

ZORGVERNIEUWERS: DE KRACHT VAN KLEDING

INTERVIEW MET LENNART EN LISANNE

ZORG INNOVATIE: DE KRACHT VAN KLEDING

EEN OP MAAT GEMAAKT PROGRAMMA WAARIN BEWUSTWORDING
OVER DE ROL VAN KLEDING CENTRAAL STAAT.

Iedereen doet het elke dag: aankleden. Kleding zit letterlijk en figuurlijk dicht op je huid. Toch hebben we het in de zorg niet vaak over kleding én de rol ervan. Dat is waar Mayke, initiatiefnemer van De Kracht van Kleding, en zus van Sander die een verstandelijke beperking heeft, verandering in brengt. Haar visie:

ZE WIL DAT IEDEREEN ZICHZELF KAN ZIJN.

Ontstaan De Kracht van kleding
Tijdens het hopen van kleding ontstonden door kleine aanpassingen mooie verschillen. Zo rocht ze een jurk voor een dame in een rolstoel. De dame wilde in deze jurk dansen. Begeleiders gebruiken dit nu als motivatie om met haar te oefenen met lopen. Mayke wilde mensen inspireren anders naar de rol van kleding te kijken. Zo ontstond De Kracht van kleding.

De Kracht van kleding helpt mensen bewust te worden welke kleding zij graag dragen en waarom. Door te weten wat kleding voor jou betekent en waar je je lekker in voelt en dit te mogen vertellen, krijgen deelnemers meer zelfvertrouwen.

Meer dan alleen kleding
De Kracht van kleding schept ruimte om te ontdekken wat deelnemers belangrijk vinden rondom kleding thema's (zoals winkelen, gewoontes, kleedgedrag), door het maken van een moodboard en door de dialoog aan te gaan aan de hand van hietshaarten.

Tijdens dit proces ervaren ze dat ze kunnen zijn wie ze willen zijn. Als afsluiting volgt als sleutelmoment een podium, zoals een modeshow. De Kracht van kleding gaat over veel meer dan alleen kleding. Een begeleider zegt:
"Het gesprek dat je voert is net als een ui die je pelt. Je komt steeds een laagje dichterbij. Door het gesprek over iets wat ons allemaal verbindt, praat je op een gegeven moment ook over belangrijke dingen die daar ver vanaf staan, maar die misschien wel moeilijk zijn om te vertellen".

1. Het gesprek over kleding creëert bewustwording. "Het was bijzonder om een moodboard te maken, want je denkt meer na over alles. Drukte printjes vind ik niet fijn. Je denkt na over wat lekker zit, zoals een trui met capuchon, waar je lekker in weg kunt kruipen."

2. De modeshow is een bijzonder moment: er ontstaat verbinding, zelfvertrouwen, plezier. "Met de Kracht van kleding had ik, vooral bij de modeshow, echt het gevoel dat ik kon zijn wie ik wil zijn. En daarom straalde ik."

3. Deelnemers inspireren naasten om anders tegen de rol van kleding te kijken. "Doordat mijn dochter meedeed, ben ik zelf ook vrijer geworden in keuzes die ik maak. Ik ben me bewust geworden dat ik ook mag zijn wie ik ben en mag aantrekken wat ik wil."

2. DIT WERKT

3. AANBEVELINGEN VAN ONDERZOEKERS

Behendigheid. Creëer meer behendigheid over 'de kracht van kleding', door mensen te laten ervaren wat de impact van het gesprek over kleding is.

Klein beginnen. Hoe kun je kleine beginpuntjes creëren voor zorgpersoneel om het gesprek over kleding te voeren ondanks tijdgebrek?

Communicatie en validatie. Onderbouw en beschrijf de aanpak en het effect van 'de kracht van kleding' kort en bondig.

**INDRUK VAN
ERVARINGSDESKUNDIGE**

“Aan het begin sprak kleding mij niet aan, maar **na alle verhalen begrijp ik het pas echt**. Uit de verhalen en door het te ervaren bleek hoe de Kracht van kleding mensen positief heeft veranderd. Mooi om te zien dat de innovator er zoveel passie voor heeft. Het viel op dat **de deelnemers door de Kracht van kleding veel zelfvertrouwen hebben gekregen**.”



#ZORGINNOVATIES

Vanuit projectteam 5.1 - dit is het onderzoeksteam wat de Zorgvernieuwers een tijdje op de voet volgt - is er weer een nieuwe Feitenflits ontworpen. Dit keer in de spotlight: De Kracht van kleding.

Wat is het eerste woord wat je te binnen als je terugdenkt aan het onderzoek en de samenwerking met De Kracht van kleding?

Lennart: Ontroerend.

Lisanne: Openhartig en kwetsbaar. Sorry, twee woorden...

Waarom specifiek dit woord?

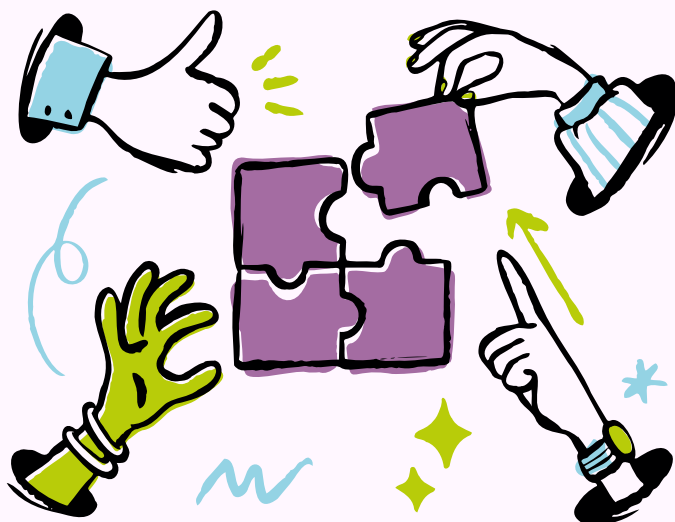
Le: Ik had tijd nodig om te begrijpen wat de impact is van het gesprek over kleding. Eerst was ik wat sceptisch, eerlijk gezegd. >>

>> Toen we het gesprek voerden met deelnemers - *terwijl zij op de rode loper stonden en vertelden over wat De Kracht van kleding met hen had gedaan* - kwamen hun verhalen enorm bij me binnen. Ik hoorde èn ik voelde hoeveel deze innovatie voor hen had betekend.

Li: Ik vond het zo bijzonder dat de deelnemers ons mee wilden nemen in hun ervaring, hun persoonlijke verhaal en wat De Kracht van kleding voor hen betekend heeft. Daarin hebben ze zich heel open en kwetsbaar opgesteld. Zoals Lennart ook al zei, dat heeft me echt ontroerd.

Hoe vond je het om de factsheet te ontwerpen en te presenteren?

Le: Een zoektocht. Het is verdraaid



lastig om met weinig tekst de kern te verwoorden. De kern zit bij De Kracht van kleding volgens mij in ervaring. Met woorden sla je die al snel plat. Net zoals je een overweldigende reiservaring ook maar moeilijk in woorden of beelden kunt uitdrukken. Je moet erbij geweest zijn om het te snappen.

Die zoektocht ervaarde ik tijdens het ontwerpen van de factsheet. Het was mooi om samen te zoeken naar goede woorden.

IK HOORDE ÈN IK
VOELDE HOEVEEL DEZE
INNOVATIE VOOR HEN
HAD BETEKEND.

Li: Het is Inderdaad heel erg zoeken. De Kracht van kleding is bijna niet in woorden uit te drukken of in een factsheet samen te vatten. Maar het proces van zoeken, bracht ons weer dichterbij de kern van De Kracht van kleding.

Wat wil je een volgende keer anders doen of juist opnieuw doen?

Li: Opnieuw doen: het samen zoeken naar de juiste woorden voor de factsheet heeft tijd gekost, maar was ook waardevol om dichterbij de kern te komen. Goed om hier ook bij andere innovaties de tijd voor te nemen.

Wat heeft de community aan de factsheet, wat kunnen ze ervan leren?

Li: Ik denk dat het anderen in de eerste plaats kennis laat maken met De Kracht van kleding, maar dat het ook kan inspireren en kan aansporen om dingen anders te doen, nieuwe dingen uit te proberen en te blijven zoeken naar waardevolle innovaties.

Wat is volgens jou inspirerend of de gouden tip voor andere zorgvernieuwers?

Li: Als je je innovatie met anderen deelt, deel dan niet alleen het doel of de opzet van je innovatie, maar deel ook vooral de verhalen en ervaringen van deelnemers.



[Klik hier om de Feitenflits van DKVK te bekijken!](#)