



Directeur Corrine Verwer

---

*Hoormij·NVVS heeft als doel de verbetering van de zorg voor en kwaliteit van leven voor mensen met gehoorverlies, tinnitus, hyperacusis, cholesteatoom en duizeligheids- en evenwichtsandoeningen door middel van betrouwbare voorlichting, informatie, ervaringsbijeenkomsten en belangenbehartiging.*

hoormij·NVVS

## Blijven herhalen

Met genoegen kijk ik terug op de geslaagde World Hearing Day van 3 maart 2026. Geslaagd, omdat de Nederlandse variant door de gehele hoorbranche werd gedragen, waardoor hoorproblemen de aandacht kregen die ze verdienen en de bewustwording bij iedereen 'die het horen wilde' hierdoor is vergroot. Ondersteund door het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport sloegen 'mijn' patiëntenorganisatie voor mensen met gehoor en evenwichtsproblemen (Hoormij·NVVS), de kno-vereniging, NVKF, NVAB, DKA, CVZA, FENAC, GAIN, Hoorveilig, ZN, Oorfonds en Veiligheid.nl de handen ineen en zorgden zo gezamenlijk voor een groot bereik. Dat bereik is nodig, want als we niets doen, leeft volgens de WHO rond 2050 een kwart van alle mensen op de wereld met gehoorverlies. Dat zijn in Nederland zo'n 4 miljoen mensen! Een groeiende markt voor u als audiciens, maar een drama voor mensen die het overkomt, want de impact op het (dagelijks) leven is groot. Gelukkig weet u dat ook en deed u ook met ons mee. Op initiatief van de Werkgroep *een leven lang erbij horen* en met steun van het Platform Hoorzorg Hulpmiddelen, onderdeel van de Kwaliteitsraad van VWS, ben ik ervan overtuigd dat daardoor het bereik in Nederland op 3 maart extra werd vergroot. Mijn dank daarvoor.

Het feit dat alle partijen zich, zoals afgesproken, verre hebben gehouden van commerciële doelen, maakte deze publiekscampagne extra sterk. Dat helpt de bewustwording bij het publiek rond de noodzaak het gehoor te beschermen (preventie) en zo nodig vroegtijdig actie te ondernemen. Ook de bewustwording van de impact van gehoorverlies op het (dagelijks) leven wordt daarmee nog eens benadrukt.

Maar we zijn er nog niet. De kracht van een boodschap zit hem in de herhaling, dat weten alle communicatieprofessionals. We moeten het dus niet laten bij één dag per jaar, maar elke dag gezamenlijk de boodschap blijven uitzenden. Samen bereiken we zoveel meer dan als afzonderlijke organisaties, stichtingen en ambassadeurs apart. Het motto van World Hearing Day in Nederland was dit jaar Blijf erbij horen. Ik roep op om dat motto op dagelijkse basis eer te blijven aandoen. Laten we gezamenlijk de nadruk op preventie én actie blijven leggen en uitdragen aan iedereen die het 'horen' wil. En wellicht misschien vooral aan wie het 'nog niet horen' wil.