

Verslag tweede brainstormsessie Schrijffase PGO on Air - 6 augustus 2020

Terugblik eerdere bijeenkomsten

Sonja Kersten, kwartiermaker PGO on Air, opent de bijeenkomst met een terugblik op de alliantiebijeenkomst van 2 juli en de eerste brainstormsessie van 23 juli jongstleden. Tijdens de vorige brainstormsessie is met behulp van de Mural-tool veel relevante informatie opgehaald over mogelijke activiteiten en wat daarvoor nodig is. Tijdens deze tweede brainstormsessie gaan we wederom brainstormen over verschillende activiteiten binnen de PGO-alliantie. "Blij dat jullie er zijn en we het met elkaar gaan doen!"

Sonja haalt de aangescherpte ambitie nog eens aan. Tijdens de alliantiebijeenkomst van 2 juli is in kleinere groepjes gereflecteerd op de ambitie. Op basis van alle input is de ambitie verder aangescherpt: er is gekozen voor inclusiever taalgebruik. Daarnaast is er aan de ambitie een duidelijke omschrijving van een PGO toegevoegd waardoor bijvoorbeeld ook duidelijk wordt dat de Patiëntenfederatie aangeeft dat PGO's met een MedMij-label veilig en betrouwbaar zijn. Inmiddels heeft een aantal partijen de ambitie onderschreven. Maar ook een aantal nog niet. Sonja nodigt partijen van harte uit om de ambitie te onderschrijven of nog te komen met verdere aanscherpingen.

Update inschrijving PGO-alliantie en rollen

Sonja vertelt nog eens dat er drie verschillende rollen zijn die je als alliantiepartner in kunt nemen: luisteren, vertellen en uitvoeren. Op deze manier kan iedere partij een rol pakken die het beste bij zijn organisatie en achterban past. Iedere rol vraagt een verschillende tijdsinvestering. In de rol luisteren volg je met name alleen de ontwikkelingen. Dan is er de rol vertellen waarbij je ook daadwerkelijk met elkaar, met de alliantie en met je achterban, in gesprek gaat over bijvoorbeeld: 'Waar staan jullie?' 'Wat vinden jullie belangrijk rondom een PGO?' 'Dus af en toe de peilstok erin steken en terugbrengen naar de alliantie'. Tot slot is er de rol uitvoeren waarbij je echt een actieve rol inneemt en bezig bent met het creëren van producten en diensten. Denk aan: een pilot organiseren, droomsessies organiseren, communicatiemateriaal ontwikkelen of een e-learning maken als je merkt dat de achterban daar behoefte aan heeft.

Sonja vertelt dat inmiddels 11 partijen zich hebben ingeschreven op de verschillende rollen binnen de pijlers van de PGO-alliantie (d.d. 6 augustus 2020). De verwachting is dat er ook nog een groot aantal partijen bijkomen. Als je kijkt naar de inschrijvingen zie je ongeveer dezelfde verdeling qua rollen als op de MentiMeter peiling van 2 juli jongstleden. Een aantal partijen geeft aan dat zij eerst nog even willen luisteren omdat bijvoorbeeld hun achterban nog niet zover is en een aantal partijen wil meteen aan de slag in de rol van uitvoeren. Er zijn veel partijen die direct in de rol van uitvoeren aan de slag willen. "Daar zijn we natuurlijk ontzettend blij mee. Dat betekent ook echt dat er beweging en actie gaat ontstaan uit deze alliantie."

Ruimte voor vragen en opmerkingen

Er is behoefte aan verduidelijking over en aandacht voor de doelgroep kinderen en hun ouders. Op dit moment kunnen PGO's alleen gebruikt worden door personen ouder dan 16 jaar. Eigenlijk zijn er twee groepen te onderscheiden: personen jonger dan 12 en personen tussen 12 en 16 jaar. Op dit moment is nog niet beschreven hoe deze twee groepen PGO's kunnen gaan gebruiken. Er zijn allerlei gesprekken gaande over machtigen en vertegenwoordigen. Het is op dit moment nog niet geregeld, maar het heeft wel grote aandacht omdat bij verschillende vormen van zorg dit een belangrijk punt is. Een van de deelnemers vanuit MedMij geeft aan dat het waardevol is om nu al samen over dit soort onderwerpen na te denken en doet ook een oproep om mee te blijven denken. "Goed om alle

wensen in beeld hebben." Sonja vult nog aan dat het al wel mogelijk is om als naaste, mantelzorger of vertegenwoordiger met een PGO aan de slag te gaan.

Een van de deelnemers merkt op dat we het telkens hebben over wat een PGO al wel of niet kan, maar dat er eigenlijk heel veel verschillende PGO's op de markt zijn en waarschijnlijk nog meer gaan komen. "Volgens mij is het helemaal aan de markt om functionaliteiten etc in te richten." Sonja bevestigt dat de markt ervoor zal zorgen dat bepaalde functionaliteiten gaan ontstaan en tegelijkertijd is het belangrijk om een goed beeld te hebben over het vraag en aanbod, zodat er bijvoorbeeld niet allerlei PGO's ontwikkeld gaan worden die niet voldoen in de wensen en behoeften van de gebruikers. Het is niet de bedoeling dat we gaan voorschrijven wat de markt moet gaan doen.

Wijze van brainstormen

Voor de online brainstorm werd, net zoals bij de vorige brainstormsessie, gebruik gemaakt van de Mural-tool. Een online whiteboard waarop je gezamenlijk post-its kunt plakken. De opzet van deze brainstorm was gelijk aan de vorige brainstormsessie. Alleen werden de pijlers en vragen in een andere volgorde behandeld. Bij elke pijler stonden twee vragen centraal:

1. Wat heb je nodig? (probeer zo specifiek mogelijk te zijn)
2. Wat voor activiteiten kun je bedenken?

De verzamelde input gebruiken we om de alliantie verder vorm te geven en om de subsidieaanvraag te schrijven zodat deze zo goed mogelijk aansluit bij wat jullie gaan doen en daarvoor nodig hebben.

Pijler 4: PGO kennis & vaardigheden

We beginnen deze keer met de vierde pijler: kennis en vaardigheden. Sonja licht toe dat de komst van het PGO veel gaat veranderen voor de manier waarop je met je eigen gezondheid omgaat en met name ook voor de relatie met je zorgverlener. Om die verandering goed vorm te geven zijn aan de kant van zowel de PGO-gebruikers als de zorgverleners extra kennis en vaardigheden nodig. Daar gaat deze pijler over.

Deelnemers geven met name aan dat zij gebruikerservaringen of use cases en ervaringen vanuit zorgverleners (best practices) nodig hebben. Ook zijn er portefeuillehouders en ambassadeurs nodig die PGO's verder kunnen brengen in hun eigen organisatie en hun achterban. Verder is er budget nodig voor o.a. het ontwikkelen en verspreiden van scholingsmogelijkheden zoals e-learning en ervaringsleren en het organiseren van bijeenkomsten. Een van de deelnemers geeft aan dat certificering op inhoud belangrijk is wanneer je PGO's echt goed wil gebruiken in het zorgproces. Dit draagt bij aan de zekerheid dat datgene wat je ziet in een PGO inhoudelijk overeenkomt met de informatie aan de zorgverlenerskant.

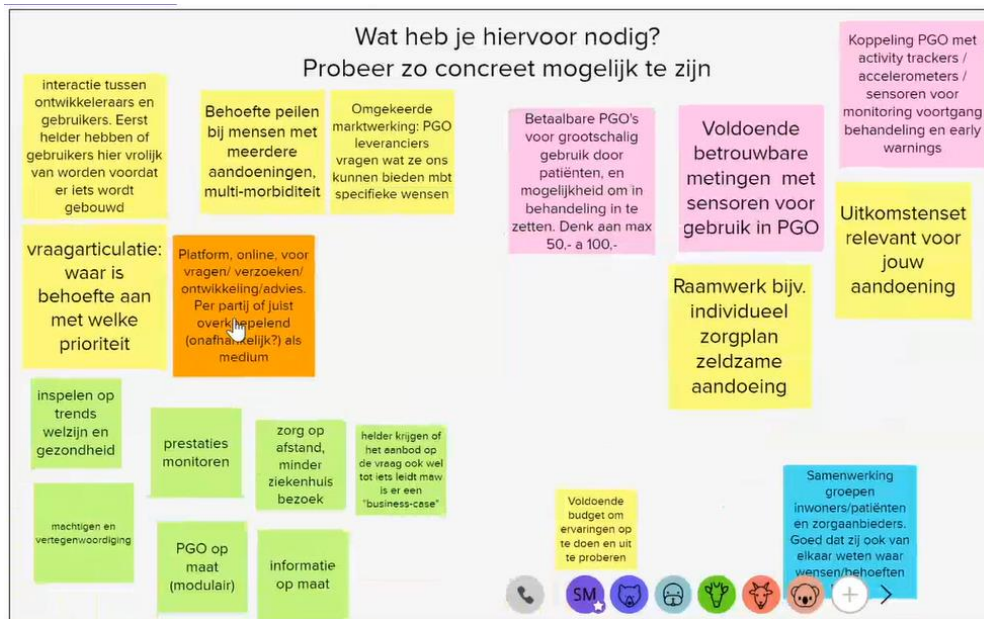
Genoemde activiteiten binnen deze pijler zijn: o.a. het ontwikkelen van scholing, een testomgeving opzetten, pilots met begeleiding organiseren, kennissessies organiseren en demonstraties geven tijdens bijeenkomsten. Maar ook het ontwikkelen van een beroepsadvies of een behandeladvies over hoe je PGO's kunt inzetten in de praktijk, waarbij ervaringen en onderzoeksresultaten ter input dienen. Het opzetten van een helpdesk voor zowel PGO-gebruikers als zorgverleners, waar ruimte is voor technische vragen maar vooral ook over hoe je een PGO kunt gebruiken. Verder worden er beloningen genoemd om mensen te stimuleren om een PGO te gebruiken en hun ervaringen te gaan delen met anderen (bijvoorbeeld: korting op zorgverzekeraar, fitbit). Er is ook voorlichting nodig over het gebruik van PGO's, over wie er verantwoordelijk is voor het opmerken en oppakken van bijvoorbeeld een afwijking in gezondheidsgegevens die je in een PGO.



Pijler 3: vraag & aanbod

Sonja licht toe dat deze pijler vooral gaat over hoe je de wensen en behoeften van gebruikers dichterbij de mogelijkheden van de ontwikkelaars kunt laten komen. Verschillende deelnemers geven aan dat er vraagarticulatie nodig is: inzicht in waar gebruikers behoefte aan hebben en waar prioriteit ligt. Je zou een online platform kunnen maken waar alle wensen en gebruikersbehoefte verzameld en gedeeld worden. Er is ook dialoog of samenwerking nodig tussen (zorg)gebruikers en zorgaanbieders zodat zij van elkaar weten waar wensen en behoeften liggen. PGO's op maat wordt verschillende keren genoemd. Verder is er een actueel overzicht van alle MedMij gecertificeerde PGO's nodig. Ook wordt budget om gebruikerservaringen op te doen genoemd.

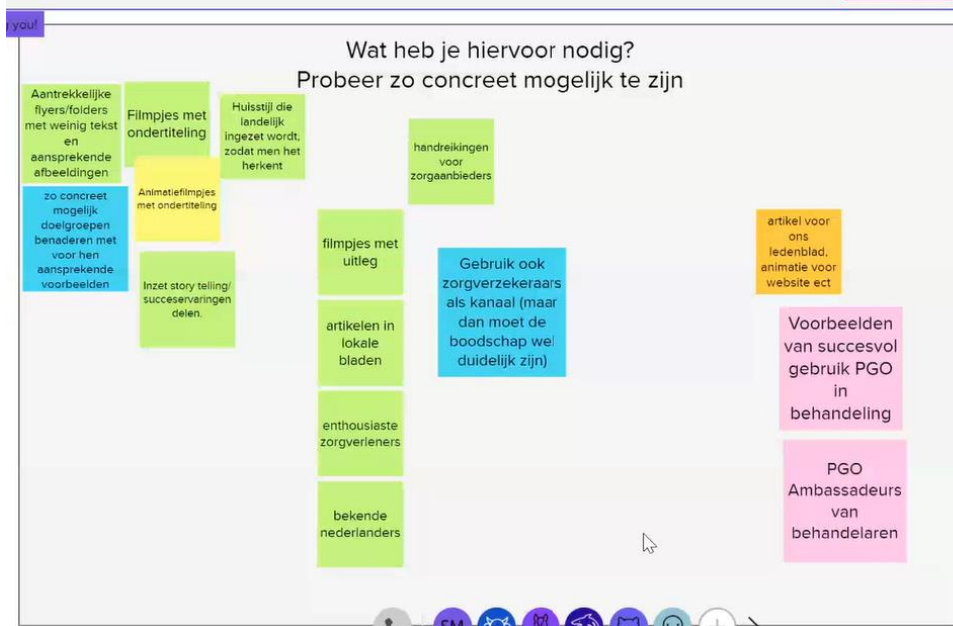
Deelnemers komen met verschillende activiteiten: o.a. verschillende manieren om wensen en behoeften op te halen, zoals bijeenkomsten, gebruikerstesten en werksessies voor ontwikkelaars en gebruikers. Naast kwalitatieve methoden om gebruikerservaring op te halen wordt ook een enquête onder zorgverleners en patiënten en een doelgroepenonderzoek genoemd. Een andere activiteit is een online plek creëren waar vraag en aanbod bij elkaar komen. Een van de deelnemers merkt op dat je zorgprocessen kunt gaan aanpassen op het gebruik van PGO's. Een andere deelnemer geeft aan dat het belangrijk is om bij elke nieuwe functionaliteit steeds te kijken is dit een generieke functionaliteit is die voor alle PGO's moet gelden. Dit zou dan terug kunnen komen op de ontwikkelagenda van MedMij.



Pijler 1: PGO doelgroepgerichte communicatie

Deelnemers geven aan dat er een variëteit aan communicatiematerialen nodig is: o.a. aantrekkelijke flyers en folders, (animatie)filmpjes met ondertiteling, artikelen in lokale bladen en ledenbladen. Ook is het volgens hen belangrijk om succesverhalen te delen, gebruik te maken van storytelling en bekende Nederlanders of influencers in te zetten. Ook hierbij is het belangrijk om goed naar de doelgroep te kijken: de ene bekende Nederlander bereikt een andere doelgroep dan de andere bekende Nederlander. Er is ook behoefte aan een huisstijl die op landelijk niveau ingezet kan worden, zodat er herkenbaarheid ontstaat (hier wordt vanuit de Patiëntenfederatie al aan gewerkt). Iedere organisatie kan zijn eigen huisstijl aanhouden, maar wel met herkenbaar PGO-alliantie logo/beeld erbij. Een van de deelnemers merkt op dat het goed is om aandacht te hebben voor juridische of ethische vragen die leven onder gebruikers en hierop in te spelen in je communicatie. Enthousiaste zorgverleners en PGO ambassadeurs kunnen binnen deze pijler ook een belangrijke rol spelen. Een van de deelnemers geeft nog aan dat timing erg belangrijk is wanneer je een boodschap gaat communiceren, rekening houdend met wat een PGO al wel kan en wat nog niet.

Er worden verschillende activiteiten genoemd. Bijvoorbeeld: activiteiten in de wijk organiseren om alle mensen kennis te laten maken met PGO. Het is belangrijk om communicatiematerialen of bijeenkomsten steeds toe te spitsen op de specifieke doelgroep. Dus geen één verhaal vertellen, maar je verhaal echt toespitsen op de verschillende gebruikersgroepen. Hierbij ook steeds duidelijk communiceren 'What's in it for me?' Tot slot is het goed om na te denken over met welke communities die je mensen makkelijk kunt bereiken.



Afsluiting

Sonja bedankt alle deelnemers voor hun inbreng en interactie die een rijk palet aan informatie hebben opgeleverd. In de periode tot 15 september schrijft het team van PGO on Air, met de Patiëntenfederatie als penvoerder, samen met de alliantiepartners, de subsidieaanvraag. We gebruiken hierbij de input van de brainstormsessies. De laatste brainstormsessie staat gepland op donderdag 20 augustus (15.30-17.00 uur).

Op maandag 31 augustus (15.00-17.00 uur) wordt weer een alliantiebijeenkomst georganiseerd waarop we de subsidieaanvraag zullen delen met en toetsen bij de (toekomstige) alliantiepartners.

