

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](#).

Die samenwerking is vervolgens uitgebreid en krijgt steun van de volgende partijen:

o

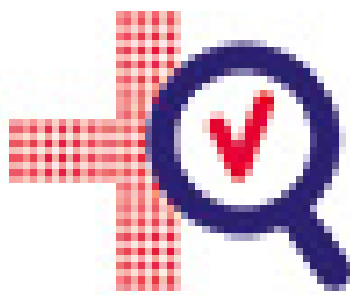
**alzheimer
nederland**



maag
lever
darm
stich
ting



PARKINSONISME
VERENIGING



Patiëntenfederatie Nederland

samen de zorg beter maken



Ministerie van
Volksgezondheid,
Welzijn en Sport





Kenniscentrum
kinderpalliatieve zorg



Vereniging Netwerken
Palliatieve Zorg





zorg voor het leven

knms

 palliaactief

*Nederlandse Vereniging
voor professionele palliatieve zorg*

vereniging
leven
met
dood





Carend



Nederlands Kanker Collectief

Landelijk overleg Consortia Palliatieve Zorg (LOCo)

Universitaire Expertisecentra Palliatieve zorg (EPZ)



MKS

Medische Kindzorg Samenwerking
Zorg: zo nodig, waar nodig



v&vn

Verzorgenden



**Vrijwilligers Palliatieve
Terminale Zorg**

Nederland



Centra voor
leven met
en na kanker



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'](#)