

Een gesprek over hoe we om zouden moeten gaan met de christelijke identiteit

Men is het erover eens dat we voortkomen uit en doorbouwen op de christelijke bron en dat we die bron niet moeten verloochenen. In het missie/visie document dat verspreid is, is dat niet beschreven, dat zou wel moeten. Hóe we doorbouwen, daarover verschillen de meningen:

- De ene groep zegt: iedereen is welkom, mits ze de christelijke grondslag onderschrijven. "De Bijbel is onze leidraad." Verder wordt door deze groep aangetekend: als we niet meer expliciet christelijk zijn, wat onderscheidt ons dan van de ANBO? En waarop stoelen we dan onze mening en standpunten in bijv. belangenbehartiging? "God, de schepper, boven alles."
- De andere groep doet een pleidooi om op voet van gelijkwaardigheid open te staan voor iedereen die de missie, het mens- en maatschappijbeeld van de vereniging deelt. En we willen toch een samenleving waarin niemand buitengesloten wordt? Dan moeten we zelf ook niet uitsluiten. "We moeten onder ogen zien dat veel mensen uit de naoorlogse generatie mogelijk nog wel christelijke wortels hebben, maar dat zij zich niet meer aangetrokken voelen tot expliciet christelijke organisaties." Het gaat om gemeenschappelijke waarden en normen, waar mensen zich in herkennen. "We moeten geen kerkje spelen, dat stoot mensen af." Ook ex-ANBO leden, moslims zijn welkom als ze zich herkennen in onze missie.

De waarden en normen die we delen zijn o.a. medemenselijkheid, barmhartigheid, solidariteit, respect, iedereen doet ertoe, naastenliefde. Directeur Manon Vanderkaa: "samenredzaamheid".

Er staat ons zoveel te doen!

Er worden veel thema's aangereikt die spelen in het leven van ouderen, en waarom een organisatie als KBO-PCOB bestaansrecht heeft. Zorg, digitalisering, ouders die zorg behoeven, mantelzorgers, pensioen, huisvesting, eenzaamheidsbestrijding.

We moeten ook werken aan de beeldvorming!

We moeten onder ogen zien dat het niet goed gesteld is met ons imago als organisatie, maar ook met het imago van ouderen. Senioren als volwaardige gesprekspartners positioneren, ("oud = out"), niet als ziek zwak en misselijk, maar positief en krachtig. "Oud is nu 75/80." We moeten laten zien dat we een actieve club zijn, op de website moeten alle activiteiten staan, die moet energie uitstralen. "En een aansprekend uithangbord zou misschien kunnen helpen?" Die organisatie moet er ook zijn voor jongere senioren, bijv. die moeite hebben om werk te vinden als 50+-er. "We hebben een flitsende naam nodig als organisatie!" Niet meer de O, niet meer de B en -maar daar is niet iedereen het over eens- niet meer de K of PC.

Een actieve organisatie is aantrekkelijk

Ook is er veel gesproken over toekomstige generaties, verbinden die zich nog wel? Anders dan vroeger, maar het antwoord is ja. "Doe iets!" Dat is de kernachtige samenvatting; wees actief, bied concrete dingen aan die mensen kunnen doen, die passen bij hun talenten en waar ze affiniteit mee hebben (zoals project veiligheid, huisbezoeken, zingeving, belangenbehartiging). Ze moeten ook zelf initiatieven kunnen nemen, zelf dingen organiseren voor/met leeftijdgenoten. En wees ook concreet in wat mensen eraan hebben "We moeten ontzorgen." Thema's aanbieden waar zij iets aan hebben: gezond oud worden, mantelzorg, met pensioen e.d. "Zij willen niet bingoën en keuvelen."

Afdelingen wel meer ondersteuning nodig

Brug slaan tussen lokale en landelijke belangenbehartiging en lokale ondersteuning van afdelingen. "Misschien een website waar alle activiteiten op staan?" "Landelijk zou meer projecten zoals Veiligheid en Mij&Zorg moeten aanbieden, waar de afdelingen dan mee aan de slag kunnen als ze dat willen." Ook geeft men aan dat afdelingen ondersteuning nodig hebben bij het samengaan. En ook andere trainingen, zoals PR, webmasters, e.d.