



Healthy'R

Centrum voor gedrags-
onderzoek en ontwikkeling

**Opzoomermee: ouderen betrekken bij (de organisatie van)
sociale activiteiten en evenementen.**

Rotterdam, november 2019

Auteurs: Berdi Christiaanse¹ en Bianca Stam¹, Lieve van den Boogaard¹

Indiener: Johan Janssens, Stichting Opzoomermee

¹ Gemeente Rotterdam

² Erasmus Universiteit Rotterdam

Over Healthy'R

Het Centrum voor gedragsonderzoek en ontwikkeling (Healthy'R) is een expertise-centrum van de gemeente Rotterdam en de Erasmus Universiteit. Door het combineren van wetenschappelijke kennis op het gebied van gedrag en gezondheid met kennis van de straat, wil het centrum interventies ontwikkelen en onderzoeken die leiden tot gezonder gedrag. Healthy'R onderzoekt hoe kleine veranderingen in de sociale en fysieke omgeving (nudges) het gedrag beïnvloeden.

Healthy'R is opgezet voor een periode van vier jaar (tot en met december 2021) en is samengesteld uit een team van onderzoekers van de EUR en de gemeente Rotterdam en beleidsmedewerkers van het cluster Maatschappelijk Ontwikkeling.

Doelstellingen van Healthy'R

Healthy'R wil een bijdrage leveren aan een gezondere leefstijl van Rotterdammers. Healthy'R draagt bij aan kennis over het stimuleren van gezond gedrag in de (fysieke) leefomgeving, door Rotterdammers te verleiden tot gedragsverandering richting gezond(er) gedrag. Dit doen we door wetenschappelijke kennis op het gebied van gedrag en gezondheid toe te passen op gezondheidsvraagstukken uit de praktijk (voortkomend uit de beleidsopgaven van de gemeente, specifiek uit het Preventieakkoord Gezond 010). Op basis hiervan ontwikkelen, onderzoeken en testen we maatregelen die leiden tot gezonder gedrag of geven we advies en workshops. Healthy'R vergroot de kennis van collega's en partners door de inzichten en expertise opgedaan uit (eigen) onderzoek naar gedragsinzichten, gedragsontwikkeling en gedragsinterventies te delen.

Healthy'R is gelinkt aan de Behavioural Insight Group Rotterdam (BIG'R), zo geven we o.a samen workshops en presentaties. Dit team adviseert breed in de gemeentelijke organisatie over toepassing van sociaal-psychologische inzichten op gedragsgerichte uitdagingen voor de gemeente, terwijl Healthy'R juist samenwerking zoekt met externe partijen. Daarnaast heeft Healthy'R de ambitie om trainingen te geven die bijdragen aan de doelstellingen van Healthy'R.

Kijk ook op www.healthyr.nl



Inhoud

Over Healthy'R	2
Samenvatting	4
Achtergrond en doelstelling	6
Literatuuronderzoek: resultaten	7
De doelgroep	7
Hoe activeer je ouderen om actiever bij te dragen? Randvoorwaarden en Inzichten.	12
Communicatie	15
Aanbevelingen	16
Referenties	17



Samenvatting

Hoe stimuleren we ouderen om niet alleen deel te nemen aan activiteiten in hun buurt, maar ook te helpen met het organiseren ervan? De vraag kwam voort uit ervaring van Stichting Opzoomermee in Rotterdam, Healthy'R voerde het onderzoek uit.

Uit het literatuuronderzoek wordt duidelijk dat senioren onderling erg verschillen. De een doet graag iets voor anderen, terwijl de ander zich wil ontplooiën en dingen wil ontdekken. Weer een ander heeft behoefte aan contact, maar niet weet hoe dat aan te pakken. Als we senioren willen bereiken en stimuleren sociaal actief te worden, dan moeten we rekening houden met die onderlinge verschillen. Traditionele, conservatieve ouderen vragen een heel andere aanpak dan nieuwe, ondernemende ouderen.

Als we senioren sociaal willen activeren is het goed om dat bij elk contact duidelijk te bespreken. Voor veel ouderen is het namelijk niet vanzelfsprekend dat ze actief bij het organiseren van activiteiten betrokken zijn. Om hen goed voor te bereiden op hun nieuwe/andere rol als organisator zijn er een aantal voorwaarden.

1. Communicatie en informatie

Ouderen moeten weten wat er speelt in hun wijk of buurt. Dan weten ze ook waar hun hulp nodig is of waar ze terecht kunnen met een goed idee. Gebruik diverse communicatiekanalen en soorten boodschappen om zoveel mogelijk ouderen te bereiken.

2. Fysieke randvoorwaarden zijn belangrijk

Er moeten geen hindernissen voor ouderen zijn om te helpen. Houd dus rekening met een goede toegankelijkheid, bereikbaarheid en veiligheid van het evenement of de activiteit.

3. Houd rekening met sociale en culturele factoren, zoals respect, gemeenschapszin en betrokkenheid

De een haalt voldoening haalt uit contact met andere leeftijdsgenoten of juist met mensen met eenzelfde achtergrond. Terwijl een ander zich graag inzet voor hulpbehoevende buurtgenoten. Er zijn ook ouderen die een nieuwe passie zoeken met gelijkgestemden en bijvoorbeeld lid worden van een tuin-, lees-, kook-, cultuur-, of wandelclub.

Als we ouderen sociaal willen activeren in de wijk, dan moeten we dus rekening houden met deze onderlinge verschillen, behoeften en kwaliteiten.

Aanbevelingen

1. Houd er rekening mee: er is niet één oudere, dus ook niet één actieve oudere;
2. Niet iedere senior heeft hetzelfde organiserende vermogen. Houd dus rekening met de randvoorwaarden, situatie en context;



3. Voldoende informatie en passende communicatie zijn basisvoorwaarden om organiserend vermogen van ouderen te mobiliseren;
4. Een goede toegankelijkheid en mobiliteit zijn voorwaarden voor extra betrokkenheid, naast inspraak over die randvoorwaarden;
5. Organiseren is meer dan praktische taken. Zet ook de kennis en ervaring van ouderen in. Bijvoorbeeld kennis over hun wijk en van een bepaald vak of thema;
6. Benoem een sleutelfiguur in de wijk als aanspreekpunt voor ouderen;
7. Zie ook verhalen vertellen als een vorm van organiseren en biedt ouderen daarvoor een podium.

Uiteindelijk heeft Opzoomermee verschillende aanbevelingen overgenomen in een oproep (in de vorm van een flyer) aan de wijk om ouderen meer te betrekken bij de activiteiten uit hun Lief & Leed pakket (zie www.opzoomermee.nl). De flyer is als bijlage bijgevoegd.



1. Achtergrond en doelstelling

Achtergrond en aanleiding

Opzoomer Mee bestaat sinds 1994. Eerst als een samenwerkingsproject van het Rotterdams Instituut Bewonersondersteuning en de dienst Gemeentewerken, vanaf 1997 als zelfstandige stichting. De doelstellingen van Opzoomer Mee zijn:

- Stimuleren dat Rotterdammers in onderlinge samenwerking eigen initiatieven nemen om hun straat/buurt schoner, veiliger en socialer te maken
- Bevorderen dat de overheid bewonersinitiatieven met open armen verwelkomt en die initiatieven zorgvuldig, goed en snel faciliteert met middelen, informatie, dienstbetoon en waardering en dat de overheid op deze initiatieven voortbouwt om van Rotterdam een leefbare stad te maken
- Het bevorderen van een democratische stadscultuur in Rotterdam.

Opzoomer Mee ziet dat er veel bewonersinitiatieven zijn gericht op ouderen, maar ziet ook dat ouderen zelf vrijwel nooit bij de organisatie worden betrokken. Het betrekken van ouderen bij de organisatie van initiatieven is om meerdere redenen belangrijk.

- 1) Ouderen maken deel uit van de doelgroep waarvoor veel georganiseerd wordt. Door de doelgroep te betrekken zal een initiatief beter aansluiten bij de wensen van de doelgroep.
- 2) Ouderen vinden, zoals iedereen, het belangrijk om 'ertoe te doen'. Door een bijdrage te leveren in de organisatie van initiatieven kan dit gevoel worden vergroot.
- 3) De Rotterdamse bevolking vergrijst (Van der Zanden, 2018). Wanneer je ouderen niet betreft/kan betrekken, zal een groot gedeelte van de Rotterdamse bevolking uitgesloten worden.

Ook voor de gemeente Rotterdam gezond ouder worden een belangrijke ambitie, onder andere uitgewerkt in het Uitvoeringsprogramma Ouder en Wijzer (2019). Rotterdam wil een stad zijn waar je, samen met anderen, gezond en vitaal oud kunt worden. Ouderen worden uitgedaagd om te investeren in hun gezondheid, zo lang mogelijk deel te nemen aan de samenleving, in welke vorm dan ook, en een goed sociaal netwerk te onderhouden.

Doelstelling

Dit advies geeft Opzoomermee, maar eigenlijk eenieder die samenwerkt met ouderen, inzichten en praktische tips over hoe ouderen te stimuleren om niet alleen deel te nemen aan sociale activiteiten in de buurt, maar ook betrokken te zijn bij de organisatie hiervan.



2. Literatuuronderzoek

Op basis van literatuuronderzoek worden in dit advies inzichten en praktische tips geformuleerd. Eerst wordt ingegaan op verschillende segmentatiemodellen die benadrukken dat “de oudere” niet bestaat en dat verschillende typen ouderen ook verschillend dienen te worden benaderd en geactiveerd. Vervolgens wordt ingegaan op de randvoorwaarden die gelden voor een leeftijdsvriendelijke omgeving die uitnodigt tot actieve bijdrage, daarna wordt ingegaan op hoe je ouderen stimuleert tot initiatief en organiserend vermogen.

Resultaten

De doelgroep

Er bestaat niet ‘een oudere’, er zijn verschillende kenmerken, leefstijlen, behoeftes en omstandigheden die ouderen kenmerken. Zo zal ‘de actieve oudere’ ook niet eenzijdig bestaan, juist vanwege die verschillende behoeftes en drijfveren is de ene oudere actief op gebied A en de andere oudere actief op gebied B. Hieronder beschrijven we wat er in de literatuur bekend is over de gemeenschappelijke én verschillende waarden en drijfveren van ouderen. Inzicht in welke ‘type’ ouderen er zijn en waar zij door geactiveerd worden biedt handvatten voor een aanpak die zo specifiek mogelijk in kan grijpen in dátgene wat de oudere activeert tot organiserende kracht.

De overeenkomsten

Er zijn een aantal gemeenschappelijke veranderingen in houding, attitude en drijfveren die het leven van ouderen bepalen. Op basis van sociaalwetenschappelijk onderzoek zijn er zeven Soft Spots vast te stellen die van grote invloed zijn en die een duidelijk handvat bieden om boodschappen beter te kunnen afstemmen op senioren en dus gebruikt kunnen worden om ouderen te stimuleren een actieve(re) bijdrage te leveren (Verheggen & Keehnen, 2019). Hieronder worden de soft spots beschreven.

Soft Spot 1: Het positieve - The bright side of life

Als je ouder wordt, heb je meer oog voor het positieve in het leven.

Veel senioren zoeken actief een nieuwe invulling voor deze periode van hun leven met een duidelijke combinatie van opnieuw leren, werken, spelen en rust. Seniore consumenten staan open voor andere mogelijkheden. Dit kunnen totaal nieuwe activiteiten zijn zoals sporten, muziek maken en vrijwilligerswerk maar ze pakken bijvoorbeeld ook oude hobby's weer op. Bij senioren staat, gezondheid nóg hoger op de agenda, dit uit zich bij veel senioren in meer bewegen en bewuster omgaan met voeding.

Soft Spot 2: Het authentieke - Authenticity

Als je ouder wordt, heb je meer oog voor waar het in het leven écht om gaat.

In vergelijking met (of tegenstelling tot) veel jongeren menen veel senioren een scherper inzicht te hebben in zichzelf. Zij kunnen en durven – op basis van levenswijsheid en zelfreflectie – eerlijker naar zichzelf kijken en oog



hebben voor de 'ware ik'. Authenticiteit roept respect op en dat is voor veel senioren belangrijk. Iemand wordt als authentiek gezien als hij of zij dingen doet die bij de persoon passen.

Soft Spot 3: De menselijke relaties - Connectivity

Als je ouder wordt, realiseer je je beter dat kwaliteit van leven draait om het hebben van goede relaties.

Terwijl het netwerk kleiner wordt (geen collega's meer, mensen overlijden) heeft ieder mens behoefte aan contact, aan een gewaardeerd lid te zijn van een gemeenschap. Behalve de behoefte aan het blijven ontmoeten van anderen ontstaat hier ook meer tijd voor.

Soft Spot 4: Het nageslacht - Generativity

Als je ouder wordt, realiseer je je beter dat het in het leven gaat om geven en niet om nemen.

Voor veel senioren, ook mensen zonder kinderen en kleinkinderen, speelt dat het overbrengen van ervaring en het zorgen voor de volgende generaties door veel senioren als zeer waardevol wordt ervaren.

Soft Spot 5: Leven in het nu - The moment is now

Als je ouder wordt, realiseer je je dat het heden belangrijker is dan het verleden of de toekomst.

De toekomstgerichtheid van senioren is minder sterk dan bij jongeren. Jongeren willen iemand worden, senioren willen iemand zijn. Senioren kijken daarom meer naar het hier en nu en kiezen voor doelen die direct emotioneel bevredigend zijn.

Soft Spot 6: Worden wie je bent - Making sense of life

Als je ouder wordt, ben je je bewuster van hoe je jezelf nog wilt ontplooien.

Senioren gaan op zoek naar nieuwe zingeving, naar activiteiten waarbij ze iets voor anderen kunnen betekenen en waarvoor ze waardering krijgen. Een meer ontwikkelingsgerichte en materialistische kijk op het leven maakt plaats voor meer bezinning en emotionele ontwikkeling.

Soft Spot 7: Eenvoud - Simplicity

Als je ouder wordt, realiseer je je dat het bij heel veel zaken gaat om minder en niet om meer.

Senioren zitten niet te wachten op de steeds meer uitgebreide keuzemogelijkheden. Senioren willen worden geholpen bij zoek- en beslisprocessen en ondersteuning krijgen die hen het gevoel geeft een goede keuze te maken die past bij hun zelfbeeld.



Verschillen nemen toe, segmentatiemodellen die deze beschrijven

Tegelijkertijd geldt ook hoe ouder mensen worden hoe groter de verschillen worden en dat deze verschillen de komende tijd zullen toenemen. Allereerst zijn er de verschillen tussen generaties, onder meer socioloog Henk Becker heeft deze generaties beschreven (ING Economisch Bureau, 2016).

	Geboren	Kenmerken
Vooroorlogse generatie	1910-1930	1. Gevormd door de politieke/economische crisis jaren '30 2. Veilig stellen verworvenheden, rust en orde handhaven, plichtsgetrouw, bescheiden, sober, spaarzaam en berustend 3. Nu 89 - 109
Stille Generatie	1931-1940	Opgegroeid tijdens de wederopbouw Bleef trouw aan het gezag (vandaar stil) Kreeg meer kansen hogerop te komen Nu 79 - 88
Protestgeneratie / babyboomers	4. 1941-1955	Opgegroeid met sterke welvaartsstijging Democratisering, zelfontplooiing, burgerlijke ongehoorzaamheid, seksuele revolutie, nieuwe levensstijlen Nu 64 -78
Verloren Generatie / Generatie X	5. 1956-1970 6.	Kreeg te maken met jeugdwerkloosheid (jaren '80) Zet zelfontplooiing door, meer zorg (ouderen en kinderen), kwaliteit van bestaan, praktisch, zelfredzaam, hoger opgeleid Nu 49 - 64

Tabel 1: Een nieuwe generatie ouderen - van behoudend en spaarzaam naar zelfontplooiing en beleven.

Over het algemeen streeft de meer traditionele oudere een sobere, rustige oude dag met behoud van structuur na, terwijl de ouderen van nu (de babyboomers), meer zeggenschap willen over hun vrijetijdsbesteding en minder behoefte hebben aan traditionele vormen van dagbesteding. Zij hebben meer belangstelling voor activiteiten voor gemengde groepen, willen juist contact houden met andere wijkbewoners, elkaar ontmoeten door bijv. samen een moestuin onderhouden, voor te lezen in kinderdagverblijven, te wandelen met nieuwkomers of samen te zingen in een koor of naar een proefles beeldhouwen (kunst en cultuurparticipatie is niet leeftijdsgebonden).



Naast modellen die op generatie segmenteren zijn er modellen die op andere manieren typologieën beschrijven, zoals bijvoorbeeld naar levensfase, levensstijl, inkomen, gezondheid en waarden. Ook worden combinaties hiervan gebruikt. Over het algemeen concluderen onderzoekers dat het bij toekomstige ouderen steeds minder gaat om vermaak, amusement of iets te doen hebben, maar om bezigheden die men als zinvol ervaart. Hierbij heeft men een voorkeur voor projectmatig werken of ongeorganiseerde inzetmogelijkheden, die gedaan kunnen worden wanneer het uitkomt. De werkomgeving dient daarbij zo veel mogelijk vrij te zijn van overmatige regelgeving, bureaucratie en de onderling omgang dient prettig te verlopen. Voor hoogopgeleiden zijn daarnaast creativiteit, ontplooiingsmogelijkheden en het kunnen overdragen van kennis van belang bij de gewenste vormen van inzet (van de Maat, 2008). Toekomstige ouderen zullen wellicht nog meer gericht zijn op zelfontplooiing en meer op zoek gaan naar nieuwe ervaringen (van Overbeek & Schippers, 2004).

Motivaction en Grey Ocean onderscheiden drie persona's, omdat iedereen op een andere manier ouder wordt, zowel economisch (besteedbaar inkomen), sociologische (gezinssamenstelling), biologisch (gezondheid) en psychologisch (waarden) (Verheggen & Keehnen, 2019). Hun drie profielen zijn niet uitputtend. Zo is er ook het Segmentatiemodel Senioren van Keijzer, dat is afgeleid van de Amerikaanse *Gerontographics* (Gerards, 2015). Het model segmenteert de seniorendoelgroep op basis van biologische, sociale, psychologische en situationele factoren. Een segmentatiemodel dat misschien het meest is uitgewerkt naar diverse onderwerpen als normen en waarden, communicatie, participatie en leefbaarheid is van SmartAgent. Hierbij wordt ingegaan op een sociologische as, van groepsgericht (gezin/wijk) tot eigen persoon-gericht. En een psychologische as, introvert tot extravert. De verschillende stijlen worden aangegeven met kleuren. Rood is extravert, assertief en eigenwijs, geel is sociaal, spontaan en harmonie zoekend, terwijl groen gericht is op nuchterheid en rust. Met betrekking tot activatie en participatie is dit model door verschillende gemeenten ingezet voor het benaderen en betrekken van inwoners. Ook de gemeenten aangesloten bij Bureau Regionale Veiligheidsstrategie Midden-Nederland (2014) werken met leefstijlen met betrekking tot communicatie en participatie. De inzet van participatie en de kans op succes blijken namelijk voor een belangrijk deel afhankelijk te zijn van de belevingswerelden van doelgroepen.

Uit deze verschillende modellen hebben wij de kenmerken van drie verschillende typen ouderen naar eigen inzicht samengevat. In onderstaande tabel is per type aangegeven hoe zij het beste geïnformeerd kunnen worden en waardoor hun organiserend vermogen, waarschijnlijk, geactiveerd kan worden.



Persona	Leeftijd/ Gezondheid	Levensstijl	Waarden	Soft spots	Betrokkenheid in de buurt	Communicatie	Hoe Informe- ren?	Hoe krijg je hen in organiserende rol?
Tom (de ge- zonde klui- zenaar)	Fysiek nog tot veel in staat	Conserva- tief, traditio- neel, gebor- genheid en rust.	Behouden en verzor- gen	De mens en de eenvoud	Doet vrijwilligers- werk, klaverjast in de buurt. Geeft om het behoud van de buurt. Kleine soci- ale kring “ons kent ons” “ik en mijn burens”	Duidelijk Gestructureerd Persoonlijk Laagdrempelig Succesfactoren: Laagdrempelig, eigen omgeving, dienstbaar, netjes, correct Valkuilen: verrassin- gen, te uitbundig, af- standelijk	Informatie- markt Voorlichtings- bijeenkomst Opendagen/ rondleiding Bewoners/ buurtmiddag	Activiteiten die ingaan op behoud van de buurt, het zorgen voor de mens en aansluiten bij eenvoudige activiteiten, waarin stabiliteit en routine te vinden is (het verzorgen van lunch of diner bijvoorbeeld). Maar ook benut- ten bij: - Mensen opzoeken - Portiekgesprekken - Wijkbezoek/ wandeling
Emma (de actieve avonturier)	Lijkt meest op jongere con- sumenten en minste verou- derings- symptomen ervaren.	Levens-ge- nieter	Bezitten en ver- wennen	Leve in het nu en positiviteit	Wil zichzelf ont- plooiën en wil een druk leven met veel activiteiten. Voelt zichzelf niet oud en heeft druk sociaal leven. “wij samen...”	Open Vriendelijk Uitnodigend Positief Succesfactoren: Familiair, informeel, enthousiast Valkuilen: Te veel details, te zake- lijk, te veel inhoud	Voorlichtings bijeenkomst (inloop) Spreekuur (bijv. met ambtenaar) Bewoners- platform Nieuwsbrief Via wijkraad of vast con- tact.	Nieuwe activiteiten organiseren, waarin nieuwe vaardigheden kunnen worden aange- leerd. Koppel Emma aan jongere mensen. Maar denk ook aan hulp bij: - Werkgroep/ klankbordgroep - Wijkfeest/ straatactiviteiten - Gezellig avondje in de buurt - Ruimte voor deelname kinderen - Sport- en spelactiviteiten.
Martha (de kwakkelen- de uitgaan- der)	Kwakkelende gezondheid, maar positief zelfbeeld en instelling.	De ontdek- ker	Waarden ont- plooiën en beleven	Authenticiteit en zelfontplooi- ing	Leverd graag een bijdrage, maar al- leen als het bij haarzelf past, maatschappelijke betrokkenheid en ontwikkeling is hierin belangrijk. “Ik en sommige an- deren ...”	Direct Enthousiast Creatief Speels Succesfactoren: Ruimte voor inspraak, inspirerend Valkuilen: Directief, prietpraat, proberen gedrag te beïnvloeden	Tentoonstel- ling Discussie avond Gekoppeld aan lezing/ concert	Maatschappelijke betrokkenheid is hoog, geldt met name voor culturele activiteiten, in- zamelingsacties voor goede doelen, vrijwilli- gerswerk met kwetsbare doelgroepen. i.v.m haar gezondheid richt ze zich met name op de buurt. Denk ook aan hulp bij: - Creatieve sessies - Werkateliers / Wijkfestival - Opiniepeilingen en enquêtes houden (bijv. burgerpanel).

De Kwakkelende Uitgaander en de Actieve Avonturier (de 'new-age' senioren) zijn in een onderzoek van de Universiteit van Utrecht naar voren gekomen als de doelgroepen die zelfverzekerd zijn en open staan voor informatie, veranderingen, persoonlijke uitdagingen en nieuwe ervaringen, deze groepen zouden dan ook het effectiefst te stimuleren zijn tot betrokkenheid en organiserend vermogen (Gerards, 2015).

Hoe activeer je ouderen om actiever bij te dragen? Randvoorwaarden en inzichten

Hierboven is ingegaan op de verschillende soorten ouderen die er zijn. Dit met als doel om inzichten te bieden in hoe je verschillende type ouderen kan. Er spelen vele redenen mee waarom iemand wel of niet actief is in de samenleving, dit geldt zowel voor ouderen als voor het 'jongere' gedeelte van de maatschappij. Organiserend vermogen is niet voor iedereen in dezelfde mate weggelegd.

Naast de specifieke kennis in het vorige hoofdstuk zijn er inzichten te benoemen die algemener gelden of die op voorhand in acht moeten worden genomen.

1. Mobiliteit en toegankelijkheid

- * In de organisatie van evenementen of activiteiten is bereikbaarheid en toegankelijkheid belangrijk. Om de betrokkenheid van ouderen bij evenementen te vergroten is het aan te bevelen om te benoemen dat er rekening is gehouden met toegankelijkheid of om toegankelijkheid van te voren te bespreken met ouderen.
- * 'There are no have nots': Iedereen kan iets bijdragen, met een label als kwetsbare bewoner worden mensen bewust of onbewust uitgesloten door gemeenschappen, wees inclusief en geef aandacht aan kwetsbare bewoners (Oelkers, 2015).

Toepassing: Vorm een klankbordgroep van (actieve) ouderen om te controleren of voldaan is aan bereikbaarheid, toegankelijkheid en andere belangrijke voorwaarden voor ouderen. Zo vergroot je de kans op organiserend vermogen, door inspraak in randvoorwaarden.

2. Sociale participatie

Er zijn verschillende voorwaarden die kunnen bijdragen aan verhoogde sociale participatie (Doran & Buffel, 2018):

- * Laat ouderen weten waarmee ze kunnen helpen en hoe
- * Verschillende regelmatige sociale activiteiten die zich richten op verschillende groepen ouderen.
- * Zorg voor een grotere keuze aan ontmoetingsplekken
- * Zorg voor effectieve communicatie over diensten en activiteiten: als ouderen niet weten wat er speelt, hoe kun zij dan acties ondernemen?

Toepassing: Bied inzicht in wat er gebeurt en waarbij ouderen kunnen helpen. Het geven van de juiste informatie en mogelijkheden is een belangrijke randvoorwaarden om actiever te kunnen bijdragen.



Dit kan in nieuwsbrieven o.i.d, maar ook tijdens de activiteiten waar ouderen op af komen. Dan bereik je direct de actieve ouderen die nóg niet (organiserend) bijdragen.

3. Respect en sociale conclusie

Ga bij ouderen uit van capaciteiten in plaats van tekortkomingen, (Cornelissen, H., et al, 2009) benoemen 5 punten waarmee ouderen kunnen bijdragen:

- * Economische middelen: ouderen vormen een potentieel krachtige economische groep
- * Cultuur, tradities en geschiedenis: ouderen hebben een unieke kennis van de geschiedenis van een wijk en kunnen hun rijke, culturele traditie doorgeven aan andere leden van de wijk
- * Kennis en ervaring, persoonlijk en professioneel: kan worden ingezet om het dagelijks leven in de wijk nieuw leven in te blazen, veel ouderen willen wel verbonden zijn met organisaties of geroepen die hun diensten kunnen gebruiken, maar zet dan in op die persoonlijke kennis en ervaring
- * Tijd: om te investeren in vernieuwing van de wijk, ook kunnen ze nieuwe vaardigheden aanleren en talenten ontwikkelen die op veel manieren van nut kunnen zijn
- * Leeftijdsgenoten, ouderen hebben vaak contact met leeftijdgenoten, zij kennen hun kennis en ervaring en kunnen die over de streep trekken.

Hier willen wij nog de rol van sleutelfiguren aan toe voegen

- * Sleutelpersonen zijn cruciaal om de doelgroep te bereiken vanwege de vele contacten die zij hebben met de bewoners. Zij spreken vaak ook de taal van de doelgroep en komen uit dezelfde cultuur. Zorg dat je de sleutelpersonen in een wijk kent en werk met ze samen om in contact te komen met ouderen (Herber et al, 2018).

Toepassing: Benut ouderen vanwege hun kennis en ervaring van bijvoorbeeld de buurt/wijk, of over een bepaald vak of thema. Zie organiseren los van de praktische taken, maar geef ouderen aan dat een bijdrage als vraagbaak of ondersteuning voor nieuwe buurtbewoners een welkome optie is.

Toepassing: Benoem een sleutelfiguur in de wijk als ouderen aanspreekpunt. Daar kunnen de ouderen terecht voor vragen of om ideeën uit te werken.

4. Een persoonlijke benadering en vertrouwen

- * Een passende benaderingswijze kan voor iedere oudere verschillen en soms zijn meerdere strategieën nodig. Voor de een werkt een formele benadering en voor de ander juist ene benadering via informele weg (Herber, et al, 2018). Een ervaringsgerichte insteek kan behulpzaam zijn om in een gesprek een oudere te bewegen tot organiseren van activiteiten. Hiervoor zijn de verschillende types uit de tabel een goede richtlijn.
- * Het creëren van een vertrouwensband met ouderen is belangrijk om in gesprek te kunnen gaan over hun behoefte en om ze te vragen om verdere actie. Neem daarvoor veel tijd, want de behoeften zijn vaak



complex en deze ouderen kunnen dit lastig verwoorden (Herber, et al, 2018). Bespreek samen de verwachtingen en sluit aan bij het tempo van de oudere.

Toepassing: Wanneer ouderen aanwezig zijn bij een activiteit, benader ze passend en biedt mogelijkheden om een actieve bijdrage te leveren, die passen bij het type ouderen.

5. 'Geen community zonder verhalen'

Storytelling is de basis voor de identiteit van communities, voor het verbinden, het leren, voor het organiseren van nieuwe praktijken, voor het verder brengen van ervaringen (Oelkers, 2015). Juist ouderen kunnen hier een rol in pakken en het delen van verhalen, schrijven, vertellen etc op zich nemen.

Toepassing: Zie dit ook als een organiserende rol en biedt bij activiteiten een podium aan ouderen.

Als je dan in gesprek gaat en bovenstaande punten in acht hebt genomen, zijn er verschillende vormen om het organiseren te stimuleren: (1^e drie voorbeelden. gemeente.nu, 2018)

1. Organiseer een initiatieven café

Voor wie een goed idee heeft, maar niet zo goed weet hoe daar verder mee te gaan. Of inspiratie willen opdoen. Tijdens zo'n café kunnen bewoners gekoppeld worden aan relevante partijen. Om te zien of hun initiatief haalbaar is en wie daar verder mee kan helpen.

2. Keukentafelgesprekken

Tijdens een persoonlijk gesprek kunnen ideeën van de ouderen worden besproken zonder dat ze hun huis uit hoeven. Dit kan o.a. helpen bij ouderen die gezondheidsproblemen hebben of bij het type de Gezonde Kluizenaar.

3. Challenge

Laat groepjes hun plannen uitwerken en biedt daarbij ondersteuning aan (en evt budget). Zo breng je denkracht samen en zorg je dat het organiseren niet bij 1 persoon blijft liggen.

4. 'Why have a meeting when you can have a party' (Oelkers, 2015).

Organiseer een activiteit om het organiseren te stimuleren, een activiteit gericht op het ontplooiën van creativiteit, of het samenbrengen van interesses- dan is de kans groot dat nieuwe ideeën opkomen. Noem het geen vergadering, bijeenkomst, informatieavond, maar bedenk iets anders, houd het luchtig, maak plezier met elkaar, bedenk dingen waardoor mensen het leuk vinden om mee te doen, om erbij te zijn! Combineer dit met de organisaties of mensen die kunnen ondersteunen in de organisatie van nieuwe initiatieven (zoals culturele organisaties, ondernemers, verpleging, scholen ed).



Communicatie

We hebben het al eerder gehad over hoe gerichte communicatie kan bijdragen aan een actievere houding van ouderen. De manier waarop ouderen worden aangesproken is belangrijk, in het advies "Voorbereiden op ouder worden", worden tips gegeven over het type boodschap (Raad van Ouderen, 2019):

Boodschap	Voorbeeld
Positief, dus wijzen op mogelijkheden	u kunt iets bijdragen voor uw buurt of straat
Wijs op de eigen verantwoordelijkheid, dus maak de boodschap niet te vrijblijvend	Meedoen betekent uw actieve bijdrage, maar ook zingeving,
Zorg dat er aandacht is voor bestaande diversiteit.	Voor iedereen: (oud of jong, bleek of getint, alleen of samen)
Zorg dat de boodschap aansluit bij waar mensen op dat moment aan toe zijn	Gezellig in de straat? wees voorbereid op de donkere maanden
Wees niet belerend of dwingend, maar maak gebruik van de kennis over nudgingtechnieken die mensen verleiden tot nadenken.	Ipv "het is goed voor ouderen om..." zeggen "de buurt heeft uw kennis en ervaring nodig" "u kunt iets betekenen voor"
Wijs op wederkerigheid.	"uw deelname aan het voorleesproject zorgt er niet alleen voor dat u sociaal actief blijft maar ook voor stralende gezichtjes en betere taalontwikkeling"
relationeel aspect	het is leuk om iets met anderen te ondernemen
ontplooiingskansen	Je kunt nieuwe ervaringen opdoen / kwaliteiten ontwikkelen
zingeving	mensen willen iets voor anderen betekenen
Gezelligheid en ontspanning	samen leuke dingen doen
betrokkenheid	we hebben allemaal wel eens een steuntje nodig
takengericht	bijvoorbeeld nieuwe voorleesmethode gericht op taalontwikkeling zien als een uitdaging
activiteiten	voorlichting geven, bloemetje brengen, iets lekkers maken
Gemeenschappelijke interesse	Contact met andere generaties
Kwaliteiten die mensen hebben	Ervaring als projectmanager



5. Aanbevelingen

Nu we de inzichten uit de literatuur op een rijtje hebben gezet, leidt dat tot de volgende aanbevelingen:

1. Er is niet 1 oudere, ook niet 1 actieve oudere

- ✓ Verschillende segmentatiemodellen wijzen op verschillende typeringswijzen voor ouderen. Hoewel de modellen zijn ontwikkeld voor de marketing, bieden zij wel aanknopingspunten voor het benaderen en stimuleren van verschillende typen ouderen voor hun betrokkenheid bij initiatieven.
- ✓ Communicatie verschilt per segment, richt je voor de ene typering bijvoorbeeld meer op vitaliteit en innovatie en spreek mensen juist aan over universele waarden of over meerdere generaties en voor de andere typering juist meer op traditionele waarden en betrokkenheid bij hun buurt.

2. Organiserend vermogen is niet voor iedereen in dezelfde mate weggelegd

- ✓ Ga uit van capaciteiten in plaats van tekortkomingen.
- ✓ Breng bruikbare capaciteiten van ouderen in kaart.

3. Voldoende Informatie en passende communicatie: de basis voor organiserend vermogen

- ✓ Gebruik een variëteit aan informatiekkanalen.
- ✓ Laat concreet weten waarmee mensen kunnen helpen.
- ✓ Spits toe op verschillende voorkeuren, behoeften en kwaliteiten.
- ✓ Vertel niet wat goed voor mensen is maar wat het ze kan brengen.
- ✓ Benader ouderen persoonlijk en op verschillende wijzen.
- ✓ Benoem mogelijkheden als hulp bij vervoer, lift, parkeerplek enz.

4. Mobiliteit & Toegankelijkheid: geen hindernissen, maar kansen voor extra betrokkenheid

- ✓ Zorg voor goede bereikbaarheid en goede toegankelijkheid.
- ✓ Creëer ontmoetingsplekken om ideeën te laten ontplooiën: in een huiskamer of initiatievencafé.
- ✓ Vorm een klankbordgroep van (actieve) ouderen om te controleren of voldaan is aan bereikbaarheid, toegankelijkheid en andere belangrijke voorwaarden voor ouderen. Dat is een bijdrage op zich én vergroot de kans op organiserend vermogen, door inspraak in randvoorwaarden.

5. Organiseren is meer dan praktische taken

- ✓ Benut ouderen vanwege hun kennis en ervaring van bijvoorbeeld de buurt/wijk, of over een bepaald vak of thema. Zie organiseren los van de praktische taken, maar geef ouderen aan dat een bijdrage als vraagbaak of ondersteuning voor nieuwe buurtbewoners een welkome optie is.

6. Benoem een sleutelfiguur in de wijk als ouderen aanspreekpunt

- ✓ Daar kunnen de ouderen terecht voor vragen of om ideeën uit te werken. Dit kan een ouder iemand zijn of een persoon die veel contact heeft met ouderen.

7. Storytelling is een bijdrage die verbindt en leert

- ✓ Juist ouderen kunnen hier een rol in pakken en het delen van verhalen, schrijven, vertellen etc op zich nemen. Zie dit ook als een organiserende rol en biedt bij activiteiten een podium aan ouderen.



Referenties

- Buffel, T. (2018). Social research and co-production with older people: Developing age-friendly communities. *Journal of aging studies*, 44, 52-60.
- Bureau Regionale Veiligheidsstrategie Midden-Nederland. (2014). Leefstijlen in jouw gemeente. Veiligheid is van iedereen, maar niet iedereen is hetzelfde. Een handreiking over communicatie en participatie inclusief kaarten per wijk en buurt voor veiligheidsprofessionals in Midden-Nederland. p 24-25, Utrecht.
- Cornelissen, H., Van Oort, D., Hexpoor, F., Westhuis, A. (2009). Wijkontwikkeling op eigen kracht. Een bewerkte vertaling van Building Communities from the Inside Out, a path toward finding and mobilizing a community's assets van John L. McKnight and John P. Kretzmann. Vereniging Landelijk Samenwerkingsverband Aandachtswijken in Den Haag in samenwerking met Fontys Hogeschool Sociaal Werk Eindhoven.
- Doran, P. & Buffel, T., (2018) "Translating Research into Action: involving older people in co-producing knowledge about age-friendly neighbourhood interventions", Working with Older People
- Gemeente.nu 2018, <https://www.gemeente.nu/bestuur/gemeenten/drie-manieren-om-bewonersinitiatief-stimuleren/>
- Gerards, V. (2015). Marktsegmentatie in het openbaar vervoer: naar een effectievere online communicatiestrategie richting 55-plusser. Adviesbureau Keijzer en Communicatie en Organisatie, Universiteit Utrecht. Utrecht.
- Herber, G-C., Lemmens, L., Spijkerman, A., de Bruin, S., van Oostrom, S. (2018), p. 9;15. Preventieve activiteiten voor ouderen die onvoldoende bereikt worden: wat zijn kansrijke elementen? Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu, Bilthoven
- ING Economisch bureau. (2016). Vergrijzing als kans. Leeftijdloos verleiden.
- Oelkers, B. (2015) Community Building in de praktijk, het ABC van het ABCD, Plan & Aanpak.
- Raad voor ouderen (2019), Advies Raad voor Ouderen Voorbereiden op ouder Worden
- Van de Maat, J.W. (2008). Maatschappelijke participatie in de derde levensfase. Amsterdam: Vrije Universiteit Amsterdam.
- Van Overbeek, R., & Schippers, A. (2004). *Ouder worden we allemaal, trendstudies en toekomstdebatten over vergrijzing in Nederland*. Utrecht: NIZW publicaties.
- Van der Zanden, W., Permentier, M., Hoppesteyn, M. (2018). Bevolkingsprognose Rotterdam 2018-2035. Gemeente Rotterdam, afdeling Onderzoek en Business Intelligence (OBI).
- Verheggen, P.P., Keehnen E. (2019). Een zilveren generatie met gouden kansen. De zeven Soft Spots voor seniorenmarketing. Motivaction en Grey Ocean AGEnSee. Amsterdam.



Bijlage 1: Folder Het Extra Zetje – Stichting Opzoomermee



Opzoomer Mee
Schiedamsedijk 55a
3011 EE Rotterdam
010 213 1055
www.opzoomermee.nl

een postzegel is niet nodig

Opzoomer Mee
Antwoordnummer 3122
3000 WB Rotterdam



HET EXTRA ZETJE

Welk extra zetje kies je?

De Rotterdamse Fotowandeling, De Hits van Toen, De Kletskaus of De Proeverij. Het kan natuurlijk ook zijn dat je zelf een beter extra zetje weet. Dan doen we die natuurlijk.

Maar, een extra zetje... voor wie dan?

In jouw Lief & Leedstraat wonen misschien ouderen die nog niet meedoen aan activiteiten. Misschien doen ze wel mee als ze een extra zetje krijgen. Bijvoorbeeld als ze uitgenodigd of gevraagd worden voor iets dat zij erg leuk vinden, waar ze veel van afweten of waar ze goed in zijn. Zo'n extra zetje wil Opzoomer Mee mogelijk maken.

Kies er een uit het menu.

Je krijgt meer informatie en 75 euro om van het extra zetje een succes te maken.



HET MENU

1. DE ROTTERDAMSE FOTOWANDELING

Foto's bekijken en zo herinneringen ophalen over Rotterdam. Een vrijwilliger van Het Gilde komt langs met fotoboeken. Binnen de kortste keren vliegen de verhalen in de rondte.

Als je dit extra zetje kiest, dan neemt Opzoomer Mee contact met je op om tot een afspraak met Het Gilde te komen.



2. DE HITS VAN TOEN

Een leuke middag om met elkaar naar de hits van vroeger te luisteren en natuurlijk om ze met elkaar te zingen. De Beatles, Bob Dylan, The Birds of... Nederlandstalige hits en/of hits uit andere culturen. Welke hits gaan het worden?

3. DE KLETSKAUS

Met de kletskaus krijg je echt iedereen op zijn praatstoel. Trek uit een sok een kaartje met een vraag of een stelling en laat de aanwezigen daar hun verhaal over vertellen. Waar gaat je lievelingsboek over? Wat is je leukste vakantieverhaal? Ze raken niet uitgepraat!

Als je dit extra zetje kiest, krijg je van ons ook een sok met kaartjes en uitleg van het spel.

4. DE PROEVERIJ

Iedereen weet nog wel een bijzonder recept van vroeger, bijvoorbeeld om draadjesvles of roti volgens oma's recept te maken. Vraag drie, vier of meer ouderen om thuis (of in een keuken in de wijk) een gerecht te maken voor bijvoorbeeld de deelnemers van het komende decemberfeest.

Zo kan iedereen ze proeven. Nog leuker wordt het als er van de recepten een klein kookboekje wordt verspreid.



WAT JE NOG MEER MOET WETEN

Het extra zetje is bedoeld voor ouderen die nu nog niet meedoen aan activiteiten.

Als je een extra zetje kiest, krijg je van Opzoomer Mee meer informatie met voorbeelden en tips en 75 euro voor een hapje en een drankje en om de onkosten te dekken.

Je extra zetje organiseer je in oktober, november of december. Je kunt het natuurlijk combineren met het (straat)feest in december waarover je eind oktober/begin november een folder ontvangt.

Wij zijn benieuwd of het extra zetje werkt. Mogen we in de eerste weken van 2020 contact met je opnemen om je ervaringen en tips te horen?



ANTWOORDKAART

Straat _____
Naam contactpersoon _____
Adres _____
Postcode _____
Email _____
Telefoon _____

Wij kiezen

- ☐ 1. De Rotterdamse Fotowandeling
☐ 2. De Hits van Toen
☐ 3. De Kletskaus
☐ 4. De Proeverij
☐ 5. Een eigen zetje _____

Wij gaan dit zetje geven op
(vermoedelijke datum).

Het zetje is bestemd voor hoeveel ouderen?



Knip deze kaart uit en stuur hem naar Opzoomer Mee (Een postzegel is niet nodig).
via mail (info@opzoomermee.nl) of WhatsApp (06 16 83 29 43) mag natuurlijk ook