

### **Een lang gesprek over de functies die we vervullen.**

- Belangenbehartiging is belangrijk, lokaal en landelijk. Lokaal samen met andere ouderenorganisaties richting de gemeente. Dat straalt ook kracht uit!
- Eén-op-één hulp. “Daarvoor zijn we niet opgericht.” We doen dat wel in de vorm van lief&leed groepen, ouderenadviseur, belastingadvies e.d. Door het directe contact kom je achter de voordeur, kun je een vertrouwensband krijgen, een voelspriet zijn en signaalfunctie hebben.
- Sociale activiteiten zijn voor veel afdelingen de kern van hun bestaan.
- Ledenvoordeel. Voor veel mensen zijn voordelen / kortingen de 1<sup>e</sup> reden om lid te worden. Prima, mits er meer is: we zijn een warme mensenclub, niet een club voor individuele voordelen.

We doen dit allemaal, maar overal wat anders en qua gewicht verschillend. Mede daardoor hebben we geen scherp profiel. Wat is onze toegevoegde waarde? De missie moet concreter verwoord worden, bijv. ‘Een actieve, positieve inbreng in de samenleving vanuit je ervaring als oudere.’

### **Realistisch zijn over de kwetsbaarheid van sommige afdelingen**

Vernieuwing is noodzakelijk voor de toekomst. Laten we realistisch zijn dat dit in sommige afdelingen lastig is. We moeten ons best doen om die afdelingen mee te krijgen (ondersteunen vanuit een consulent, samenwerken met andere afdeling in de buurt/plaats), maar... hoe pijnlijk ook, soms zullen we moeten accepteren dat het er niet meer inzit.

### **Een actieve beweging van senioren? Een beweging van actieve senioren!**

Veel leden zijn ‘slapend’ lid, je ziet ze zelden, consumptieve leden. Er wordt gesuggereerd dat we mogelijk potentieel laten liggen, dat we de eigen leden allemaal zouden kunnen benaderen om te kijken of ze iets nodig hebben en/of ze iets bij willen dragen? Ook wordt er gezegd: we zouden de actieve houding al vroeg bij iedereen moeten stimuleren, mensen prikkelen dat ze op tijd moeten zorgen voor een sociaal netwerk, dat mensen zich bewust zijn van hun eigen verantwoordelijkheid. Daar kunnen we als vereniging een rol in spelen. Zelfredzaamheid stimuleren, samenredzaamheid.

### **Jonge senioren aantrekken is een kunst! Nader onderzoek nodig!**

Veel senioren willen actief blijven na pensionering. Maar hoe betrekken wij ze? Ze willen concrete dingen doen, zinvol, klein, dichtbij. “Er zijn bij ons 25 vrijwilligers voor 4 belbussen!” Ons aanbod strookt daar nog niet mee. Als je hen wilt aantrekken, moeten de besturen open staan voor initiatieven: “Besturen zijn soms te star.” Belangrijk is om af te stemmen op wat zij willen en welke talenten zij willen inzetten. Wat is daarvoor nodig? Training / ondersteuning van landelijk, een aantrekkelijker uitstraling (niet oud), delen van concrete voorbeelden. “Als er een start is met een groepje jonge senioren die het leuk vinden, gaat mond-op-mond reclame ook z’n werk doen.”

### **Nog even inzoomen op het gesprek over de individuele hulp**

Het belang wordt ingezien, maar het levert ook discussie en vragen op. “Er is al zoveel geregeld in het sociale domein.” Er wordt gewaarschuwd: we kunnen niet alles, we moeten niet de taken van professionals overnemen, de situatie is vaak zo complex daar kun je niet zomaar de eerste de beste vrijwilliger op af sturen. Ook komt naar voren: willen mensen wel hulp? En ook: weten ze wel dat we er zijn? Weten ze de weg te vinden in alle hulp die beschikbaar is? Tegelijk: misschien is er voor deze individuele hulp wel animo onder nieuwe generaties senioren om actief om te zien naar anderen?

### **Overige signalen / opmerkingen:**

- **Naar één solidaire vereniging zonder eilanden.** We staan sterker als we het samen doen.
- **Meer veelkleurigheid** in onze vereniging, open voor andere achtergronden.
- **Lokale communicatie** is een aandachtspunt! Bekendheid is gering en “ons imago is oubollig.”
- **Digitalisering** van de samenleving is een groot issue.
- **Vaker successen delen.** “Onlangs hebben we 16 nieuwe leden geworven die we rechtstreeks hebben benaderd met een mooi boekje met complete verhaal van waar we mee bezig zijn.”