



Over 'Leven tot het laatst'

Op deze pagina vind je antwoorden op de meest gestelde vragen over de publiciteitscampagne 'Leven tot het Laatst.'

Wat is 'Leven tot het laatst?'

'Leven tot het laatst' is een samenwerking tussen een grote groep partners met als doel palliatieve zorg voor iedereen in Nederland vanzelfsprekend te maken. De campagne 'Leven tot het laatst' is van 12 oktober tot en met half december 2024 te zien op televisie, huis-aan-huis bladen dagbladen en magazines en via social media. De campagne wordt in 2025 en 2026 gecontinueerd.

Waarom een campagne?

[Palliatieve zorg](#) is zorg die je krijgt als je weet dat je niet meer beter wordt en aan je ziekte zal komen te overlijden. 2 van de 3 Nederlanders die overlijden, hebben behoefte aan deze palliatieve zorg (IKNL - Kerncijfers behoefte aan palliatieve zorg, 26 april 2024). Maar meer dan de helft van de Nederlanders weet niet, of niet goed, wat palliatieve zorg is en wat het voor iemand kan betekenen (NPPZ II peiling palliatieve zorg onder Nederlanders, februari 2024). En als je niet weet dat het bestaat - of er niet op tijd op gewezen wordt - is de kans groot dat je in de palliatieve fase de juiste zorg op het juiste moment misloopt. Met onnodige angst, pijn en ander leed tot gevolg.

De campagne is er dus om palliatieve zorg en wat het voor iemand kan betekenen onder de aandacht te brengen.

Van wie?

De campagne is gestart als een samenwerking van twee kernpartners: het Nationaal Programma Palliatieve Zorg II (NPPZ II) en KWF. Overpalliatievezorg.nl is de website die het NPPZII gebruikt voor communicatie met het burgers, patiënten en naasten en wordt als afzender gebruikt in de campagne. Lees [hier meer informatie over deze website](#).

De samenwerking is vervolgens uitgebreid met de volgende partners: Alzheimer Nederland, Maag Lever Darm Stichting, Parkinson Vereniging, Patiëntenfederatie Nederland en het Ministerie van VWS. De onderstaande partijen ondersteunen als supporter de campagne ook van harte:

ikNL integraal
kankercentrum
Nederland



Kenniscentrum
kinderpalliatieve zorg



Vereniging Netwerken
Palliatieve Zorg





zorg voor het leven

knms



palliaactief

*Nederlandse vereniging
voor professionele palliatieve zorg*





Carend

**Nederlands
Kanker
Collectief**



**Universitaire
Expertisecentra
Palliatieve zorg
(EPZ)**

**Landelijk overleg
Consortia
Palliatieve Zorg
(LOCo)**





The logo consists of the letters 'v&vn' in a stylized, lowercase font. The 'v' on the left and the 'v' in the middle are orange, while the '&' symbol and the 'n' on the right are purple. The '&' symbol is integrated with the middle 'v'.

Verzorgenden



**Vrijwilligers Palliatieve
Terminale Zorg**

Nederland



Centra voor
leven met
en na kanker



Senioren

Brabant-Zeeland



Campagne actief uitdragen

Voor organisaties die de campagne een warm hart toe dragen is een toolkit samengesteld. Daarin vind je een handleiding, materialen om te delen via sociale media, maar ook drukwerk-items. Kijk [hier voor de items en een praktische handleiding](#).

Waarom de boodschap 'Leven tot het laatst'?

De bewustwordingscampagne laat zien hoe normaal het is om zorg te krijgen en erom te vragen. Je hele leven lang, ook als je niet meer beter wordt.

De campagne brengt verschillende patiënten in beeld. We zien hoe mensen dingen blijven doen die belangrijk voor hen zijn. We zien hoe mensen hun leven zo lang mogelijk blijven leven zoals zij dat gewend zijn, dankzij palliatieve zorg.

De campagne belicht de vier dimensies van palliatieve zorg: lichamelijk, psychische, sociaal en zingeving. Zo weet Nederland straks om welke zorg het gaat. De kleine dingen die belangrijk zijn in een mensenleven staan centraal. Zo laten we zien dat je, dankzij zorg tot het laatst, nog zo goed mogelijk kunt blijven leven tot het laatst.

Kortom, 'Leven tot het laatst' is een campagne die aanzet tot nadenken en die palliatieve zorg op een menselijke manier dichtbij brengt. Zelfs als je er nog niet direct mee te maken hebt.

Wat zien we in de campagne?

De bewustwordingscampagne laat zien hoe normaal het is om zorg te krijgen en erom te vragen. Je hele leven lang, ook als je niet meer beter wordt. De campagne belicht de vier dimensies van palliatieve zorg: lichamelijk, psychische, sociaal en zingeving. Zo weet Nederland straks om welke zorg het gaat. De kleine dingen die belangrijk zijn in een mensenleven staan centraal. Zo laten we zien dat je, dankzij zorg tot het laatst, nog zo goed mogelijk kunt blijven leven tot het laatst. Kortom, een campagne die aanzet tot nadenken en die palliatieve zorg op een menselijke manier dichtbij brengt. Zelfs als je er nog niet direct mee te maken hebt.

Wie zijn er te zien in de campagne?

Mensen met een ongeneeslijke aandoening die een rol spelen in de campagne zijn: Sharon Persijn, Jegor Chamrai, Raymond Blessing, Lia Lubbe, Bidjai Range en Nurjanah Bruggeman. Verder zijn er allerlei figuranten te zien; van huisarts tot vrijwilliger.

Je leest de persoonlijke verhalen van de hoofdpersonen hier:

- [Bidjai Range: 'Er is zoveel mogelijk om een goed leven te hebben'](#)
- [Raymond Blessing: 'Het leven kan zijn kleur behouden'](#)
- [Lia Lubbe: 'Ik blijf stralen tot het eind'](#)
- [Sharon Persijn: 'Werk geeft mij afleiding'](#)