

---

# SOCIALE MEDIA IN DE OUDERENZORG

## 3 WOONZORGCENTRA AAN HET WOORD



**KEN WAGNER**

ALGEMEEN DIRECTEUR  
SINT-VINCENTIUS



**KOEN VAN ROY**

DAGELIJKS BESTUURDER  
CAMPUS DOMMELHOF



**KURT RYHEUL**

ALGEMEEN DIRECTEUR  
KLAVERVELD

52% van de Vlaamse woonzorgcentra heeft (nog) geen Facebookpagina. De provincie West-Vlaanderen is in aantal het meest aanwezig; in de provincies Oost-Vlaanderen en Vlaams-Brabant is men het minst actief op Facebook. En de openbare woonzorgcentra dienen nog het meeste in te halen.

Er zijn steeds meer redenen om in te zetten op sociale media. Op dit moment zijn er 15 woonzorgcentra in Vlaanderen met meer dan 1000 volgers op Facebook. Aan drie directieleden van deze WZC werd gevraagd **waarom ze met hun WZC inzetten op sociale media, hoe ze dit doen, en wat hun advies is naar collega-woonzorgcentra**. Lees hieronder een korte samenvatting van hun verhaal. Zij zijn alvast overtuigd van de meerwaarde...

07/10/2019

---



**Ken Wagner**  
Algemeen directeur  
Sint-Vincentius Avelgem

## WAAROM?

Het is begonnen bij het ontwikkelen van ons nieuw logo. Het communicatiebureau zei toen: "Waarom komen jullie niet wat meer naar buiten? **Hier gebeuren zo'n goede dingen. Je mag dat ook tonen.**" En inderdaad, wij konden de 'verpakking' (logo e.d.) wel tonen, maar niet de inhoud. Toen zijn we gestart met onze Facebookpagina.

Vele WZC hebben een zekere schroom, en sommigen vinden het 'show'. We moeten nog leren te durven tonen waar we goed in zijn.



## HOE?

Elke dinsdag komt de communicatie-werkgroep samen: iemand van administratie, sociale dienst, hoofd paramedische diensten en iemand ad hoc. Daar wordt o.m. besproken wat op Facebook komt. Twee van hen beheren de Facebookpagina. Je moet daar immers wat in thuis zijn.

Ikzelf heb ook een Facebook-account aangemaakt (tot groot vermaak van mijn kinderen...). Het spreekt voor zich dat ik dit ook mee opvolg. Het is **belangrijk dat onze visie ook op sociale media naar buiten komt en dat de taal op Facebook de taal is die we ook in huis gebruiken.** Gelukkig moet ik zelden bijsturen. De visie is in huis goed gekend.

## ADVIES?

**Ga te rade bij mensen die er verstand van hebben.** Het is niet 'zomaar wat' posten. Alles wat je post moet een visualisatie zijn van de waarden en de visie en van wat je tracht te bekomen in huis. Maar Facebook mag niet dienen om enkel de mooie dingen te tonen en de slechte dingen te verdoezelen. **'What you see, is what you get.'** En dat creëert op termijn ook vertrouwen.



**Koen Van Roy**  
Dagelijks bestuurder  
Campus Dommelhof

## WAAROM?

Woonzorgcentra moeten veel doen met weinig personele middelen. Dus ik snap dat velen denken: *moet dit er ook nog bij?* Toch kan ik het alleen maar aanraden. **Er is enorm veel toegevoegde waarde.** Ik denk bv. aan onze bouwwerken. Wij hebben de omgeving van bij de start via Facebook betrokken bij de bouw. Door ons verhaal online te zetten, leefde de regio mee. Dit heeft er ongetwijfeld mee voor gezorgd dat de nieuwbouw op korte tijd helemaal volzet was. En dit was niet evident, gezien de directe concurrentie van grote spelers.



## HOE?

Vroeger deed ik alles op Facebook zelf. Sinds enkele jaren heeft de hoofdanimatrice deze taak overgenomen. Ik volg elke dag nog even mee op en post zelf soms ook nog wel iets. Ja, dat vraagt tijd, maar het levert ook veel op!

## ADVIES?

Bekijk Social Media niet als marketing, maar als een **communicatiekanaal waarmee je een relatie opbouwt met je 'klant'** (vb. toekomstige bewoners, familie, medewerkers, burens,...). Je reikt de hand en in return krijg je het vertrouwen, maar wel op voorwaarde dat je een **authentiek verhaal** brengt natuurlijk. **Think global, act local**, geldt eigenlijk ook hier. Denk gerust zoals een multinational, en pas dit toe op de lokale omgeving van uw woonzorgcentrum.



**Kurt Ryheul**  
Algemeen directeur  
Klaverveld  
ism **Jelle Demilde**

## WAAROM?

We bereiken via Facebook een groot publiek. Misschien lijkt een baknamiddag met vrijwilligers niet spectaculair, maar indien je het post, bestaat de kans dat je nieuwe vrijwilligers bereikt. Sociale media zijn een middel om de positieve sfeer van het WZC naar buiten te brengen. Op die manier **dragen** wij ook ons **klein steentje bij aan een meer positieve beeldvorming rond ouderen(zorg)**. De **betrokkenheid van de medewerkers groeit** doordat ze aangesproken worden door buurtbewoners en kennissen die iets zagen voorbijkomen op Facebook. Er zijn intussen ook steeds meer bewoners actief op Facebook. Ook zij volgen het reilen en zeilen via deze weg.



## HOE?

Zelf ben ik niet actief op Facebook, maar ik vertrouw volledig op Jelle (maatschappelijk assistent), die de sociale mediakanalen beheert. We hebben 2 Facebookpagina's. Een gewone openbare pagina, en daarnaast een besloten pagina. De besloten pagina is er voor familie, bewoners, vrijwilligers en medewerkers. We plaatsen daar het menu, berichten over nieuwe bewoners of overlijdens, en mededelingen.

## ADVIES?

Het is volgens Jelle belangrijk om met **regelmaat** (minstens een paar keer per week) een bericht de wereld in te sturen. Dan gaat uw pagina 'leven'. Het hoeven niet steeds foto's van grootse evenementen te zijn, **ook de kleine momenten mogen getoond worden**.

---

Graag dieper ingaan op dit thema?

Welkom op de [Lunch&Learn | Sociale media in de \(ouderen\)zorg: waar wachten we op?](#)



[www.miekevandorpe.be](http://www.miekevandorpe.be)



**mieke vandorpe**  
EXCELLEREN IN OUDERENZORG

---