



# Het belang van Positief Opvoeden, Triple P Niveau 1



Hulp vragen bij de opvoeding van je kind wordt door veel ouders gezien als slecht ouderschap. De heersende gedachte is, dat het zijn van een goede ouder in je zit en iedereen op natuurlijke wijze weet hoe hij zijn kind moet opvoeden. Heb je hier als ouder toch wat meer moeite mee dan gemiddeld, dan faal je in de ogen van de maatschappij. Hulp vragen is echt de allerlaatste mogelijkheid om je problemen op te lossen. En de drempel om dit daadwerkelijk te doen is in de beleving van ouders erg hoog...

Als deze gedachte niet wordt doorbroken, blijven opvoedproblemen in de taboesfeer hangen. Te lang verborgen en onuitgesproken, komt de hulpvraag veelal óf erg laat, óf helemaal niet bij de instellingen terecht.

## Wat doet Niveau 1?

Positief Opvoeden, Triple P is de enige opvoedmethodiek ter wereld die aan een programma van opvoedondersteuning ook een preventie- en toeleidingsprogramma heeft gekoppeld. Het is gericht op álle ouders en opvoeders en doorbreekt het taboe op vragen om opvoedhulp. Niveau 1 leidt toe naar de instellingen die het *evidence-based* programma Triple P uitvoeren, en zorgt ervoor dat het vertrouwen in dit programma al buiten de instellingen wordt gecreëerd.

## Dit gebeurt door:

### Het stellen van opvoedvragen te destigmatiseren

- Ouders bewust maken van het feit dat ze wél invloed hebben op het gedrag van hun kinderen;
- Ouders bewust maken dat ze niet de enige zijn met dagelijkse opvoedvragen;
- Ouders bewust maken dat ze niet alleen staan met hun opvoedvragen;
- Ouders laten inzien dat het normaal is om over opvoedproblemen te praten.

### Te informeren

- Ouders uitleggen wat Positief Opvoeden, Triple P is (op elk niveau van opvoedvragen);
- Oplossingen bieden en voorbeelden geven aan de hand van de vijf basisprincipes van Triple P;
- Overtuigen dat Positief Opvoeden, Triple P werkt!

### Toe te leiden naar tips en hulp

- Aangeven waar de lezingen en cursussen gehouden worden;

- Aangeven waar de instellingen met Triple P getrainden te vinden zijn;
- Korte tips geven aan ouders zonder problemen (preventie);
- De mogelijkheid bieden om online vragen te stellen aan getrainde beroepskrachten.

## Hoe krijgt Niveau 1 handen en voeten

Per stad, regio of provincie wordt een custom made plan van aanpak gemaakt om de plaatselijke doelstellingen te realiseren (afhankelijk van bijvoorbeeld het aantal getrainden, inwoners en budgetten).

Niveau 1 is opgebouwd uit drie aan elkaar complementaire fasen. Deze fasen worden gevolgd omdat het menselijk brein op dezelfde manier deze informatie verwerkt.

## De drie fasen zijn als volgt:

- Fase 1 - Kennis: kennis en naamsbekendheid creëren;
- Fase 2 - Attitude / Houding: positieve houding bewerkstelligen;
- Fase 3 - Gedrag: stimuleren om Positief Opvoeden, Triple P te gebruiken.

### Fase 1:

Het doel van fase 1 is het bereiken van alle ouders door middel van een populatiegerichte communicatiestrategie. Via posters, folders en flyers, advertenties, persberichten, banners en de website wordt de hoofdboodschap 'Blijf positief!' overgebracht. Dit gebeurt onder andere aan de hand van herkenbare campagnebeelden met de vijf meest voorkomende opvoedproblemen.



## Fase 2:

Ouders krijgen via Tipkranten, de website, flyers en posters inzicht in wat Positief Opvoeden, Triple P is. De Tipkranten zijn gebaseerd op de vijf basisprincipes van Triple P, gevalideerd door het Nederlands Jeugdinstituut en interessant en leuk voor alle ouders.

## Fase 3:

De ouders en opvoeders willen nu actief aan de slag. Bij vragen over opvoeden worden ouders toegeleid naar de juiste lokale instantie, cursussen en lezingen. Posters en folders worden verspreid om het plaatselijke aanbod bekend te maken bij opvoeders. Ook kunnen ouders via Online Advies vragen stellen en met korte artikelen op flyers en posters krijgen ze tips.

## Resultaten Niveau 1

### Destigmatiseren

Uit onderzoek van het Trimbos instituut over Niveau 1 in Amsterdam (de meting was na fase 1 en na fase 2), blijkt dat:

- het percentage van Amsterdamse ouders die over opvoedzaken praat met 24% is gestegen;
- van alle Amsterdamse ouders 75% nu gelooft dat alle ouders opvoedvragen hebben;
- het percentage ouders dat naar opvoedinformatie zoekt en om opvoedhulp vraagt met meer dan 15% is gestegen;
- ouders de campagne aantrekkelijk en duidelijk vinden, en mooier, geloofwaardiger en opvallender dan Postbus 51 campagnes.

### Informereren

Uit hetzelfde onderzoek blijkt dat:

- 78% van de Amsterdamse ouders de campagne herkenden toen ze daar naar gevraagd werden;
- 50% van de ondervraagde ouders zich de campagne zelf kon herinneren;
- het aantal websitebezoekers per maand in de eerste zes maanden van de campagne in Amsterdam van een paar honderd naar 3.000 per maand is gestegen;
- deze stijging doorzette op het moment dat de Tipkranten in Amsterdam uitkwamen (fase 2), en ouders naast de basisinformatie over Positief Opvoeden, Triple P, kennis maakten met de inhoud van het programma.

Volgens Google Analytics blijkt daarnaast dat:

- ouders op de website vooral de basis tips lezen en informatie zoeken om hulp te krijgen;
- ouders gemiddeld 4 minuten op de website blijven, wat twee keer zo lang is ten opzichte van vergelijkbare websites;
- de website op dit moment meer dan 6,5 miljoen hits heeft gehad en 150.000 bezoekers per jaar.

Uit de praktijk blijkt ook dat elke media investering die gedaan wordt, door free publicity uitingen wordt verdubbeld. Enkele voorbeelden:

- Algemeen Dagblad, 3 november 2010: *Nieuwe opvoedcursus brengt weer gezelligheid in het gezin.* (De volgende dag steeg het aantal bezoekers van [www.positiefopvoeden.nl](http://www.positiefopvoeden.nl) met 54%);
- Ouders van Nu, september 2010: *Triple P sticker is een toverwoord*;
- Het Parool, 7 januari 2010: *We gaan leren onze kinderen op te voeden*;
- Telegraaf, 2 april 2008: *Helpende hand bij opvoeden (1/1 pagina full colour)*;
- J/M Ouders, nr. 6 2008: *De allerbeste opvoedmethode.*

Ook internationaal doet Positief Opvoeden, Triple P Niveau 1 het goed:

- De website van Glasgow heeft inmiddels al meer dan 4.000 bezoekers gehad.

### Toeleiden

- In 2010 zijn er in Amsterdam 62,5% meer interventies uitgevoerd ten opzichte van het jaar daarvoor;
- In Noord-Holland Noord staat het bezoekersaantal bij bijna alle aangeboden lezingen op de 35 personen, met uitschieters tot wel 90 personen per lezing;
- In Glasgow hebben meer dan 5.000 ouders de lezingen en cursussen bezocht in de 8 maanden nadat Positief Opvoeden, Triple P daar gelanceerd was;
- 80% van die ouders zegt aan de slag te zijn gegaan met het gegeven opvoedadvies;
- Volgens Google Analytics zijn 'Agenda' en 'Online Advies', twee middelen op de website die toeleiden naar verdere ondersteuning, na tips en hulp de meest bezochte website onderdelen.

### Uniek programma

Op basis van deze resultaten kan geconcludeerd worden dat de campagne bijdraagt aan het destigmatiseren van opvoedproblemen. Voorkomen en sneller toeleiden is beter, effectiever en goedkoper dan het genezen van ernstige emotionele gedragsproblemen. Volgens ouders stimuleert Niveau 1 het zoeken naar opvoedinformatie en opvoedadvies en leidt het toe naar opvoedhulp.

Nooit eerder is bewezen dat een campagne bijdraagt aan het laagdrempelig maken van opvoedvragen en toeleidt naar een *evidence-based* programma.

**Voor meer informatie over Positief Opvoeden, Triple P Niveau 1 kijk op [www.triplepcommunications.net](http://www.triplepcommunications.net), bel 020 - 6204197 of mail naar [info@triplepcommunications.net](mailto:info@triplepcommunications.net).**