak. Zo kan het project bijvoorbeeld ook gekoppeld worden aan reeds bestaande initiatieven.” Die aanpak is echt een meerwaarde: de betrokken partners zien het belang in van de bevolkingsonderzoeken. Ze zetten daarom graag hun schouders mee onder de lokale acties om de deelname aan de onderzoeken te verhogen.

