

# KIJK EENS ONDER DE Schil

**TE  
GEK!?**

**KOPZORGEN  
BIJ 65-PLUSSERS  
BESPREEKBAAR MAKEN**

## **TE GEK!?-JAARCAMPAGNE COMMUNICATIE- EN INSPIRATIEGIDS**

Een campagne van Te Gek!? i.s.m. Vlaamse Ouderenraad, Zorgnet-Icuro en PKOKC  
Met de steun van de Vlaamse Overheid Departement Zorg

# Inhoud

---

1. <b>Inleiding</b> .....	3
1.1. Nieuwe jaarcampagne rond ouderen en geestelijke gezondheid .....	4
1.2. Kijk eens onder de schil .....	5
2. <b>Hoe zet Te Gek!? de campagne in de kijker?</b> .....	6
2.1. Lancerings- en persmoment .....	6
2.2. Ambassadeurs .....	6
2.3. Campagnewebsite .....	7
2.4. Magazine .....	7
2.5. Getuigenissen .....	7
2.6. Signaalherkenning bij 65-plussers .....	8
2.7. Campagnevideo .....	8
2.8. Radiospot .....	8
2.9. Theatervoorstelling 'Lortcher' .....	8
2.10. Voor professionals .....	9
3. <b>Doe jij ook mee?</b> .....	10
3.1. Huisstijl .....	10
3.2. Middelen .....	12
3.3. Algemene stijltips .....	18
3.4. Evenementen en aanbevelingen .....	19
4. <b>Inspiratiegids</b> .....	21
4.1. Schilcarrousel .....	21
4.2. Food 21 .....	
4.3. Non-food .....	23
5. <b>Inspirerende voorbeelden</b> .....	26
6. <b>Partners van deze campagne</b> .....	26
7. <b>Colofon</b> .....	27
8. <b>Bijlages</b> .....	28

# 1. Inleiding

---

## Over Te Gek!?

Te Gek!? streeft naar het openlijk bespreekbaar maken van geestelijke gezondheid en psychische kwetsbaarheid in de samenleving. We bieden een stem aan zij die met psychische klachten en problemen kampen, inclusief hun naasten. Ons doel is het wegwerken van stigma's en mensen bewustmaken van de impact ervan. En een betrouwbare bron van en naar informatie zijn.

We doen dit aan de hand van jaarcampagnes, projecten (in samenwerking met partners) en door middel van het mobiliseren van ambassadeurs, supporters en betrokkenen.

Te Gek!? maakt deel uit van Psyche vzw. Psyche vzw wil samen met partners en belanghebbenden bouwen aan een geestelijk gezond Vlaanderen. Ze focust op het informeren en documenteren van de geestelijke gezondheidszorg, het versterken van expertise en het bevorderen van samenwerking binnen de sector en de aanpalende domeinen. Psyche ondersteunt professionals en stimuleert kennisdeling. Zo maken we samen de zorg sterker, menselijker en toekomstgericht.



## 1.1. Nieuwe jaarcampagne rond ouderen en geestelijke gezondheid

---

Ouder worden brengt veel moois met zich mee, denk aan wijsheid en ervaring. Toch kunnen er ook uitdagingen ontstaan, zoals een verminderde fysieke gezondheid, een opeenstapeling van verlieservaringen, somberheid, geheugenproblemen, angst of eenzaamheid. Geestelijke gezondheidsklachten en -problemen komen bij 65-plussers vaker voor dan men denkt <sup>1</sup>.

Daarom lanceert Te Gek!? 'Kijk eens onder de schil', een campagne rond geestelijke gezondheid bij ouderen (65-plussers).

Concreet willen we met de campagne:

- de bewustwording en kennis over geestelijke gezondheid bij ouderen vergroten, zowel bij de ouderen zelf als bij hun omgeving en professionals;
- het onderwerp meer bespreekbaar maken en vaardigheden aanreiken om gesprekken rond psychische klachten en problemen te faciliteren;
- benadrukken dat psychische problemen ontwikkelen niet inherent is aan ouder worden, en dat er op elke leeftijd hulp en ondersteuning mogelijk is;
- signaalherkenning van psychisch onwelbevinden bevorderen;
- helpen de weg te vinden naar gepaste hulp en ondersteuning waar nodig.

De **kernboodschappen** van de campagne 'Kijk eens onder de schil' vind je als bijlage achter in deze gids.

Met deze campagne willen we ons niet enkel richten naar 65+'ers met psychische klachten en problemen, maar ook naar hun naasten en de brede bevolking. Daarnaast willen we, samen met onze collega's van Psyche vzw, ook zorgprofessionals bewust maken van het belang van dit thema.

Help jij ons mee om de drempel voor ouderen en hun omgeving te verlagen om te spreken over psychische klachten en problemen? Deze gids helpt je op weg. Het is een hulpmiddel om mee te communiceren over en mee actie te ondernemen rond de Te Gek!?-jaarcampagne 'Kijk eens onder de schil'.

De doelen van deze communicatie- en inspiratiegids zijn:

- De bekendmaking en verspreiding van de campagne 'Kijk eens onder de schil'.
- De verspreiding van de campagneboodschappen naar het brede publiek en mensen zo wegwijs maken in het thema 'geestelijke gezondheid bij ouderen' en informeren over de verschillende aspecten hiervan.
- Inspiratie geven over communicatieboodschappen en mogelijke acties.

**⚠ Let op, het brede publiek maakt pas kennis met deze campagne op 23 september 2025. We vragen jou dan ook vriendelijk om op 23 september 2025 tot 11.00 uur niet te communiceren over de campagne.**

---

<sup>1</sup> In bijlage van deze inspiratiegids vind je een dossier van Leontien Jansen en Ronny Bruffaerts met recente cijfers over 65-plussers in Vlaanderen en Brussel, gebaseerd op de Public Mental Health Monitor (2023).

## 1.2. Kijk eens onder de schil

---

Om onze doelstellingen kracht bij te zetten werkten we het concept 'Kijk eens onder de schil' uit.

In deze campagne kiezen we voor de aardappel als herkenbaar symbool en metafoor. De aardappel is immers bij iedereen gekend als basisvoedsel, van Vlaamse puree tot Marokkaanse tajine en Indiase Aloo Gobi. En naast voeding is ook een goede geestelijke gezondheid een basisbehoefte.

- Net zoals een aardappel een schil heeft die de binnenkant verbergt, hebben mensen soms een 'schil' van uiterlijk gedrag of woorden die hun innerlijke gevoelens verhullen.
- De binnenkant van een aardappel is kwetsbaar en waardevol, net zoals mensen vanbinnen vaak gevoelige emoties en verhalen met zich meedragen die gehoord mogen worden.
- Door de schil te 'pellen', door echt te luisteren of door te vragen, kunnen we de ware persoon en zijn behoeften leren kennen.
- Samen aardappelen schillen kan een waardevol moment van verbinding creëren, zowel tussen ouderen onderling als tussen generaties: gesprekken voeren, verhalen en inzichten delen ...

Ouderen zijn soms geneigd om gevoelens zoals eenzaamheid, verdriet of angst 'onder de schil' te houden, uit trots of uit gewoonte om sterk te blijven. De metafoor moedigt aan om te tonen hoe ze zich écht voelen, en te verbinden door hierover in gesprek te gaan.



## 2. Hoe zet Te Gek!? de campagne in de kijker?

---

### 2.1. Lancerings- en persmoment

---

Op dinsdag 23 september 2025 geven we er een patat op en opent LDC De Knoop in Ledeberg de deuren voor de lancering van onze nieuwe campagne! Experten zoals dr. Mathieu Vandenbulcke (Ouderenpsychiater UZ Leuven) en Tom Vermeulen (verpleegkundig onderzoeker psychische kwetsbaarheid bij oudere volwassenen, UA) belichten het thema vanuit hun eigen invalshoek. Ook Kirsten Pauwels (adjunct-directeur VLESP) zal aanwezig zijn om een korte toelichting te geven over het herkennen van signalen bij oudere volwassenen.

Onze ambassadeurs, relevante politici en lokale verenigingen zijn uitgenodigd voor dit lancerings- en persmoment. Te Gek!? voorziet een activiteit die volledig in het teken staat van aardappelen en verbinding. Na de activiteit zijn alle aanwezigen van harte welkom in het sociaal restaurant om samen te genieten van het campagnerecht, ontwikkeld door tv-kok Dagny Ros.

Het lancerings- en persmoment is ook het moment waarop we de campagne lanceren naar het brede publiek. Onze eerste communicatie over de campagne zal verschijnen om 7.00 uur, het persmoment vindt plaats om 11.00 uur. We vragen je dan ook om voor 11.00 uur geen informatie te verspreiden over de campagne.

### 2.2. Ambassadeurs

---

Hét gezicht van deze campagne is **Dianne**. Dianne is een 71-jarige vrouw en heeft na het verlies van haar man een moeilijke periode doorgemaakt. Ze besloot hulp en ondersteuning te zoeken en heeft dit ook gevonden. Je ziet haar onder meer in de campagnevideo met haar dochter en in het campagnemagazine, waarin ze samen met psycholoog-gerontoloog Charlotte Brys haar verhaal doet.



Ook wielercomentator en journalist **Michel Wuyts** (68) is een ambassadeur van deze campagne. Hij spreekt vanuit zijn ervaringen met zijn ouders en zijn eigen ervaring als 65-plusser over het thema geestelijke gezondheid.



Daarnaast hebben we dit jaar een extra bekend gezicht dat de schouders mee onder de campagne zet: **Dagny Ros Asmundsdottir**. De Belgisch-IJslandse tv-kok zal in het kader van de campagne een aardappelgerecht creëren. Dit campagnerecht, dat je ook eenvoudig thuis kan maken, zal via verschillende kanalen worden verspreid. Ook tijdens het lancerings- en persmoment zullen de deelnemers het gerecht kunnen proeven.



## 2.3. Campagnewebsite

De campagnewebsite [www.onderdeschil.be](http://www.onderdeschil.be) geeft inzicht in geestelijke gezondheid bij ouderen, legt uit hoe je klachten of problemen kan herkennen en beschrijft welke factoren invloed hebben op het ontstaan van psychische klachten en problemen. Ook vind je er praktische tips, getuigenissen en informatie over het vragen van steun. Je ontdekt waar je professionele hulp kan vinden en hoe je als omgeving van 65-plussers steun kan bieden.

Mocht je meer inspirerende getuigenissen willen horen, neem dan gerust contact met ons op. We kunnen je in contact brengen met een aantal 65-plussers die graag hun verhaal delen.

✓ De campagnewebsite zal online staan vanaf het moment van lancering (23/09/2025).

## 2.4. Magazine

Om de campagne op een leuke en toegankelijke manier onder de aandacht te brengen, brengen we op 23 september een speciaal magazine uit. Dit magazine heeft de uitstraling van een echt lifestyleblad en is perfect om mensen op een warme en herkenbare manier te inspireren en te informeren over het thema.

Wat mag je verwachten? Boeiende interviews met onze ambassadeurs, 65-plussers en experts, handige tips & tricks, leuke wist-je-datjes én uiteraard ons campagnerecept in geuren en kleuren. Kortom: een frisse mix van inhoud en inspiratie die uitnodigt om te lezen en te delen.

Het magazine wordt tegen een kleine vergoeding aangeboden en vormt een waardevolle aanvulling binnen het campagnepakket. Een echt must-have voor wie mee het verSCHIL wil maken!

## 2.5. Getuigenissen

Naast inhoudelijke informatie bevat de campagnewebsite ook quotes en getuigenissen van ouderen en onze ambassadeurs die vertellen over hun geestelijke gezondheid. De videogetuigenissen op onze campagnewebsite zijn tot stand gekomen in samenwerking met Tom Baele van '[Mag het wat luider](#)'.



## 2.6. Signaalherkenning bij 65-plussers

---

Bij 65-plussers kunnen psychische klachten en problemen zich anders uiten dan bij jongere mensen, en vaak worden ze onterecht gezien als 'normaal' voor de leeftijd. Het is belangrijk om deze klachten te (h)erkennen omdat ze, net als bij jongere mensen, invloed kunnen hebben op het dagelijks functioneren en de kwaliteit van leven. Daarom werkten we, in samenwerking met het VLESP, bij deze campagne een nieuwe versie van de campagne '4 voor 12' uit.

## 2.7. Campagnevideo

---

We voorzien een campagnevideo die onze doelstellingen en boodschappen extra in de kijker zal zetten. In augustus 2025 zal de link naar de campagnevideo hier terug te vinden zijn, alsook via de link [www.tegek.be/wijdoenmee](http://www.tegek.be/wijdoenmee)

## 2.8. Radiospot

---

Tijdens de week van de lancering (23 t.e.m. 28 september 2025) zal onze radiospot te horen zijn op Radio 1, Radio 2, MNM, Studio Brussel en Klara.

## 2.9. Theatervoorstelling 'Lortcher'

---

Clara Cleymans, Warre Borgmans en Dimitri Leue maken een voorstelling over dementie, met muziek van Antoon Offeciers.

Dit familiedrama vertelt de levensloop van Peer Lortcher, waarbij ieder muziekstuk dat hijzelf heeft gecomponeerd, hem teruggedrijft in de tijd. Het is een ode aan Armand Borgmans, de vader van Warre en tevens de grootvader van Dimitri. Hoe persoonlijker je verhaal, hoe universeler het weer wordt. Omdat in de kern verdriet, verdriet is en liefde, liefde.

De voorstelling kadert in de Te Gek!?-campagne 'Kijk eens onder de schil'.

CM en Te Gek!? steunen het project en toeren mee door Vlaanderen met een infostand.

- ✓ De première van deze voorstelling vindt plaats op 1 oktober 2025 in CC De Klap in Deurne. Op onze website vind je alle speeldata en locaties terug: <https://www.tegek.be/nieuws/lortcher>.



## 2.10. Voor professionals

### Flyers en affiches

Als professional kun je een belangrijke rol spelen in het bespreekbaar maken van psychische klachten en problemen bij 65-plussers. In het kader van deze campagne creëerden we enkele flyers en affiches om het thema op een laagdrempelige en herkenbare manier onder de aandacht brengen. Je kan deze materialen eenvoudig aanvragen via een bestelformulier. Meer informatie vind je bij 2.2. Offline middelen.

### Webinar

Op donderdag 12 juni 2025, van 11 tot 12.30 uur, organiseerde Te Gek!? een gratis webinar voor (zorg)professionals over de aankomende campagne rond ouderen (65+) en geestelijke gezondheid.

Tijdens dit webinar:

- deed Te Gek!? Het campagneconcept uit de doeken;
- kwam je te weten hoe je als professional kan inhaken op de campagne;
- vertelden experts over het thema ouderen en geestelijke gezondheid, o.a. Mathieu Vandenbulcke (ouderenpsychiater en hoogleraar neurowetenschappen, KU Leuven), Tom Vermeulen (verpleegkundig onderzoeker UAntwerpen) en Kirsten Pauwels (adjunct-directeur VLESP - Vlaams Expertisecentrum Suïcidepreventie).

Heb je het webinar gemist? Dan kan je het herbekijken via [www.tegek.be/wijdoenmee](http://www.tegek.be/wijdoenmee)

### E-learning

Op zoek naar handvatten om psychische problemen bij 65-plussers te herkennen en aan te pakken? Te Gek!? heeft, in samenwerking met het Kenniscentrum van Psyche vzw, een boeiende e-learning ontwikkeld die je wegwijs maakt in de wereld van geestelijke gezondheid bij ouderen. Duik in de risicofactoren en beschermende elementen die een rol spelen, en ontdek welke hulp en ondersteuning beschikbaar zijn voor deze doelgroep. Naast waardevolle inzichten krijg je ook praktische gespreksvaardigheden aangereikt om met ouderen en hun omgeving in gesprek te gaan over dit onderwerp.

Deze e-learning is gratis toegankelijk voor alle professionals die in contact komen met 65-plussers, zowel binnen als buiten de geestelijke gezondheidszorg. Beschikbaar vanaf 23 september via [Psyche.be](http://Psyche.be)

### Podcast

**Studio Bomma** is een podcastreeks voor zorgmedewerkers in woonzorgcentra. Elke aflevering spreekt Maite Mallentjer, expert in ouderenzorg, met een specialist om actuele en belangrijke thema's in de zorgsector samen onder de loep te nemen. Bovendien komen ook bewoners aan het woord, zodat zij hun ervaringen en perspectieven op wonen en leven in het woonzorgcentrum kunnen delen.

In het kader van de Te Gek!?-campagne wordt ook een aflevering opgenomen over het thema 'geestelijke gezondheid bij ouderen'. Meer daarover later!

## 3. Doe jij ook mee?

Deze gids is er om jou te inspireren hoe je kan bijdragen aan de campagne 'Kijk eens onder de schil' en onze boodschap(en) mee kan verspreiden.

### 3.1. Huisstijl

Er werd voor deze campagne een huisstijl uitgewerkt. Wil je in je communicatie hiermee graag rekening houden? Gebruik dan onderstaande kleuren en lettertypes. Het consistent gebruiken van de campagnekleuren kan helpen bij de visibiliteit van de campagneboodschap(en), maar het is geen verplichting om dit toe te passen.

#### Kleuren: Hoofd- en steunkleuren



#751c40  
C22 M91 Y29 K53



#b3dee9  
C34 M0 Y9 K0



#add6cc  
C37 M2 Y24 K0



#f0bcaa  
C2 M32 Y30 K2

#### Typografie

### Lettertype Museo Sans

**Museo Sans 900**  
abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890!<>?%()€

**Museo Sans 900 italic**  
abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890!<>?%()€

**Museo Sans 700**  
abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890!<>?%()€

**Museo Sans 700 italic**  
abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890!<>?%()€

**Museo Sans 500**  
abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890!<>?%()€

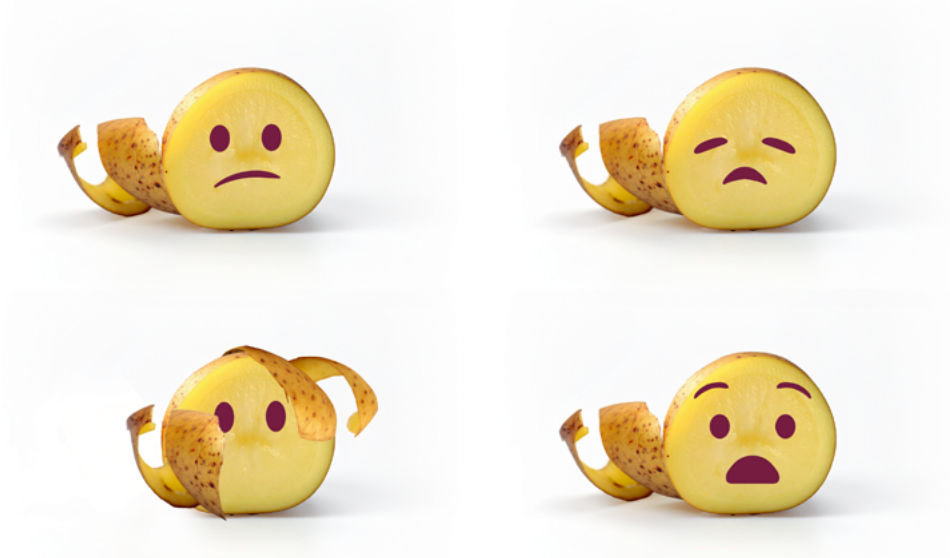
**Museo Sans 500 italic**  
abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890!<>?%()€

**Museo Sans 300**  
abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890!<>?%()€

**Museo Sans 300 italic**  
abcdefghijklmnopqrstuvwxy  
ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
1234567890!<>?%()€

## Iconen (Signalen)

Je kan de verschillende huisstijlelementen gratis downloaden via [www.tegek.be/wijdoenmee](http://www.tegek.be/wijdoenmee)



## Foto- en videografie

We maakten foto's en video's die het concept van 'Kijk eens onder de schil' en onze doelstellingen ondersteunen. Deze foto's en video's mogen uitsluitend voor communicatie over 'Kijk eens onder de schil' worden ingezet.

Kies je toch liever een ander beeld? Dan geven we graag nog enkele tips mee:

- Wil je helemaal zeker zijn? Maak dan gebruik van de fotodatabank van de Vlaamse Ouderenraad met realistische beelden van ouderen en actief ouder worden: [Fotodatabank | Vlaamse ouderenraad](#)
- Zorg voor diversiteit: kies beelden die de diversiteit in leeftijd en generaties onder ouderen weerspiegelen. Laat zowel jonge zestigers als actieve negentigjarigen zien. Vermijd het stereotype van 'dé oudere' als een homogene groep.
- Varieer in activiteiten: laat ouderen zien die zich bezighouden met een breed scala aan activiteiten, niet alleen met stereotype ouderenthema's zoals zorg voor de kleinkinderen of koffiedrinken. Ouderen hebben een breed interesseveld en zijn ook bezig met thema's die andere generaties bezighouden.
- Realistische weergave van zorgnoden: zorg ervoor dat beelden die ouderen met hulpmiddelen zoals rollators tonen, niet de enige beelden zijn die oudere individuen representeren. Worden er hulpmiddelen afgebeeld, doe dat dan op een genuanceerde en respectvolle manier.
- Ga voor authenticiteit: gebruik authentieke beelden die de realiteit van ouderen weerspiegelen en vermijd het gebruik van stockbeelden of overdreven Photoshop-technieken.

## 3.2. Middelen

We stellen een mix van online en offline communicatiemiddelen ter beschikking om het onderwerp onder de aandacht te brengen. Het beeldmateriaal kan je gratis downloaden via [www.tegek.be/wijdoenmee](http://www.tegek.be/wijdoenmee)

De online/digitale middelen die we aanbieden:

1. TV-banner (voor wachtzalen, onthaal, infobalies...)
2. Social media posts
3. Headerbeelden
4. Email banners
5. Nieuwsbrief & Nieuwsbericht
6. Personaliseerbare event middelen
7. Personaliseerbaar sjabloon voor het in kaart brengen van lokaal aanbod

Deze online/digitale middelen kan je gratis downloaden via [www.tegek.be/wijdoenmee](http://www.tegek.be/wijdoenmee).

De offline middelen die we aanbieden:

1. Folder en flyer (A5)
2. Posters (A3)
3. Eenmalig magazine
4. Button / Speldje als gespreksopener in de zorgcontext en daarbuiten

Deze offline middelen kan je eenvoudig bestellen via het bestelformulier op [www.tegek.be/wijdoenmee](http://www.tegek.be/wijdoenmee)

### Online/digitale middelen

#### Tv-banner

Om de doelgroep effectief te bereiken, kan in ziekenhuizen, bibliotheken, huisartsenpraktijken en de wachtruimtes van andere zorgaanbieders een aankondiging op een (tv-)scherm geplaatst worden. Voor maximale impact kan je deze aankondiging combineren met een poster of flyer die je dicht bij het scherm plaatst.

De TV-banner is beschikbaar in HD en 4K volgens het 16:9 schermformaat.



## Social media posts

Via social media posts willen we vooral het bewustzijn rond het thema vergroten en inzetten op signaalherkenning. De focus ligt op Facebook, waar het grootste deel van de 65-plussers te vinden is. Verder hebben we ook posts uitgewerkt voor Instagram en LinkedIn.

Op **dinsdag 23 september om 11.00 uur** lanceren we een algemene post over de campagne. We zouden het enorm waarderen als je deze samen met ons helpt verspreiden MAAR er geldt wel een embargo tot 23 september, 11.00 uur. Gelieve daarvoor nog niet te communiceren over deze campagne.

Op **dinsdag 30 september om 11.00 uur** verspreiden we een post over signaalherkenning. Gelieve deze post niet vòòr 30 september te publiceren.

Afbeelding en copy voor bovenstaande posts vind je via [www.tegek.be/wijdoenmee](http://www.tegek.be/wijdoenmee). Verder zijn er ook enkele afbeeldingen beschikbaar waarop je zelf tekst kan voorzien en die je bv. via je stories op Facebook of Instagram kan delen.

Verspreid je de posts liever door meteen te delen vanaf de Te Gek!?-kanalen. Dat kan uiteraard ook!

- ✓ **TIP: gedurende onze campagne vindt ook de Ouderenweek plaats van 17 tot en met 23 november 2025. Kijk gerust of je de twee initiatieven kunt koppelen aan jouw organisatie met een leuke post op jouw sociale media!**

## Headerbeelden

We bieden verschillende beelden aan die je als headerbeeld kan inzetten. Het formaat is 1920 x 1000 pixels.

## E-mailbanners

We voorzien een e-mailbanner die je eenvoudig zal kunnen toevoegen aan je e-mailhandtekening.



## Nieuwsbericht/redactioneel artikel

Er wordt een redactioneel artikel over de campagne uitgewerkt in verschillende formaten: lang, middellang en kort. Dit artikel kan ook dienen als nieuwsbericht op jouw website. Voorzie dus zeker een plekje hiervoor in je nieuwsbrief van september (embargo tot 23 september, 11.00 uur) of oktober 2025!

Het redactioneel artikel zal binnenkort beschikbaar zijn via [www.tegek.be/wijdoenmee](http://www.tegek.be/wijdoenmee)

## Personaliseerbare event middelen

De event middelen zet je in om een bijeenkomst of evenement aan te kondigen dat je organiseert in het kader van de nieuwe jaarcampagne van Te Gek!?.

Er zijn 3 verschillende event middelen:

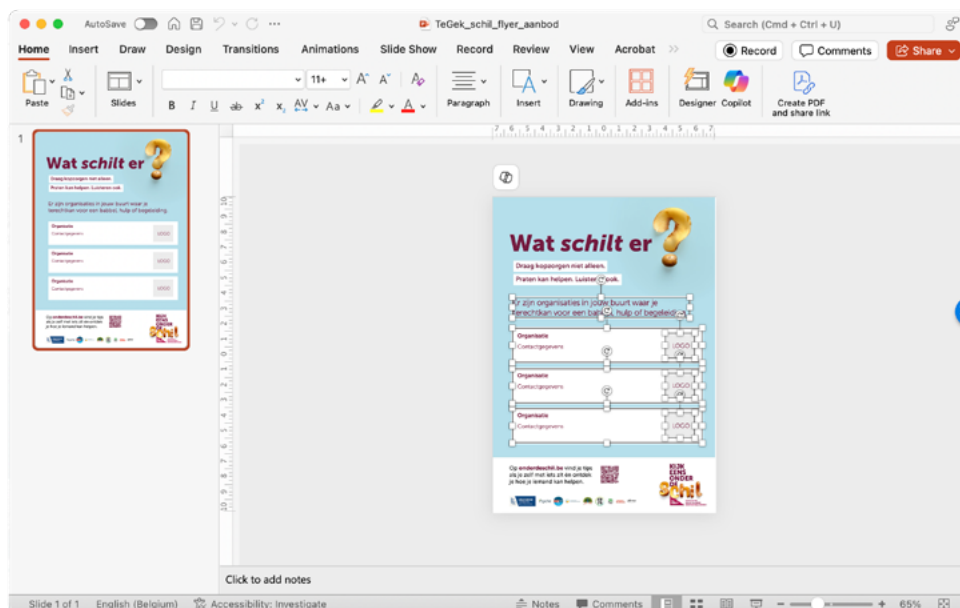
- Event affiche A3
- Event flyer A5
- Event tv-banner

De middelen worden aangeboden als Microsoft Powerpoint en zijn aanpasbaar. Personaliseer de Microsoft Powerpoint door de titel, de gemeente, de locatie, datum, tijd en website in te vullen. Onderaan kan je je eigen logo toevoegen.



## Personaliseerbaar sjabloon voor het in kaart brengen van lokaal aanbod

Er zijn reeds tal van lokale (hulp)organisaties en initiatieven waar 65-plussers met kopzorgen terecht kunnen. Om deze aan hen zichtbaar te maken, ontwikkelden we een affiche en flyer in Microsoft Powerpoint waar je deze eenvoudig aan kan toevoegen en vervolgens verspreiden binnen jouw stad of gemeente.



Voorbeeld van een Microsoft Powerpoint sjabloon.

## Offline middelen

### Folder en flyer

Om de campagne onder de aandacht te brengen van 65-plussers en hun omgeving, hebben we een folder (2-luik, A5) en een flyer (A5) ontworpen die je kan bestellen via [www.tegek.be/wijdoenmee](http://www.tegek.be/wijdoenmee)

Het gaat om:

### Folder (2-luik)

Algemene  
campagneboodschap



### Flyer – Signaalherkenning

Deze flyer richt zich op de omgeving van 65-plussers en spoort aan om alert te zijn voor signalen van psychisch onwelbevinden bij 65-plussers.



## Affiches

De affiches (A3) zijn een aanvulling op de tv-banner en de flyers en hangen idealiter in dezelfde wachtkamer als waar de tv-banner wordt getoond. De affiche kan ook afzonderlijk worden geplaatst. Affiches bestellen kan via [www.tegek.be/wijdoenmee](http://www.tegek.be/wijdoenmee)

Er zijn drie soorten affiches:



Affiche 1 – Algemene campagneboodschap met als doelgroep 65-plussers en hun nabije omgeving



Affiche 2 – Signaalherkenning: deze affiche sluit aan bij de affiche rond signaalherkenning



Affiche 3 – Op deze affiche staat onze button centraal. Wie deze button draagt, laat zien er te zijn voor 65-plussers die willen praten over hun psychisch (on)welbevinden. Deze button zal aangeboden worden in zorgcontexten en daarbuiten.

## Magazine

Het eenmalige lifestylemagazine kan besteld worden door (zorg)organisaties en verenigingen per 25 stuks. De drukprijs per stuk bedraagt 0,5 euro. Per 25 stuks zal een bijdrage van 12,5 euro aangerekend worden. Bestellen kan via [www.tegek.be/wijdoenmee](http://www.tegek.be/wijdoenmee)

## Button

De button met een aardappelschil en de campagneboodschap 'Kijk eens onder de schil' dient als steunsymbool en gespreksstarter. Door deze button te dragen, maak je duidelijk dat je openstaat voor gesprekken over geestelijke gezondheid en psychisch welbevinden en draag je bij aan het bespreekbaar maken van dit onderwerp. Buttons bestellen kan via [www.tegek.be/wijdoenmee](http://www.tegek.be/wijdoenmee).



### 3.3. Algemene stijptips

Communicatie werkt het best als iedereen dit (zoveel mogelijk) op eenzelfde wijze doet. Dit verhoogt de herkenbaarheid en visibiliteit van de 'Kijk eens onder de schil'-campagne. Daarom roepen wij op om in je communicatie rond deze campagne enkele algemene tips te volgen. Op deze manier kunnen we de berichtgeving op elkaar afstemmen, is er meer duidelijkheid voor het doelpubliek en hopen we samen meer bereik te creëren.

1. Kijk goed na of je 'Kijk eens onder de schil' op de juiste manier schrijft: met een hoofdletter en spaties tussen de woorden.
2. Gebruik zoveel mogelijk het logo van de campagne 'Kijk eens onder de schil' (+ link naar logo)
3. In je online communicatie:
  - Gebruik de hashtag #kijkeensonderdeschil
  - Tag Te Gek!?, de Vlaamse Ouderenraad, Zorgnet-Icuro en PKOKC in je posts
  - Vermeld in de caption van je post 'De campagne #kijkeensonderdeschil is een initiatief van @ProjectTeGek, in samenwerking met @Vlaamseouderenraad, @Zorgneticuro en PKOKC.'

Waarom is dit belangrijk? Door ons te taggen, de hashtag te gebruiken en ons in de caption te vermelden, maak je duidelijk dat je de campagne(-boodschappen) steunt. Daarnaast verschijnen tags en vermeldingen ook op onze accounts, dus dat betekent meer zichtbaarheid voor jou!

Overzicht van de social media handles:

- Facebook: @ProjectTeGek
- Instagram: @projecttegek
- LinkedIn: Te Gek!?

## 3.4. Evenementen en aanbevelingen

Organiseer je een evenement of activiteit in het kader van de campagne 'Kijk eens onder de schil' en wil je kans maken op een bezoekje van onze vliegende reporter? Breng ons dan (minstens een maand op voorhand) op de hoogte van jouw evenement. Wie weet brengt onze vliegende reporter een bezoekje aan jouw evenement om verslag uit te brengen. Dit zorgt niet alleen voor extra zichtbaarheid voor jouw initiatief, maar inspireert hopelijk ook andere organisaties om aan de slag te gaan met dit thema!

De link naar het formulier vind je via [www.tegek.be/wijdoenmee](http://www.tegek.be/wijdoenmee).

- ✓ **TIP: Plaats jouw evenement of activiteit ook op 'Uit in Vlaanderen' en vergeet het label 'kijkeensonderdeschil' niet toe te voegen. Op die manier kunnen we alle activiteiten bundelen en mee een plaatsje geven op onze campagnewebsite.**

### Koppeling met andere campagnes

Je kan jouw activiteiten in het kader van deze campagne ook registreren als evenementen voor de 10-daagse van de Geestelijke Gezondheid (1 tot en met 10 oktober 2025) en de Ouderenweek (17 tot en met 23 november). Vergeet niet om je activiteit toe te voegen aan de databank van Uit in Vlaanderen met het campagnelabel 'kijkeensonderdeschil'.

Een evenement toevoegen op 'Uit in Vlaanderen' is gratis en eenvoudig.

Instructies:

- Ga naar <https://www.uitdatabank.be/login/nl> en meld je aan met je UiTiD
  - Klik op de knop 'Evenement toevoegen'
  - Doorloop de verschillende stappen. Bij stap 6 heb je de mogelijkheid om labels toe te voegen. In dit veld mag je het volgende label toevoegen: 'kijkeensonderdeschil'
  - Publiceer jouw evenement of activiteit
- ✓ **TIP: Indien jouw activiteit eveneens bij de 10-daagse van de Geestelijke Gezondheid hoort, gebruik dan het label 'samenveerkrachtig' en vergeet niet de bijbehorende logo's van beide campagnes te integreren.**

**Ben je op zoek naar inspiratie voor jouw actie of evenement? In onze inspiratiegids verderop geven we enkele leuke ideeën mee die je verder op weg kunnen zetten.**

### **Enkele aandachtspunten**

**1. Lokaal:** Terwijl de één nog vlot met de auto rijdt, is de ander afhankelijk van het openbaar vervoer of een chauffeur. Lokale activiteiten zijn dan ook zeer waardevol voor oudere volwassenen, aangezien ouder worden vaker moeilijkheden met mobiliteit met zich meebrengt. Uiteraard worden regionale of nationale activiteiten en initiatieven ook aangemoedigd.

**2. Financiële drempels:** Veel ouderen moeten het doen met een bescheiden pensioen, waardoor het budget voor uitstapjes of evenementen vaak klein is. Organiseer je een grote bijeenkomst en vraag je hiervoor een toegangsprijs? Misschien is de UiTPAS dan wel een optie. Hiermee kunnen oudere volwassenen punten sparen en hebben mensen in armoede recht op het kansentarief aan de kassa. Meer info via [www.uitpas.be](http://www.uitpas.be).

### **3. Aandacht voor het positieve**

De beeldvorming over ouderen is niet altijd positief, terwijl ouder worden ook voordelen biedt – zoals meer levenservaring, veerkracht en emotionele maturiteit. Veel 65-plussers leveren bovendien een waardevolle bijdrage als vrijwilliger, oppas of steun voor anderen.

Let er bij je activiteit op dat je geen eenzijdig beeld schetst, alsof ouder worden automatisch leidt tot psychische problemen. Toon ook de kracht en mogelijkheden van deze levensfase. Werk bijvoorbeeld rond thema's als veerkracht of verbinding, om zo bij te dragen aan een realistisch en genuanceerd beeld van ouder worden.

## 4. Inspiratiegids

Naast communicatietips geven we jullie in deze gids ook een aantal ideeën om de campagne mee uit te dragen. Gebruik deze gids als inspiratiebron om acties op te zetten en dit thema onder de aandacht te brengen. Elk idee, groot of klein, is van waarde. Heb je zelf een leuk idee en staat dit niet in deze inspiratiegids? Ga ervoor! Je bent helemaal vrij in hoe je dit wil aanpakken en dus ook in welke en hoeveel activiteiten je wil organiseren. Deze gids dient louter ter inspiratie.

### 4.1. Schilcarrousel

Schilcarrousel: Schik enkele tafels op zo'n manier dat je eenvoudig kan doorschuiven naar een volgende gesprekspartner. Neem plaats en dompel jezelf onder in betekenisvolle gesprekken terwijl je aardappelen schilt. Op elke aardappel staat een gespreksstarter rond geestelijke gezondheid, wat een mooie aanzet biedt voor fijne en openhartige gesprekken. Het schillen van de aardappel geeft je de kans om, als je dat wilt, even de focus daarop te leggen. Daarnaast kies je volledig zelf wat je wel of niet wilt vertellen. Alles kan, niets moet. Deze schilcarrousel-activiteit is ideaal voor (zorg) voorzieningen, dagcentra of gewoon thuis met vrienden en familie. Het draaiboek van deze activiteit vind je bij de bijlages achter in deze gids.



- ✓ TIP: Ren op dinsdag 23 september naar de krantenwinkel, want op die dag zal je een volledige Te Gek!?-pagina in Het Nieuwsblad zien verschijnen waarop je jouw aardappelen kunt schillen en waarop de campagneboodschap zichtbaar zal zijn.

### 4.2. Food

#### Samen schillen en koken

Verzamel mensen in je gemeenschap, voorziening, dagcentrum of bij familie thuis en ga samen aan de slag in de keuken. Terwijl de aardappelen geschild en gekookt worden, biedt deze activiteit ruimte voor groepsgesprekken over geestelijke gezondheid. Deze gezamenlijke ervaring versterkt de onderlinge banden, creëert een open sfeer en biedt kansen om van elkaar te leren op diverse gebieden!

Bij de bijlages achter in deze gids vind je enkele gespreksstarters om je op weg te helpen.

## Kook samen het campagnerecht

Het recept en de instructies vind je bij de bijlages achter in deze gids.

Liever een kleinere maar even smakelijke inspanning? Online kun je een heleboel lekkere aardappelsoep-recepten terugvinden. En in onze webshop bieden wij **Te Gek!?-soeptassen** aan, ideaal om je aardappelsoep in te serveren. De soeptassen worden verkocht in sets van 6 stuks voor 20 euro. Wil je een grotere hoeveelheid soeptassen aankopen, neem dan contact met ons op via [info@tegek.be](mailto:info@tegek.be) voor een voorstel op maat.

## Organiseer een quiz

Een quiz is een leuke manier om het thema 'geestelijke gezondheid bij ouderen' op een interactieve en leerzame manier onder de aandacht te brengen. Te Gek!? heeft hiervoor een twintigtal quizvragen opgesteld, speciaal voor 65-plussers. Je vindt de verschillende quizvragen terug in de bijlage achter in deze gids.

TIP: wissel de vragen af met een doe-opdracht, zoals het schillen van de langste aardappelschil of het schillen van zoveel mogelijk aardappelen binnen een bepaalde tijd. Wat ook altijd een voltreffer is, is deelnemers geblinddoekt verschillende soorten chips te laten proeven.

Er zijn tegenwoordig tal van smaken beschikbaar, van klassiek tot zeer exotisch of speciale combinaties zoals 'geroosterde ui met zure room' of 'ham en kaas'. Diegene die de meeste smaken correct herkent, wint de ronde!

✓ TIP: werk intergenerationeel door een school uit de buurt te betrekken bij de verschillende activiteiten.



## 4.3. Non-food

### Wedstrijdje aardappelen schillen

Organiseer een wedstrijdje waarin deelnemers hun behendigheid in aardappelen schillen kunnen laten zien. Wat dacht je van om ter snelst schillen, de langste aardappelschil schillen of zelfs creatief schillen?

Zie je het groots? Dan is het wereldrecord aardappelen schillen misschien wel iets voor jou. Het huidig record staat op 522,8 kilo aardappelen, geschild door 5 personen in een uur.



## Creatief met aardappelen

Organiseer workshops waarbij deelnemers op creatieve wijze met aardappelen werken rond het thema geestelijke gezondheid.

- Workshop emoties geven aan aardappelen: Laat deelnemers emoties uitdrukken door gezichten te maken op aardappelen.
- Haak enkele aardappelen en voorzie hen van inspirerende citaten over geestelijke gezondheid (zie afbeelding). Je kan er ook een sleutelhanger van maken om dagelijks aan de boodschap herinnerd te worden.

## Lezingen & voordrachten:

Nodig een expert of ervaringsdeskundige uit voor een infosessie of lezing. Via de link [www.tegek.be/wijdoenmee](http://www.tegek.be/wijdoenmee) vind je een overzicht van alle sprekers en hun contactgegevens.

## Te Gekke Wandeling:

Een 'Te Gekke wandeling' is een toegankelijke en inclusieve wandeltocht die gericht is op het bevorderen van de geestelijke gezondheid.

We weten allemaal dat regelmatige lichaamsbeweging, zoals wandelen en fietsen, noodzakelijk is om gezond te blijven. Het verbetert je gezondheid op fysiek, emotioneel en psychisch vlak. Door voldoende beweging kan je niet alleen je humeur verbeteren, maar het kan ook stress, depressieve klachten en angst verminderen. Ideaal dus om daar tijdens deze campagne op in te zetten.

TIP: voorzie op verschillende plaatsen tijdens de wandeling wist-je-datjes over geestelijke gezondheid (bij ouderen) en beweging. Inspiratie voor de wist-je-datjes kan je vinden in de bijlage achter in deze gids. Plaats zeker ook de QR-code naar de campagnewebsite!

TIP: Plan een wijkwandeling waarbij je langs verschillende voorzieningen en organisaties komt die ouderen helpen met hun geestelijke gezondheid. Denk hierbij aan een CAW, OCMW, lokaal dienstencentrum, een huisartsenpraktijk met eventueel een psycholoog in dienst, of een ziekenhuis met een psychiatrische afdeling.

- ✓ TIP: Maak een brugje met het campagneconcept door de wandeling te eindigen met een frietje van de frituur, samen het campagnerecht te eten of een bezoekje aan een aardappelboer in jouw streek!

## Theatertournee Lortcher

Ga samen met een groep bewoners, collega's of andere enthousiastelingen naar de theatervoorstelling 'Lortcher' met Warre Borgmans, Dimitri Leue en Clara Cleymans in een van de vele culturele centra in Vlaanderen. Breng hierbij zeker een bezoekje aan de Te Gek!?-stand voor meer informatie over de campagne en het thema.

Op onze website vind je alle speeldata en locaties terug:

<https://www.tegek.be/nieuws/lortcher>

De theatertournee loopt van 1 oktober 2025 tot en met 18 december 2025.

## Organiseer zelf een tentoonstelling

Organiseer een tentoonstelling met kunstwerken (bijvoorbeeld tekeningen, schilderijen, beeldhouwwerken, foto's etc.) rond het thema geestelijke gezondheid (szorg) en ouderen.

- ✓ TIP: Maak hierbij gebruik van kunstwerken gemaakt door cliënten en ervaringsdeskundigen.
- ✓ TIP: Maak gebruik van de tool 'Photovoice': Organiseer een tentoonstelling aan de hand van foto's van cliënten waarin ze hun verhaal/boodschap vertellen.
- ✓ TIP: Ook met aardappelen kan je creatief aan de slag. Maak bijvoorbeeld aardappelstempels en gebruik ze om wenskaarten te ontwerpen, je eigen cadeaupapier te creëren of een groot stuk doek of canvas te versieren.
- ✓ TIP: In de bijlage 'Inspirerende voorbeelden' vind je een aantal interessante voorbeelden van tentoonstellingen en kunstprojecten die nu lopende zijn.

## Actieplatform

- ✓ Niet bang van een uitdaging? Dan is ons actieplatform misschien wel iets voor jouw organisatie. Via het actieplatform kan je eenvoudig een actie opzetten ten voordele van Te Gek!?. Ga samen met 65-plussers aan de slag en verkoop heerlijke (zelfgemaakte) frietjes, trek je sportschoenen aan voor een sponsortocht of bied handgemaakte producten aan (zie verder in de inspiratiegids)!
- ✓ Jouw actie biedt ouderen die worstelen met psychische problemen (en hun omgeving) steun en erkenning. Bovendien help je het taboe en de stigma's rondom psychische problemen te doorbreken en draag je bij aan een groter draagvlak in onze maatschappij.
- ✓ Ga naar [actie.tegek.be](https://actie.tegek.be) en zet vandaag nog jouw actie op ten voordele van Te Gek!?

## 5. Inspirerende voorbeelden

---

Op zoek naar voorbeelden en inspiratie van hoe verschillende steden, gemeenten en organisaties inzetten op het thema 'ouderen en geestelijke gezondheid'? Naar aanleiding van deze campagne deden we een oproep bij lokale partners om ons enkele inspirerende praktijken en activiteiten te bezorgen uit hun omgeving. Een overzicht van deze inspirerende voorbeelden vind je in bijlage (let op: deze lijst is niet exhaustief).

## 6. Partners van deze campagne

---

Deze campagne werd inhoudelijk mee mogelijk gemaakt door de volgende partners:

### Vlaamse Ouderenraad



De Vlaamse Ouderenraad is het advies- en inspraakorgaan van ouderen bij de Vlaamse regering. De vzw is een overlegplatform van diverse organisaties van en voor ouderen. De Vlaamse Ouderenraad streeft naar een sterk ouderenbeleid in Vlaanderen, over alle beleidsdomeinen heen.

Meer info op [www.vlaamse-ouderenraad.be](http://www.vlaamse-ouderenraad.be)

### Zorgnet-Icuro



Zorgnet-Icuro vzw is de koepelorganisatie van de Vlaamse algemene ziekenhuizen, initiatieven uit de geestelijke gezondheidszorg en social profit voorzieningen uit de woonzorg. Ruim 1.000 erkende zorgorganisaties zijn lid van Zorgnet-Icuro, samen stellen ze ca. 180.000 personeelsleden tewerk. Zorgnet-Icuro wil met haar zorgvoorzieningen kwaliteitsvolle, betaalbare en toegankelijke zorg bieden.

Meer info op [www.zorgneticuro.be](http://www.zorgneticuro.be)

### PKOKC



PKOKC staat voor Psychische Kwetsbaarheid bij Ouderen Kenniscentrum. Wetenschappelijke kennis wordt door hen samengebracht en verwerkt in praktisch bruikbare vormen, producten, coaching en consultancy. De missie van PKOKC is werkzame preventieve interventies op maat beschikbaar maken voor oudere volwassenen en hun (zorg-)omgeving.

Meer info op <https://pkokc.weebly.com>

## 7. Colofon

---

Initiatief en coördinatie: Deze inspiratiegids werd ontwikkeld door Te Gek!?. Te Gek!? maakt deel uit van Psyche vzw en focust op beeldvorming en sensibiliseringcampagnes.

Met steun van: Dit project kwam tot stand met de steun van de Vlaamse Overheid - Departement Zorg.

Inhoudelijke partners: Voor de ontwikkeling van deze campagne en gids werkten we nauw samen met de Vlaamse Ouderenraad, Zorgnet-Icuro en PKOKC.

Klankbordgroep en experts: We danken ook de vele experts en ervaringsdeskundigen die tijdens verschillende momenten hun inzichten, feedback en inhoudelijke expertise met ons deelden. Hun betrokkenheid heeft de campagne mee richting gegeven. Bijzondere dank aan Mathieu Vandenbulcke, Tom Vermeulen, Charlotte Brys en Leontien Jansen.

Concept en creatie: Communicatiebureau LinkInc, Zeppo, Unik-id

Partners van Te Gek!?: Cera, CM, J&J, Juttu

Contact: Voor meer informatie over deze campagne of verdere verspreiding kan je terecht op [www.onderdeschil.be](http://www.onderdeschil.be) of mail naar [info@tegek.be](mailto:info@tegek.be)

## 8. Bijlages

---

8.1. Kernboodschappen

8.2. Themadossier Leontien Jansen en Ronny Bruffaerts

8.3. Schilcarrousel: draaiboek en gespreksstarters

8.4. Campagnegerecht met instructies

8.5. Quiz

8.6. Wist-je-datjes

8.7. Inspirerende voorbeelden

# KIJK EENS ONDER DE Schil

**TE  
GEK!?**

**KOPZORGEN  
BIJ 65-PLUSSERS  
BESPREEKBAAR MAKEN**

[www.onderdeschil.be](http://www.onderdeschil.be)  
[www.tegek.be/wijdoenmee](http://www.tegek.be/wijdoenmee)