

## **Praat vandaag over morgen**

### **Onderzoek communicatie lage SEP**

Definitief rapport

Versie 1



# Over dit rapport

---

## Auteur(s) van Ferro Explore

Annelies Jansen, Miriam Winninghoff

## Op verzoek van

Dienst Publiek en Communicatie (DPC) en Ministerie van VWS

## Datum

23 juli 2025

## Projectnummer

6578

## Onderzoeksbureau

Ferro Explore B.V.  
Johan van Hasseltweg 2 B1  
1022 WV Amsterdam  
Nederland  
020 624 30 44  
[info@ferro-explore.nl](mailto:info@ferro-explore.nl)  
[www.ferro-explore.nl](http://www.ferro-explore.nl)

Ferro Explore voldoet aan de BIO, is lid van het Data & Insights Network, is ISO 20252 gecertificeerd en houdt zich aan de ICC/ESOMAR gedragscode.

# Inhoudsopgave

---

|                                                                                                          |           |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>Leeswijzer</b>                                                                                        | <b>1</b>  |
| <b>Overkoepelende inzichten</b>                                                                          | <b>2</b>  |
| <b>Fase 1 tussenrapportage stakeholdergesprekken en deskresearch</b>                                     | <b>8</b>  |
| <b>Fase 2 Tussenrapportage gesprekken met de doelgroep</b>                                               | <b>13</b> |
| <b>Fase 3: Tussenrapportage Cocreatie workshop</b>                                                       | <b>29</b> |
| <b>Fase 4 Tussenrapportage: doorvertaling naar uitgangspunten concrete communicatie/campagne-aanpak</b>  | <b>40</b> |
| <b>Onderzoeksverantwoording</b>                                                                          | <b>57</b> |
| <b>Bijlage gespreksleidraad fase 2 (interviews, groepsgesprekken en duo-gesprekken met de doelgroep)</b> | <b>61</b> |
| <b>Bijlage: onderzoeksmateriaal (huidige campagne)</b>                                                   | <b>64</b> |
| <b>Bijlage: draaiboek cocreatiesessie</b>                                                                | <b>67</b> |
| <b>Bijlage: visualisatie</b>                                                                             | <b>72</b> |

---

Dit rapport verslaat een onderzoek dat als doel heeft om inzicht te krijgen in de doelgroep(en) lage SEP, uitzoeken of de handelingsperspectieven en onderwerpen die VWS nu met de campagne 'Praat vandaag over morgen' communiceert, aansluiten bij deze doelgroep en welke aanpak VWS in samenwerking met diverse stakeholders zou kunnen kiezen om deze doelgroep in de toekomst te bereiken.

Het onderzoek bestond uit 4 fases:

- deskresearch en expertinterviews (fase 1);
- interviews en groepsgesprekken met de doelgroep (fase 2);
- cocreatiesessie (fase 3);
- doorvertaling naar uitgangspunten concrete communicatie/campagne-aanpak (fase 4).

We starten dit rapport met een hoofdstuk met overkoepelende inzichten uit de 4 fasen en kansen voor effectieve communicatie met de doelgroep lage SEP. De hoofdstukken daarna bevatten de tussenrapportages van de 4 fasen. We sluiten af met een onderzoeksverantwoording.

# Overkoepelende inzichten

---

## Hoofdconclusie en aanbevelingen

Doel van het onderzoek is om inzicht te krijgen in de doelgroep(en) lage SEP, uitzoeken of de handelingsperspectieven en onderwerpen die VWS nu met de campagne 'Praat vandaag over morgen' communiceert, aansluiten bij deze doelgroep en welke aanpak VWS in samenwerking met diverse stakeholders zou kunnen kiezen om deze doelgroep in de toekomst te bereiken.

Het onderzoek bestond uit 4 fases:

- deskresearch en expertinterviews (fase 1). Er is met 6 experts gesproken in individuele gesprekken. De experts zijn aangedragen door het ministerie van VWS.
- interviews en groepsgesprekken met respondenten uit de doelgroep (fase 2); Er zijn gesprekken uitgevoerd met mensen met een lage SEP tussen de 50 en 75 jaar: 6 mini groepsdiscussies met ieder 4-5 respondenten, 8 individuele interviews, 4 duo-interviews van iemand uit de doelgroep met een (volwassen) kind, familielid of bekende die dicht bij de respondent staat.
- cocreatiesessie (fase 3); Er is een co-creatiesessie gehouden met n=10 personen uit de doelgroep (ouderen met een lage SEP, die al eerder aan fase 2 hadden meegedaan) en n=8 personen die beroepsmatig betrokken zijn bij deze doelgroep.
- doorvertaling naar uitgangspunten concrete communicatie/campagne-aanpak (fase 4).

Hoofdconclusie van het onderzoek is dat de doelgroep met een lage SEP een andere benadering behoeft dan die van de campagne 'Praat vandaag over morgen'. Anders dan mensen aanzetten om vandaag te praten over morgen, is een benadering nodig die de uitgangspunten 'nu' en 'doen' heeft, en zich vooral richt op de thema's 'zorgen' en 'fit blijven': Nu doen dan volgt het gesprek vanzelf.

Dit baseren wij op de volgende inzichten:

- De doelgroep lage SEP is praktisch ingesteld, leeft in het nu.
- De doelgroep lage SEP is vooral gericht op doen (en minder op denken/praten): zij wil de leuke en goede dingen die ze nu doet, vasthouden: geen grote wensen, geen grote perspectieven, geen grote veranderingen. Maar het moet klein, dichtbij en bereikbaar zijn.
- Deze groep heeft – door zorgen – geen ruimte in hun hoofd om over andere dingen of de toekomst na te denken. Dit geldt vooral voor de groep mensen met een externe locus of control.
- Het handelingsperspectief 'praat over ouder worden' wordt veelal als heel lastig ervaren en werkt voor deze groep niet. Praten over ouder worden houdt in dat je gaat praten over een situatie waarin het nóg minder voor je wordt (nog slechtere gezondheid, nog eenzamer, nog minder mogelijkheden). Men heeft het gevoel dat dit nog meer zorgen zal gaan opleveren, maar je hebt al zorgen over vandaag. Praten is echt een brug te ver: het besef moet eerst komen dat de toekomst niet alleen maar ellendiger hoeft te zijn, dat er best veel positieve dingen zijn die je kunt proberen te behouden.

- Ouder worden:
  - associëren zij met de dood; de periode van nu tot aan de dood is niet vanzelfsprekend een onderwerp van gesprek;
  - roept negatieve associaties op als: minder kunnen, afhankelijker en eenzamer zijn, minder geld te besteden hebben;
  - is niet een onderwerp waar men graag over praat; zij willen niet zielig zijn of zich kwetsbaar tonen;
  - is een onderwerp waar men de kinderen niet mee tot last wil zijn.

**De belangrijkste uitgangspunten voor een aanpak om deze doelgroep in de toekomst te kunnen bereiken, zijn:**

- Blijf weg bij nadenken en praten. Focus op doen!
- Kies een aanpak die gaat over hoe je gezond, fit en actief leeft. Nu en in de toekomst (behouden van gezondheid, plezier, etc wat je nu hebt).
- Kernwoorden: praktisch, laagdrempelige activiteiten, dichtbij huis.
- En als je eenmaal bij elkaar en aan de slag bent, komt het gesprek ook makkelijker op gang.
- Wanneer mensen meedoen aan activiteiten, zetten zij een stap in de voorbereiding op prettig ouder worden. Door letterlijk in beweging te komen, werken mensen aan hun fysieke gezondheid nu en later.
- Door anderen te ontmoeten en zo het sociale netwerk uit te breiden, gaan ze toekomstige eenzaamheid tegen.
- Laat lokale afzenders de doelgroep benaderen. De landelijke overheid roept minder positieve reacties op.

Het is raadzaam om bij communicatie over 'prettig ouder worden' binnen de doelgroep lage SEP je als eerste te richten op **mensen met een interne locus of control**. Binnen de doelgroep lage SEP is een onderscheid te maken tussen mensen met een interne en externe locus of control. Mensen met een externe locus of control hebben het gevoel dat zij zelf weinig invloed kunnen uitoefenen op hun situatie en dat het ouder worden hen overkomt. Mensen met een interne locus of control hebben het gevoel met hun eigen acties invloed te kunnen uitoefenen op later. In locus of control zijn gradaties: het is een glijdende schaal waar mensen zich op begeven. Mensen met een interne locus of control zullen eerder het gevoel hebben dat zij met hun eigen acties er voor kunnen zorgen dat zij 'prettig oud worden'.

Deze uitgangspunten leiden tot de volgende adviezen:

### **Boodschap**

- Verleg de nadruk van denken en praten over morgen naar nú doen.
- Focus op het thema waarbij mensen positieve associaties hebben en nu meteen iets kunnen dóen: blijf fit.
- Vermijd het thema wonen en wees voorzichtig met zorg. Het vermijden van wonen omdat mensen met een lage SEP het gevoel hebben niets te kiezen te hebben, er zijn te weinig woningen beschikbaar. Nadenken over 'wonen' roept gevoelens van onmacht en onbegrip op. Voorzichtig zijn met zorg omdat het thema gevoelig kan liggen bijvoorbeeld als men zelf geen kinderen of familie heeft die voor hen gaat zorgen.
- Zeg niet wat mensen moeten, maar nodig hen uit om mee te doen.
- Focus op samen activiteiten doen, jong en oud. Vermijd een generatiekloof, bijvoorbeeld samen koken of samen een rondje wandelen.
- Geldzorgen blijken een belemmering: belicht proactief inkomensvoorzieningen omdat nog niet iedereen krijgt waar zij recht op hebben.

### **Mogelijke kernboodschap**

Gezond, fit en actief leven nu en in de toekomst is fijn voor jong en oud. Want als je lekker in je vel zit, ben je vrolijker, heb je meer energie en zin om bezig te blijven. Zo kun je leuke dingen blijven doen en blijf je de baas over je eigen leven.

Als je nu gezond, fit en actief leeft, is de kans het grootst dat dat in de toekomst zo blijft. En dat je de dingen die je nu leuk vindt ook in de toekomst kunt blijven doen. Hoe je dat aanpakt, bepaal je helemaal zelf. Misschien vind je het leuk om te tuinieren of te wandelen, om samen met mensen uit de buurt koffie te drinken of om vrijwilligerswerk te doen. Hoe blijf jij gezond, fit en actief?

### **Kanalen en communicatie**

- Maak gebruik van lokaal herkenbare communicatie, zoals een wijkkrant of prikbord in supermarkt of buurtcentrum.
- Liefst afkomstig van mensen uit de eigen wijk of het eigen dorp.
- Tijdens activiteiten zijn eenvoudige gespreksstarters bruikbaar, zoals fotokaart of praatplaat.

## Taalgebruik

- Gebruik kernwoorden als gezond, fit en actief leven.
- Vermijd termen als ouder worden en eenzaamheid.
- Heb het niet over denken en praten over later.

### Don'ts

- Moeilijk > Veel mensen met een lage SEP hebben moeite met ingewikkelde woorden, lange zinnen of abstracte begrippen. Zulke moeilijke taal kan ervoor zorgen dat mensen zich niet aangesproken voelen en afhaken.
- Zwaar > Taal die zwaar, zorgelijk of negatief klinkt, roept weerstand op. Zoals 'problemen', 'afhankelijkheid' of 'slijtage'. Zware taal nodigt niet uit en belemmert meedoen.

### Do's

- Kort en eenvoudig > Samen iets leuks doen in de buurt?  
Niet: "Wij organiseren een participatietraject voor senioren met beperkte mobiliteit."
- Gewone woorden (B1) > Wat is voor u belangrijk om fit te blijven?  
Niet: 'Welke behoeften op het gebied van lichamelijke fitheid heeft u bij ouder worden?'
- Positief > Doet u mee? Zo ontmoet u buurtgenoten. En krijgt u tips zodat u zo lang mogelijk zelfstandig en actief kunt blijven.  
Niet: 'Afhankelijk worden van zorg.' of 'Voorkom eenzaamheid of isolement.'
- Vragen en uitnodigen > Wat wilt u doen om gezond en fit te blijven?  
Niet de gebiedende wijs gebruiken.
- Praat tegen mensen, niet over hen > Wat heeft u nodig?  
Niet 'Ouderen hebben vaak hulp nodig bij beslissingen over zorg.'

### U/jij

- In het onderzoek is niet gevraagd naar de voorkeur voor de aanspreekvorm 'u' of 'je'. In ons advies kiezen we niet één van beide.
- Vaak zijn dit keuzes die op organisatieniveau worden gemaakt. Soms is er een 'schrijfwijzer' of een andere richtlijn voor mondeling en/of schriftelijk taalgebruik. Daar kunnen lokale intermediairs hun keuze voor een aanspreekvorm op baseren.

## Beeldgebruik

- Gebruik lokaal herkenbare beelden in ondersteunende, fysieke communicatiemiddelen.
- Toon bijvoorbeeld mensen in een vergelijkbare lage SEP, in straatbeelden uit herkenbare wijken, bij markante gebouwen in de buurt etc.

## Afzender

- Gebruik bij voorkeur lokale en vertrouwde gezichten als afzender. Lokale intermediairs kunnen deze rol oppakken.
- Zorg dat ook de ondersteunende, schriftelijke communicatie van een herkenbare, lokale afzender komt.

## Content

De stappen om in contact te komen:

1. Je moet de weg vinden naar mensen met een lage SEP.
  2. Het is belangrijk dat zij de uitnodiging goed begrijpen en positief waarderen.
  3. Vervolgens moet iemand het besluit nemen om in actie te komen en gaan deelnemen aan een activiteit.
  4. Tijdens of na 1 of meerdere activiteiten kan een gesprek over de toekomst ontstaan.
- 
1. Hoe bereik je mensen met een lage SEP?  
Het eerste contact kan plaatsvinden:
    - door de brievenbus, in de supermarkt, in de bibliotheek
    - in het buurthuis, bij de voedselbank, in het gebedshuis
    - via huisarts en maatschappelijk hulpverleners
    - via de woningbouwvereniging
    - via de kinderen (school, naschoolse opvang, sportclub)
    - via mensen met een lage SEP met een groter doenvermogen
    - bij bezoek aan huis, in lotgenotengroepen
    - via lokale radiozenders
  2. Hoe moet de uitnodiging klinken?  
Op basis van doelgroepkenmerken, taal-do's en kernboodschap:
    - 'Wandel je mee? Leuk om nieuwe mensen te leren kennen.'
    - 'Er is plek vrij in de tuin. Lekker je eigen groenten verbouwen?'
    - 'Elke woensdagmorgen koffie. Je hondje mag mee natuurlijk.'
    - 'Wil jij fit blijven? Als je lekker in je vel zit, voel je je beter.'
    - 'Heb jij zin om te schilderen? Samen te knutselen?'
    - 'Nieuw in het buurtcentrum: fit blijven voor beginners.'
  3. Hoe activeer je mensen?  
Maak het mensen zo makkelijk mogelijk om in actie te komen. Denk aan:
    - gratis
    - dichtbij
    - nu
    - leuk, gezellig, samen.
  4. Hoe starten lokale intermediairs 't gesprek over morgen?
    - Begin met kleine, informele gesprekjes
    - Gebruik positieve framing

- Erken de zorgen
- Werk met verhalen of voorbeelden
- Gebruik creatieve of visuele middelen

Hierna volgt een visualisatie / infographic met instructies voor lokale intermediairs over hoe zij het gesprek met ouderen met een lage SEP aan kunnen gaan. Deze afbeelding is ter illustratie. Op de laatste pagina van dit rapport (in de bijlagen) is deze visualisatie paginagroot -en dus beter leesbaar- ingevoegd.

## Nú doen! Dan volgt 't gesprek vanzelf

Mensen met een lagere sociaaleconomische positie praten niet graag over ouder worden. Toch is het belangrijk dat zij nadenken over de toekomst. En erover praten. Zodat zij op hun eigen manier goed ouder worden. Wat wél werkt? Samen iets doen. En dan volgt 't gesprek vanzelf.

### Samen doen!

*Nodig mensen uit voor laagdrempelige activiteiten, praktisch en dichtbij huis; liefst generaties door elkaar.*

- Denk aan koffiemoment, buurtactiviteit, samen fitnessen of huisbezoek.
- Mensen komen dan in beweging, werken aan hun fysieke gezondheid.
- Ze ontmoeten nieuwe mensen, gaan eenzaamheid tegen.
- Zo bereiden zij zich voor op goed ouder worden.
- En je zult zien: tijdens die activiteiten raak je makkelijker aan de praat.

### En zó start je het gesprek over 'morgen'

#### Begin met kleine, informele gesprekjes

- Bouw vertrouwen op door eerst te luisteren.
- Dan kunnen later serieuzere gesprekken op gang komen.

#### Gebruik positieve framing

- Zeg bijvoorbeeld: 'Hoe kunnen we het leven nu en straks prettig houden voor jou?'
- Laat ruimte voor dromen en wensen: 'Hoe ziet jouw ideale dag eruit als alles mogelijk is?'
- Kies positieve thema's, zoals 'thuis', 'vrijheid', 'toekomst' of 'verbondenheid'.

#### Erken de zorgen

- Bied niet meteen een oplossing, maar geef eerst erkenning. Zeg bijvoorbeeld: 'Ik hoor dat het lastig is dat je je zorgen moet maken over geld.'
- Zo kan een openhartiger gesprek ontstaan.

#### Werk met verhalen of voorbeelden

- Soms helpt een 'omweg'. Zeg bijvoorbeeld: 'Ken je mensen die een goede manier hebben gevonden om fit te blijven?'
- 'Ik sprak laatst iemand van jouw leeftijd die de zorg voor later goed geregeld heeft.'
- Zo maak je het minder confronterend. En voelen mensen zich meer op hun gemak om over hun eigen situatie te vertellen.

#### Gebruik creatieve of visuele middelen

- Gebruik fotokaarten of praatplaten om het gesprek op gang te brengen.
- Of: samen tekenen, een spel doen, een moodboard maken of een wenskaartje invullen.



#### Meer informatie?

Lees het onderzoek naar communicatie met mensen met een lagere SEP. Stuur een e-mail aan [praatvandaagovermorgen@minvws.nl](mailto:praatvandaagovermorgen@minvws.nl)  
Bezoek de website: [praatvandaagovermorgen.nl](http://praatvandaagovermorgen.nl)

# Fase 1 tussenrapportage stakeholdergesprekken en deskresearch

---

# Fase 1 Achtergrond en inzichten

---

Als eerste fase van het onderzoek zijn een zestal stakeholdergesprekken van ieder ongeveer een uur gevoerd en zijn relevante documenten geanalyseerd.

## Achtergrond

Belangrijkste doel van de eerste fase van dit onderzoek is inzicht te krijgen in:

- Zijn er relevante segmentaties binnen de doelgroep lage SEP te onderscheiden?
- Hoe zien die segmentaties er dan uit? (bijvoorbeeld een bepaalde leeftijdscategorie)

Daarnaast dient de eerste fase van onderzoek om aandachtspunten van de stakeholders voor het onderzoek op te halen.

Er zijn 6 stakeholdergesprekken gevoerd met de volgende partijen:

- ANBO-PCOB
- SOM NL
- Praat vandaag over morgen 010 (Rotterdam)
- SWN
- ActiZ
- Pharos

Bronnen die zijn geraadpleegd:

- Het beeld van en over ouderen in Nederland. Dit is een kwantitatieve 0-meting naar de beeldvorming van ouderen, doelgroep 70-79 jarigen. (Blauw)
- Waardig ouder worden. (Ferro)
- Herwaardering ouder worden. (Blauw)
- Beleidsnotitie over gezondheidsverschillen onder ouderen (Pharos)
- Input vanuit Pharos over de lage SEP
- Publieksmeting gezondheid en zorg. Verrijking met uitsplitsing naar sociaal-economische positie (Motivaction)
- <https://www.leydenacademy.nl/laaggeletterdheid-onder-ouderen/>
- Journal of Qualitative Methods. The promise of inclusive research methodologies: relational design and praxis

# Inzichten

## Achtergrond

Lage SEP heeft te maken met:

- Inkomen
- Opleiding
- (ervaren) gezondheid
- Gender
- Huishouden (alleen wonend/met kinderen)
- Leeftijd
- Vaak een migratieachtergrond

We zien een wisselwerking. Lage SEP veroorzaakt, maar komt ook door:

- Psychische klachten
- Minder goede basisvaardigheden (zoals laaggeletterdheid)
- Minder toegang tot gezondheidskennis en gezonde mogelijkheden
- Minder bewegen
- Minder grote sociale kring
- Beperkte digitale vaardigheden

Waar valt de meeste gezondheidswinst te behalen of welke doelgroepen zijn het meest kansrijk om te bereiken (laaghangend fruit)?

In de gesprekken/documenten komt het volgende naar voren. Voor de goede orde: dit is een weergave van de literatuur en de mening van stakeholders. Ze vormen een goed overzicht van de factoren die zij benoemen, en vormen daarmee ook input voor het onderzoek onder de doelgroepen zelf:

- Omdat de doelgroep lage SEP minder lang in goede gezondheid leeft, moet je er bij deze groep eigenlijk eerder bij zijn om hen over gezond ouder worden te laten nadenken. Anders is deze doelgroep al 'niet meer zo gezond oud'.
- Er bestaat een grote groep ouderen met lage SEP die wel een sociaal netwerk hebben maar schaamte voelen om over ouder worden en de zorgen die dat met zich meebrengt te praten (te weinig financiële middelen om huis aan te passen of te verhuizen, om te sporten, om actief te blijven). Bij deze groep zou de drempel om er over te praten verkleind moeten worden.
- Er is ook een grote groep die zich niet of minder heeft aangesloten bij sociale netwerken. Deze groep heeft veel minder 'doe-vermogen' en ziet minder kans om na te denken/te praten over morgen (met de huidige campagne 'Praat vandaag over morgen' confronteer je ze eigenlijk met het feit dat ze het niet kunnen).
- Voor deze groep ouderen met een lage SEP is 'morgen' te laat. Zij leven veelal op dit moment al met zorgen over vandaag. Voor hen moet er eigenlijk al over vandaag gepraat worden,
- Ouderen met een lage SEP weten de weg naar de gezondheidszorg vaak minder goed te vinden/te bewandelen (weten niet waar ze terecht kunnen). Dit maakt het praten over morgen moeilijker.
- Denken en praten past minder bij deze groep dan doen. Er worden veelal op wijk- of gemeenteniveau activiteiten georganiseerd voor ouderen. Voor ouderen met een lage SEP zijn activiteiten zoals samen eten, samen wandelen, samen handwerken aantrekkelijk.
- Ouderen met een lage SEP zijn minder tevreden over de kwaliteit, toegankelijkheid en betaalbaarheid van de gezondheidszorg in Nederland dan

andere Nederlanders. Dit zou het moeilijk kunnen maken om het gesprek met deze groep te voeren over gezond ouder worden.

- Mensen met een lage SEP ervaren minder regie over de eigen gezondheid, maar blijken tegelijkertijd eigen strategieën in te zetten die effectief kunnen zijn, zoals het bezoek van een dienstencentrum om vereenzaming tegen te gaan (Platzer 2023).
- Door dit gesprek tijdig te voeren, zo geven de stakeholders aan, behouden ouderen met een lage SEP en uit verschillende culturele achtergronden meer controle over hun eigen zorg, weten hun naasten wat er van hen verwacht wordt, en kan overbelasting van informele zorgverleners worden voorkomen. Dit draagt bij aan een betere planning, meer veerkracht en uiteindelijk een betere kwaliteit van leven voor zowel de ouderen zelf als hun omgeving.
- Wat betreft het fit blijven – vaak zijn er al relatief jong gezondheidsklachten en speelt er multimorbiditeit. Informatie over fit blijven zal eerder moeten beginnen en een ingang om discussie hierover te starten zou via behandelende artsen en tijdens de /begeleiding van ziektes kunnen zijn. Het is daarbij goed om in te spelen op het plezier in het sociale gebeuren rond bewegen.
- Het vergt meer een op-maat-aanpak (met een koffiekar op de markt).
- Ouderen willen geen groep zijn, ze zijn gewoon onderdeel van de samenleving.
- Ouderen willen over het algemeen heel graag ergens een ‘bijdrage aan leveren’.

#### Migratie-achtergrond:

- Ouderen met een lage SEP met een migratieachtergrond kijken anders naar ouder worden en de rol die kinderen/naasten hierin kunnen spelen dan ouderen van Nederlandse afkomst. Enerzijds verwachten ouderen met een migratieachtergrond een grote rol van kinderen/naasten en weten zij dat de omgeving dit ook van hun kinderen verwacht. Anderzijds zien zij ook dat hun kinderen het druk hebben en deze rol wellicht niet kunnen waarmaken. Hierdoor kunnen gevoelens van schaamte of teleurstelling voorkomen. Het zou goed kunnen zijn om hier van tevoren over te praten.
- Daarnaast vinden migranten het lastig om over problemen te praten en doen zij dit liever niet.
- Ook is er een deel dat naar het leven kijkt als dat het al bepaald is, dat je zelf een beperkte invloed hebt op hoe je leven loopt. Dit heeft invloed op hoe men naar ouder worden kijkt.

Voor de selectie van de respondenten die aan fase 2 van het onderzoek meedoen lijken de volgende segmentaties relevant (gebaseerd op bovenstaande):

- Migranten/niet migranten
- Met sociale kring/zonder sociale kring (activiteiten)
- 50-60/60+
- Met al gezondheidsproblemen/zonder gezondheidsproblemen (verkleint doevermogen)
- Vrouwen/mannen (vrouwen zijn actiever dan mannen)
- Eventueel: Mensen die de weg naar de zorg (zorgprofessionals) goed weten te vinden en hier tevreden over zijn

Het is belangrijk om te begrijpen dat dit geen ‘hokjes’ zijn waar we deelnemers in plaatsen maar factoren die verschillende perspectieven vertegenwoordigen die belangrijk zijn voor het onderzoek. Deze segmentatie kan een uitgangspunt vormen voor de selectie.

Daarbij moet worden aangetekend dat twee segmentatiefactoren (migrant of niet en gezondheidstoestand) tot de bijzondere persoonsgegevens behoren. Dat houdt in dat er bijzondere eisen gesteld worden aan het gebruiken van hun gegevens:

- Ze moeten toestemming geven om hun gegevens te gebruiken in de analyse en rapportage.
- Het is belangrijk dat ze zich veilig voelen, dat houdt in dat ze een goede uitleg krijgen over het onderzoek.
- Dat kan er toe leiden dat gesprekken met deelnemers met gezondheidsproblemen niet kunnen worden meegekeken.

Aandachtspunten voor het onderzoek:

- Leven erg in het nu, praten over morgen is lastig
- Wantrouwen in de overheid
- Belangrijk om tijdens het onderzoek aan te sluiten bij de activiteiten/leefwereld van de doelgroep
- Moeilijk om de doelgroep te bereiken die zich 'afzondert' (klein sociaal netwerk, weinig activiteiten)
- Binnen de doelgroep 'ouderen met een migratie-achtergrond' zijn grote verschillen (land van herkomst met andere waarden en normen)

Voor het vervolgonderzoek onder de doelgroep heeft dit de volgende implicaties:

- We moeten bij het maken van de gespreksleidraad rekening houden met het gegeven dat de doelgroep minder over de toekomst praat en meer over het nu.
- We zullen er waarschijnlijk niet in slagen om de meest 'afgezonderde' doelgroep te bereiken.
- We kunnen de factor migratieachtergrond niet uitputtend meenemen, maar het is wel belangrijk om het perspectief mee te nemen. Dit maakt dat we een breder inzicht in mogelijke perspectieven krijgen.

## Fase 2 Tussenrapportage gesprekken met de doelgroep

---

# Fase 2: Hoofdinzichten

---

De volgende tussenrapportage gaat over fase 2. In deze fase is met 42 doelgroepspersonen gesproken en 4 van hun naasten. De gesprekken vonden tussen 27 maart en 4 april plaats op locatie, online en telefonisch. De gesprekken hadden de vorm van groepsgesprekken, duo gesprekken en single gesprekken.

## Hoofdinzichten

### **Locus of control, afkomst, het hebben van een netwerk en levensfase van invloed op je voorbereiden op ouder worden**

Locus of control is bij deze groep mensen met een lage SEP van zeer grote invloed op hoe men ouder worden beleeft en in hoeverre men voelt dat je invloed kunt uitoefenen op hoe je ouder wordt. Respondenten met een externe locus of control hebben het gevoel dat zij zelf weinig invloed kunnen uitoefenen en dat het ouder worden hen overkomt.

Respondenten met een interne locus of control hebben het gevoel met hun eigen acties invloed te kunnen uitoefenen op later. In locus of control zijn gradaties: het is een glijdende schaal waar mensen zich op begeven.

Daarnaast spelen levensfase, het hebben van een netwerk en afkomst ook een rol. Een deel van de respondenten tussen 50-60 is nog niet met ouder worden bezig. Toch is er ook een groep die al zo veel gezondheidsklachten heeft dat zij zich daardoor al oud voelen. Het hebben van familie is daarnaast ook sterk van invloed op hoe deze groep naar ouder worden kijkt. Een sterk netwerk (meestal kinderen of familie) maakt dat je op iemand terug kunt vallen: dat geeft vertrouwen en geruststelling. Invloed van de afkomst hangt hiermee samen: het bepaalt veelal of men vertrouwt op de familie bij het ouder worden.

#### **Externe locus of control**

Als je nu al niet het gevoel hebt dat je invloed op je leven hebt, dan is het heel moeilijk om je voor te stellen dat je door acties die je nu inzet, invloed kan hebben op hoe het er later uitziet. De groep mensen met een externe locus of control heeft het gevoel nu al heel hard te moeten strijden voor hun bestaan en ziet veelal geen alternatief om hun leven aangenameer te maken. Zij hebben het gevoel dat het niet veel uitmaakt wat ze doen en zij hebben weinig of geen vertrouwen in de omgeving. Deze mensen hebben het gevoel geen controle te hebben over later. Voor hen is het heel moeilijk om na te denken over idealen of een fijne manier om ouder te worden, want je hebt niet te willen, wat jij wilt is out of reach. Ouder worden betekent voor hen het terrein van nog minder kunnen, nog meer afhankelijk zijn, een nog grotere struggle voeren.

#### **Interne locus of control**

Er is ook een groep die binnen de mogelijkheden die ze heeft, wel kan kijken naar later. Deze groep is meer vindingrijk. Zij willen nog dingen bereiken (al zijn het maar kleine dingen) en zij proberen het beste ervan te maken. Vaak hebben deze respondenten een

(klein) netwerk, willen genieten van de kleine dingen, en zijn iets ontvankelijker voor een boodschap 'over later'.

### **Op wie richten?**

Ons inziens is de groep die op het midden en aan de interne kant van de glijdende schaal tussen interne en externe locus of control zit, het meest ontvankelijk voor een boodschap over 'je voorbereiden op ouder worden'.

### **Op welke manier?**

De onderwerpen die de campagne nu adresseert zijn de juiste onderwerpen. Voor de groep respondenten met een lage SEP bestaat 'je voorbereiden op ouder worden' ook uit: wonen, zorgen en fit blijven. Bij hen speelt ook de financiële situatie een sterke rol: deze is vaak onzeker. Men weet niet hoe je er later financieel voorstaat en heeft geen of een minimale buffer.

Alhoewel de thema's grotendeels hetzelfde zijn, zal de invulling en de benadering anders moeten zijn dan in de huidige campagne 'Praat vandaag over morgen'. De thema's worden door de groep met een lage SEP ervaren als zeer grote en zware thema's.

Daarnaast zijn het thema's waar men ook in het nu mee bezig is en waar men moeilijkheden in ervaart: hoe krijg ik nu een betere woning, hoe verbeter ik nu mijn gezondheid, et cetera.

Voor de groep mensen met een lage SEP zullen de thema's meer vanuit het nu benaderd moeten worden: geen grote wensen, geen grote perspectieven, geen grote veranderingen. Maar het moet klein, dichtbij en bereikbaar zijn. Voor deze groep respondenten is 10 jaar in de toekomst al veel te ver om over te praten. Oud worden moet je eerst zien te bereiken. De boodschap 'Praat vandaag over morgen' zou veel dichterbij het nu moeten worden gezocht.

Men is ontvankelijk voor de boodschap: Hoe kun je de goede dingen van het nu behouden? Men wil zich focussen op de dingen die men nu heeft, waar men energie van krijgt en prettig vindt (de kleine dingen zoals een wandeling, een huisdier, een fijn gesprek) en hoe men kan zorgen dat men dat later nog heeft of kunt blijven doen. Wensen of grote veranderingen zijn voor deze groep mensen met een lage SEP eerder voor (samen met) de kinderen of de sociale omgeving (als men dat heeft): die mensen hebben wel de kracht of de mogelijkheden om jou te krijgen waar je heel graag zou willen.

Het handelingsperspectief 'praat over ouder worden' wordt veelal als heel lastig ervaren en werkt voor deze groep niet. Praten over ouder worden houdt in dat je gaat praten over een situatie waarin het nóg minder voor je wordt (nog slechtere gezondheid, nog eenzamer, nog minder mogelijkheden). Door hierover te praten, toon je je kwetsbaarheid: iets wat men niet graag doet. Ook ga je dan in nog meer zorgen wegzakken: je hebt al zorgen over vandaag. Praten is echt een brug te ver: het besef moet eerst komen dat de toekomst niet alleen maar ellendiger hoeft te zijn, dat er best veel positieve dingen zijn die je kunt proberen te behouden.

Ook de kanalen die worden gekozen om deze doelgroep te bereiken zullen anders moeten zijn. Ze zullen meer dichtbij moeten voelen zoals via buurthuizen met gratis koffie en koekje, via de wijkkrant die gratis is, aanhaken bij initiatieven van de woningbouwvereniging (van Groot naar Beter) of via de kinderen of andere naasten/vrienden/kennissen die een gesprek hierover starten. De afzender 'de overheid' wordt sterk afgewezen: deze groep mensen met een lage SEP loopt steeds tegen beleid van de overheid aan (bijvoorbeeld vluchtelingen krijgen voorrang op huizen). De

gemeente als afzender zou een betere keuze zijn, bijvoorbeeld in samenwerking met welzijn of andere lokale partijen.

# Fase 2: Resultaten

---

## Groep lage SEP

### Algemeen

We hebben met een zeer diverse groep respondenten gesproken, allen met een lage sociaaleconomische positie. Divers in leeftijd (50-75 jaar), afkomst, met/zonder kinderen, meeste zonder werk, deel wel met werk of vrijwilligerswerk, door heel Nederland. In de steekproef zaten meer vrouwen dan mannen: het was moeilijker om mannen te vinden die deel wilden nemen aan dit onderzoek dan vrouwen. Veel van de respondenten kampen met gezondheidsproblemen en ziektes: zowel lichamelijk als geestelijk.

Wanneer we spraken over ouder worden en je voorbereiden op ouder worden, geeft een deel van de respondenten aan er nog niet bij stil te staan: voor hen is het (nog) geen thema. Dit komt door veel verschillende redenen: zij hebben zelf nog een oudere moeder of vader, zij hebben kinderen die om allerlei redenen nog thuis wonen, zij hebben niet de mentale capaciteit om erover na te denken etc. Wanneer we doorvragen, blijken de meeste respondenten er in meer of mindere mate toch wel over na gedacht te hebben of over ouder worden te hebben gepraat. Hoe men naar (het voorbereiden op) ouder worden kijkt, wordt beïnvloed door een groot aantal factoren. De belangrijkste:

- Locus of control
- Het hebben van een partner/familie/kinderen
- Afkomst
- Levensfase

We bespreken deze factoren hierna.

### Locus of control: intern of extern

Binnen de groep respondenten met een lage SEP die we hebben gesproken, zien we een grote invloed van de locus of control: intern of extern. De locus of control bepaalt in sterke mate hoe en of men over 'je voorbereiden op ouder worden' denkt, praat en voelt. Locus of control is de mate waarin iemand de oorzaken van wat hem of haar overkomt bij zichzelf of juist buiten zichzelf zoekt.

#### Externe locus of control

*Externe locus of control: Iemand met een externe locus of control gelooft dat zijn leven bepaald wordt door zijn omgeving, het lot, toeval of andere mensen en/of God.*

*Plannen maken heeft geen zin, want het komt toch niet uit.*

Deze groep respondenten met een lage SEP heeft het gevoel dat het leven hen overkomt en dat ze de lage sociaaleconomische positie waar ze in zit niet kan verbeteren. Zij geven aan dat ze vooral bij de dag leven, en dat dat soms al een grote uitdaging inhoudt. Zij proberen er iedere dag het beste van te maken met de middelen die ze hebben. Zij zeggen te genieten van de kleine dingen in het leven: een bloem, op een bankje zitten, een hommel. Deze groep respondenten heeft veelal niet het vermogen (om veel verschillende redenen), de kennis, kunde en het doe-vermogen om hun eigen leven in de hand te nemen op de grote thema's zoals financiën, woning, het onderhouden van sociale contacten en gezondheid. Zij kunnen veelal door hun geestelijke en lichamelijke toestand niet uit de positie komen waarin ze zitten, al zou een deel deze groep dat wel willen. Zij

houden zich vaak vast aan de controle over kleine dingen waar ze wel invloed op hebben zoals huisdieren, vrijwilligerswerk of kleinkinderen. Vaak verzetten deze respondenten zich zeer sterk tegen de overheid omdat zij het gevoel hebben dat de overheid alles voor ze bepaalt. De overheid (men bedoelt dan vooral 'Den Haag') beperkt hen, zij voelen zich niet gehoord/begrepen/gezien.



*Elke fase van het leven is een probleem. We zitten in een maatschappij van: je moet het zelf uitzoeken.*

*Man, 60 jaar*



*Ik ben aan het overleven van dag tot dag.*

*Man, 53 jaar*

### **Interne locus of control**

*Interne locus of control: Iemand met een interne locus of control gelooft dat hij zijn eigen leven bepaalt.*

We hebben ook met een groep respondenten met een lage SEP gesproken met meer een interne locus of control. Zij zitten met dezelfde problematiek, maar hebben toch het idee dat zij hun leven meer in de hand hebben. Op de grote thema's (financiën, woning, het onderhouden van sociale contacten en gezondheid) zoeken zij binnen hun mogelijkheden naar dingen die zij wel in de hand kunnen hebben of invloed op uit kunnen oefenen. Voorbeelden: een doel zetten voor een nachtje weg op de Veluwe volgend jaar en daarvoor sparen, proberen sociale contacten te maken door aan buurtactiviteiten mee te doen, plannen maken om een opleiding te gaan volgen, iedere dag mediteren, geen alcohol drinken want dat is beter voor je.

Een deel van deze respondenten heeft een verleden met werk en komt uit actievere jaren: zij hebben een groter doe-vermogen. Door hun verleden voelen zij zich meer zelfverzekerd en zelfstandig. Bijvoorbeeld een ondernemer die failliet is gegaan (maar wel de ondernemersgeest heeft van zoeken naar mogelijkheden). Ook heeft een deel van deze respondenten kinderen die een hogere sociaaleconomische positie hebben en die hun ouders financieel maar ook sociaal steunen. Zij nemen hun moeder bijvoorbeeld mee op vakantie of een uitje, of kopen een beter bed voor hun ouders.

### **Glijdende schaal**

We zien naast een groep met een interne en een groep met een externe focus of control ook een middengroep. Het kan eerder gezien worden als een glijdende schaal met twee uitersten.

### **Invloed locus of control op 'je voorbereiden op ouder worden'**

Uit de gesprekken blijkt dat de locus of control van grote invloed is of iemand over ouder worden kan denken of praten. De respondenten die op dit moment het gevoel hebben dat het leven hen overkomt, zien niet de noodzaak om over de toekomst te denken: daar heb je al helemaal geen invloed op. Sterker nog, denken over de toekomst kan schadelijk zijn: je depressief maken, te grote zorgen oproepen terwijl vandaag al zo zwaar is en je weet niet eens zeker of het nut heeft om je al die zorgen te maken want je weet niet wat morgen je zal brengen, bijvoorbeeld qua gezondheid, misschien breekt er wel oorlog uit, etc.



*Daar denk ik niet over, toekomstbeelden zijn er niet meer, die zijn afgepakt. Ik heb mijn leven geleefd. Vroeger dacht je: ik heb een vrouw, kinderen en kleinkinderen. Dat is in één klap weggegaan en daar sta je dan alleen.*

*Man, 60 jaar*

Dit zien we ook terug in de gesprekken met respondenten die islamitisch zijn of het hindoeïsme aanhangen: zij gaan er van uit dat God jouw pad al heeft besloten of jouw pad besluit, waardoor dus eigenlijk hetzelfde geldt: het overkomt je.

### **Partner/kinderen/familie**

Het hebben van een vast sociaal netwerk van familie waar men in goed contact mee staat, is van grote invloed op hoe men naar ouder worden kijkt. Hier zien we “we komen er wel uit, we rooien het wel samen”. Al wil men niet afhankelijk zijn van de partner of de kinderen, toch geeft het wel een gevoel van rust en vertrouwen. In uiterste nood heb je altijd iemand om op terug te vallen.

### **Afkomst**

De respondenten met een niet-Westerse afkomst (bijvoorbeeld Surinaams, Turks en Marokkaans) vertellen dat zij -wanneer we praten over ‘ouder worden’- vertrouwen op hun kinderen vanuit hun culturele achtergrond. Tegelijkertijd met dit vertrouwen speelt ook dat zij hun kinderen niet tot last willen zijn. Zij hopen (en gaan er ook wel van uit) dat hun kinderen voor ze zullen zorgen, naar ze zullen omkijken. Uit de gesprekken blijkt dat zij zelf hier het gesprek echter niet over beginnen omdat ze het niet direct willen vragen aan de kinderen. Het blijft bij een onuitgesproken verwachting, waarbij men weet dat die verwachting best een opgave kan inhouden voor de kinderen. Voorbeeld: een vrouw die emotioneel wordt bij een duo-gesprek met haar dochter. Zij ontdekt in dit gesprek dat haar dochters bezig zijn met het nadenken over later voor haar. En dat ze niet naar een tehuis hoeft. Iets wat ze wel hoopte maar nooit zou durven vragen. De dochter redeneert: zij heeft haar hele leven voor ons gezorgd en nu zijn wij aan de beurt. Zorgen voor gaat hier veel verder dan bijvoorbeeld boodschappen doen. Uiteindelijk iemand in huis nemen, of bij je ouder(s) intrekken.

### **Levensfase**

De levensfase waar de respondent in zit, heeft soms wel invloed op de manier waarop men naar ouder worden kijkt. Een deel van de jongere respondenten (50-60 jaar) stond nog vol in het leven en voelden door hun leeftijd een drempel om over ouder worden te praten. Zij hadden bijvoorbeeld nog jongere kinderen thuis wonen. Een ander deel had echter al veel last van gezondheidsproblemen en lichamelijke klachten, geen (betaald) werk en weinig sociale contacten waardoor zij zich al veel ouder voelden.

## **Perspectief op (je voorbereiden op) ouder worden**

### **Spontaan: voorbereiden op de dood**

Op de vraag hoe men naar ouder worden of ouder zijn kijkt, starten de respondenten veelal met praten over de dood. Men denkt in eerste instantie niet zozeer aan het deel van het leven tussen het heden en de dood, maar denkt direct aan het einde. Dit is iets waar men wel over heeft gepraat of over heeft nagedacht: Hoe men begraven of gecremeerd wil worden, waar bezittingen zoals boeken of een instrument naar toe moet gaan. Ook heeft men vaak over situaties gedacht, waarin men liever dood is dan leeft: als men geestelijk heel slecht is (heel dement), als men niet meer naar de wc kan of als men alleen nog maar in bed kan liggen: “Geef mij dan maar een spuitje”.

### **Veelal negatief perspectief op ouder worden**

Wanneer we expliciet vragen naar het laatste deel van het leven (dus vanaf het heden tot de dood), kijkt een deel van de respondenten hier niet naar uit. Zij hebben geen positief

gevoel bij ouder worden: je wordt (nog meer) afhankelijk van anderen, je kunt dingen niet meer, je wordt eenzaam of nog eenzamer, je krijgt nog meer gezondheidsproblemen, je gaat steeds meer dierbaren verliezen. Op zich komen wel alle onderwerpen die bij 'je voorbereiden op ouder worden' horen naar voren (gezondheid, sociale contacten, financiële positie, woning, zorg etc.) maar dan vooral vanuit een problematisch perspectief: alles gaat minder worden.

De groep met meer interne locus of control benoemt soms ook positieve aspecten van ouder worden. Al worden die niet heel sterk ervaren, ze zien deze kant wel. Bijvoorbeeld: meer je eigen behoeften centraal durven stellen (waar je vroeger meer voor anderen moest zorgen), minder "moeten" en daardoor meer keuzevrijheid.

### Interne/externe locus of control

Hoe je leven eruitziet als je ouder bent is volgens de respondenten sterk afhankelijk van je fysieke en mentale gezondheid. Als je ernstig ziek wordt, bijvoorbeeld dement wordt, is dat iets waar je maar weinig invloed op hebt. Maar een ziekte bepaalt wel in grote mate hoe je oude dag eruitziet.

Bij de respondenten met een externe focus of control leeft het idee dat je daarnaast sowieso niet bewust veel invloed kan uitoefenen op hoe het laatste deel van je leven eruitziet. De toekomst gaat je overkomen: je wordt nog krakkemikkiger, je hebt nog minder mensen om je heen, je woning past nog minder bij je, je krijgt nog meer gezondheidsproblemen.

De groep respondenten die een meer interne focus of control heeft, heeft een ander perspectief. Binnen de mogelijkheden die zij hebben kunnen zij nog wel naar de toekomst kijken en proberen daar een positieve invloed op uit te oefenen. Zij proberen op een wachtlijst te komen voor een betere woning, zij proberen hun gezondheid te verbeteren door gewicht te verliezen, proberen hun sociale contacten te versterken of zich bij een groep aan te sluiten.

Bijvoorbeeld: een vrouw die zegt dat ze geen uitje kan betalen voor haar kleindochter, en nooit naar een concert van K3 zou kunnen gaan met haar. Ze geniet volop van wat ze wel kan: samen op K3 dansen voor de TV. Haar kleindochter is een van de belangrijkste positieve dingen om voor te leven. Zij hoopt zo lang mogelijk van dit soort dingen te kunnen genieten.



*Ik loop tegen dingen aan zoals vitamines: je moet dat zelf betalen. Ik heb het lang geslikt en toen had ik geen pijn meer. Ik ben gestopt en kreeg daarna weer gelijk pijn. Zo'n zak kost 23 euro in de maand, dat kan ik dus niet betalen. Daar loop je tegen aan. Een dagje weg of avondje weg is niet te doen. Ik denk dan weer positief: er zijn ook andere dingen die je wel kan doen. Vissen, wandelen, ik heb de Nijmeegse Vierdaagse gewandeld.*

*Vrouw, 54 jaar*

### Ouder worden niet duidelijk afgebakend

Veelal hebben de respondenten met wie we hebben gesproken geen baan. Zij krijgen of kregen op hun 67<sup>e</sup> dan wel AOW, maar een duidelijke markering in hun levensloop waarop hun leven sterk gaat veranderen/is veranderd ontbreekt. Voor mensen met een baan is het stoppen met werken een duidelijke markering. Dit dwingt hen bijna om na te denken over

de jaren na dit moment van stoppen met werken: hoe ga ik mijn leven inrichten na mijn 67<sup>e</sup> wat betreft hobby's, bezigheden, financiële situatie et cetera. Voor mensen zonder werk ontbreekt dit punt en is er een veel minder duidelijk aangrijpingspunt om over ouder worden na te denken en te praten.

## Praten/denken over ouder worden

### Algemeen

De mate waarin men denkt en praat over ouder worden wisselt sterk. Kinderen wil men vaak niet opzadelen met de problemen en hierdoor vermijdt men het onderwerp met kinderen. In sommige gevallen beginnen kinderen er zelf over, maar kapt men dit gesprek af. Het gesprek wordt eerder gevoerd met leeftijdsgenoten naar aanleiding van kwaaltjes en klachten. Een kleine groep praat er meer uitgebreid over met familie of vrienden: hoe zal het er later uitzien? Een ander deel van de respondenten is er echt niet mee bezig.

### Drempels

De grootste drempel om over ouder worden te denken of te praten is voor een deel van de mensen dat zij weinig 'ruimte' hebben om hier over te denken of te praten: ruimte in hun hoofd en ruimte in hun situatie. Zij zijn er vooral op gefocussed om te zorgen dat zij het vandaag (in het hier en nu) een beetje op orde hebben.



*Aan het einde van de maand loop ik soms met een munt van 2 euro de supermarkt in om te kijken wat ik ervan kan kopen als avondeten. Ik kom dan meestal uit op een pot witte bonen in tomatensaus.*

*Vrouw, 50 jaar*

Zij denken en praten niet over de toekomst: niet eens over morgen. Zij leven sterk in het nu en hebben het al heel druk met de problemen die nu op ze afkomen. Om dan te denken of te praten over later voelt voor hen onlogisch: als je het nu al niet op orde hebt, hoe kun je het dan later als je ouder bent wel op orde hebben? Vaak wil men bijvoorbeeld nu al heel graag een andere woning maar heeft weinig mogelijkheden, hoe zou dat dan 'later' anders zijn?

Er is ook een groep die er wel over nadenkt en over praat. Zij zijn meer in staat om over ouder worden te denken en te praten omdat zij meer het gevoel hebben hier invloed op te hebben. Deze groep heeft soms ook iets meer financiële ruimte, of heeft vanuit een werkend/ondernemend verleden meer doe-vermogen.

Drempels om over ouder worden te praten/denken zijn:

- **Je nog niet oud voelen**, maar juist jong en fit of in elk geval zelfstandig en nog niet afhankelijk van anderen;
- Het gevoel dat het **geen zin** heeft: je kunt er toch niets aan doen;
- **Je hoofd zit vol met het nu**: morgen komt vanzelf en dat zie je dan wel weer;
- **Angst om het er met de kinderen over te hebben**: die moeten hun leven zelf opbouwen. Zij willen hen niet opzadelen met de zorgen en de problemen;
- **Klein sociaal netwerk** zodat je het er met niemand over kan hebben ("Ik heb eigenlijk alleen mijn laptop als vriend");
- Voor enkele respondenten met een niet-Nederlandse achtergrond is een drempel ook dat zij het gewoonweg **niet gewend** zijn om over dit soort zaken te praten. Zij zijn gewend om het leven te nemen zoals het komt.

## Drijfveren

In de gesprekken met de doelgroep is ook gevraagd naar de drijfveren om te denken/praten over 'je voorbereiden op ouder worden':

- **Woning.** De woning is vaak een drijfveer om te praten/denken over ouder worden. Heel vaak heeft men wel de gedachten laten gaan over de woning: is deze ook nog geschikt als men ouder wordt? Veelal zijn de trappen (in het huis of van een flat) iets waarvan men denkt: hoe moet dat als ik straks ouder ben? Een deel van de respondenten ervaart de woning als een groot probleem: hoe kom je uit dat huis? In een deel van de gevallen zou men dat nu al willen (ook vaak door al veel medische problemen), maar heeft men daar nu ook al niet de (financiële) mogelijkheden voor. Men zou met andere woorden nu al weg willen maar kan dat gewoonweg niet. Veelal kent men wel initiatieven van woningbouwverenigingen (zoals van Groot naar Beter), of staat men ingeschreven voor een seniorenwoning (lange wachtlijsten). De daadwerkelijke overstap maken is echter een drempel: hoe moet het gaan, wordt het wel beter?
- **Lichtpuntjes behouden.** Een drijfveer om te denken en te praten over ouder worden zijn de positieve (kleine) dingen die men in het leven ervaart: op een kleinkind passen, in het park zitten, een hommel zien vliegen, een huisdier verzorgen. Deze kleine dingen (waar men gelukkig van wordt) wil men zo lang mogelijk behouden en er zo lang mogelijk van genieten. Via deze kleine dingen durft men wel (enigszins) in de toekomst te kijken.
- **Controle houden.** Een andere drijfveer is de wil om de controle te houden over de dingen waar men controle over heeft. Een deel van de respondenten met een lage SEP heeft het gevoel dat veel dingen voor ze bepaald worden door de overheid of door anderen. Zij hebben sterk het gevoel beperkt te worden of tegengewerkt te worden door de overheid. De dingen die ze wel in de hand hebben, willen ze graag vasthouden en bewaken.
- **Kinderen niet tot last willen zijn.** En daarom zo lang mogelijk in staat om (de meeste) dingen zelf te kunnen doen. Zij denken over oud worden zonder dat zij een beroep hoeven te doen op hun kinderen.

## Momenten waarop men praat/denkt over ouder worden

De overgang naar een volgende levensfase/het naderende pensioen is voor deze doelgroep(en) geen logisch aangrijpingsmoment om plannen te maken of het gesprek te beginnen over ouder worden. In veel gevallen heeft men geen betaald werk en is er dus geen sprake van een naderend pensioen of een duidelijke volgende levensfase. Door het ontbreken van werk is het ouder worden eigenlijk een lange brij: er is niet echt een 'knip' moment (als ik met pensioen ga dan....). Er verandert niet echt veel voor ze.

Daarnaast kan men het veelal niet helemaal overzien hoe de situatie financieel gaat worden als men AOW gaat ontvangen: het verandert ook steeds (de leeftijd) dus je kunt er niet echt op bouwen. Wie dan leeft, wie dan zorgt.

In veel gevallen praat men niet veel over of denkt men niet veel aan ouder worden en is er niet een echt aangewezen moment om hiermee te starten. De momenten waar men over vertelt dat dat wel gebeurt, zijn:

- **Een naaste die ouder wordt of is:** de eigen ouder, broer/zus/vriend(in). Een deel van de respondenten heeft het ouder worden van een ouder of naaste van dichtbij meegemaakt of maakt dat mee. Een moeder, zus of vriend(in) of buur die niet meer zelfstandig kan wonen of veel hulp nodig heeft. Wanneer men van dichtbij meemaakt dat je dingen niet meer zelfstandig kan, té afhankelijk wordt van anderen, is dit een

moment dat men begint na te denken over ouder worden. In eerste instantie denkt men vaak wel na over degene die in die vervelende situatie terecht is gekomen, en over wat men kan doen om zo iemand te helpen. Dit is dan soms een aanleiding om over het eigen ouder worden na te denken. Men heeft voorbeelden van hoe men het zelf absoluut wel of niet zou willen. Maar de meesten staan niet/amper stil bij wat men zelf proactief kan doen om niet in zo'n situatie terecht te komen.

- **Kwalen of ziektes** die men nu heeft: hierdoor wordt men met de neus op de feiten gedrukt: je wordt ouder. Door deze kwalen of ziekten wordt men vaak beperkt in het dagelijks leven. Hier ondervindt men hinder van, waardoor men gaat nadenken over ouder worden: de kwalen/ziektes zullen alleen maar toenemen. In deze groep is het aantal respondenten dat niet meer helemaal gezond is groot. Dit is ook een onderwerp dat men met anderen bespreekt: de hinder en beperkingen waar je mee te maken krijgt bij gezondheidsproblemen.
- **Kinderen starten het gesprek.** Soms starten de kinderen het gesprek over ouder worden. De respondenten gaan veelal echter niet diep in op een gesprek over ouder worden, omdat zij niemand tot last willen zijn. Heel soms starten burens het gesprek en bieden bijvoorbeeld aan om een boodschap te halen als je ziek wordt/bent etc.

## De thema's: fit blijven, wonen en zorgen voor elkaar

De onderwerpen fit blijven, wonen en zorgen voor elkaar spreken aan: het zijn onderwerpen die men zelf ook belangrijk vindt. Het zijn voor een groot deel van de respondenten echter niet onderwerpen die gaan over 'je voorbereiden op ouder worden', maar zijn onderwerpen die voor deze groep spelen in het nu: Hoe kom ik nu aan sociale contacten? Hoe krijg ik nu de zorg die ik nodig heb? Hoe blijf ik nu fit? Omdat men druk is met het leven nu, is er dus geen ruimte om na te denken over de toekomst. Men focust zich meer op dichterbij dan dat men zo ver vooruit over zoveel thema's plannen kan maken of zich erop kan voorbereiden.

Dit wordt versterkt door de insteek van veel mensen met een lage SEP: ik kan morgen wel onder een auto komen, ik kan morgen dood zijn, ik kan dement worden. Je kunt zelf weinig veranderen aan de situatie in de toekomst, dus dan kun je je maar beter concentreren op je situatie nu. Niet alleen omdat je nu niet veel kan veranderen aan je toekomst, maar ook omdat deze groep nu echt aan het overleven is, vaak van dag tot dag.

De thema's roepen de volgende associaties op.

### Fit blijven

Bij fit blijven denkt men aan gezondheid en spreekt men vooral over fysiek gezond blijven (wandelen, fietsen, gezond proberen te eten, niet te veel alcohol). Het is iets, waar ieder op zijn eigen manier, mee bezig is, met vooral het doel om nu gezond te zijn. Mentale gezondheid (je brein fit houden, jezelf blijven uitdagen in dit opzicht, blijven genieten van kleine dingen/activiteiten) wordt vaak niet spontaan genoemd. Wanneer mentale fitheid toch (geholpen) naar voren komt, reageert men echter wel positief op dit onderwerp. Het onderwerp stelt hen in staat om naar de toekomst te kijken.

### Wonen

Wonen is een thema waar een groot deel van de respondenten zelf over denkt, maar waar men veelal de ervaring heeft dat je niets te kiezen/bepalen hebt. De oproep dat je moet nadenken over hoe je later zelf zou willen wonen, kan veel onmacht oproepen en het

gevoel dat men niet wordt begrepen. Tegelijkertijd is het wel een thema dat zeer sterk verbonden is aan ouder worden en vaak is het ook een van de eerste dingen waar men zelf aan denkt (trappen) bij ouder worden. De toon en manier waarop hierover gesproken wordt luistert zeer nauw: enerzijds is wonen een thema dat als heel belangrijk wordt ervaren, anderzijds is het een thema dat een gevoel van machteloosheid kan oproepen.

### **Zorgen voor elkaar**

Zorgen voor elkaar gaat bij deze groep vaak om een betekenis te hebben in de maatschappij. Veel respondenten gaven in de gesprekken aan dat zij vrijwilligerswerk doen. Deels omdat zij de verantwoordelijkheid van een betaalde baan niet kunnen dragen en/of omdat zij zijn afgekeurd. Maar men doet ook vrijwilligerswerk omdat men het belangrijk vindt om ergens bij te horen, om je nuttig te voelen en men vindt het belangrijk om iets over te hebben voor elkaar of iets te doen voor iemand anders. In het kader van het ouder worden vindt men zorgen voor elkaar ook belangrijk, maar spreekt men ook een angst uit. Veelal heeft men een klein sociaal netwerk en is men bang dat er niemand is die voor hen kan zorgen als zij oud zijn. Enkele respondenten zijn hier wel bewust mee bezig (hebben bijvoorbeeld de sleutels uitgewisseld met de burens voor 'als er iets is'), maar het echt op iemand kunnen rekenen als je oud wordt, vindt men moeilijk.

### **Financiële situatie**

Naast de onderwerpen fit blijven, wonen en zorgen voor elkaar is ook 'financiële situatie' een belangrijk onderwerp voor nu, maar ook voor later. Veelal begint men hier spontaan over: er zijn veel zorgen over de financiële situatie. Wanneer men in de toekomst kijkt, betekent dit veelal geen verbetering in de financiële situatie. Hierdoor heeft men ook niks te wensen en kan men geen doelen stellen, want dat kost geld dat je niet hebt. Nadenken over je situatie als je oud bent, loopt voor een deel van de respondenten hierop dan ook vast. Ze hebben door hun financiële situatie beperkte invloed op hun situatie later als ze ouder zijn. Enkele respondenten proberen iets te sparen voor later, voor als ze het echt nodig hebben.

## **Welke mogelijke insteek zet aan tot nadenken over het onderwerp?**

### **Praat vandaag over morgen**

De insteek: Praat vandaag over morgen (en impliciet: neem het heft in eigen handen) roept bij een deel van deze doelgroep weerstand op. De boodschap raakt bij hen aan het gevoel van niet-kunnen en niet-meedoen. Bij deze groep ontbreekt het gevoel dat je zelf veel invloed hebt op je toekomst "Je kunt er wel over praten, maar dan gebeurt er nog niks". Daarnaast betekent 'morgen' de toekomst en dat is voor deze groep heel moeilijk om over na te denken.

De thema's onder de insteek 'Praat vandaag over morgen' zijn heel groot en zwaar: het zijn de thema's waar je nu in het leven ook tegenaan loopt en waar men veelal ook nu geen oplossingen voor heeft (Ik heb nu ook al weinig sociale contacten, ik woon nu ook in een niet fijn huis). Door de thema's dan ook nog in de toekomst te plaatsen worden ze helemaal niet te overzien.

Er is ook een groep respondenten bij wie de boodschap 'Praat vandaag over morgen' wel aanslaat. Dit zijn vooral de respondenten die bijvoorbeeld net iets meer financiële middelen hebben, net een iets groter sociaal netwerk door bijvoorbeeld hun kinderen en

een interne locus of control. Zij hebben wel de geestelijke ruimte om wat meer aan de toekomst te denken en te kijken wat zij zelf kunnen doen om die toekomst zo aangenaam mogelijk te maken.



*Voordat ik met pensioen ging, ging ik ervan uit dat ik er op achteruit zou gaan, dus Ik had al een beetje voorzorgsmaatregelen genomen. In de vorm van: ik zorg dat ik genoeg handdoeken en genoeg ondergoed heb. Weet je wel, dan hoef ik dat allemaal niet meer te kopen.*

*Vrouw, 73 jaar*

## Mogelijke invalshoeken

Uit de gesprekken blijkt dat men eerder ontvankelijk is voor een invalshoek die uitgaat van wat misschien wél kan. Die hen in hun kracht zet. Een invalshoek die benadrukt dat het belangrijk is om zo lang mogelijk de (kleine) dingen te kunnen blijven doen die voor jou belangrijk zijn. Deze groep is eerder ontvankelijk voor de vraag: de dingen waar je nu blij van wordt, hoe kan je dat zo lang mogelijk blijven doen?

Daarnaast is het nodig de hele grote thema's van bijvoorbeeld wonen, zorg en fit blijven zo klein mogelijk te maken en te benadrukken dat je met kleine dingen soms grote resultaten kunt bereiken. Het is al gauw te veel en te groots.

## Wonen

### Kansrijk

- Zijn er aanpassingen aan de huidige woning mogelijk/denkbaar (traplift) zodat je er nog lang kunt blijven wonen?

### Afbreukrisico

- Het suggereren van een andere woning, of praten over hoe je het liefst woont later/over 10 jaar (vaak buiten bereik: financieel en wachtlijsten).

## Gezond en fit

### Kansrijk

- Hoe kun je bezig blijven (hoe kun je je vrijwilligerswerk blijven doen, activiteiten/bijeenkomst in buurthuis, wandelen of met iemand samen wandelen, etc.)?
- Hoe daag jij je hersenen het liefst uit (lezen, puzzel, omgaan met mensen jonger dan jij)?
- Van welke activiteiten krijg je energie (wat is leuk om te doen, kleine dingen die geen geld kosten)?
- Probeer te blijven bewegen (lopen, wandelen, fietsen, schoonmaken, soms ook sporten alhoewel sporten ook geld kost), oefeningen doen die online staan (apps als stappenteller, of van die workouts die je online kunt vinden). Wel belangrijk is dat een deel van deze groep fysiek van alles mankeert dus niet te hard aansporen, gewoon mogelijkheden noemen als inspiratie.

### Afbreukrisico

- Gezond eten: zeker als deze boodschap van de overheid afkomt. Men redeneert: fruit en groenten en gezond eten is duur, daar zou de overheid iets aan moeten doen. Kansrijker: Drink genoeg water of gebruik weinig zout

## Zorg

### Kansrijk

- Hoe kun je proberen een sociaal netwerk te behouden dan wel op te bouwen (waar kun je mensen ontmoeten? Contact met de burens, koffieclubje, familie in de buurt, andere vrijwilligers bij je vrijwilligerswerk etc.). Dit is echter voor een deel van de respondenten echt een hele grote stap, waar zij enorm tegenop zien.
- Probeer eens iets kleins voor iemand uit de buurt/een bekende te doen, zodat je - wanneer jij dat later misschien nodig hebt- ook terug zou kunnen vragen.

### Afbreukrisico

- Een deel van de respondenten heeft een zeer klein netwerk en heeft heel veel moeite met het vragen van hulp. Dit thema is voor hen dus heel confronterend; zij hebben niemand die hen kan helpen met een klusje in huis en daarnaast vinden zij het heel moeilijk om hulp te vragen.

## Hoe deze doelgroep te bereiken?

Deze doelgroep informeert zich nog niet of spreekt niet veel met anderen over je voorbereiden op ouder worden.

Wel blijkt uit de gesprekken duidelijk potentie voor bronnen/kanalen om ze te bereiken:

- Belangrijk is dat de boodschap of informatie over je voorbereiden op ouder worden **niet via de overheid** zou moeten worden gebracht. Een boodschap over iets moeten doen vanuit de overheid kan weerstand oproepen. Want bij een boodschap vanuit de overheid over je voorbereiden op ouder worden, zou het beleid van de overheid ook zo moeten zijn dat je ook mogelijkheden ervaart om je te kunnen voorbereiden. De doelgroep ervaart dat het tegendeel waar is. Zij geven bijvoorbeeld aan dat woningen naar vluchtelingen gaan die dan ook nog eens geld krijgen om de woning in te richten, of zij noemen dat fruit en groente onbetaalbaar is. In twee focusgroepen kwam naar voren dat de respondenten voelden dat de overheid er niet voor hen is, en dat je als een “B-burger” wordt behandeld: “De overheid is er niet voor ons”.
- Via de kinderen.
- Via de mensen met een lage SEP met een groter doe-vermogen.
- Buurthuis: bijvoorbeeld wekelijks een ‘klein te behappen’ onderwerp dat wordt besproken met een kopje koffie en een koekje.
- Wijkkrant.
- Maatschappelijk hulpverleners (Humanitas).
- Woningbouwvereniging.
- Aan de deur komen.
- Verder gingen sommigen naar de voedselbank. Dit is ook een kanaal/plek om ze te kunnen bereiken (“Bij de voedselbank, daar ben je blij”).
- Huisarts: als je er al naar toe gaat.
- Een brief: een aanleiding om er over te praten. Iets tastbaars.
- Specifieke radiozenders op mensen met een specifieke migratieachtergrond gericht.

## Reacties op de getoonde campagnemiddelen van PVOM

Aan de respondenten is een aantal middelen getoond uit de huidige campagne 'Praat vandaag over morgen'.

### Video's/tv-commercials

De video's (zie bijlage voor screenshots) spreken bij een deel van de respondenten aan. Dit zijn veelal respondenten die zich herkennen in een situatie met een kind of een vriend. Bij een ander deel spreken de video's echter helemaal niet aan en roepen zelfs boze, afwerende reacties op. Vooral de video waarin de vrouw aangeeft dat zij in haar huis wil blijven wonen, wekt sterke reactie op: zij heeft makkelijk praten. Men kan zich totaal niet verplaatsen in de situatie van de vrouw. Maar ook de video waarin wordt gesproken over zorgen voor elkaar: deze groep respondenten met een lage SEP heeft niet zondermeer iemand die voor ze gaat zorgen, iemand van wie ze weten dat ze op hem/haar kunnen bouwen.

### Print advertenties

De print advertenties worden niet echt 'gevoeld'. Ze worden meer ervaren als 'fijn dat er dit soort oplossingen zijn'. Men kon zich er echter niet echt in verplaatsen en werd er niet door aan het denken gezet. Ook heeft een respondent expliciet aangegeven dat het verhaal van een ander lezen, te ver van je af staat. En niet leidt tot zelfreflectie over het thema of het aangaan van het gesprek erover met anderen. Een andere respondent gaf aan, dat als een dergelijk verhaal op de radio te horen zou zijn, het wel iets kon zijn dat ging leven en wat kon aanzetten tot erover spreken met anderen.

### Gesprekskaarten

De wat speelse vorm van de gesprekskaarten geeft enige luchtigheid aan het thema. Het maakt het daarmee minder zwaar om het gesprek erover te hebben of bij het thema stil te staan. De vorm zelf heeft ook het karakter van een gespreksstarter in zich (bijvoorbeeld net als de theezakjes van Pickwick met vragen erop). Een deel van de respondenten kan zich voorstellen dat dergelijke kaarten bij een buurthuis op tafel liggen, bijvoorbeeld voor bij een koffiemoment. Maar niet alleen de vorm van een kaart spreekt aan, ook de vragen zelf kunnen (ongeacht de vorm waarin ze worden gegoten) iets in beweging zetten.

Sommige gesprekskaarten werken goed bij deze groep respondenten. Het zijn dan vooral de gesprekskaarten waarin een thema klein wordt gemaakt en waarbij men zich een voorstelling kan maken. Die gaan over wat binnen bereik is of kan zijn. Zoals bijvoorbeeld: "Van welke activiteiten krijg je energie?" "Hoe kan je ervoor zorgen dat je dat kunt blijven doen?", of "Hoe daag jij je hersenen het liefst uit?". Juist mogelijkheden die klein en binnen bereik zijn spreken aan. Ook de vraag "Zou jij iemand uit jouw omgeving willen helpen wanneer dat nodig is? Wat voor hulp zou je kunnen bieden? (bijvoorbeeld de hond uitlaten, op de koffie gaan) spreekt tot de verbeelding. Positief is dat dit de mensen uit de doelgroep in hun kracht zet, en tegelijk het denken over wat kan helpen zelf bij goed/fijn ouder worden kan aanzwengelen.

De gesprekskaarten waarin een thema als geheel wordt benaderd (dus een groots thema zoals bijvoorbeeld 'Wat betekent prettig wonen voor jou?' of "Hoe woon jij het liefst over 10 jaar?" werken minder goed bij deze doelgroep. In deze voorbeelden niet alleen omdat het thema dan te groots is, maar ook omdat de doelgroep de ervaring heeft dat je niet veel tot niets te wensen hebt.

De vragen hebben vaak de bewoording “over 10 jaar”. Dat blijkt te ver in de tijd voor een aanzienlijk deel van deze groep. Vandaag de dag is vaak al een struggle. Bovendien is deze periode omgeven met veel onzekerheden (leef ik dan nog, is er dan oorlog, etc.). Beter zou het volgens respondenten zijn om dit te verwoorden als “later”, “straks”, of “iets kunnen blijven doen”.

## Fase 3: Tussenrapportage Cocreatie workshop

---

# Fase 3 Hoofdinzichten

---

Deze tussenrapportage geeft de bevindingen weer van fase 3, de co-creatiesessie. Op 9 mei 2025 vond er een co-creatiesessie van 3 uur plaats in Amsterdam met n=10 personen uit de doelgroep (ouderen met een lage SEP) en n=8 personen die beroepsmatig betrokken zijn bij deze doelgroep (VWS, DPC, Havas Lemz, Duwtje, Mantelzorg NL, Coform).

## Hoofdinzichten

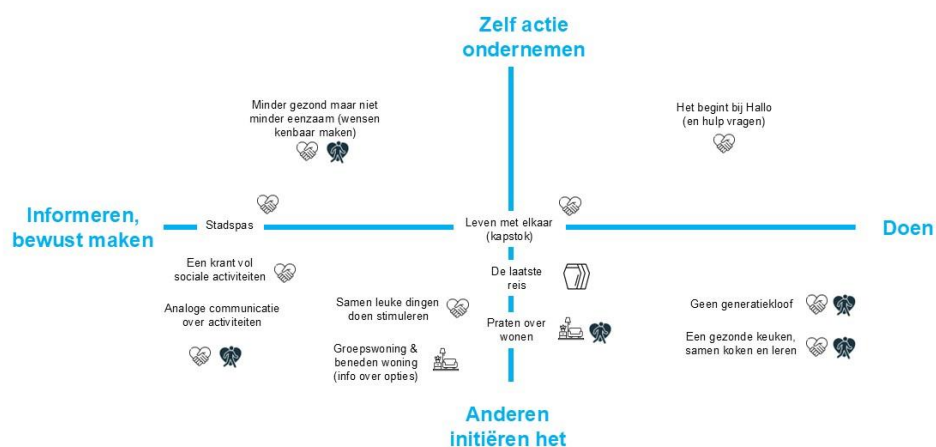
- De sessie geeft bevestiging dat focus op het nú een goede ingang is voor deze doelgroep. 'Nu' is te doen, te overzien en laagdrempelig. Ook de focus op 'de goede dingen van nu behouden' wordt gewaardeerd. Immers positief en zet de doelgroep in hun kracht. Velen zijn al goed bezig op hun manier.
- Echter, aangeven wat men nodig heeft –om je voor te bereiden op zo prettig mogelijk ouder worden- vindt men lastig. Ze dienen geholpen te worden in het bewustzijn van wat men nu wel (al/nog) kan doen en wat men graag wil behouden/blijven doen. En ook in het bewustzijn dat dat een positief effect kan hebben op de toekomst.
- Relevante thema's voor deze doelgroep zijn dezelfde als PVOM. Extra thema's die genoemd worden zijn: blijven, leuke dingen (blijven) doen en de dood.
- De verschillende thema's hebben vaak met elkaar te maken en lopen door elkaar.
- Geld en Wonen zijn belangrijke thema's maar zoals verwacht heeft men er geen tot weinig grip op. Voor het thema Wonen ziet men wel kansen qua informatie/bewustwording over mogelijkheden (bijvoorbeeld een inloopmiddag van de woningbouwvereniging).
- Men weet dat er veel activiteiten worden georganiseerd waar men bij aan zou kunnen sluiten. Het is niet altijd duidelijk waar en hoe, en daarnaast is er de sociale drempel om er aan mee te doen.
- Deze doelgroep is meer van het doen dan het denken/praten. Veel ideeën gaan dan ook over iets doen gekoppeld aan een of meerdere thema's. Ook doet men liever dingen samen dan alleen, maar tegelijkertijd roept dat ook een sociale drempel op.
- Men is zich bewust dat sociaal contact goed is voor heel veel dingen, maar men maakt het nu soms groter dan het is. Kleine acties met een praktische, laagdrempelige insteek zouden hierbij kunnen helpen. Ook de focus leggen op dat je het niet allemaal alleen hoeft te doen (hulp vragen is juist sterk) en hulp kunnen aanbieden geeft voldoening, zijn kansrijke richtingen.
- Oplossingsrichtingen zitten met name op bewustwording/informereren en op activiteiten die door anderen worden geïnitieerd. Alhoewel deze groep mensen meer ontvankelijk is voor oplossingen die met 'doen' te maken hebben, zullen zij eerst bewust gemaakt moeten worden of moeten worden geïnformeerd. Je voorbereiden op ouder worden is op dit moment geen thema voor deze groep
- Met name de doelgroep met een interne locus of control staat open voor de gecreëerde oplossingsrichtingen en haakjes en heeft ook minder bewustwording nodig en is er al meer mee bezig.

In totaal zijn er 12 oplossingsrichtingen gecreëerd, gepresenteerd en op gestemd. De oplossingsrichtingen met meeste stemmen waren **'Geen generatiekloof'** (samen leuke dingen doen om fit te blijven en als je dat met jongeren doet blijf je mentaal ook jong) en **'Stadspas'** (lokale organisatie van leuke activiteiten, gratis of tegen een gereduceerd tarief om alleen of met anderen te doen).

Belangrijkste haakjes zijn:

- 'Fit blijven' koppelen aan 'Sociaal contact' door bijvoorbeeld samen te bewegen
- 'Fit blijven' koppelen aan 'Wonen' want als je fit blijft kan je misschien langer blijven wonen waar je woont, of langer zonder aanpassingen
- Houd het klein, praktisch, positief, focus op iets wat je wilt behouden
- Toegankelijke, laagdrempelige manier aanbieden om te weten wat er allemaal wordt georganiseerd
- Laagdrempelige manier om hulp te krijgen of juist aan te bieden
- Schakel burens in, laat je helpen, hulp vragen is juist sterk
- Anderen helpen geeft voldoening
- Elkaar stimuleren om (samen) leuke dingen te doen
- Stimuleren van initiatieven vanuit burgers zelf
- Lokale activiteiten, waar men laagdrempelig aan mee kan doen
- Wensen kenbaar maken aan je omgeving
- Persoonlijk contact in plaats van brochures, folders
- Mensen de kans geven voor regie in 'je laatste reis'
- Maak de dood een normaal onderwerp aan de keukentafel

## De 12 co-gecreëerde oplossingsrichtingen op 2 dimensies



# Fase 3: Resultaten

---

## Focus op het nu & op het behouden/blijven van positieve dingen is relevant

- De sessie bevestigt dat focus op het nu een goede ingang is om deze doelgroep te bereiken. Men vindt het wel lastig om zelf te bedenken wat ze dan nu nodig hebben om zich voor te bereiden op prettig ouder worden.
  - Men denkt in eerste instantie aan geld. Geld heeft invloed. Dan kan je meer dingen naar je hand zetten.
  - Ouder worden is niet iets waar men naar uitkijkt of waar men graag mee bezig is. Als men het over voorbereiden op ouder worden heeft, dan gaat het heel snel over de dood, niet het stuk ertussen.
  - **Ze dienen geholpen te worden in bewustzijn wat men nu wel (al/nog) kan doen en wat men graag wil behouden/blijven doen.**
- De doelgroep denkt (geholpen) met name aan de volgende thema's:
  - Het belang van een netwerk, sociale contacten, om op terug te kunnen vallen.
  - Prettig kunnen (blijven) wonen, in de vertrouwde omgeving, maar hebben ook het idee dat men daar geen tot weinig invloed op heeft.
  - Mobiliteit behouden en mentaal goed blijven, is iets wat over het algemeen behapbaar is, wat men zelf kan doen maar is ook fijn als het wordt gefaciliteerd.
- Spontaan voegt men de volgende thema's toe:
  - Bijblijven, met de tijd meegaan (omgaan met technologische ontwikkelingen, AI, scams)
  - Leuke dingen blijven doen: is vaak hobby gerelateerd.

## Motivaties en drempels van deze doelgroep om nu met ouder worden bezig te zijn

- |                                                                    |                                                                             |
|--------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|
| + Als men wordt geïnspireerd, bewust gemaakt van mogelijkheden     | — Ouder worden wordt geassocieerd met aftakeling en de dood = confronterend |
| + Als men in de omgeving er mee wordt geconfronteerd               | — Toekomst is onzeker. " <i>Bang voor het onbekende.</i> "                  |
| + Als anderen het er over hebben/ je meenemen/inspireren           | — Men voelt zich nog niet oud                                               |
| + Als het iets is wat men graag wil behouden                       | — Verkeerde timing: bijv. cursus valpreventie was weer te vroeg             |
| + Als het geen geld kost                                           | — Hebben al genoeg aan vandaag, geen ruimte voor toekomst                   |
| + Als het geen moeite kost, als het iets haalbaars, behapbaars is  | — Buiten invloedssfeer                                                      |
| + Als het niet wordt opgelegd, als men er zelf controle over heeft | — Wil anderen niet belasten                                                 |

## Momenten/aanleidingen als triggers

De doelgroep benoemt de volgende triggers om na te denken of bewust te worden van wat men nu kan doen om goed ouder te worden:

- Als er mensen in de omgeving (van jouw leeftijd) ziek worden of overlijden.
- Het zien van een documentaire van Adelheid Roosen en Hugo Borst over euthanasie (echte voorbeelden, om na te denken).
- Bijeenkomsten als deze: confrontatie, bewustzijn en ideeën opdoen.
- Op verjaardagen/als anderen er over beginnen: wat heb jij geregeld, waar liggen de papieren, sleutels bij de burens afgeven etc.

## Meest relevante thema's

(spontaan genoemde associaties door deelnemers)

### Fit blijven:



- Inclusief bewegen, gezondheid, gezond eten
- Fysiek en mentaal
- Men denkt aan puzzelen, fietsen, zwemmen, wandelen enz.
- Wat heb je er voor nodig?: *“geld”, “een hond”, “vrienden”*

### Samen/sociaal contact:



- Hoe bouw je nieuw netwerk op? Hoe behoud je contacten als netwerk wegvalt?
- Men denkt aan vrijwilligerswerk en sleutels in sleutelkastje of aan de burens geven
- ‘Voor anderen iets betekenen’ valt hier ook onder en ziet men niet als apart thema
- Wat heb je er voor nodig?: *“een telefoon”, “mensen met dezelfde interesses”*

## Spontane thema's

(spontaan genoemde associaties door deelnemers)

### Leuke dingen blijven doen:



- Vaak hobby gerelateerd
- Vaak gerelateerd aan samen dingen doen
- Men denkt aan iets kleins zoals zoals muziek, uitje naar dierentuin, museum, dansen, schilderen enz.
- Wat heb je er voor nodig?: *“geld”, “tijd”, “inspiratie”*

### Bijblijven:

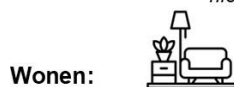


- Met de tijd meegaan
- Omgaan met technologische ontwikkelingen
- Niet achter de geraniums belanden
- Gelinkt aan mee (blijven) doen.

# Relevante thema's waar men minder grip op heeft

(spontaan genoemde associaties door deelnemers)

*Wonen, Geld en De dood zijn zeer relevante thema's. Maar tegelijkertijd is het ook lastiger om hiervoor (bereikbare) oplossingsrichtingen te bedenken:*



## Wonen:

- Wens: gelijkvloers wonen of op begane grond of traplift
- Nieuwe woonvormen, woongroepen in plaats van bejaardenhuizen
- Gesprekken met woningbouwvereniging, over urgentie
- VillaBewust60+: informatiepunt over langer thuiswonen  
<https://www.amsterdam.nl/stadsdelen/oost/nieuws/villa-bewust-60-informatiepunt-langer/>



## Geld:

- Om prettig ouder te worden maakt het heel veel uit of je geld hebt of niet
- Stadspas is laagdrempelig



## De dood:

- Uitvaartverzekering
- Delen met anderen 'waar liggen de papieren'
- Aangeven wat je laatste wensen zijn (euthanasie)
- Naar de notaris (kost geld)
- Meerderen geven aan dat dit allemaal heel belangrijk is, maar ook iets waar ze niet aan toekomen, (nog) niet geregeld hebben.

## Wie kunnen hierbij helpen?

Personen of organisaties die hun kunnen helpen in wat je nu kunt doen om zo prettig mogelijk ouder te worden zijn over het algemeen **toegankelijk, dichtbij, laagdrempelig**

- Buren en familie spelen een belangrijke rol.
- Uitvaartverzekeraar Dela.
- Informatiebijeenkomsten van woningbouwverenigingen
- Meet5: app om elkaar op te zoeken, samen dingen te ondernemen
- Welzijnsorganisaties en buurthuizen
- Stadspas, lokale initiatieven
- Lokale media en buurtkrantjes
- TV-programma's
- Sommigen reageren fel op overheid als afzender, hebben liever iets meer lokaal, dichterbij, minder dwingend.



*"Ik heb een sleutelkastje voor mijn kinderen. Ik was bang dat ik ter aarde zou storten. Ze weten de code van het sleutelkastje."*

*"Burennetwerk is heel belangrijk. Ik kreeg laatst de sleutel van de auto van de buurman toen mijn kleindochter naar het ziekenhuis moest."*

*"Maar ik denk dat het heel erg afhangt van waar je woont. Ik heb totaal geen contact met mijn burens. Met niemand. Ik woon in zo'n trappenhuis. Iedereen is redelijk op zichzelf."*

*"Ik heb een app op mijn telefoon. En dat is dan zeg maar mensen die contact zoeken met andere mensen. Je bent een eenling, je bent niet getrouwd, je woont op jezelf en je wil eens af en toe wat gaan doen. Nou, dan ga je op die app. Ga je gezellig buurten of je gaat in een cafeetje of je gaat met z'n allen gezellig een wandeling maken en dat soort dingen."*

*"Informatie via TV. Ouderen gaan niet naar buurthuis of bibliotheek. Heb ik geen tijd voor. Ik kijk televisie."*

*"Overheid moet er ver van blijven, die leggen dingen op. Het moet vrijblijvend zijn. Je hebt gemeente en overheid ook wel nodig. Maar het moet mijn beslissing zijn. Opleggen moet niet."*

## Oplossingsrichtingen

In 4 teams van 2-3 (toekomstige) ouderen en 2 betrokkenen is men in 3 rondes van 15 minuten met behulp van een co-creatiecanvas aan de slag gegaan met mogelijke oplossingsrichtingen binnen de verschillende thema's.

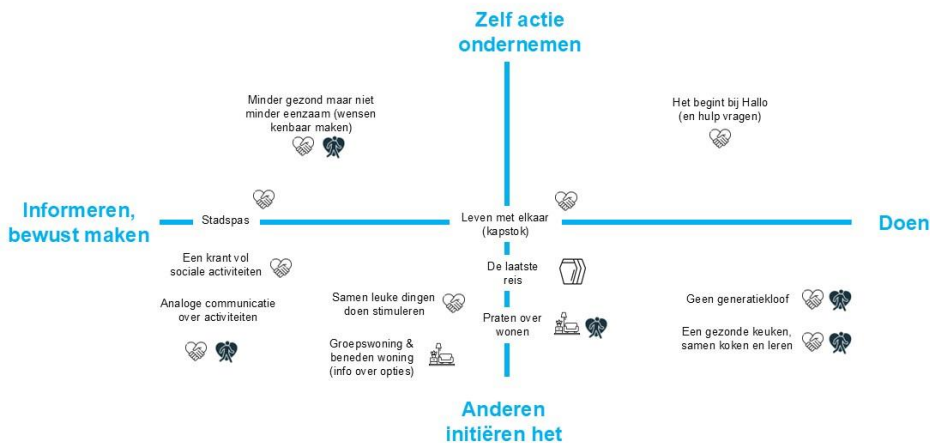
De ouderen waren in de lead, de betrokkenen vroegen door en faciliteerden het gesprek. Doel was haakjes te vinden rondom behoeftes of triggers om deze doelgroep in de toekomst te kunnen bereiken.

In totaal zijn er 12 oplossingsrichtingen bedacht. De ideeën zijn aan elkaar gepresenteerd en vervolgens heeft men gestemd op de meest aansprekende ideeën (iedereen kreeg 4 stemstickers). Op de volgende slides staan ze op rangorde van meeste stemmen naar minste stemmen (zie ook bijlage).

|                                                              |                                                                     |
|--------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| <b>Titel:</b><br>Beschrijving/omschrijving                   | <b>Wie:</b><br>Wat heb je nodig? Wie zijn er betrokken?             |
| <b>Afzender:</b><br>Wat heb je nodig? Wie zijn er betrokken? | <b>Onderwerp/thema:</b><br>Wat heb je nodig? Wie zijn er betrokken? |
| <b>Een:</b><br>Wat heb je nodig? Wie zijn er betrokken?      | <b>Een:</b><br>Wat heb je nodig? Wie zijn er betrokken?             |

Achterhalen wat de beste manieren zijn om je voor te bereiden op zo prettig mogelijk ouder worden. Wat kun/wil je daarvoor in het nu doen en wat heb je daar nu voor nodig?

## De 12 co-gecreëerde oplossingsrichtingen op 2 dimensies



## Geen generatiekloof (13 stemmen)

**Titel:** Geen generatiekloof

**Idee:** Contact houden met jongere generaties en Fit blijven koppelen aan Sociale contacten, win-win

**Thema's:** Fit blijven & Sociaal contact

**Door wie:** Jijzelf, burens, kennissen, vrienden, jongeren/studenten

"We begonnen met het thema Fit blijven en we kwamen er vrij snel achter dat dat eigenlijk ook gelijk alweer werd gelinkt aan Sociaal contact. We hebben allerlei manieren genoemd om fit te blijven, zowel fysiek als mentaal. Waar iedereen eigenlijk heel enthousiast van werd was het samendoen met andere generaties en met jongere mensen. Of dat nou in je familie is of in je vriendenkring. Er zijn allerlei initiatieven met studenten of andere jongere mensen die dat doen en dan blijf je zelf mentaal ook jong. En ja, je doet leuke dingen samen: kan zijn samen fietsen, zwemmen, wandelen maar het kan ook zijn samen koken, puzzelen, kletsen, quiz doen, noem maar op."

→ Haakje: samen leuke dingen doen om fit te blijven en als je dat met jongeren doet blijf je mentaal ook jong



## De Stadspas!!! (12 stemmen)

**Titel:** De Stadspas!!!  
**Idee:** Lokale organisatie van leuke activiteiten, gratis of tegen een gereduceerd tarief.  
**Thema's:** Sociaal contact & Eenzaamheid voorkomen  
**Door wie:** Overheid, gemeente, buurtorganisaties

*"We kwamen er achter dat je het beste oud kunt worden in de stad. Want daar is eigenlijk heel veel te doen. En die Stadspas, ja, die is essentieel, want die moet je hebben. Dan gaat er namelijk een wereld voor je open. Onze groep was daar echt super enthousiast over, dus die Stadspas moet je volgens mij zo goed mogelijk gaan promoten en in de picture zetten. Want dan kan je eigenlijk helemaal los als het gaat over sporten, goedkoper uit eten en met elkaar leuke dingen doen. Jammer dat de stadspas niet meer voor iedereen met een AOW is (is inkomensafhankelijk). In Rotterdam geven ze de optie om een Rotterdampas te kopen, waardoor meer mensen er gebruik van kunnen maken."*

- Haakje: laagdrempelig aanbod van leuke, lokale activiteiten om alleen of met anderen te doen
- Haakje: gratis of tegen gereduceerd tarief
- Haakje: een regiopas of niet locatie-specifieke pas voor diegenen die niet in een stad wonen



## Groepswoning & benedenwoning (9,5 stemmen)

**Titel:** Groepswoning & benedenwoning samen met vrienden  
**Idee:** Informatie verkrijgen over alternatieve mogelijkheden over woningen  
**Thema's:** Wonen  
**Door wie:** Woningcorporaties, huisarts (medische verklaring), indicatie WMO (urgentiebewijs), 'Van groot naar beter', verhuiskostevergoeding, Doras (welzijnsorganisatie in Amsterdam Noord)

*"Wonen. We kwamen er eigenlijk op uit dat iedereen als groepje al heel goed daar mee bezig was en iedereen deelde vanuit hun ervaring wat nou de stappen zijn die je moet zetten. De eerste belangrijkste stap om te zetten is naar informatiemiddagen van woningcorporaties te gaan dat die heel veel goede informatie geven. Om te kijken wat je mogelijkheden zijn voor bijvoorbeeld een groepswoning (met vrienden, niet overal alleen voor staan) of een benedenwoning (minder trappen)."*

- Haakje: elkaar bewust maken van informatiemiddagen bij woningcorporaties over woonmogelijkheden



## Samen leuke dingen doen (7 stemmen)

**Titel:** Samen leuke dingen doen  
**Idee:** Elkaar stimuleren om samen leuke dingen te doen  
**Thema's:** Sociaal contact & Eenzaamheid voorkomen  
**Voor wie:** (klein)kinderen, leeftijdsgenoten en ook vóór anderen  
**Door wie:** Omgeving kan tippen ("dit is er te doen, sluit je aan als je wilt").

*"We hadden het over leuke dingen doen, zoals muziek maken, kleding naaien, vrijwilligerswerk, sportclubjes, bingo of zingen in een koor. Voor je kinderen, voor je kleinkinderen en hoe je daarmee eigenlijk jezelf blij maakt. En ook anderen en dat je dat moet blijven doen om je leven leuk te houden en zinvol. En dat dat heel erg helpt hè? Hoe kunnen we zorgen dat mensen daarbij aansluiten? Door erover te schrijven in de buurtkrant of op de tv. Dingen te laten zien. Bijvoorbeeld de regionale omroep. En soms ook wel digitaal. Voor sommige mensen is dat ook wel weer fijn. En ook heel erg elkaar stimuleren. Dus als jij een vriend hebt en die vertelt van goh, ik zou toch eigenlijk wel even wat leuk willen doen. Dat je diegene er op wijst en dat gebeurt ook al, maar dat zouden we nog meer kunnen doen met z'n allen."*

- Haakje: elkaar stimuleren om (samen) leuke dingen te doen
- Haakje: er is zo veel maar drempel om er heen te gaan. Je moet er in aanraking mee komen.



## Een gezonde keuken, samen koken & leren (6 stemmen)

**Titel:** Een gezonde keuken, samen koken en leren  
**Idee:** Koken voor en met elkaar op een gezonde manier  
**Thema's:** Fit blijven & Sociaal contact  
**Door wie:** De buurt teams, gemeentes

*"Dit gaat over fit blijven en vooral het gezonde eten. En daar kwamen we eigenlijk mee dat er nu in verschillende buurten al door vrouwen kookclubs worden georganiseerd waar ze vooral van elkaar kunnen leren van hoe ga ik nou om met gezonder eten. Dus eigenlijk de dingen die jij misschien vanuit huis hebt geleerd of van je omgeving die neem je eigenlijk mee. En zo ga je met elkaar naar de markt en tips uitwisselen. En wij dachten als we dat nou groter kunnen maken. Dus dat we veel meer van elkaar gaan leren. En dat kan via buurtteams. Dat kan via de gemeente. En als die de ruimtes faciliteren, nou, dan gaan we beginnen. We willen in dit geval dus de vrouwen/families aanspreken van kom samen. Ga wat je hebt geleerd delen met anderen. En zo kunnen we zorgen dat we allemaal wat gezonder gaan eten, maar ook leren van elkaars keukens. Want dat is natuurlijk ook superleuk! Dus vooral delen met elkaar en lekker eten en dan heb je zowel het gezonde als het sociale."*

→ Haakje: gezond en sociaal combineren  
→ Haakje: van elkaar leren koken op een gezonde manier



## Minder gezond maar niet minder eenzaam (6 stemmen)

**Titel/idee:** minder gezond maar niet minder eenzaam  
**Thema's:** Fit blijven & Eenzaamheid voorkomen  
**Door wie:** Gemeente voor inspraak, lokale initiatieven en naasten om wensen duidelijk te krijgen

*"Wij hadden het niet zozeer over één overkoepelend idee. We hebben het over verschillende dingen gehad. Over hoe als je minder gezond raakt op een gegeven moment, hoe dat kan leiden tot eenzaamheid. En hoe je het erover kan hebben met je omgeving, wat je wil als het straks medisch niet zo lekker meer gaat. En hoe je ervoor kan zorgen dat je sociaal contact kan hebben in een omgeving die rustig is, prikkelarm, met niet te veel mensen. En het stimuleren van initiatieven vanuit burgers zelf. Zo van 'dit is er al, doe je ook mee?'."*

→ Haakje: prikkelarme omgeving faciliteren voor sociaal contact  
→ Haakje: wensen kenbaar maken aan je omgeving  
→ Haakje: stimuleren van initiatieven vanuit burgers zelf



## Laatste reis (4 stemmen)

**Titel:** Laatste reis  
**Idee:** Groepsessies om over de dood te praten, voorbereiden op de dood  
**Thema's:** De dood  
**Door wie:** ?

*"De laatste levensfase gaat ook over het einde en dat is de dood. Een onderwerp waar toch wel behoefte ligt. Waar mensen het toch ook wel graag over willen hebben, terwijl ze het wel spannend vinden of het niet gewend zijn of anderen niet lastig mee willen vallen. En dit gaat eigenlijk over dat het misschien wel heel mooi zou zijn om daar groepsessies voor te organiseren. Dat iemand die daar veel ervaring mee heeft of daar het graag over heeft, anderen helpt om na te denken over wat hun wens is, dus hoe zij het einde voor zich zien. Iedereen heeft dat anders, maar weet ook niet welke mogelijkheden er zijn. Want het is inderdaad een heel belangrijk onderdeel van het leven. Het hoeft niet spannend en eng te zijn, maar het kan juist ook iets heel moois zijn en heel veel brengen en eigen regie teruggeven."*

→ Haakje: belangrijk om nu te kijken hoe je het einde van je leven zou willen organiseren  
→ Haakje: mensen de kans geven voor regie in 'je laatste reis'  
→ Haakje: maak het een normaal onderwerp aan de keuken tafel (met je kinderen), taboe er af halen



## Praten over wonen (3,5 stemmen)

**Titel:** Praten over wonen  
**Idee:** Wat kan je doen om zo lang mogelijk in je eigen woning te blijven?  
**Thema's:** Wonen & Fit blijven  
**Door wie:** WMO, woningbouw, buurthuis, kerk, praten met je omgeving

*"Dat mensen liefst zo lang mogelijk in hun eigen woning willen blijven wonen en dat er eigenlijk al best wel wat goede stappen in worden gezet als het praten erover. Maar ook wel nadenken over wat zou ik dan kunnen doen? Als je op twee hoog woont bijvoorbeeld, om die trappen nog op te kunnen moet ik ook wel in beweging blijven. Of een stukje lopen vanaf de parkeerplaats. Dat vonden wij wel een soort van mooie koppeling aan het andere thema Fit blijven. Maar ook al heel concreet nagedacht over stel dat het niet lukt om ergens anders te wonen, bijvoorbeeld een traplift. Dus eigenlijk hele praktische vormen. We hebben het ook wel gehad over weet je waar je moet beginnen? En nou ja, één van de dingen was bijvoorbeeld ook het buurthuis om daar dus informatie te vinden. Want we hebben ook wel de vragen gesteld van oké wij zijn er natuurlijk met ons werk mee bezig om te kijken hoe kunnen wij die informatie dan aan jullie geven? Nou en dat we eigenlijk niet met foldertjes en brochures in de weer moeten gaan. Dat werkt allemaal niet. Maar het gaat eigenlijk echt om persoonlijk contact."*

→ Haakje: combineer Fit blijven met Wonen (paadje in mensen hun hoofd maken: dat als je fit blijft je misschien langer kunt blijven wonen waar je woont, of langer zonder aanpassingen kunt blijven wonen)

→ Haakje: houd het klein, praktisch, focus op iets wat je wilt behouden

→ Haakje: persoonlijk contact in plaats van brochures, folders



## Het begint bij Hallo (3 stemmen)

**Titel:** Het begint bij Hallo  
**Idee:** Buren zijn ook belangrijk en hulp vragen is juist sterk  
**Thema's:** Sociaal contact  
**Door wie:** Zelf, buren

*"Dat je eigenlijk niet alleen hoeft te zijn om sterk te zijn. Dat je juist heel sterk bent door te vragen en aan te geven waar je behoefte aan hebt. Dat stukje dat noemen we de grote route. En we hebben ook de kleine route en dat ging ook over wie nou belangrijk zijn als het gaat over sociaal contact. En dan gaat het natuurlijk over je familie, vrienden, maar ook over buren. Die komen ook de hele tijd terug. En toen hadden we het erover van ja eigenlijk is het al heel fijn als je gewoon eens hallo zegt tegen elkaar en dan vraagt hoe het met iemand is. Het hoeft helemaal niet groot te zijn, maar wel dat je die interactie hebt en dat buren misschien meer voor je kunnen betekenen, ook op termijn dan je zou denken. En misschien even kunnen helpen met iets uitpakken wat zwaar is, of of een sleutel ergens neerleggen waar het ook over ging. Durf hulp te vragen en aan te geven waar jij behoefte aan hebt. Want heel veel mensen wat jij heel mooi zei die willen heel graag helpen en die halen daar heel veel voldoening uit. Dus eigenlijk breng je alleen maar mooi twee dingen bij elkaar."*

→ Haakje: anderen helpen geeft voldoening, laat je helpen

→ Haakje: hulp vragen is juist sterk

→ Haakje: schakel buren in, voor iets kleins, praktisch, hoeft niet groots te zijn



## Een krant vol sociale activiteiten (3 stemmen)

**Titel:** Een krant vol sociale activiteiten, voor jong en oud  
**Idee:** Een gratis, makkelijk op te pakken activiteitenkrant, ook online.  
**Thema's:** Sociaal contact  
**Door wie:** Gemeentes en openbare instellingen

*"Wij hebben eigenlijk gewoon heel erg de behoefte om het krantje De Metro bijvoorbeeld weer terug te brengen. Een gratis krant die op openbare plekken ligt. Dus hier gelijk als je het station uitstapt, in de bibliotheek, misschien wel in de supermarkt en gewoon een krant waar je dan je activiteiten kan delen met elkaar, maar ook waar je zelf een oproepje in kan plaatsen. Dus als jij zegt nou ik weet wat ik heel leuk vind, maar ik weet eigenlijk niet met wie ik dat moet doen, kan je dat ook zelf in de krant achterlaten. Belangrijk is vooral dat hij gratis is en dat hij makkelijk even mee te pakken is. En daarnaast zien we het wel voor ons dat er ook een online plek is. Dus als je wil aanmelden of meer wil lezen over een activiteit of dat je dat wel online kan vinden, maar dat het fijn is dat het voor iedereen makkelijk is. Dus ook voor degenen die graag fysiek papier willen."*

→ Haakje: toegankelijke, laagdrempelige manier om te weten wat er allemaal is



## Leven met elkaar (3 stemmen)

**Titel:** Leven met elkaar  
**Idee:** Een kapstok/prikbord voor hulpvragen en hulpaanbod  
**Thema's:** Sociaal contact & Voor iemand iets betekenen  
**Door wie:** Openbare ruimtes, plekken waar mensen komen

*"Het kan best een drempel zijn als je hulp nodig hebt of misschien ook wel dat wil aanbieden. En dat je daarvoor nu vaak naar een website moet of online iets moet gaan zoeken. En dat het eigenlijk bijna niet meer gewoon in de fysieke ruimte te vinden is. Dus dat we het daarvoor eigenlijk heel laagdrempelig willen maken. Wij creëren een soort kapstok waar je je hulpvraag kan achterlaten of hulp kan bieden met briefjes. Bijvoorbeeld als je ergens hulp bij nodig hebt of als je denkt ik heb zin in een kop koffie, jij ook? Deze kapstok hangt op openbare plekken waar mensen hulpvragen kunnen achterlaten en diensten kunnen aanbieden. Bijvoorbeeld de huisarts, bibliotheek, supermarkt of buurthuis. En die ruimte faciliteert ook meteen voor jullie de eerste ontmoetingsplek. Want het is natuurlijk nog best wel spannend om zomaar bij iemand thuis te komen voor de eerste keer."*

→ Haakje: laagdrempelige fysieke (niet online) manier om hulp te krijgen of aan te bieden



## Analoge/toegankelijke communicatie over activiteiten (1 stem)

**Titel/idee:** Analoge/toegankelijke communicatie over welke activiteiten er allemaal zijn  
**Thema's:** Sociaal contact & Fit blijven  
**Door wie:** Gemeenten, buurthuizen

*"Ja, we hadden het er eigenlijk over dat er eigenlijk heel veel dingen zijn die er worden georganiseerd. Dus we focussen op Sociaal contact en dat wordt ook heel snel alweer gekoppeld aan Fit blijven. Er zijn eigenlijk heel veel ontmoetings- en recreatieplekken, buurthuizen, kookgroepen. Maar van heel veel dingen weet je niet weet wanneer ze zijn, waar ze zijn, hoe je je eventueel kan aanmelden en dat heel veel dingen ook online zijn tegenwoordig. Dus als je erachter wil komen dat het allemaal digitaal is. Dus het zou goed zijn als er beter wordt gecommuniceerd over wat er allemaal is. En dus niet alleen digitaal, maar ook analoog bij jou in de buurt, in de brievenbus, in de supermarkt, gewoon op de plekken waar iedereen dagelijks komt om het zo duidelijker te maken van dit is er allemaal."*

→ Haakje: meer zichtbaarheid geven aan wat er allemaal is, analoog op plekken waar iedereen dagelijks komt

→ Haakje: er is zo veel maar drempel om er heen te gaan. Je moet er in aanraking mee komen



## **Fase 4 Tussenrapportage: doorvertaling naar uitgangspunten concrete communicatie/campagne- aanpak**

---

# Fase 4 Uitgangspunten en adviezen

---

In fase 4 zijn alle inzichten uit fase 1, 2 en 3 vertaald in uitgangspunten voor concrete communicatie/campagne-aanpak.

De belangrijkste uitgangspunten zijn:

## **Nu doen dan volgt 't gesprek vanzelf**

- Laat lokale afzenders de doelgroep benaderen.
- Blijf weg bij nadenken en praten.
- Focus op doen!
- Kies een aanpak die gaat over hoe je gezond, fit en actief leeft. Nu en in de toekomst.
- Kernwoorden: praktisch, laagdrempelige activiteiten, dichtbij huis.
- En als je eenmaal bij elkaar en aan de slag bent, komt het gesprek ook makkelijker op gang.

## **Nu doen dan kun je later de vruchten plukken**

- Wanneer mensen meedoen aan activiteiten, zetten zij een stap in de voorbereiding op prettig ouder worden.
- Door letterlijk in beweging te komen, werken mensen aan hun fysieke gezondheid nu en later.
- Door anderen te ontmoeten en zo het sociale netwerk uit te breiden, gaan ze toekomstige eenzaamheid tegen.
- Richt de aanpak op een bredere doelgroep dan alleen ouderen (geen generatiekloof).

Op basis van deze uitgangspunten zijn adviezen geformuleerd.

## Boodschap

- Verleg de nadruk van denken en praten over morgen naar nú doen.
- Focus op het thema waarbij mensen positieve associaties hebben en nu meteen iets kunnen dóen: blijf fit.
- Vermijd het thema wonen en wees voorzichtig met zorg. Het vermijden van wonen omdat mensen met een lage SEP het gevoel hebben niets te kiezen te hebben, er zijn te weinig woningen beschikbaar. Nadenken over 'wonen' roept gevoelens van onmacht en onbegrip op. Voorzichtig zijn met zorg omdat het thema gevoelig kan liggen bijvoorbeeld als men zelf geen kinderen of familie heeft die voor hen gaat zorgen.
- Zeg niet wat mensen moeten, maar nodig hen uit om mee te doen.
- Focus op samen activiteiten doen, jong en oud. Vermijd een generatiekloof, bijvoorbeeld samen koken of samen een rondje wandelen.
- Geldzorgen blijken een belemmering: belicht proactief inkomensvoorzieningen omdat nog niet iedereen krijgt waar zij recht op hebben.

## Mogelijke kernboodschap

Gezond, fit en actief leven nu en in de toekomst is fijn voor jong en oud. Want als je lekker in je vel zit, ben je vrolijker, heb je meer energie en zin om bezig te blijven. Zo kun je leuke dingen blijven doen en blijf je de baas over je eigen leven.

Als je nu gezond, fit en actief leeft, is de kans het grootst dat dat in de toekomst zo blijft. En dat je de dingen die je nu leuk vindt ook in de toekomst kunt blijven doen. Hoe je dat aanpakt, bepaal je helemaal zelf. Misschien vind je het leuk om te tuinieren of te wandelen, om samen met mensen uit de buurt koffie te drinken of om vrijwilligerswerk te doen. Hoe blijf jij gezond, fit en actief?

## Kanalen en communicatie

- Maak gebruik van lokaal herkenbare communicatie, zoals een wijkkrant of prikbord in supermarkt of buurtcentrum.
- Liefst afkomstig van mensen uit de eigen wijk of het eigen dorp.
- Tijdens activiteiten zijn eenvoudige gespreksstarters bruikbaar, zoals fotokaart of praatplaat.

## Taalgebruik

- Gebruik kernwoorden als gezond, fit en actief leven.
- Vermijd termen als ouder worden en eenzaamheid.
- Heb het niet over denken en praten over later.

### Don'ts

- Moeilijk > Veel mensen met een lage SEP hebben moeite met ingewikkelde woorden, lange zinnen of abstracte begrippen. Zulke moeilijke taal kan ervoor zorgen dat mensen zich niet aangesproken voelen en afhaken.
- Zwaar > Taal die zwaar, zorgelijk of negatief klinkt, roept weerstand op. Zoals 'problemen', 'afhankelijkheid' of 'slijtage'. Zware taal nodigt niet uit en belemmert meedoen.

### Do's

- Kort en eenvoudig > Samen iets leuks doen in de buurt?  
Niet: "Wij organiseren een participatietraject voor senioren met beperkte mobiliteit."
- Gewone woorden (B1) > Wat is voor u belangrijk om fit te blijven?  
Niet: 'Welke behoeften op het gebied van lichamelijke fitheid heeft u bij ouder worden?'
- Positief > Doet u mee? Zo ontmoet u buurtgenoten. En krijgt u tips zodat u zo lang mogelijk zelfstandig en actief kunt blijven.  
Niet: 'Afhankelijk worden van zorg.' of 'Voorkom eenzaamheid of isolement.'
- Vragen en uitnodigen > Wat wilt u doen om gezond en fit te blijven?  
Niet de gebiedende wijs gebruiken.
- Praat tegen mensen, niet over hen > Wat heeft u nodig?  
Niet 'Ouderen hebben vaak hulp nodig bij beslissingen over zorg.'

### U/jij

- In het onderzoek is niet gevraagd naar de voorkeur voor de aanspreekvorm 'u' of 'je'.
- Vaak zijn dit keuzes die op organisatieniveau worden gemaakt. Soms is er een 'schrijfwijzer' of een andere richtlijn voor mondeling en/of schriftelijk taalgebruik. Daar kunnen lokale intermediairs hun keuze voor een aanspreekvorm op baseren.
- In dit advies kiezen we niet één van beide:
- in de eerste uitnodigingen op dia 10 staat bijvoorbeeld 'u',
- terwijl in de informele gespreksstarters op de dia's 24 en 25 telkens 'je' staat.

## Beeldgebruik

- Gebruik lokaal herkenbare beelden in ondersteunende, fysieke communicatiemiddelen.
- Toon bijvoorbeeld mensen in een vergelijkbare lage SEP, in straatbeelden uit herkenbare wijken, bij markante gebouwen in de buurt etc.

## Content

De stappen om in contact te komen:

1. Je moet de weg vinden naar mensen met een lage SEP.
2. Het is belangrijk dat zij de uitnodiging goed begrijpen en positief waarderen.
3. Vervolgens moet iemand het besluit nemen om in actie te komen en gaan deelnemen aan een activiteit.
4. Tijdens of na 1 of meerdere activiteiten kan een gesprek over de toekomst ontstaan.

### 1. Hoe bereik je mensen met een lage SEP?

Het eerste contact kan plaatsvinden:

- door de brievenbus, in de supermarkt, in de bibliotheek
- in het buurthuis, bij de voedselbank, in het gebedshuis
- via huisarts en maatschappelijk hulpverleners
- via de woningbouwvereniging
- via de kinderen (school, naschoolse opvang, sportclub)
- via mensen met een lage SEP met een groter doenvermogen
- bij bezoek aan huis, in lotgenotengroepen
- via lokale radiozenders

### 2. Hoe moet de uitnodiging klinken?

Op basis van doelgroepkenmerken, taal-do's en kernboodschap:

- 'Wandel je mee? Leuk om nieuwe mensen te leren kennen.'
- 'Er is plek vrij in de tuin. Lekker je eigen groenten verbouwen?'
- 'Elke woensdagmorgen koffie. Je hondje mag mee natuurlijk.'
- 'Wil jij fit blijven? Als je lekker in je vel zit, voel je je beter.'
- 'Heb jij zin om te schilderen? Samen te knutselen?'
- 'Nieuw in het buurtcentrum: fit blijven voor beginners.'

### 3. Hoe activeer je mensen?

Maak het mensen zo makkelijk mogelijk om in actie te komen. Denk aan:

- gratis

- dichtbij
  - nu
  - leuk, gezellig, samen.
4. Hoe start een lokale intermediair 't gesprek over morgen?
- Begin met kleine, informele gesprekjes
  - Gebruik positieve framing
  - Erken de zorgen
  - Werk met verhalen of voorbeelden
  - Gebruik creatieve of visuele middelen

## Afzender

- Gebruik bij voorkeur lokale en vertrouwde gezichten als afzender. Lokale intermediairs kunnen deze rol oppakken.
- Zorg dat ook de ondersteunende, schriftelijke communicatie van een herkenbare, lokale afzender komt.

Hierna volgt een visualisatie / infographic met instructies voor lokale intermediairs over hoe zij het gesprek met ouderen met een lage SEP aan kunnen gaan. Deze afbeelding is ter illustratie. Op de laatste pagina van dit rapport (in de bijlagen) is deze visualisatie paginagroot -en dus beter leesbaar- ingevoegd.

## Nú doen! Dan volgt 't gesprek vanzelf

Mensen met een lagere sociaaleconomische positie praten niet graag over ouder worden. Toch is het belangrijk dat zij nadenken over de toekomst. En erover praten. Zodat zij op hun eigen manier goed ouder worden. Wat wél werkt? Samen iets doen. En dan volgt 't gesprek vanzelf.

### Samen doen!

*Nodig mensen uit voor laagdrempelige activiteiten, praktisch en dichtbij huis; liefst generaties door elkaar.*

- Denk aan koffiemoment, buurtactiviteit, samen fitnesssen of huisbezoek.
- Mensen komen dan in beweging, werken aan hun fysieke gezondheid.
- Ze ontmoeten nieuwe mensen, gaan eenzaamheid tegen.
- Zo bereiden zij zich voor op goed ouder worden.
- En je zult zien: tijdens die activiteiten raak je makkelijker aan de praat.

### En zó start je het gesprek over 'morgen'

#### Begin met kleine, informele gesprekjes

- Bouw vertrouwen op door eerst te luisteren.
- Dan kunnen later serieuzere gesprekken op gang komen.

#### Gebruik positieve framing

- Zeg bijvoorbeeld: 'Hoe kunnen we het leven nu en straks prettig houden voor jou?'
- Laat ruimte voor dromen en wensen: 'Hoe ziet jouw ideale dag eruit als alles mogelijk is?'
- Kies positieve thema's, zoals 'thuis', 'vrijheid', 'toekomst' of 'verbondenheid'.

#### Erken de zorgen

- Bied niet meteen een oplossing, maar geef eerst erkenning. Zeg bijvoorbeeld: 'Ik hoor dat het lastig is dat je je zorgen moet maken over geld.'
- Zo kan een openhartiger gesprek ontstaan.

#### Werk met verhalen of voorbeelden

- Soms helpt een 'omweg'. Zeg bijvoorbeeld: 'Ken je mensen die een goede manier hebben gevonden om fit te blijven?'
- 'Ik sprak laatst iemand van jouw leeftijd die de zorg voor later goed geregeld heeft.'
- Zo maak je het minder confronterend. En voelen mensen zich meer op hun gemak om over hun eigen situatie te vertellen.

#### Gebruik creatieve of visuele middelen

- Gebruik fotokaarten of praatplaten om het gesprek op gang te brengen.
- Of: samen tekenen, een spel doen, een moodboard maken of een wenskaartje invullen.



### Meer informatie?

Lees het onderzoek naar communicatie met mensen met een lagere SEP. Stuur een e-mail aan [praatvandaagovermorgen@minvws.nl](mailto:praatvandaagovermorgen@minvws.nl)  
Bezoek de website: [praatvandaagovermorgen.nl](http://praatvandaagovermorgen.nl)



# Adviezen fase 4 in detail



## Hoe komt een gesprek tot stand?

1. Je moet **de weg vinden naar** mensen met een lage SEP.
2. Het is belangrijk dat zij de uitnodiging **goed begrijpen en positief waarderen**.
3. Vervolgens moet iemand het besluit nemen om in **actie** te komen en gaan **deelnemen** aan een activiteit.
4. Tijdens of na 1 of meerdere activiteiten kan een **gesprek** over de toekomst ontstaan.

*In de dia's hierna werken we deze 4 stappen verder uit.*



## 1. Hoe bereik je mensen met een lage SEP?

Het eerste contact kan plaatsvinden:

- door de brievenbus, in de supermarkt, in de bibliotheek
- in het buurthuis, bij de voedselbank, in het gebedshuis
- via huisarts en maatschappelijk hulpverleners
- via de woningbouwvereniging
- via de kinderen (school, naschoolse opvang, sportclub)
- via mensen met een lage SEP met een groter doenvermogen
- bij bezoek aan huis, in lotgenotengroepen,
- via lokale radiozenders

## 2. Hoe moet de uitnodiging klinken?

Op basis van doelgroepkenmerken, taal-do's en kernboodschap:

- 'Wandel je mee? Leuk om nieuwe mensen te leren kennen.'
- 'Er is plek vrij in de tuin. Lekker je eigen groenten verbouwen?'
- 'Elke woensdagmorgen koffie. Je hondje mag mee natuurlijk.'
- 'Wil jij fit blijven? Als je lekker in je vel zit, voel je je beter.'
- 'Heb jij zin om te schilderen? Samen te knutselen?'
- 'Nieuw in het buurtcentrum: fit blijven voor beginners.'

## Nog wat voorbeelden

- 'In ons wijkcentrum kun je elke donderdagochtend koffiedrinken met buurtgenoten. Wie weet vind je hier een wandelmaatje?'
- 'Heb jij een goed idee om gezond en fit te blijven? We helpen je graag.'
- 'Wil je weten wat je kunt doen om fit te blijven? Maak een afspraak bij huisarts X. Of kom langs op buurtcentrum Y.'
- 'Waar doe jij je boodschappen? Loop samen met burens door de buurt om te kijken waar je gezond eten kunt kopen.'

## 3. Hoe activeer je mensen?

- Maak het mensen zo makkelijk mogelijk om in actie te komen.
- Denk aan:
  - gratis
  - dichtbij
  - nu
  - samen
  - leuk en gezellig.

## 4. Hoe start een lokale intermediair 't gesprek over morgen?

- A. Begin met kleine, informele gesprekjes
- B. Gebruik positieve framing
- C. Erken de zorgen
- D. Werk met verhalen of voorbeelden
- E. Gebruik creatieve of visuele middelen

*In de dia's hierna werken we deze stappen verder uit. De aanbevelingen zijn vooral bedoeld voor de lokale intermediairs.*

### A. Begin met kleine, informele gesprekjes

- Gebruik informele, korte contactmomenten – bijvoorbeeld tijdens een koffiemoment, buurtactiviteit of huisbezoek.
- Bouw vertrouwen op door eerst te luisteren, zonder meteen een doel of aanbod.
- Later kan dan een meer vertrouwelijk en serieus gesprek op gang komen.

### B. Gebruik positieve framing

- Zeg bijvoorbeeld > 'Hoe kunnen we het leven nu en straks prettig houden voor u?'
- Open ruimte voor dromen en wensen, zonder meteen de focus op beperkingen te leggen > 'Wat zou uw ideale dagbesteding zijn als alles mogelijk was?'

## C. Erken de zorgen

- Bied niet meteen een oplossing, maar geef eerst erkenning. Zeg bijvoorbeeld > 'Ik hoor dat het lastig is dat je je zorgen moet maken over geld en wonen.'
- Dit creëert ruimte voor een openhartiger gesprek.

## D. Werk met verhalen of voorbeelden

- Soms helpt het om via een 'omweg' het gesprek op gang te brengen. Bijvoorbeeld:
- 'Ik sprak laatst iemand van uw leeftijd die twijfelde over hoe hij later wilde wonen. [...]'
- Of: 'Kent u mensen die een fijne manier hebben gevonden om ouder te worden?'
- Zo maak je het onderwerp minder confronterend. En voelen mensen zich meer uitgenodigd om over hun persoonlijke situatie te vertellen.

## E. Gebruik creatieve of visuele middelen

- Fotokaarten of praatplaten kunnen helpen om het gesprek op gang te brengen.
- Kies positieve thema's, zoals 'thuis', 'vrijheid', 'toekomst' of 'verbondenheid'.
- Andere laagdrempelige werkvormen zijn bijvoorbeeld: samen tekenen, een spel, een moodboard of een invulkaartje.

## Faciliteer lokale intermediairs

Wat kan lokale intermediairs helpen om de doelgroep te bereiken en met hen het gesprek over morgen aan te gaan?

## Advies: help lokale intermediairs

- Een **e-learning** helpt om thuis te raken in het onderwerp en de voorkeuren en belemmeringen van de doelgroep.
- Met een blanco **toolbox** (niet in PVOM-stijl) voor lokaal gebruik kunnen lokale intermediairs zelf middelen maken in hun eigen stijl.
- Bepaal de precieze inhoud van de toolbox in samenspraak met lokale intermediairs.

### *Wat kan er in de toolbox zitten?*

Werkvormen, activiteiten, gespreksstarters, een stramien voor posters, tekstblokken voor uitnodigingsbrieven die lokale intermediairs kunnen gebruiken in hun eigen huisstijl met hun eigen beelden, richtlijnen voor tekst en beeld, basisartikelen voor in de wijkkrant (bijvoorbeeld over een stads- of dorpspas).

## Onderbouwing advies vanuit voorgaande fasen in het onderzoek

De doelgroep: ouderen met een lage SEP

## Mensen met een lage SEP

- zijn praktisch ingesteld, leven in het nu,
- redeneren sterk vanuit zichzelf,
- zijn vooral gericht op doen: wat kan ik nu doen om gezond, fit en actief te blijven,
- willen de leuke en goede dingen die ze nu doen, vasthouden,
- hebben – door zorgen – geen ruimte in hun hoofd om over andere dingen of de toekomst na te denken. Dit geldt vooral voor de groep mensen met een externe locus of control
- staan vaak nog vol in het leven en voelen zich niet oud; zeker jongere ouderen (50-60 jaar) met soms nog kinderen thuis.

## Bovendien

- hebben respondenten negatieve associaties met ouder worden: minder kunnen, afhankelijker en eenzamer zijn, minder geld te besteden,
- associëren zij ouder worden en de toekomst met de dood; de periode van nu tot aan de dood niet automatisch/niet vanzelfsprekend onderwerp van gesprek,
- praten zij niet graag over ouder worden; zij willen niet zielig zijn of zich kwetsbaar tonen,
- willen zij hun kinderen niet tot last zijn met dit soort dingen.

## De frictie: waarom slaat de huidige campagne onvoldoende aan?

Specifieke mismatches en belemmeringen

## Mismatch: 'Ouder worden'

- De respondenten voelen zich niet oud. 'Ouder worden' levert negatieve associaties op. Zij willen liever niet praten over **ouder worden**.

## Mismatch: thema's

- Blijf weg bij thema's waarbij mensen zich onmachtig voelen, zoals **wonen**. Mensen voelen dat zij '**niets te kiezen**' hebben, er zijn te weinig woningen beschikbaar. Nadenken over hoe je later wilt wonen, roept gevoelens van **onmacht en onbegrip** op.
- Het thema **zorg** kan gevoelig liggen; bijvoorbeeld als iemand zelf geen partner of kinderen heeft. Houd hier rekening mee. Veel mensen doen vrijwilligerswerk of geven mantelzorg. **Zingeving** en **solidariteit** zijn positief. Negatieve associatie: **bang dat er straks niemand voor hén gaat zorgen**.

## Belemmering: geld

- Spontaan werd vaak de **financiële situatie** als belemmering genoemd.
- Mensen hebben veel **geldzorgen**. Wensen en doelen voor de toekomst zijn er nauwelijks, zij denken dat ze dit toch niet kunnen betalen.
- Hierdoor loopt het nadenken over morgen vast. Mensen verwachten dat ze – door hun financiële situatie – **weinig invloed** hebben op hun leven als ze ouder zijn.
- Houd rekening met deze belemmering in alle communicatie.

## Mismatch: handeling

- De boodschap en het handelingsperspectief van PVOM zijn te abstract.
- De oproep om na te **denken** en het **gesprek** over morgen aan te gaan, werkt niet.
- Mensen zijn dagelijks aan het **doen** om te overleven.

## Mismatch: tijdstip

- De focus op wat je **later** moet doen, geeft kortsluiting.
- Mensen zijn praktisch ingesteld en willen **nu** wat doen.

## Mismatch: toon

- 'Praat vandaag over morgen' is te **dwingend** (gebiedende wijs). Zeker in combinatie met de afzender Rijksoverheid roept dit weerstand op: 'Dat bepaal ik zelf wel.'
- Bovendien krijgen mensen door de veelheid aan campagnes het gevoel dat ze al zoveel moeten.
- Presenteer de boodschap liever als een **uitnodiging, aanbod of vraag**.

## Mismatch: middelen en kanalen

- **Massamediale uitingen** spreken de doelgroep niet aan (ondanks dat zij doorgaans méér tv kijken dan mensen in een hogere SEP). Ook **schriftelijke informatie** werkt minder goed dan mondelinge.
- Hun voorkeur: **persoonlijke** communicatie, **mondelinge** communicatie, liefst met mensen uit hun **eigen omgeving**.
- Schriftelijke of digitale middelen kunnen ondersteunen – bijvoorbeeld wijkkrant, gesprekskaarten – maar zijn niet effectief als belangrijkste informatiedragers.

## Mismatch: beelden

- Mensen herkennen zich niet in de gebruikte beelden. Zien de mensen er te blij, te positief en te succesvol uit? Te veel als een **model**?
- Gebruik liever **lokale, herkenbare beelden**.

## Mismatch: afzender

- PVOM heeft als afzender de **Rijksoverheid**.
- Mensen ervaren juist dat zij tegen het 'beleid uit Den Haag' aanlopen. Zij ervaren dat de Rijksoverheid bepaalt en beperkt. Mensen voelen zich niet gehoord, begrepen of gezien door de Rijksoverheid.
- Mensen hebben een sterke voorkeur voor **lokale en vertrouwde gezichten** als afzender.

## Kenmerkende sentimenten (geparafraseerd)

Respondenten denken / zeggen:

- 'Dat zien we dan wel weer. Ik wil genieten van de leuke dingen nú.'
- 'Het kost met al genoeg moeite om de zaken in het nu te regelen.'
- 'Maakt niet uit waar en hoe ik wil wonen, er zijn toch geen huizen.'
- 'Ik ben nog niet zo oud.'
- 'Zeg mij niet wat ik moet doen.'
- 'Activiteiten? Laat zien wat er in de buurt te doen is. Gratis krant in de brievenbus, in de supermarkt, gewoon overal waar iedereen dagelijks komt.'

# Onderzoeksverantwoording

---

## Achtergrond

Het ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport heeft in maart 2024 de campagne 'Praat vandaag over morgen' gelanceerd. Hiermee bouwt het ministerie voort op de aanpak die brancheorganisatie ActiZ in 2019 is gestart om het gesprek over ouder worden in de samenleving te normaliseren. De beleidsdoelstelling waar deze campagne aan bijdraagt is het bevorderen dat ouderen nadenken en zich voorbereiden op vitaal ouder worden. Dit leidt tot meer veerkracht, meer levensgeluk en minder eenzaamheid.

De communicatiedoelstelling is dat 60- tot 75-jarigen nadenken en/of praten met hun (sociale) omgeving over hoe zij zich kunnen voorbereiden op hun volgende levensfase. Met het uiteindelijke doel dat ze weten hoe ze oud willen worden met betrekking tot de verschillende deelaspecten en hoe ze zich hierop kunnen voorbereiden.

Uit eerdere ervaringen en onderzoeken – o.a. rondom coronacampagnes – is gebleken dat de doelgroep lage SEP (Sociale Economische Positie) maar in beperkte mate bereikt wordt met traditionele campagnes. VWS vindt het van belang om deze doelgroep wel te bereiken omdat uit onderzoek blijkt dat zij gemiddeld minder vitaal ouder worden dan mensen met een hogere SEP. Ouderen met een lage SEP bewegen gemiddeld minder en hebben een hoger risico op het ervaren van eenzaamheid.

## Doel van het onderzoek

Doel van het onderzoek is inzicht krijgen in de doelgroep(en) lage SEP, uitzoeken of de handelingsperspectieven en onderwerpen die VWS nu communiceert aansluiten bij deze doelgroep en inzicht geven in welke aanpassingen VWS moet doen om deze doelgroep wel te bereiken in 2025.

Daarbij zijn de probleemstelling en de onderzoeksvragen als volgt:

Hoe beleeft de doelgroep met een lage SEP ouder worden? Welke gedachten komen er bij de doelgroep op wanneer men over dit thema denkt en praat? Welke drivers en drempels ervaart deze groep om hier over te denken, te praten en om zich hierop voor te bereiden? Daarnaast wil VWS campagne-onderwerpen voorleggen en inzicht/advies krijgen in hoe zij dit in een communicatie/campagne-aanpak kan verwerken.

Meerdere fases

Het onderzoek bestaat uit 4 fases.



Dit leidt tot de onderstaande onderzoeksvragen:

#### Fase 1

- Zijn er relevante segmentaties binnen de doelgroep lage SEP te onderscheiden? Hoe zien die segmentaties er dan uit? (bijvoorbeeld een bepaalde leeftijdscategorie)
- Is er iets te zeggen over waar de meeste gezondheidswinst valt te behalen of welke doelgroepen het meest kansrijk zijn om te bereiken (laaghangend fruit)?

#### Fase 2

- Hoe denkt deze doelgroep met een lage SEP na over ouder worden? Over welke onderwerpen denkt men dan?
- Op welke manier houdt men zich bezig met het voorbereiden op ouder worden? (nadenken, praten, concreet voorbereidingen treffen).
- Welke drijfveren en drempels ervaart de doelgroep met betrekking tot het nadenken over ouder worden, het praten over hun toekomst en concreet voorbereidingen treffen?
- In hoeverre ervaart men hier eigen invloed en in hoeverre is het iets dat je overkomt?
- Welke mogelijke insteken zet mensen aan tot nadenken over het onderwerp?
- Praat men wel eens met de eigen omgeving over dit onderwerp?
- Welke boodschap of thema's spreken aan en kan de doelgroep in beweging brengen?

- In hoeverre spreken de onderwerpen en sub-onderwerpen die nu in de campagne behandeld worden aan? (fit blijven, wonen en zorgen voor elkaar) Aan welke onderwerpen denkt men zelf nog meer?
- Op welke momenten speelt dit nadenken, praten en concrete voorbereidingen treffen? Wat zijn momenten of aanleidingen om dit te doen?
- Met wie doet spreekt men dan, of hoe informeert men zich dan? Gebruikt deze doelgroep bepaalde kanalen/contactmomenten/structuren/netwerken/organisaties/sleutelpersonen?
- Is de overgang naar een volgende levensfase/het naderende pensioen voor deze doelgroep(en) ook een logisch aangrijpingsmoment om plannen te maken rondom de genoemde onderwerpen/het gesprek hierover te beginnen met hun omgeving?

Fase 3 en 4

- Wat zijn op basis van de voorgaande fases de belangrijkste uitgangspunten voor een aanpak om deze doelgroep (of een aantal relevante segmentaties) in de toekomst te kunnen bereiken: Waar moet het ministerie rekening mee houden qua beeld, taal en afzenderschap?

## Methode van onderzoek

### Fase 1: deskresearch en stakeholderinterviews

We stellen voor:

- We hebben 6 gesprekken gevoerd van 45-60 minuten met stakeholders. VWS heeft de contactgegevens van de stakeholders aangeleverd.
- Deskresearch is gedaan door een onderzoeker. Deze onderzoeker heeft de documentatie die VWS heeft aangeleverd, die de stakeholders hem/haar hebben geadviseerd en die hij/zij zelf opzoekt gebruikt om een eerste inzicht te krijgen in de doelgroep.

### Fase 2: interviews, duo-gesprekken en groepsgesprekken met de doelgroep

We hebben uitgevoerd:

- 6 mini groepsdiscussies met ieder 4-5 respondenten
- 8 individuele interviews
- 4 duo-interviews van iemand uit de doelgroep met een (volwassen) kind, familielid of bekende die dicht bij de respondent staat.

De gesprekken zijn uitgevoerd in Den Bosch, Amsterdam, Rotterdam, online, telefonisch en via videobellen. De gesprekken vonden plaats tussen 27 maart en 4 april 2025.

Er hebben 42 doelgroepspersonen en 4 naasten (kinderen) aan het onderzoek meegedaan.

De respondenten zijn geworven aan de hand van de volgende criteria:

- Allen met een lage SEP. We willen dit uitvragen aan de hand van een aantal factoren. We gaan ervan uit dat wanneer iemand aan 3 van de onderstaande factoren voldoet, hij/zij een lage SEP heeft.
  - Laag inkomen, geen aanvullend pensioen
  - Opleiding MBO of lager

- Werkloos, arbeidsongeschikt of in een laagbetaalde, onzekere of tijdelijke baan (zoals schoonmaakwerk of productiewerk)
  - Woonsituatie: sociale huurwoning
- Gespreid in leeftijd tussen 50-75-jarigen.
- Gespreid in woonplaats wat betreft stedelijkheid.

### **Fase 3 Co-creatie**

Op 9 mei 2025 vond er een co-creatiesessie van 3 uur plaats in Amsterdam met n=10 personen uit de doelgroep (ouderen met een lage SEP, die al eerder aan fase hadden meegedaan) en n=8 personen die beroepsmatig betrokken zijn bij deze doelgroep (VWS, DPC, Havas Lemz, Duwtje, Mantelzorg NL, Coform).

Een draaiboek van de cocreatiesessie is als bijlage opgenomen.

### **Fase 4: doorvertaling naar uitgangspunten concrete communicatie/campagne-aanpak**

Fase 4 bestond uit:

- Analyse van de uitkomsten en aanbevelingen van het onderzoek en de co-creatiesessie.
- Selectie van de ingrediënten die relevant zijn voor een communicatie- of campagneaanpak in de toekomst.
- Uitwerking van een advies op basis van expertise met informatieontwerp en klant- en doelgroepgerichte communicatie. Vertaling van de specifieke observaties naar meer generieke uitgangspunten op het gebied van onder andere beeld, taal en afzenderschap.

# Bijlage gespreksleidraad fase 2 (interviews, groepsgesprekken en duo-gesprekken met de doelgroep)

---

## Introductie en uitleg

- Welkom
- Onderwerp: praten over 'ouder worden'
- Onafhankelijkheid onderzoeker
- Eventueel: meekijkers
- Anonimiteit en rapportage
- Geen goede/foute antwoorden.

## Korte kennismaking

*De interviewer laat de respondent zich voorstellen.*

- Bezigheden, leeftijd, partner/geen partner, woonplaats, etc

## Delen verhalen

*Narratief onderdeel: We laten de respondent(en) één of meerdere verhalen vertellen rond het thema 'je voorbereiden op ouder worden'. De manier waarop mensen betekenis geven aan belangrijke gebeurtenissen neemt namelijk altijd de vorm aan van een verhaal. Het verhaal is de natuurlijke vorm om ons uit te drukken en ook om gebeurtenissen betekenis te geven. Daarbij is het ook uitermate geschikt om op een natuurlijke manier emoties tot uitdrukking te brengen. Het is een heel inclusieve manier van onderzoek doen, omdat het een heel ander beroep op je doet, je hoeft geen visie of antwoorden te geven.*

- Ik wil je vragen om je voor te stellen dat je praat met je partner, je kind, een kennis, vriend of buurtgenoot (interviewer: gebruik de situatie van de respondent) en het gesprek komt op: je voorbereiden op ouder worden. Welk verhaal zou jij vertellen over dit onderwerp? Wat komen er voor ervaringen of gebeurtenissen in je op als je denkt aan 'je voorbereiden op ouder worden'.
- Komen er misschien nog meer verhalen of gebeurtenissen in je op? Het kan iets zijn dat je zelf hebt meegemaakt maar ook wat iemand anders die je kent heeft meegemaakt.

## Denken en praten over ouder worden

*Na het delen van de verhalen kunnen we op een natuurlijke manier overgaan op het onderwerp 'nadenken en praten over de toekomst of ouder worden'.*

- Denkt men wel eens na over ouder worden in de toekomst: waarover dan? Wat zijn aanleidingen om erover na te denken?
- Vraag of de respondent je meeneemt in de gedachten die men heeft: hoe gaat zo'n gedachtegang?
- Betreft men anderen hierin? Hoe? (Interviewer: heeft men bijvoorbeeld een partner, kinderen of naasten die men hierin betreft?)
- Welke rol spelen anderen?
- Praat men wel eens over ouder worden in de toekomst? Waarover praat men dan?
- Over welke onderwerpen praat men wel eens?
- Met wie? Waarom met die persoon of personen?
- Waarom juist over die onderwerpen?
- Wat zijn aanleidingen om daarover te praten?
- Wat motiveert om daar over te praten?
- Wat vindt men om daarover te praten? Welk gevoel geeft dat?
- Of: waarom praat men er juist niet over?
- Zijn er personen met wie men het niet over ouder worden wil hebben (bijvoorbeeld de kinderen of de partner)? Kan men uitleggen waarom niet?
- Zijn er ook drempels om erover na te denken of te praten? Welke drempels zijn dat?
- Wat is een moment om het hier over te hebben, of over na te denken? Wat zijn aanleidingen? Welk moment in het leven of welke gebeurtenis in het leven?
- En zouden er ook plekken/informatiebronnen zijn die hen zouden kunnen helpen het erover te hebben?
- Welke uitdagingen ziet men in het ouder worden? En welke kansen juist: wat kan het je brengen?

## Thema's ouder worden

*Interviewer: kijk of men spontaan met andere onderwerpen komt dan de thema's fit blijven, wonen en zorg*

- Wat zijn onderwerpen waar men aan denkt bij ouder worden? Wat hoort er bij ouder worden?
- Welke thema's ziet men bij mensen in hun omgeving die ouder worden? Hoe kijkt men hier zelf naar?
- Treft men concreet voorbereidingen op ouder worden? Welke voorbereidingen? Hoe doet men dat?
- Als men denkt aan zichzelf als men ouder is. Hoe zou de ideale situatie dan zijn? Hoe zou men ouder willen worden? Wat is ervoor nodig om dat te laten gebeuren? Wat zit er juist in de weg?

## Thema's uit de huidige campagne

- *Dan leggen we hen (voor zover nog niet besproken) de bestaande onderwerpen uit de huidige campagne voor: fit blijven, wonen en zorg.*

### Zorg

- Sociaal: hoe wil je onder de mensen blijven als je niet meer werkt? Wat wil je later zelf doen voor anderen?
- Zorg: wie kan bijvoorbeeld boodschappen doen als jou dat zelf niet lukt? Of je helpen met klusjes in en om het huis? Kan iemand je naar de huisarts brengen als je langere tijd ziek bent?

### Wonen

- De woning: wil je blijven wonen waar je nu woont? Als je slechter ter been wordt, is de woning dan ook nog fijn om in te wonen? Zijn er mogelijkheden om de woning aan te passen?
- De buurt: wil je straks dicht(er)bij familie of vrienden wonen? Zijn er voldoende voorzieningen die je later graag dichtbij wilt hebben? Denk aan de supermarkt, de apotheek of een plek waar je anderen kunt ontmoeten.

### Fit blijven

- Fit: hoe blijf jij bewegen? Welke activiteiten kun je misschien samen met een vriend of je partner doen?
- Jong van geest: hoe blijf je jezelf uitdagen met bijvoorbeeld nieuwe technologie? Je bent zo oud als je je voelt!

*We leggen uit dat dit onderwerpen zijn waar je over na zou kunnen denken als je ouder wordt: hoe blijf ik fit? Waar wil ik wonen? Als ik zorg nodig heb, hoe regel ik dat dan?*

- Hoe komen deze vragen over?
- Welke gedachten komen op als men deze vragen en thema's hoort?
- Welk gevoel roepen ze op?
- Zijn het thema's waar men zelf ook aan denkt of over praat? Waarom wel/niet?
- Zo nee: zijn er aanleidingen wanneer men wel over deze thema's zou praten?
- Waarom spreken deze thema's wel/niet aan?

## Uitingen huidige campagne

*Hierna laten we (1 voor 1) enkele uitingen zien uit de huidige campagne. We denken aan 1 of 2 gespreksstarters, een Tv-spotje, een video, een social media post.*

*Per middel:*

- Hoe komt deze uiting/video etc over?
- Welk gevoel roept het op?
- Spreekt het aan? Waarom wel/niet?
- Welke boodschap haalt men eruit?
- Wat denkt men dat de afzender zal willen bereiken met deze uiting/boodschap?
- Voor wie zal dit bedoeld zijn? Ook voor hen? Waarom wel/niet?

## Afsluiting

- Nog opmerkingen, vragen of suggesties?
- Stel dat men zelf een campagne mocht maken met als doel om zichzelf te laten nadenken en praten over de toekomst. Hoe zou dat er dan uitzien?
- Dank voor deelname

# Bijlage: onderzoeksmateriaal (huidige campagne)

---

## Video's/tv-commercials

De tv-commercials zijn te vinden op [www.praatvandaagovermorgen.nl](http://www.praatvandaagovermorgen.nl)

### TV commercial



De TV commercial is beschikbaar in drie versies met en zonder ondertiteling.

[Download de TV commercial](#) met ondertiteling of zonder ondertiteling



### Gesprekskaarten

Aan de respondenten zijn steeds een paar verschillende gesprekskaarten getoond. Omdat het totaal aan gesprekskaarten te veel is om hieronder weer te geven, geven we hierna een voorbeeld om een indruk te geven van het materiaal.



## Advertenties



**“De wandelaafspraken houden ons in beweging”**

**Peter (71) en Rob (64)**

Peter en Rob zijn al meer dan 40 jaar vrienden. Ze blijven fit door elke week met vrienden in de natuur te wandelen. Daarbij praten ze heel wat af met elkaar. Rob: “Tijdens die wandelingen kunnen we slap lullen, maar is er ook ruimte voor serieuze gesprekken.”

“Herinneringen aan vroeger en alles wat ons nabijhoudt”, zegt Rob. “Soms zijn dat dingen die je niet eens met je partner bespreekt.” Peter: “En als iemand met een pijnlijke venter loopt, adviseert de ander vaak om naar de hulsarta te gaan.”

“We willen zo lang mogelijk met elkaar blijven lopen”, zegt Peter, “jult doer in beweging te blijven, blijf ik fit.” Rob vult aan: “Het is belangrijk om altijd iets te hebben om naar uit te kijken. Dat zorgt voor motivatie.”

Het lijkt misschien nog ver weg, maar wie stroke vol van het leven wil blijven genieten, praat vandaag over morgen.

Scan de QR-code om het volledige verhaal van Peter en Rob te lezen.

**Tip:** Stuk je ogen en sta jezelf voor over den jaer. Hoe blij je bent?

Begin op tijd het gesprek over zorg, wonen en fit blijven.  
Kijk op [praatvandaagovermorgen.nl](http://praatvandaagovermorgen.nl)

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport

over morgen



**“Praten over later levert altijd iets op”**

**Gita (65) en Radj (62)**

Gita en Radj zijn vrienden en kennen elkaar al 15 jaar. Samen met zo'n 80 andere Hindostaanse Surinaamse ouders komen ze elke week bij elkaar. Ze praten over alles. Ook over de toekomst. “Ik wil zo lang mogelijk thuisblijven”, zegt Gita. “Als dat niet meer gaat, heb ik hulp nodig, bijvoorbeeld van mijn kinderen.” Radj denkt er juist over om kleiner te gaan wonen. “Maar wanneer verhuize je dan? Als alles nog goed gaat of later? Je wil niet dat het te laat is.”

“Je wil voorkomen dat ouder worden je overkomt”, vertelt Gita. “Dat gebeurd bij mijn schoonzus; ze viel regelmatig en moest verhuizen naar een zorgwoning. Het was moeilijk om weg te gaan uit haar bekende omgeving.” Radj vult aan: “Het zou mooi zijn als er een verzorgingshulp komt dat aansluit bij de Surinaamse cultuur.”

Het lijkt misschien nog ver weg, maar wie stroke vol van het leven wil blijven genieten, praat vandaag over morgen.

Scan de QR-code om het volledige verhaal van Gita en Radj te lezen.

**Tip:** Stuk je ogen en probeer jezelf over den jaer thuis voor te stellen. Hoe zie je?

Begin op tijd het gesprek over zorg, wonen en fit blijven.  
Kijk op [praatvandaagovermorgen.nl](http://praatvandaagovermorgen.nl)

Ministerie van Volksgezondheid, Welzijn en Sport

over morgen



## “Anderen helpen, dat houdt mij gezond”

### Hong Liu (73)

De Chinese gemeenschap in Nederland is hecht, en Hong Liu speelt daarin een belangrijke rol. “Elke week komen we samen in Amsterdam. We organiseren van alles, zoals wandelingen en cursussen. Door anderen te helpen, geef ik iets terug en heb ik een rijker leven.” Binnenkort organiseert hij een rondvaart over de grachten voor de vrijwilligersvereniging. “Voor 1 euro kunnen mensen iemand meenemen. Dat levert mooie ontmoetingen op.”

Tijdens de ontmoetingen worden er ook gesprekken gevoerd over ouder worden. Praten over later vinden veel mensen lastig, maar Hong Liu vindt het belangrijk. “Ik breng het gesprek op gang en praat vandaag over morgen,” vertelt hij. “Veel mensen leven in het moment, terwijl ik denk dat goede afspraken voor later belangrijk zijn. Zo dat je de dingen goed geregeld hebt. Daarom begin ik daar het gesprek over.”

Het lijkt misschien nog ver weg, maar wie straks vol van het leven wil blijven genieten, praat vandaag over morgen.

Scan de QR-code om het volledige verhaal van Hong Liu te lezen.



**Tip:** Bedenk wat je nu al kunt doen om de nodige rust je dierbaren te verzekeren. Dat maakt ook een weekend of vakantie op, en vertel hoe belangrijk die mensen voor jou is.

Begin op tijd het gesprek over zorg, wonen en fit blijven.  
Kijk op [praatvandaagovermorgen.nl](http://praatvandaagovermorgen.nl)





## “Omzien naar elkaar, dat is het belangrijkste”

### Meno (73)

Binnen de Molukse gemeenschap is het belangrijk voor elkaar te zorgen. En om te kijken naar elkaar. Het organiseren van plekken om samen te komen, helpt daarbij volgens Meno enorm. Meno: “Via de stichting waar ik vrijwilliger ben organiseren we van alles: creatieve middagen, themabijeenkomsten, we luisteren naar muziek en eten samen – heel belangrijk in onze cultuur. En we praten met elkaar. Over vroeger, maar ook over later.”

Juist door met elkaar te praten over ouder worden, wordt het gemeenschapsgevoel sterker. “Als je je samen op de toekomst voorbereidt – door deel te nemen aan bijeenkomsten – maak je verbinding,” vertelt Meno. “Binnen onze gemeenschap kijken we sowieso naar elkaar om. Maar door de activiteiten die we organiseren komt daar verdieping in. Dan gaat het verder dan weten hoe de ander heet. Dan schep je écht een band.”

Het lijkt misschien nog ver weg, maar wie straks vol van het leven wil blijven genieten, praat vandaag over morgen.

Scan de QR-code om het volledige verhaal van Meno te lezen.



**Tip:** Stel je ogen en stelform over dan jaar voor je verjaardag. Welke mensen die je om je heen?

Begin op tijd het gesprek over zorg, wonen en fit blijven.  
Kijk op [praatvandaagovermorgen.nl](http://praatvandaagovermorgen.nl)




# Bijlage: draaiboek cocreatiesessie

## Draaiboek co-creatiesessie PVOM

**Datum:** Donderdag 9 mei 2025  
**Tijdstip:** 9:30-12:30  
**Locatie:** StudioZoost, Johan Cruijff Boulevard 83 - 95, Amsterdam  
**Betrokkenen:** 7-9 personen van VWS, DPC, Havas, Duwtje, Mantelzorg NL, Seniorencolitie/ANBO PCOB, Sociaal Werk Nederland  
**Doelgroep:** 6-8 ouderen uit de doelgroep  
**Facilitators:** Annelies Jansen (Ferro Explore) & Titia Tjalma (TIP)  
**Versie:** 0.4

---

### Doel van de sessie:

Achterhalen wat de beste manieren zijn om je voor te bereiden op zo prettig mogelijk ouder worden. **Wat kun/wil je daarvoor in het nu doen en wat heb je daar nu voor nodig?** Het verkrijgen van concrete handvatten die samen met de doelgroep worden bedacht/gecreëerd om deze doelgroep in de toekomst te kunnen bereiken.

### Specifieke opdracht voor betrokkenen:

Graag om 9:00 al aanwezig zijn, zodat we gezamenlijk met de betrokkenen kort kunnen aftrappen. In het gedeelte voor de pauze luisteren jullie actief mee naar wat de doelgroep vindt, beweegt, tegenhoudt (met behulp van een 'bingokaart'). In het gedeelte na de pauze gaan jullie samen met de doelgroep aan de slag. Hierbij zijn de ideeën van de doelgroep in de lead en helpen jullie waar mogelijk met het verwoorden/verbeelden waar de doelgroep kansen ziet en/of waar ze behoeften aan hebben (met behulp van een 'co-creatiecanvas').

---

### Agenda (korte versie):

#### 1. 9:30-9:50 Welkom & kennismaking (gezamenlijk)

*Doel: kennismaking en weten wat men vandaag kan verwachten.*

- Inloop, koffie en thee
- Uitleg Titia en Annelies doel, spelregels en agenda van vandaag
- Introductieronde

#### 2. 9:50-10:30 Groepsdiscussie (experts en Titia)

*Doel: evalueren of inzichten resoneren uit eerdere fases en of er al een rangorde kan worden gemaakt in onderwerpen en behoeftes. Stakeholders luisteren mee en noteren belangrijkste inzichten op een 'bingokaart'.*

- Bespreken van motivaties en drempels (*als het gaat over nadenken wat je nu kunt doen om fitter te worden, om je netwerk uit te breiden/te onderhouden, mee te kunnen doen etc.*)
- Evaluatie van mogelijke thema's (binnen/buiten scope)
- Afzenderschap

**3. 10:30-10:45 Thema's voor co-creatie (gezamenlijk)**

*Doel: presenteren van eerste ideeën/thema's voor de co-creatie en gezamenlijk bepalen waar en hoe we straks gaan co-creëren*

- Presentatie van thema's (m.b.v. stimulusmateriaal).
- Aanvullingen, rangorde en spelregels co-creatie.

**4. 10:45-11:00 Pauze**

**5. 11:00-12:00 Co-creatie (in teams)**

*Doel: het co-creëren van mogelijke oplossingsrichtingen.*

- 3 rondes van 15 minuten waarbij de groep wordt opgesplitst in 3 teams van 2-3 betrokkenen en 2-3 personen uit de doelgroep die met behulp van een co-creatiecanvas de ideeën in het stimulusmateriaal (of nieuwe ideeën) verder uitwerken. Elke ronde verandert de samenstelling van de teams. 2 facilitators vanuit Ferro/TIP helpen hierbij waar nodig ('vliegende keep').

**6. 12:00-12:20 Presentatie van ideeën en ranking (gezamenlijk)**

*Doel: oplossingsrichtingen worden gepresenteerd en de beste ideeën worden geoptimaliseerd.*

- Plenaire presentatie van ideeën en ranking (met behulp van stemstickers). Waarbij we voor de 5 beste ideeën bespreken hoe deze geoptimaliseerd kunnen worden, wat we bij verdere ontwikkeling niet moeten vergeten en wat volgens de doelgroep en de betrokkenen het allerbelangrijkst is.

**7. 12:20-12:30 Afsluiting (gezamenlijk)**

*Doel: goede afsluiting voor iedereen.*

- Laatste opmerkingen en vervolgstappen
- Hartelijk dank!

-----

## Agenda (in detail):

### 1. 9:30-9:50 Welkom & kennismaking (gezamenlijk)

*Doel: kennismaking en weten wat men vandaag kan verwachten*

- Inloop, koffie en thee, uitdelen van naamstickers
- Uitleg Titia en Annelies doel, spelregels en agenda van vandaag
- Korte introductieronde van alle deelnemers inclusief ice-breaker.

### 2. 9:50-10:30 Groepsdiscussie (doelgroep en Titia)

*Doel: evalueren of inzichten resoneren uit eerdere fases en of er al een rangorde kan worden gemaakt in onderwerpen en behoeftes. Betrokkenen luisteren actief mee en noteren belangrijkste inzichten op 'bingokaart'.*

#### Algemeen

- *Moderator: Jullie hebben allemaal eerder meegedaan met een interview of groepsdiscussie over ouder worden en hoe je je hierop kunt of wilt voorbereiden. Daar wil ik graag met jullie nog even verder over praten en ook bespreken wat andere mensen ons hebben verteld. We horen graag of je het er mee eens bent of juist niet.*
- Wat is jullie het meest bijgebleven van jullie gesprek met Annelies/ Miriam?
- Hebben jullie het nog met anderen hierover gehad? Met wie? Waarover? Waar? In welke situatie? Wie begon erover?
- In de gesprekken hebben we jullie onder andere de campagne 'Praat vandaag over morgen' laten zien (filmpjes, posters, gesprekskaarten). Vandaag willen we graag begrijpen hoe we jullie kunnen helpen om op een prettige manier oud te worden. Wat hebben jullie daar nu voor nodig?
- Een van de uitkomsten was dat het om het NU moet gaan en niet zozeer om de toekomst. Wat je nu kunt/wilt doen om op een prettige manier ouder te worden. (*Int: geen ruimte, geen duidelijke afbakening van ouder worden/pensioen gaan*)
  - Eerste reacties?
  - Herkenning?

#### Drempels en motivaties

- Waarom denken jullie dat mensen niet graag over ouder worden praten/nadenken?
- In de gesprekken hoorden we dat mensen niet (graag) over ouder worden praten omdat ze zich nog niet oud voelen, omdat ze bijvoorbeeld al genoeg aan hun hoofd hebben, omdat dat niet iets is waar men het over heeft (niet gewend), omdat ze hun kinderen niet willen belasten, omdat ze niet weten met wie ze het hier over moeten hebben, omdat ze daar geen invloed op hebben etc.
  - Eerste reacties
  - Herkenning
  - Wat mist?
- Wat zou voor jullie het belang kunnen zijn om toch ook met de toekomst bezig te zijn? Waar denken jullie dan aan?
- Uit de gesprekken kwam ook naar voren dat mensen het liever hebben over "Hoe kun je de goede dingen van het nu behouden?" (dan over "praten over ouder worden")
  - In hoeverre vinden jullie dat ook?
  - Wat zijn deze goede dingen, waar denken jullie dan aan?
  - *Indien nodig: een wandeling, een huisdier, vrijwilligerswerk, etc.*
- Wat zou volgens jullie nog meer helpen om je te laten nadenken over wat je nu kunt doen?
- Anderen noemden bijvoorbeeld als het niet een te grote stap is, als het iets positiefs benadrukt, als ik er controle over heb, als het over nu gaat in plaats van over morgen enz.
  - Eerste reacties
  - Herkenning

- Wat mist?

#### **Momenten/aanleidingen en betrokkenen**

- Op welke momenten denken jullie wel eens aan ouder worden, en wat je daar NU voor kunt doen? Wat zijn de triggers?
  - Men noemde in de gesprekken bijvoorbeeld als naasten ouder worden, als kinderen er over beginnen enz.
  - Zijn er nog andere momenten, aanleidingen?
- Welke rol spelen naasten, zoals burens en familie als het gaat over nadenken wat je nu kunt doen (voor later)
- Wat doe je als bijvoorbeeld jouw burens, vrienden of familie hulp nodig hebben?
- Op welke manier hebben jullie anderen wel eens geholpen?
- Hoe kijken jullie er tegen aan om voor anderen iets te kunnen betekenen?

#### **Onderwerpen**

- *Als het gaat over nadenken wat je nu kunt doen of wat je graag wilt behouden om op een prettige manier ouder te worden hoorden we dat dit met name over deze onderwerpen ging: fit(ter) zijn, een sociaal netwerk hebben, voor anderen iets betekenen, mee kunnen doen, je woning en geld.*
  - Eerste reacties
  - Herkenning
  - Welk onderwerp vinden jullie niet erbij horen, waarom?
  - Welk onderwerp mist?

#### **Afzender**

- Met wie in jullie omgeving zouden jullie het over dit onderwerp willen hebben (*nadenken over wat je nu kunt doen*)?
- Wie vinden jullie een logische organisatie die het over dit onderwerp kan hebben, je er over informeren, waarom?
- Wie niet, waarom?
- Welke organisatie zou jullie het beste hierin kunnen helpen of informeren?
  - *Indien nodig, toon lijst met mogelijke afzenders. Bijv. de gemeente, het buurthuis, wijkkrant, SIRE, buurtwerk, zorgorganisatie, welzijnsorganisatie, sociaal werkorganisatie, bibliotheek, huisarts, kerk/moskee, vereniging (voor ouderen)/ouderenbond enz.*

### **3. 10:30-10:45 Thema's voor co-creatie (gezamenlijk)**

*Doel: presenteren van eerste ideeën/thema's voor de co-creatie en gezamenlijk bepalen waar en hoe we straks gaan co-creëren.*

- Presentatie thema's (m.b.v. stimulusmateriaal).
- Welke thema's slaan aan?
- Welke acties/activiteiten vallen daaronder?
- Wat heb je nodig om dit te overwegen, om hiermee aan de slag te gaan?
- Aanvullingen, rangorde en spelregels co-creatie.

### **4. 10:45-11:00 Pauze**

### **5. 11:00-12:00 Co-creatie (in teams)**

*Doel: het co-creëren van mogelijke oplossingsrichtingen. Betrokkenen letten ook op wat goed wat werkt qua taal en beeld.*

- *3 rondes van 15 minuten waarbij de groep wordt opgesplitst in 3 teams van 2 betrokkenen en 2-3 personen uit de doelgroep die met behulp van een 'co-creatie canvas' ideeën voor mogelijke oplossingsrichtingen bedenken. Er kan ook gebruik gemaakt worden van tekeningen, afbeeldingen, tijdschriften en andere creatieve materialen om wat meer uit het hoofd te raken.*
- *Elke ronde verandert de samenstelling van de teams.*
- *2 facilitators vanuit Ferro/TIP helpen hierbij waar nodig ('vliegende keep').*

## **12:00-12:20 Presentatie van ideeën en ranking (gezamenlijk)**

*Doel: oplossingsrichtingen worden gepresenteerd en geoptimaliseerd.*

- Plenaire presentatie van ideeën en ranking (met behulp van stemstickers).
- Voor de 5 favoriete ideeën:
  - Hoe kunnen we deze nog beter maken?
- Per persoon: wat zouden we moeten maken of organiseren om jullie te helpen nu de dingen te doen om straks een fijne oude dag te hebben?

## **6. 12:20-12:30 Afsluiting (gezamenlijk)**

*Doel: goede afsluiting voor iedereen.*

- Laatste opmerkingen en vervolgstappen
- 'One-word-close'
- Dankjulliewel!

# Bijlage: visualisatie

---