

<p>SCHRIFTELIJK ANTWOORD OP MONDELINGE VRAAG 2</p>

Gemeenteraad 25 oktober 2021

Indiener: M. Hendrickx

Vraag: 't Monument

Coördinator: Directie Samen Leven (Sociaal Beleid)

Antwoord college

Personen met dementie grijpen vaak terug naar traditie van vroeger. In ons vakjargon 'retrogenese' genoemd of soms vrij vertaald als 'het herbeleven van het verleden'. Daar hoort ook hun taalgebruik bij.

Dialect wekt vertrouwen en is herkenbaar, zeker onder de oudere generatie. Dit wordt ook bevestigd door Marcom. Het geeft een thuisgevoel en roept positieve associaties op. Allemaal zaken die erg belangrijk zijn voor het inloophuis dementie 't moNument. Mantelzorgers en personen met dementie voelen er zich welkom en thuis.

Dit wilden we ook uitstralen op de affiches. De taal die we hanteren in onze campagne speelt daardoor bewust een grote rol. Door onszelf in de schoenen van de doelgroep te plaatsen, nemen we op die manier een rol op van acceptatie en integratie, die bijdraagt tot meer inclusie.

De bedoeling van de campagne is om dementie zichtbaar en bespreekbaar te maken. En net dit gevoelige onderwerp uit de taboesfeer te trekken. We willen onze mantelzorgers en personen met dementie het signaal geven dat ze deel uitmaken van onze stad. Belangrijk is dat we vertrekken vanuit wat ze nog wel kunnen en niet vanuit wat ze niet meer kunnen en taal is daar een onderdeel van.

Budget

Uitwerking campagne: intern Sociaal Beleid – 't moNument
lay-out: intern Marcom

Drukwerk:

- Broodzakkencampagne: 2.618 euro (incl.btw)
- Affichecampagne: 313,23 euro (incl. btw)

- Bladwijzers: 136,97 euro (incl. btw)

Radiospot:

- 30 dagen / 8x per dag = 816,75 euro
- productie spot gratis

Verdere communicatie via eigen digitale stadskanalen: gratis.

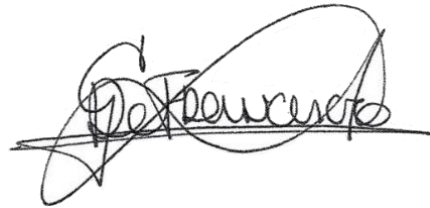
TOT = 3 884,95 euro (incl. btw)

Mechelen, 27 oktober 2021

Opdracht burgemeester wd.
van 21.10.2019, in toepassing
van artikel 280 decreet lokaal bestuur



E. Laga
Algemeen directeur



G. De Francesco
Schepen