



# Beleidsplan 2006-2011 van de VBN

## Inleiding

In dit beleidsplan wordt het beleid van de Vereniging Borstvoeding Natuurlijk (VBN) voor de jaren 2006-2011 uiteengezet. De afgelopen jaren heeft de vereniging als vakkundige vrijwilligersorganisatie een respectabele positie opgebouwd, zowel bij de primaire doelgroep ((aanstaande) ouders) als bij zorginstellingen en overheden. Zij wil deze positie de komende jaren verder uitbouwen en streeft naar handhaving en versterking van de kwaliteit en diversiteit van actieve leden en naar deskundigheid op een kwalitatief hoog niveau wat betreft kennis over borstvoeding.

Om de schaars beschikbare tijd van medewerkers en middelen van de vereniging op een effectieve wijze in te zetten, zijn keuzes belangrijk; de aandachtsgebieden en speerpunten voor 2006-2011 geven de belangrijke onderwerpen aan waaraan gewerkt dient te worden.

## Uitdaging

In 1978 is de VBN opgericht als vrijwilligersorganisatie. Zij geeft wetenschappelijk gefundeerde, consistente informatie over borstvoeding aan (aanstaande) ouders en andere belangstellenden. De kracht van de vereniging ligt in de ervaringsdeskundigheid van de bijna 200 contactpersonen. Zij worden intern opgeleid en bijgeschoold om op respectvolle wijze moeders te kunnen ondersteunen met praktische informatie over het geven van borstvoeding. De verantwoordelijkheid voor de wijze van voeden ligt te allen tijde bij de ouders.

Zoals in de statuten staat, heeft de vereniging als doel 'het vermaatschappijken van de borstvoeding'. Hiermee wordt bedoeld dat de VBN wil bereiken dat in alle geledingen van de Nederlandse maatschappij borstvoeding vanzelfsprekend is. Voor de meeste leden van de vereniging is borstvoeding al de gewoonste zaak van de wereld. De VBN zou dit graag voor heel Nederland zo zien.

De VBN wil haar doelstelling bereiken door het geven van informatie over borstvoeding en steun met betrekking tot borstvoeding aan (aanstaande) ouders en andere belangstellenden. Zorgverleners nemen bij de begeleiding van borstvoeding een belangrijke plaats in. Bekendheid met de VBN bij deze groep is daarom belangrijk. Daarnaast probeert de VBN een bijdrage te leveren aan het bewust maken van de maatschappij van het belang van borstvoeding. Het ondersteunen van de belangen van borstvoedende moeders is daarbij noodzakelijk, evenals het verzamelen en verspreiden van resultaten van wetenschappelijk onderzoek.

Hoewel het geen doel op zich is, verwacht de VBN dat het percentage moeders dat langdurig borstvoeding geeft, bij een adequate begeleiding zal stijgen. Wanneer vrouwen goede informatie en steun krijgen op cruciale momenten, zal langer blijven voeden een vrije keuze kunnen zijn.

Voor het aanreiken van goede informatie en steun heeft de VBN de volgende middelen tot haar beschikking:

- brochures;
- telefonische informatiedienst;
- informatiebijeenkomsten;
- website;
- borstvoedingsforum;
- verenigingsblad BN;
- algemene bibliotheek;
- wetenschappelijke bibliotheek;
- aanwezigheid op kraammarkten en beurzen.



### **Kernwaarden**

De manier waarop de VBN aan haar doelstelling werkt, kenmerkt zich door de volgende kernwaarden:

- ervaringsdeskundigheid;
- wetenschappelijk gefundeerde, consistente informatie;
- respect;
- onafhankelijkheid;
- bereidheid steun te bieden;
- vrijwilligheid;
- contact van moeder tot moeder;
- visie op borstvoeding als waardevol proces én product;
- diversiteit en verschil als kracht.

### **Externe, maatschappelijke ontwikkelingen**

Diverse externe, maatschappelijke ontwikkelingen zijn van invloed op de interne ontwikkelingen van de VBN.

Hieronder wordt eerst een beeld geschetst van de positie en samenwerkingsverbanden van de vereniging en de raakvlakken met andere organisaties. Daarna komen de interne ontwikkelingen aan bod.

#### **Externe relaties**

De VBN neemt op landelijk niveau deel aan diverse overlegorganen en onderhoudt diverse externe relaties op het gebied van borstvoeding. De belangrijkste zijn:

#### Samenwerkende Borstvoedingorganisaties (SBO)

De VBN is onderdeel van de Samenwerkende Borstvoedingorganisaties (SBO). De SBO vormt een overleg tussen de organisaties die in Nederland actief zijn op het gebied van borstvoeding. In 2005 heeft de VBN voor het eerst samen met de andere SBO-deelnemers het tweejaarlijkse congres voor zorgverleners georganiseerd.

#### Samenwerking met het Voedingscentrum

De VBN neemt deel aan het projectoverleg tussen de SBO en het Voedingscentrum. Eind 1999 heeft minister Borst het Voedingscentrum gevraagd het geven van borstvoeding in Nederland nadrukkelijker te stimuleren. Onderdeel van de opdracht is samenwerking met borstvoedingorganisaties en zorgverleners.

#### Platform Borstvoeding

De VBN is vertegenwoordigd in het 'Platform borstvoeding', dat in het kader van het 'Masterplan Borstvoeding' eind 1999 van de grond is gekomen. Aan het Platform Borstvoeding nemen organisaties deel die zich onder andere bezighouden met ouder- en kindzorg, met name borstvoeding.

#### **Rol van de VBN bij (gecertificeerde) instellingen**

Steeds meer (gecertificeerde) instellingen zijn zich bewust van het belang van borstvoeding en het geven van voorlichting aan zwangere vrouwen over de voordelen en de praktijk van borstvoeding geven. Vaak geven zij zelf prenatale voorlichting waarin borstvoeding een steeds prominere plek krijgt. Het geven van voorlichtingsbijeenkomsten voor zwangere vrouwen is tevens een kernactiviteit van de VBN en de vereniging dient ervoor te waken in dezen in een 'concurrentieslag' verzeild te raken. Beter is het in te spelen op deze ontwikkeling en te investeren in een goede samenwerking en doorverwijzing, zowel op landelijk als regionaal niveau. Voor contactpersonen betekent dit dat er behoefte is aan duidelijkheid omtrent ieders rol en aan goed aangesloten blijven bij de zorginstellingen om de doorverwijzing te effectueren. Als gevolg van de groeiende rol van zorginstellingen in de voorlichting, ligt het voor de hand dat de vereniging meer nadruk legt op het organiseren van bijeenkomsten voor voedende moeders, aangezien contactpersonen werken vanuit ervaringsdeskundigheid.



Het Baby Friendly Hospital Initiative (BFHI) van UNICEF is in Nederland in handen van de stichting Zorg voor Borstvoeding. Zij zorgt voor de certificering van zorginstellingen. Er komen steeds meer gecertificeerde instellingen bij. Uit peilingen in 2002 en 2003 blijkt dat bij gecertificeerde instellingen meer moeders een succesvolle start met borstvoeding maken. Bij certificering komt specifiek het verwijzen naar de vrijwillige borstvoedingorganisaties aan de orde. Vuistregel 10 voor het wetslagen van borstvoeding luidt: "Alle instellingen voor moeder- en kindzorg dienen er zorg voor te dragen dat er borstvoedingsbegeleidingsgroepen gevormd kunnen worden en dat vrouwen bij het beëindigen van de zorg naar deze groepen verwezen worden." Deze doorverwijzing kan nog sterk worden verbeterd, onder andere door de bekendheid met en het vertrouwen in de VBN bij zorgverleners te vergroten.

### **Europese richtlijnen voor borstvoedingsbeleid**

De afgelopen jaren is in Europees verband gewerkt aan een actieplan voor borstvoeding. Dit actieplan, voluit getiteld 'Bescherming, bevordering en ondersteuning van borstvoeding in Europa: een Blauwdruk voor actie' (kortweg de Blauwdruk), is bedoeld als richtlijn voor borstvoedingsbeleid in Europese landen en is op 18 juni 2004 in Dublin gepresenteerd op de EU-conferentie over de bevordering van borstvoeding in Europa.

Het doel van de Blauwdruk is het stimuleren en informeren van iedereen die zich inzet voor de bevordering van borstvoeding. Het document legt een duidelijke relatie met andere belangrijke internationale standpunten en documenten, zoals de Rechten van het Kind, de 'Global Strategy on Infant and Young Child Feeding', de internationale Code en het Baby Friendly Hospital Initiative van de WHO/Unicef. Het bevat specifieke acties en combinaties van acties, waarvan bewezen is dat ze helpen. Het blijkt namelijk dat borstvoeding alleen goed beschermd, bevordert en ondersteund kan worden met gezamenlijke en gecoördineerde acties. De Blauwdruk beschrijft op een aantal gebieden welke acties er mogelijk zijn. Voor de VBN zijn voornamelijk 'informatie, educatie en communicatie' en 'bescherming, bevordering en ondersteuning' als thema van belang. De VBN beschouwt de Blauwdruk als een basisdocument dat kan worden gebruikt voor overleg met diverse partijen (SBO, Voedingscentrum) en voor het opstellen van beleid.

Onder andere door de Blauwdruk, maar ook door het toenemende aanbod van andere aanbieders van prenatale voorlichting zal de VBN moeten nagaan welke vormen van voorlichting over en ondersteuning bij borstvoeding het beste passen bij haar kernwaarden. Het bevorderen van een specialisatie meer richting de postnatale uitwisseling van ervaringen en informatievoorziening is gezien deze ontwikkelingen gewenst.

### **Internet als communicatiemiddel**

Sinds een aantal jaren is er in samenwerking met de andere SBO-leden op internet een actief borstvoedingsforum, waar moeders met vragen over borstvoeding terecht kunnen. Het is één van de weinige Nederlandstalige platforms waar moeders (door deskundige, onafhankelijke personen en medemoeders) informatie kunnen inwinnen en steun kunnen vinden bij het geven van borstvoeding. Een aantal contactpersonen van de VBN is zeer regelmatig te vinden op het forum en beantwoordt vragen van moeders.

Dit forum heeft zich ruimschoots bewezen. Ook de interne communicatie draait al voor een groot deel op e-mail, intranet en mailinglists. In de internetcommunicatie zoals die plaatsvindt via de website van de VBN, via het borstvoedingsforum en via diverse externe mailinglists laat de VBN haar kwaliteit zien. Om de werkdruk aanvaardbaar te houden, is het wenselijk dat het aantal mensen dat vragen beantwoordt, omhoog gaat. Tevens is het wellicht mogelijk op andere manieren meer moeders te informeren en ondersteunen via internet. Zo beantwoorden steeds meer contactpersonen ook via hun eigen e-mailadres vragen van moeders.

Wil de VBN het succes van het borstvoedingsforum en de website verder uitbouwen en ook structureel informatievragen via internet gaan beantwoorden, dan vraagt dit een gedegen aanpak. De deskundigheid, continuïteit, bereikbaarheid en actualiteit van de vraagbaak dienen gegarandeerd te worden en technisch realiseerbaar te zijn. Hiertoe zullen de komende periode de mogelijkheden verder verkend en tot uitvoering gebracht worden.



### **Lactatiekundigen**

Het traject dat ingezet is in 2000 om het beleid rond de positie van de lactatiekundigen binnen de VBN te bepalen is in 2004 afgerond. Het streven is om een volwaardige rol te creëren voor deze groep, die recht doet aan hun opleiding en kennis in de context van vrijwilligerswerk. Daarbij heeft de VBN geconstateerd dat het moeilijk is het vak van lactatiekundige te combineren met de rol van contactpersoon binnen de VBN.

Medio 2005 zijn er 14 gediplomeerde lactatiekundigen binnen de VBN en een verdere uitbreiding van het aantal VBN-lactatiekundigen is op handen. Ze zijn in verschillende functies actief, onder andere in de brochurecommissie, als workshopleiders op de scholingsdagen, als inhoudelijke achterwacht voor vragen van contactpersonen, zowel regionaal als landelijk, en als inhoudelijke ondersteuning voor VBN-publicaties.

De VBN hoopt op deze manier dankbaar gebruik te kunnen blijven maken van de kennis en ervaring van de lactatiekundigen binnen de organisatie.

### **Interne ontwikkelingen**

De bovenbeschreven ontwikkelingen en organisaties laten hun invloed gelden op de vereniging zoals zij nu is.

Voorop staat dat er diverse belangrijke kerntaken voor de vereniging zijn die continue aandacht vragen om de hoofdactiviteit, het geven van informatie en steun aan (aanstaande) ouders en andere belangstellenden, goed te kunnen uitvoeren. De diverse clusters in de vereniging besteden hieraan aandacht. De komende jaren besteedt de vereniging specifiek continue aandacht aan:

- a. interne communicatie;
- b. opleiding en bijscholing;
- c. imago;
- d. moeilijk bereikbare groepen.

#### **Punt a. interne communicatie**

De vereniging groeit gestaag wat betreft het aantal medewerkers. Het bestuur probeert de medewerkers zoveel mogelijk te ondersteunen en blijft erop toezien dat de informatie-uitwisseling binnen de vereniging efficiënt en prettig verloopt. E-mail is daarin een belangrijk middel. Aangezien niet iedereen even duidelijk en gemakkelijk via de mail communiceert of in staat is om efficiënt de benodigde informatie uit de grote hoeveelheid berichten te filteren, blijft dit bewust een punt van extra aandacht. Soepele communicatie bevordert de interne samenhang en het gevoel van veiligheid binnen de vereniging en daarmee de motivatie van de medewerkers.

De geografische spreiding en zelfstandigheid van de contactpersonen dragen daarnaast het risico van onvoldoende onderlinge communicatie in zich. Daarom is het extra belangrijk dat er een goede informatie-uitwisseling is (digitaal, per papier, via de telefoon en in levenden lijve), dat de onderlinge samenwerking en afstemming probleemloos verlopen, dat de gezamenlijke verantwoordelijkheid voor het naleven van afspraken wordt bevorderd én dat er een eenduidige uitstraling naar buiten toe is.

De voortdurende herziening van de interne documentatie en de recent ingevoerde jaarrapportage voor alle medewerkers dragen daaraan positief bij. De feedback van lokaal naar landelijk niveau en andersom geeft veel inzicht in de werkwijzen en behoeften.

#### **Punt b. opleiding en bijscholing**

Een hoog niveau van de kennis en vaardigheden van de contactpersonen is de basis onder de kwaliteit van de vereniging. De huidige opleidings- en bijscholingsmogelijkheden worden zeer gewaardeerd en zijn essentieel voor het behoud van de deskundigheid.

Waar nodig zullen de opleiding en (bij)scholing van de medewerkers aangepast worden aan de eisen van de nieuwe speerpunten, zodat de informatiebijeenkomsten blijven aansluiten op de behoefte in de samenleving.

#### **Punt c. imago**

Borstvoeding blijft een onderwerp waarmee zorgvuldig naar buiten moet worden getreden. Een organisatie die borstvoeding centraal heeft staan, heeft ook te maken met een kwetsbaar imago. Aan de ene kant heeft de VBN haar waarde ruimschoots bewezen, als



wordt gekeken naar hoeveel moeders er per jaar worden geholpen. Dit wordt ondersteund door internationale ervaringen zoals beschreven in Vuistregel 10 door de stichting Zorg voor Borstvoeding en de door de bovengenoemde Blauwdruk. Aan de andere kant is de ervaring dat het enthousiasme voor het onderwerp borstvoeding wrevel en juist het tegenovergestelde kan bewerkstelligen van dat wat wordt nagestreefd. Juist omdat zowel de borstvoeding als de VBN zich inmiddels ruimschoots heeft bewezen, lijkt de tijd rijp om wat minder defensief naar buiten te treden. Bepaalde maatschappelijke ontwikkelingen, zoals het optreden van de overheid als subsidiegever, maken het imago minder kwetsbaar.

Ontwikkeling van een (uniform) pers- en publiciteitsbeleid voor de VBN kan helpen om het imago in de gewenste richting verder door te ontwikkelen (zie speerpunt 5).

#### Punt d. moeilijk bereikbare groepen

Het bereiken van groepen in de samenleving die de VBN nu niet bereikt, heeft de laatste jaren in het beleidsplan gestaan, aangezien de VBN er voor alle belangstellenden wil zijn. Toch blijkt in de praktijk (opkomst bij bijeenkomsten, ervaringen aan de telefoon) dat het moeilijk is om met name laagopgeleide vrouwen en allochtone vrouwen te bereiken. Het is gebleken dat hier specifieke (culturele) kennis en ervaring voor nodig is waarover de VBN niet beschikt. De benodigde inzet van tijd en energie zou een bovenmatige of buitenproportioneel negatieve impact hebben op de aandacht voor andere beleidsprioriteiten. Toch zal deze doelstelling niet helemaal overboord worden gegooid. Doel is om met beperkte inspanning een zo groot mogelijk effect te bereiken. Dit kan bijvoorbeeld door mogelijkheden die zich voordoen, niet uit de weg te gaan. Daarbij kan men denken aan het overnemen van foldermateriaal, de inzet van tweetaligen binnen de VBN en het vergroten van de toegankelijkheid van VBN-informatie, aangepast aan bijvoorbeeld doven en slechtzienden. Zo kan de organisatie openstaan voor manieren om ook deze groepen te bereiken.

Naast deze continue aandachtspunten is er, gezien het tijdsbeslag op het actieve kader, beperkt ruimte om binnen een vrijwilligersorganisatie als de VBN nog een aantal nieuwe speerpunten op te pakken.

#### **Vijf speerpunten**

De vijf speerpunten voor de VBN in de periode 2006 – 2011 zijn als volgt geformuleerd:

- I Meer aandacht voor bijeenkomsten voor voedende moeders
- II Uitbreiding van de informatiekkanalen, vooral internet
- III Landelijke dekking/geografische spreiding
- IV Belangenbehartiging
- V PR-plan

#### I Meer aandacht voor bijeenkomsten voor voedende moeders

De ervaringsdeskundigheid van contactpersonen van de VBN is bij uitstek geschikt voor begeleidingsbijeenkomsten en vormt een goede aanvulling op de prenatale voorlichting door de zorginstellingen én de borstvoedingorganisaties. Zorginstellingen gaan zelf meer prenatale voorlichting geven. Volgens Vuistregel 10 van het certificeringstraject van de stichting Zorg voor Borstvoeding zijn zorginstellingen verplicht door te verwijzen naar borstvoedingorganisaties. Het belang van moeder tot moeder-contact wordt ondersteund door de Blauwdruk. De VBN wil de contactpersonen aanmoedigen om in de eigen regio meer aandacht aan de begeleidingsbijeenkomsten te besteden; ook in de samenwerking met de regionale zorgverleners kan hierop meer nadruk worden gelegd.

#### II Uitbreiding van de informatiekkanalen, vooral internet

De website heeft grote invloed op het imago van de VBN. Veel mensen komen via dit kanaal in contact met de vereniging. Een goed toegankelijke, actuele pagina met een frisse uitstraling kan een wezenlijke bijdrage leveren aan diverse doelstellingen van de organisatie, zoals informatievoorziening, laagdrempeligheid en toegankelijkheid. De nieuwe huisstijl zal worden doorgevoerd op de site en het up-to-date houden van de informatie daarop moet hoge prioriteit krijgen.

Bij het uitbreiden van de digitale informatiekkanalen zal ook goed nagedacht moeten worden over de rol van de papieren informatie (momenteel ligt de nadruk erg op de verkoop van de



brochures) en wat de gevolgen kunnen zijn voor de financiën van de vereniging indien hierin andere accenten worden gelegd.

### III Landelijke dekking/geografische spreiding

De VBN zou graag zien dat iedere zwangere en borstvoedende moeder in haar omgeving een vrijwilliger van een borstvoedingorganisatie heeft, die contact heeft met en kan doorverwijzen naar de zorginstellingen waaraan de moeder behoefte heeft. Momenteel zijn er ongeveer 175 contactpersonen voor de VBN actief. De dekkingsgraad is per regio zeer verschillend. Een evenwichtige geografische spreiding van voldoende mensen op de juiste plekken is voor de moeders van groot belang.

Het werven van VBN-contactpersonen met als doel een goede landelijke spreiding van aanspreekpunten van de VBN in Nederland vergt een gedegen aanpak, waarbij enkele aandachtspunten zijn:

- de relatief korte tijd (enkele jaren) die de meeste contactpersonen actief zijn en het netwerk dat je voor langere tijd wilt opbouwen;
- het benaderen van gebieden waar op dit moment geen contactpersoon actief is;
- de relatieve dekkingsgraad van de VBN en Borstvoedingorganisatie LLL en de mogelijkheid tot gezamenlijk actie ondernemen;
- de hoeveelheid energie die erin wordt gestoken en het verwachte rendement.

Een landelijke dekking kan bovendien zorgen voor een betere spreiding van de werkdruk op het actieve kader. Dit kan de motivatie bevorderen en verlengen en creëert ruimte voor doorgroei in verschillende functies en taken binnen de organisatie.

### IV Belangenbehartiging

Er is in Nederland geen organisatie die opkomt voor de belangen van moeders die op het gebied van borstvoeding onheus bejegend of gediscrimineerd worden. De VBN is niet geschikt om deze rol actief op zich te nemen in de vorm van bijvoorbeeld juridische bijstand, maar wil zich wel meer opwerpen als belangbehartiger van deze vrouwen. Het verkennen van de mogelijkheden zal gebeuren onder de directe verantwoordelijkheid van het bestuur (eventueel door het instellen van een commissie).

Voorbeelden waaraan wordt gedacht zijn meer informatie geven, bruikbare documenten maken, plannen van aanpak ontwikkelen, eventueel media-aandacht zoeken en contactpersonen opleiden op deze punten. Ondersteund door de expertise van de VBN kunnen moeders in staat worden gesteld om lastige situaties of problemen (gedacht kan worden aan kolfrecht en aan voeden in het openbaar) op eigen kracht en toegespitst op hun eigen omstandigheden het hoofd te bieden.

### V PR-plan

In het plan worden PR-doelstellingen geformuleerd. Criterium bij elk van deze doelstellingen is een positieve profilering van de VBN. Aandachtspunten die aan bod komen zijn:

- een gericht persbeleid;
- coördinatie van publicaties, eventueel in samenwerking met andere organisaties;
- het uitdragen van de kernwaarden van de VBN (zie boven);
- het creëren van een grotere bekendheid bij moeders en zorgverleners, waarvan ledenwerving een onderdeel kan zijn;
- zeer gerichte ondersteuning van contactpersonen in hun PR-activiteiten, zoals tips voor het opbouwen van contacten met zorgverleners in de regio, een handleiding voor het bekendmaken van informatiebijeenkomsten, het bezoeken van beurzen en het inrichten van een stand.

Bij al deze onderdelen blijft het van belang om, ter bevordering van de herkenbaarheid, de eenduidigheid van zowel interne als externe uitgaven in het oog te houden.