

## Tips voor communicatie Nationale Hartfalenweek

Tijdens de Nationale Hartfalenweek vragen we aandacht voor hartfalen, onder andere door regionale activiteiten die in heel Nederland worden georganiseerd. Het Deltaplan Hartfalen wil iedereen bedanken die zich inzet om deze week zichtbaar en impactvol te maken. Dankzij jullie betrokkenheid vergroten we de bewustwording rondom hartfalen, delen we kennis en verbeteren we samen de zorg voor patiënten en hun naasten.

Om de communicatie zo sterk mogelijk te maken, delen we hieronder enkele richtlijnen, tips en instructies. Zo versterken we elkaar én zorgen we voor een gezamenlijke landelijke uitstraling.

### Algemene communicatie-richtlijnen

- Gebruik bij alle online uitingen (Facebook, Instagram, LinkedIn en lokale websites) altijd de hashtag: **#HerkenHartfalen**
- Tag in berichten de @DutchCardioVascularAlliance, @Hartstichting en @NetherlandsHeartInstitute, zodat wij jullie bericht kunnen vinden, liken of delen en extra zichtbaarheid kunnen geven.
- Houd de toon positief, toegankelijk en gericht op bewustwording: informeren → activeren → betrekken.
- Berichten kunnen bestaan over informatie over wat hartfalen is (zoals tekst en filmpjes), feiten en cijfers (zie factsheet en flyer), ervaringsverhalen, steun voor de Nationale Hartfalenweek, nieuws over onderzoek en informatie over regionale activiteiten.

#### Voorbeeld

Zo'n half miljoen mensen in Nederland hebben hartfalen, waarvan de helft het nog niet weet. Bij hartfalen pompt het hart minder goed bloed rond. Hierdoor krijgen spieren en organen te weinig zuurstof en voedingsstoffen. Hartfalen is een ernstige ziekte en heeft een grote impact op het dagelijks leven van de patiënten en naasten. Daarom vragen we tijdens de Nationale Hartfalenweek, georganiseerd door het Deltaplan Hartfalen, aandacht voor hartfalen.

- Wij (organisatie) organiseren (activiteit) op (datum/tijd). Voor meer informatie: (link).
- Daarom brengen we (onderzoek) onder de aandacht
- Daarom steunen we de oproep van het Deltaplan Hartfalen om..

#HerkenHartfalen @DutchCardioVascularAlliance @Hartstichting  
@NetherlandsHeartInstitute

### Communicatie vóór een activiteit

Om deelnemers te werven en/of zichtbaarheid te creëren kan vooraf een aankondiging geplaatst worden. Denk aan:

- Wat gaat er gebeuren? (programma, activiteiten, locatie, doelgroep)
- Waarom is dit belangrijk? (bewustwording en impact)
- Praktische details: datum, tijd, aanmelden, link of contactpersoon
- Voeg altijd een beeld toe:
  - o foto van de locatie, het programma, het team of partnerorganisatie
  - o korte video of teaser

### Communicatie na een activiteit

Na afloop kan een korte terugblik gedaan worden om het succes te delen:

- Wat is er gedaan?
- Hoeveel deelnemers waren er ongeveer en/of welke doelgroep?
- Wat leverde het op?
- Een sfeerfoto van de activiteit of groepsfoto is altijd waardevol.

### Gebruik van pers en media

In de toolkit is een voorbeeld van een regionaal persbericht beschikbaar. Dit kan bijvoorbeeld gebruikt worden voor regionale kranten of lokale nieuwswebsites.

Als er een artikel wordt geplaatst, stuur dan een link, foto of scan naar [deltaplanhartfalen@dcvalliance.nl](mailto:deltaplanhartfalen@dcvalliance.nl). Zo houden we overzicht van alle landelijke zichtbaarheid en delen we successen met elkaar.

Als er vragen zijn, kunt u contact met ons opnemen via [deltaplanhartfalen@dcvalliance.nl](mailto:deltaplanhartfalen@dcvalliance.nl)