

# CONTENT



Envida

POSITIEVE GEZONDHEID

## 'DE DEUR STAAT OPEN VOOR IEDEREEN'

In een ander artikel in deze Content zegt wijkverpleegkundige Pascale Kurvers dat cliënten en zorgprofessionals zich gezien, gesteund en gewaardeerd willen voelen. Dat geldt bij uitbreiding voor alle mensen. Bij Radar-onderdeel Athos kom je 'alle mensen' tegen. Het doel van Athos: laten zien dat iedereen mee kan doen en ertoe doet.



‘Bij Athos is niet iedereen gelijk, maar wel gelijkwaardig.’



## 'MENSEN UIT 22 LANDEN KOMEN NAAR ATHOS'

### SAMENWERKING ATHOS EN ENVIDA LEDENSERVICE

Behalve dat Radar en Envida partners in de zorgketen zijn, is er sinds begin dit jaar ook sprake van een samenwerkingsverband tussen Athos en Envida Ledenservice.

Nieuwe leden ontvangen een welkomstgeschenk waarbij ze kunnen kiezen uit een houten dienblad, een houten tablethouder of een lederen brillenkoker. Deze mooie geschenken worden vervaardigd in de werkplaats van Athos, ondergebracht in het voormalige schoolgebouw aan de Maastrichtse Athoslaan (wijk Biesland).

Meer informatie over het lidmaatschap staat op [www.envidaledenservice.nl](http://www.envidaledenservice.nl)

Een tijd geleden was Athos nog uitsluitend een dagbestedingsplek voor mensen met een (verstandelijke) beperking. Nu kom je er ook mensen tegen met een afstand tot de arbeidsmarkt, statushouders, gepensioneerden, studenten, buurtbewoners en ondernemers. Athos-initiator Anita Bastiaans werkt in het voormalige schoolgebouw aan de Maastrichtse Athoslaan met haar collega's en al die andere mensen aan wat zij een micro-inclusieve samenleving noemt.

### SPIJKERBROEKEN MET DE DEGEN VAN MUSKETIER ATHOS

Dat doen ze onder meer door gezonde en prijsbewuste maaltijden te bereiden en te serveren in de centrale ontmoetingsruimte of binnentuin. Door biologische producten te telen in de eigen tuin. Door kwalitatief hoogstaande lampen, meubels et cetera te vervaardigen in de houtwerkplaats. En door mooie spijkerbroeken te maken die je herkent aan het logo dat verwijst naar de degen van Athos, een van de drie musketiers. De producten zijn te koop bij Athos en voor een deel bij diverse winkels in de stad.

### AANDACHT VOOR DE TOTALE MENS

Anita staat helemaal achter het positieve-gezondheidsconcept van Machteld Huber. Omdat gezondheid meer is dan alleen fysieke gezondheid. Daarom moet je altijd goed kijken naar de manier waarop mensen omgaan met veranderende omstandigheden in hun

leven. Ze noemt een voorbeeld. De een breekt zijn arm en voelt zich ziek en de ander gaat fris en vrolijk door met zijn leven. Hoe kan dat? Om dat te ontdekken, moet je aandacht hebben voor de totale mens. Een holistische aanpak, dat is belangrijk. Ook als het bijvoorbeeld gaat om mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt. Te vaak nog ligt daarbij de nadruk op de invulling van het arbeidsdeel en is er te weinig oog voor wat mensen belemmert om een volgende stap te kunnen zetten.

### VEILIGE EN VERTROUWDE PLEK

Bij Athos ligt de nadruk op doen wat nodig is om mensen te laten deelnemen aan de samenleving op een manier die bij hen past. Daartoe worden richtlijnen en protocollen niet heilig verklaard, omdat Athos voldoende vrije ruimte wil creëren om betekenis te kunnen geven aan iemands persoonlijke leven. Dat lukt goed. Mensen uit 22 landen vinden het fijn om naar de Athoslaan te komen. Toch is er nooit 'gedoe'. Dat maakt Athos tot een veilige en vertrouwde plek, waar niet iedereen gelijk is, maar wel gelijkwaardig.

### GEEN ZORGSTEMPEL

Athos werkt nauw samen met de gemeente Maastricht, die ook voorstander is van het positievegezondheid-

## 'WERKEN AAN EEN MICRO-INCLUSIEVE SAMENLEVING'

concept en daarmee actief aan de slag is gegaan. Anita geeft een paar cijfers. Athos verwelkomt zo'n 135 mensen per week, van wie 35% jonger is dan 30 jaar. En het zijn vooral jongeren die er niet van houden om in een Wmo-, Wlz- of Participatiewethokje te worden geplaatst, maar die wel openstaan voor begeleiding. Daarom is Anita blij met de nieuwe gemeentelijke financieringsvorm van Athos. Die financiering was persoonsgericht, is nu plekgericht en past daardoor beter bij het laagdrempelige karakter van Athos en de doen-wat-nodig-is-aanpak.

### VERZACHTING IN EEN MAATSCHAPPIJ DIE VERHARDT

Aan welke specifieke onderwerpen van het positievegezondheidconcept levert Athos de meeste toegevoegde waarde? Anita hoeft niet lang te denken: meedoen, mentaal welbevinden, zingeving en kwaliteit van leven. Zo zorgt Athos voor verzachting in een maatschappij die verhardt. Daartoe staat de deur van het voormalige schoolgebouw open voor iedereen. Na een welkomstgesprek – wie ben je?, waar liggen je interesses?, wat zou je bij ons willen doen? – volgt

een rondleiding door het gebouw. Soms kun je al diezelfde dag meewerken in de verschillende ateliers en daarmee deelnemen aan de sociaal-economische onderneming die Athos is.

### SHELTERSUIT

Athos legt verbindingen, investeert in talenten van mensen en ontplooit daartoe tal van initiatieven. Laat Athos zich ook inspireren door andere initiatieven? Anita noemt het voorbeeld van de sheltersuit, een pak dat bestaat uit een jas en slaapzak in één om onder anderen daklozen te beschermen tegen de kou. De sheltersuits worden gemaakt in een atelier in Enschede waar mensen met een afstand tot de arbeidsmarkt meewerken en worden begeleid, zodat ze beter kunnen deelnemen aan de samenleving. Anita en haar collega's zijn daar op bezoek geweest om kennis uit te wisselen over de aanpak en werkwijze. Misschien dat ze die pakken ook bij Athos kunnen gaan maken. Dat zou dan nog een manier zijn om mensen extra warmte te geven. ◀

## 'PRODUCTEN TE KOOP BIJ ATHOS EN IN STADSWINKELS'



Content is een uitgave van Envida in samenwerking met Maastricht UMC+, ZIO, Academische Werkplaats Ouderenzorg Zuid-Limburg en Burgerkracht Limburg. Het blad verschijnt 3 keer per jaar.

#### **REDACTIE**

Lisette Ars, Guido Biesmans, Vivian Haine, Helmi van Nuil, Roel Sillen, Ingeborg Wijnands-Hoekstra, Sandra Zwakhalen

#### **TEKST**

Pascal Panis

#### **VORMGEVING**

Crasborn Communicatie  
Vormgevers

#### **FOTOGRAFIE**

Marcel van Hoorn

In de vorige editie was abusievelijk de naam van fotograaf Bas Linssen-Engels (pag. 16 t/m 20) niet genoemd. Bij dezen alsnog.

#### **DRUKWERK**

ARS printmedia

#### **SUGGESTIES VOOR DE REDACTIE?**

Bel of mail Helmi van Nuil,  
Communicatie en Marketing  
Envida  
043 - 631 4187  
[communicatie@envida.nl](mailto:communicatie@envida.nl)