

Onderwerp

Campagne “Hoe is het?”

Programma	Welzijn, Wijkontwikkeling en Zorg	Behandeldatum	31 maart 2026
Portefeuillehouder	G. Visser	Status	Openbaar

Advies

1. De Communicatiecampagne “Hoe is het?” te verlengen in 2026 en 2027 en te bekostigen uit de middelen beschermd wonen, deelproject: E600071-001, met als doel de openheid te vergroten over het thema mentale gezondheid en de betrokkenheid van mensen op elkaar hierbij.

Aanleiding

In 2025 is de campagne ‘Hoe is het?’ van start gegaan. Deze campagne heeft tot doel de openheid te vergroten over het thema mentale gezondheid en de betrokkenheid van mensen op elkaar hierbij. Deze campagne draagt bij aan de-stigmatisering en inclusie van inwoners met een mentale kwetsbaarheid. Elf regiogemeenten in Gelderland-zuid, die samenwerken rondom beschermd wonen en maatschappelijke opvang, nemen deel aan de campagne.

Beoogde impact: uitvoering

Dit voorstel draagt bij aan de ambitie:

We zorgen dat kinderen en volwassenen zo veel mogelijk in een (veilige) thuissituatie kunnen leven. We versterken inwoners en gezinnen die de basis van het bestaan niet (meer) op orde hebben of deze dreigen te verliezen.

En draagt bij aan de onderliggende doelen:

3.5 We bieden een beschermende woonomgeving aan inwoners (uit Nijmegen en regio) die vanwege hun ernstige psychiatrische of psychosociale problemen (nog) niet in staat zijn zelfstandig te wonen en werken aan herstel richting zo zelfstandig mogelijk wonen en participeren.

Daarnaast draagt dit voorstel bij aan de ambitie:

Inwoners voeren eigen regie over hun leven, gezin en gezondheid en actief deelnemen aan de maatschappij. Men heeft respect voor elkaar en ondersteunt elkaar

Argumenten

1. *De campagne ‘Hoe is het?’ sluit aan bij het beleid van Samen Dichtbij.* Het draagt bij aan een mentaliteitsverandering om inwoners met een psychische kwetsbaarheid te de-stigmatiseren.
2. *Versterking van de sociale basis.* Een sterke sociale basis—buurtnetwerken, ontmoetingsplekken en laagdrempelige steun—is cruciaal voor het voorkomen van zwaardere mentale problematiek. Dit zijn plekken waar mentale gezondheid laagdrempelig bespreekbaar kan zijn en waarin kwetsbaarheid wordt genormaliseerd. De campagne draagt hier actief aan bij.
3. *De campagne past goed in de transformatieplannen mentale gezondheidsnetwerken in Rijk van Nijmegen en Rivierenland.* Eén van de

onderdelen hiervan is 'Dichtbij huis', dat zich richt op het versterken van mentale veerkracht in wijken en dorpswoonkernen. Dit door het verbinden van informele en formele steunbronnen zoals verenigingen, laagdrempelige ontmoetingspunten, peer support en preventie-activiteiten. De campagne 'Hoe is het?' ondersteunt deze doelstelling.

4. *Een mentaliteitscampagne heeft een lange adem nodig.* In 2026 en 2027 willen we de campagne "Hoe is het?" continueren en daarbij niet alleen informeren, maar inwoners en partners daadwerkelijk in beweging brengen. De campagne moet mentale gezondheid actief bespreekbaar maken, inwoners uitnodigen om te reageren, delen en deel te nemen, en partners stimuleren om actief bij te dragen via co-creatie. Een voorbeeld hiervan is de recente samenwerking met de campagne van NEC 'Samen voor kwetsbaarheid'. Daarnaast gaan we sterker inzetten op nieuwswaarde en regionale media-aandacht, met een integrale inzet van online en offline middelen (waaronder abri's). Zie bijlage 1.
5. *De campagne in 2025 heeft qua bereik goede resultaten naar marketing-maatstaven.* In 2025 lag de focus op een online advertentiecampagne (Instagram, facebook, youtube en banneradvertenties). De cijfers laten zien dat de campagnevorm goed aansluit bij het kijk- en klik gedrag van de doelgroep. Vooral korte, herkenbare video's over angst en postnatale gevoelens werken sterk om veel mensen te bereiken tegen lage kosten. Hier blijven we ook in 2026 en 2027 op inzetten. *11 regiogemeenten in Gelderland-zuid nemen deel aan de campagne, waardoor de inzet daarvoor efficiënter is en de impact groter.* Deelnemende gemeenten zijn: Nijmegen, Wijchen, Druten, Berg en Dal, Beuningen, Heumen, Mook en Middelaar, West Maas en Waal, Buren, Neder Betuwe en Tiel.

Kanttekeningen

Ad 5. Het is lastig om een goed beeld te krijgen van de impact van dit soort campagnes, die gericht zijn op een mentaliteitsverandering. We zijn met kennisinstellingen in overleg om te kijken wat hierin wel mogelijk is, zodat we in 2027 toch iets kunnen zeggen over de impact van de campagne.

Gesprek met de stad

Bij de ontwikkeling en uitvoering van de campagne 'Hoe is het?' werken we samen met diverse organisaties en ervaringsdeskundigen op het gebied van mentale kwetsbaarheid.

Financiën

Hieronder de voorgestelde begroting 2026. Deze is hoger dan het budget in 2025 (€ 158.000). Dat komt doordat we een groot deel van de kosten van 2025 voorgefinancierd hebben in 2024 (namelijk € 83.000).

Collegevoorstel

Concept- Begroting 2026	Kosten
Projectleiding	€ 30.000
Projectondersteuning	€ 5.000
Communicatiebureau	€ 53.000
Inhuur expertise	€ 15.000
Advertising mediabudget	€ 30.000
Offline advertising	€ 20.000
Activiteiten	€ 25.000
Uren en promotie podcast	€ 4.000
Conceptontw + content	€ 25.000
Totaal	€ 207.000

De gemeente Nijmegen is één van de 11 gemeenten in Gelderland-zuid, die meedoen aan de campagne Hoe is 't. Het aandeel van Nijmegen (o.b.v. inwoneraantal) voor 2026 bedraagt €86.750 en voor 2027 hetzelfde bedrag. Als centrumgemeente financiert gemeente Nijmegen alle kosten. Het aandeel van de verschillende gemeenten wordt middels facturatie bij hen in rekening gebracht.

De kosten worden gedekt vanuit BW middelen uit het programma Welzijn, Wijkontwikkeling en Zorg, deelproject: E600071-001.

Vervolg

- Eind 2026/begin 2027 zullen de regionale wethouders BW/MO geïnformeerd worden over de resultaten van de campagne in 2026 en het plan voor de campagne 2027 voorgelegd.
- Eind 2027 zal het college geïnformeerd worden over de resultaten van de campagne.

Bijlage(n)

1. Plan van aanpak 2026 Campagne Hoe is het?