

Wat is een waardevolle dag- en vrijtijdsbeleving voor ouderen?



**IN GESPREK MET JULES DE VRIES, CONSULTANT OUDERENZORG
BINNEN MATCHPARTNER ZORG EN WELZIJN**

In onze vergrijzende maatschappij, waarin het aantal ouderen in de toekomst significant zal toenemen, is duidelijk dat de ervaring en beleving van ouderen aan verandering onderhevig is. De vraag doet zich hierbij voor in hoeverre wij in Nederland vanuit gedegen onderzoek goed kunnen anticiperen op de veranderende behoeften van de huidige en toekomstige generatie ouderen, om hun kwaliteit van leven te bevorderen. Hierin speelt vrijetijdsbesteding een substantiële rol. Onder de term vrijetijdsbesteding wordt binnen de ouderenzorg verstaan: alle tijd die niet opgaat aan zorg en verpleging. Dit geldt voor de cliënten binnen de ouderenzorg, zowel intramuraal als extramuraal. Hier raken vrije tijd en ouderenzorg elkaar: twee werelden die elkaar tot voor kort slecht kenden, maar steeds beter bevriend raken. Een gesprek met consultant Ouderenzorg Jules de Vries over waardevolle dag- en vrijetijdsbelevingen van ouderen.

Tekst: Frits Jacobs



NRIT
media

DE GROOTSTE KENNISCOMMUNITY OP HET GEBIED
VAN LEISURE, TOERISME EN HOSPITALITY



Kennis voor professionals in leisure, toerisme en hospitality

- Alle artikelen uit Recreatie & Toerisme, NRIT Magazine en Vrijtijdsstudies in één integrale kennisbank
- Elke dag het actuele nieuws uit de sector
- Exclusief toegang voor abonnees
- Wel abonnee maar geen inloggegevens, mail dan naar info@nrit.nl

NRIT Media Vrijtijdsplatform

NRITmedia.nl is hét kennisplatform voor professionals in leisure, toerisme en hospitality. Op dit platform werken de redacties samen van de tijdschriften Recreatie & Toerisme, NRIT Magazine, Vrijtijdsstudies en de digitale uitgave NRIT Actueel. Alle artikelen die in de tijdschriften verschijnen vindt u ook op deze site. Dit wordt aangevuld met blogs uit het werkveld, een vakagenda, cases, een academie, een bedrijvengids en kengetallen.

Exclusieve
toegang
voor
abonnees

WWW.NRITMEDIA.NL



Wat is een waardevolle dag- en vrijtijdsbeleving voor ouderen?

**IN GESPREK MET JULES DE VRIES, CONSULTANT OUDERENZORG
BINNEN MATCHPARTNER ZORG EN WELZIJN**

In onze vergrijzende maatschappij, waarin het aantal ouderen in de toekomst significant zal toenemen, is duidelijk dat de ervaring en beleving van ouderen aan verandering onderhevig is. De vraag doet zich hierbij voor in hoeverre wij in Nederland vanuit gedegen onderzoek goed kunnen anticiperen op de veranderende behoeften van de huidige en toekomstige generatie ouderen, om hun kwaliteit van leven te bevorderen. Hierin speelt vrijetijdsbesteding een substantiële rol. Onder de term vrijetijdsbesteding wordt binnen de ouderenzorg verstaan: alle tijd die niet opgaat aan zorg en verpleging. Dit geldt voor de cliënten binnen de ouderenzorg, zowel intramuraal als extramuraal. Hier raken vrije tijd en ouderenzorg elkaar: twee werelden die elkaar tot voor kort slecht kenden, maar steeds beter bevriend raken. Een gesprek met consultant Ouderenzorg Jules de Vries over waardevolle dag- en vrijetijdsbelevingen van ouderen.

Tekst: Frits Jacobs



In de ouderenzorg worden drie categorieën ouderen onderscheiden (zie kader). Op basis van welke segmentatiecriteria kunnen de behoeften en de beleving onder ouderen voor dag- en vrijetijdsbesteding onderzocht worden?

“Voor deze drie doelgroepen zou een segmentatie kunnen worden aangebracht door te kijken naar de culturele achtergrond en religie van de ouderen. Vervolgens is het naar mijn mening relevant om in te zoomen op de maatschappelijke en financiële status, gekoppeld aan de welstand die de oudere heeft gehad in zijn leven. Deze factoren hebben invloed gehad op de lifestyle waaraan de oudere in zijn leven invulling heeft gegeven.

Ook het feit of mensen in hun leven kosmopolitisch zijn geweest bepaalt, in onderlinge samenhang met voornoemde items, de ervaring en toekomstige behoeften met betrekking tot de zorg die zij nodig hebben als zij tot de doelgroep ouderen behoren. Overigens is het een gegeven dat de populatie vrouwen domineert ten opzichte van de populatie mannen binnen de ouderenzorg. We hebben op dit moment binnen de ouderenzorg te maken met een zogenaamde groeiende vrouwenmaatschappij.”

Waarom zijn er meer vrouwen dan mannen binnen de ouderenzorg?

“Dat komt door de hogere levensverwachting van vrouwen ten opzichte van mannen. Dit element dient ook meegenomen te worden in de segmentatiecriteria, aangezien vrouwen vaak andere interesses hebben in vrijetijdsbesteding. Daarnaast vormt het gegeven of ouderen wel of geen kinderen of kleinkinderen hebben ook een segmentatiecriterium richting behoefte- en belevingsonderzoek betreffende dag- en vrijetijdsbesteding.”

Denkt u dat de beleving met betrekking tot dag- en vrijetijdsbesteding van de huidige ouderen ten opzichte van de vooroorlogse groep ouderen is gewijzigd? En hoe vertaalt dit zich naar de toekomstige doelgroep ouderen?

“Jazeker, we hebben te maken met hogere eisen met betrekking tot de ouderenzorg en hiermee gepaard gaande product- en dienstverlening. dan de vooroorlogse groep ouderen. De toekomstige generatie ouderen zal steeds meer koersen op een vraaggestuurd belevingsconcept, waarin maatwerk past op de specifieke, hogere eisen van de moderne digitale ouderen. Bij de vooroorlogse groep ouderen werd vooral aanbodgestuurd invulling gegeven aan de product- en dienstverlening in de ouderenzorg.”

Welke rol kunnen internet en sociale media spelen?

“De toekomstige doelgroep digitale ouderen heeft toegang tot internet en sociale media. Een bijkomend voordeel hiervan is dat dankzij de digitalisering eenzaamheid onder ouderen wellicht kan worden voorkomen. De verwachting is dat er op korte termijn in de ouderenzorginstellingen overal WiFi- en internetmogelijkheden zullen zijn.”

Wat moet er gebeuren om als aanbieder middels een vrijetijdsconcept goed te anticiperen op de veranderende beleving van ouderen?

“Om te kunnen aansluiten op de ervarings- en belevingswereld van de toekomstige ouderen zal gedegen kwalitatief en kwantitatief onderzoek noodzakelijk zijn. Het aanbieden van vrijetijdsconcepten zonder onderzoek naar de wensen en behoeften van de doelgroep is verleden tijd. De ouderen van de toekomst zijn kritisch en stellen concrete eisen. We zullen adequaat moeten in gaan spelen op hun zogenaamde klanteisen.”

Aan welke eisen moeten vrijetijdsactiviteiten voldoen?

“Het kunnen anticiperen op de eisen en wensen van de toekomstige doelgroep ouderen is

“De huidige doelgroep ouderen stelt significant meer eisen aan zinvolle dag- en vrijetijdsbesteding”



essentieel om, naast het bieden van de juiste (zorg)therapie, ook te zorgen voor een beleevingsvolle dag- en vrijetijdsbesteding. In de componenten therapie versus vrijetijdsbesteding is uiteraard sprake van een overlap. De kunst van vrijetijdsbesteding voor ouderen is om te zorgen dat deze activering preventief therapeutisch werkt en dat de *quality of life* c.q. de gezondheidsstatus van de ouderen wordt bevorderd. Hierbij moet wel rekening gehouden worden met de differentiatie van somatisch versus psychogeriatrisch. Tevens dient te worden gekeken naar de specifieke beperkingen, die medebepalend zijn voor de fysieke en/of psychische (rest)mogelijkheden.”

Hoe kijkt u tegen de financiering van vrijetijdsactiviteiten aan?

“Het onderscheid tussen het aanbod van therapieondersteunende activiteiten en vrijetijdsactiviteiten is diffuus. Voor therapieondersteunende activiteiten kan wellicht gebruikgemaakt worden van aanvullende financieringsstromen. De haalbaarheid van een goed vrijetijdsconcept is onlosmakelijk verbonden met de financiële middelen die hiervoor beschikbaar zijn gesteld. Deze financiële middelen staan anno 2014 onder druk, waardoor zich in de ouderenzorg regelmatig de vraag voordoet of de bingo moet worden betaald uit de AWBZ.”

Hoe kan het management van een ouderenzorgorganisatie goed inspelen op deze veranderingen?

“Je moet in mijn optiek uitgaan van de benutbare mogelijkheden van de ouderen en een indeling maken op zowel ziektebeelden als lifestyle. Wat je ziet gebeuren, is dat de sociale herkomst en de welstand die de ouderen in hun

“De ouderen van de toekomst zijn kritisch en stellen concrete eisen”

leven hebben ervaren zeer bepalend zijn in de wensen met betrekking tot vrijetijdsbesteding. De specifieke nieuwe behoeften van de toekomstige generatie ouderen vereisen een ander type management. Het klant- en servicegericht denken en handelen moet centraal staan, gericht op belastbare mogelijkheden binnen de differentiaties van de doelgroep ouderen. Zoals de Amerikaanse professor in de anatomie dr. Marian C. Diamond heeft gezegd: 'Use it or lose it.' Dit benadrukt het belang van de activering middels dag- en vrijetijdsbesteding. Specifiek onderzoek is noodzakelijk om daadwerkelijk aan te kunnen sluiten op de ervarings- en belevingswereld van ouderen. Hierin staat het zo veel mogelijk benutten van de restcapaciteiten middels activering centraal. Het advies aan zorginstellingen is om bij de intake van ouderen al direct te vragen naar behoeften en wensen op het gebied van dag- en vrijetijdsbesteding. Daar waar het management voorheen aanbodgericht opereerde, vormen klantgerichtheid en netwerkvaardigheden nu belangrijke componenten voor een nieuwe managementstijl binnen de ouderenzorg."

Heeft dit ook consequenties voor de scholing en training van het personeel?

"Momenteel hebben we binnen de ouderenzorg veel laagopgeleiden die operationele zorg bieden aan onze ouderen. Het streven is dat er hoger opgeleid personeel komt om beter te anticiperen op de veranderende behoeften van de toekomstige generatie ouderen."

Kunnen opleidingen in de vrijetijdssector hier een bijdrage aan leveren?

"Hiervoor is imagineering, het ontwikkelen van betekenisvolle experiences op basis van

CATEGORIEËN OUDEREN VANUIT VERLEDEN, HEDEN EN TOEKOMST

- de oude generatie ouderen, de zogenaamde 'vooroorlogse generatie'. Dit zijn de ouderen die de oorlog (1940-1945) hebben meegemaakt en die geboren zijn voor 1930-1935. Typerend voor deze doelgroep is dat ze relatief gezien minder hoge eisen, wensen en verwachtingen heeft en een mentaliteit heeft van 'we mogen niet klagen'. Zij zijn dankbaar voor al het goede dat hen alsnog in hun leven is overkomen nadat zij de oorlog hebben meegemaakt. Dit betreft een generatie die aan het verdwijnen is;
- de 'naoorlogse generatie' ouderen. Dit zijn de ouderen die de oorlog niet hebben meegemaakt en die gemiddeld gezien in welvaart zijn opgegroeid en geboren zijn in de periode tussen 1935 en 1955; een deel ervan wordt benoemd als de zogenaamde babyboomers. Dit zijn mensen die ten opzichte van de vooroorlogse generatie ouderen doorgaans goed zijn opgeleid en maatschappelijk gezien kunnen terugkijken op een goed werkzaam leven. Deze doelgroep is in grote lijnen gewend aan een relatief hogere levensstandaard ten opzichte van de vooroorlogse ouderen. Dit vertaalt zich in hogere eisen, wensen en verwachtingen op het moment dat deze doelgroep als 'oudere' zorg nodig heeft. Deze ouderen verwachten duidelijk meer professionele zorg en er is meer diversiteit zichtbaar onder deze doelgroep; meer differentiatie in achtergronden qua levensstandaard, cultuur en religie (toename multiculturaliteit na de oorlog);
- de nieuwe, moderne 'digitale ouderen', geboren na 1955. Deze toekomstige doelgroep wordt gevormd door ouderen die vanaf hun geboorte vertrouwd zijn geraakt met de digitale wereld, waarin sociale media en digitaal netwerken een belangrijke rol spelen; een maatschappij waarin aandacht is voor goede opleidingen, loopbaanontwikkeling en een relatief hoge levensstandaard. Een participatiemaatschappij waarin mensen veel opleidings- en ontwikkelingsmogelijkheden wordt geboden, hetgeen leidt tot een diversiteit in lifestyles. Dit vertaalt zich in een kritische toekomstige doelgroep ouderen: ouderen die hoge, specifieke eisen zullen stellen aan de persoonlijke zorg op het moment dat dit nodig is. Dit zal ook de doelgroep ouderen zijn die in staat is tot cocreatie, die zelf en met elkaar meedenkt en mee creëert aan nieuwe, zinvolle vrijetijdsproducten. Overigens is dit een doelgroep waarbij de gemiddelde levensverwachting significant hoger zal liggen dan bij de ouderen uit de eerste twee doelgroepen.

de waarden van de doelgroep ouderen, van groot belang. Om dit onderdeel te integreren in zorgconcepten zou je kunnen starten met het toevoegen van dit component in opleidingen in de zorg, in Verpleegkunde en Activiteitenbegeleiding bijvoorbeeld. Tegelijkertijd zou idealiter

de zorgcomponent als onderdeel toegevoegd moeten worden in opleidingen zoals de Academy for Leisure. Hiermee krijg je een meeting point en een toekomstige krachtenbundeling van (zorg)therapie en zinvolle vrijetijdsbesteding. Hierbij zou ook in post-hbo-vorm gedacht



“Zorginstellingen moeten bij de intake van ouderen al direct vragen naar behoeften en wensen op het gebied van dag- en vrijetijdsbesteding”

kunnen worden. Hierdoor komen de twee werelden van zorg en vrijetijdsbesteding bij elkaar.”

Denkt u dat het imago van de ouderenzorg hierdoor zal gaan veranderen?

“Primair roept het begrip ouderenzorg de associatie op dat we te maken krijgen met een toekomst van aftakeling. Om vanuit dit vertrekpunt het imago positief te beïnvloeden, moeten we alles in het werk stellen om de *quality of life* voor ouderen te bevorderen. Imagineering zou hierin een constructieve bijdrage kunnen leveren.”

Op dit moment is het imago van de ouderenzorg niet goed. Hoe komt dat toch?

“De profilering wordt getekend door incidenten. Dit heeft een negatief effect op de beeldvorming rondom de ouderenzorg. Familie van ouderen wordt hierdoor ook geraakt en de negatieve pers verspreidt zich als een olievlek. Echter, als voormalig directeur binnen de ouderenzorg vind ik dat deze hiermee tekort wordt gedaan. Ik ben er namelijk van overtuigd dat het personeel binnen de ouderenzorg zich vanuit passie met hart en ziel inzet voor de ouderen. Echter, gedegen onderzoek kan de wijze waarop wij binnen de ouderenzorg meer klantgericht kunnen denken en handelen bevorderen. Binnen het klantgericht denken hoort ook het helder communiceren richting familie van de oudere over de vraag waar de opgenomen cliënt wel of niet op kan rekenen en het vastleggen hiervan in het zorgdossier en de cliëntenovereenkomst. Een goe-

de afstemming van verwachtingen voorkomt negatieve pr. Door meer klantgericht te gaan denken en handelen in de conceptontwikkeling zal het imago van de ouderenzorg naar mijn mening positief ingekleurd worden. Daarnaast kan een gedegen waarden- en belevingsonderzoek onder de nieuwe generatie ouderen zowel bijdragen aan een betere product- en dienstverlening als het imago oppoetsen.”

Zijn er nog andere bedreigingen voor het imago?

“Wat in de toekomst naar verwachting een negatief effect zal hebben op het imago van de ouderenzorg is het feit dat er een toenemende mate is van privatisering en het onttrekken van middelen uit de AWBZ. Dit stimuleert het onderscheid tussen ‘reguliere’ en ‘luxe, geprivatiseerde’ ouderenzorg. Hierdoor dreigen we in een situatie te komen waarin er een klassensy-





MATCHPARTNER ZORG EN WELZIJN

Matchpartner is een wervings- en selectiebureau met een uitgebreid klantenbestand in de sector zorg en welzijn, waaronder instellingen op het terrein van de ouderenzorg, gehandicaptenzorg, GGZ, forensische zorg en jeugdzorg. Matchpartner richt zich op moeilijk vervulbare vacatures, zoals voor psychiaters, specialisten ouderengeneeskunde, klinisch en GZ-psychologen en gespecialiseerde verpleegkundigen. Kandidaten worden geplaatst op basis van tijdelijke/vaste contracten én op detacheringsbasis. Naast de sector zorg en welzijn is Matchpartner ook actief in de sectoren gemeenten, overheid, onderwijs, re-integratie en verzuim én commerciële arbeidsbemiddeling. Tevens is er binnen Matchpartner een afdeling loopbaanontwikkeling en arbeidsmobiliteit. De koppeling naar de arbeidsbemiddeling van Matchpartner in de diverse sectoren biedt kandidaten binnen hun loopbaanontwikkeling mooie kansen voor een goede volgende loopbaanstap.

steem ontstaat, waardoor de rijke ouderen een veel betere zorg en *quality of life* kunnen inkopen dan de ouderen die over minder financiële middelen beschikken. Een mooiere gedachte zou 'we delen alles met elkaar' zijn, maar dat lijkt helaas utopie."

Ik wil even met u terug naar het verleden om de toekomst wat scherper neer te zetten. Hoe kwam toen een zorgproduct dag-/vrijtijdsbesteding voor ouderen tot stand?

"De vrijetijdsactiviteiten werden in het verleden vooral door activiteitenbegeleiders en/of vrijwilligers bedacht. De ouderen deden hier wel aan mee, maar beperkten zich met name tot handwerkactiviteiten, biljarten en een bejaardenzangkoortje. Eigenlijk hadden in het verleden de vrijetijdsproducten een min of meer verplicht karakter. De ouderen namen doorgaans met of zonder intrinsieke motivatie gewoon deel aan de activiteiten voor vrijetijdsbesteding."

Op welke wijze komt nu een dag- en vrijetijdsproduct tot stand?

"Het verplichtend karakter van de vrijetijdsbesteding is vanaf de eeuwwisseling aan het verdwijnen. Inmiddels wordt er vraaggericht nieuwe product- en dienstverlening ontwikkeld op het gebied van vrijetijdsbesteding. Er ontstaat steeds meer cocreatie door de krachtenbundeling van verschillende partijen. Echter, het ontbreken van financiële middelen is hierin wel een probleem, waardoor het vrijwilligerswerk ge-



koppeld aan de ouderenzorg een substantiële bijdrage levert aan vrijetijdsbesteding. Hierbij worden ook veelal middelen verstrekt via particuliere acties en goededoelenorganisaties; denk bijvoorbeeld aan vervoersfaciliteiten als rolstoelbussen, bijdragen voor culturele activiteiten in zorginstellingen, et cetera. In onze participatiemaatschappij is de trend dat er steeds meer gebruikgemaakt zal gaan worden van de sociale leefomgeving in de activering van de ouderen. Zeker met de huidige ontwikkelingen, waarin we een verschuiving zien van intramurale naar extramurale ouderenzorg.”

Hoe kun je in de toekomst komen tot een goed collectief of individueel dag- en vrijetijdsbestedingsconcept in de ouderenzorg?

“Het is belangrijk om in te zoomen op de verschillende aspecten in het leven dat de oudere heeft doorgemaakt en een zogenaamd ‘levens- en ervarings-cv’ te maken. Van hieruit kan zowel

individueel als collectief een goed vrijetijdsconcept worden geboden. Het is van belang om, daar waar de wereld van de ouderen verkleint, ernaar te streven om de grenzen van activering en zingeving te verleggen. Ik ben ervan overtuigd dat als er interessante activiteiten en prikkels worden geboden die aansluiten op de behoeften van de ouderen, dit het welzijn van de ouderen ten goede komt. Dit vormt bij uitstek dé uitdaging in vrijetijdsbesteding. Goed opgeleide young professionals van de Academy for Leisure kunnen volgens mij veel betekenen in de conceptontwikkeling op het gebied van vrijetijdsbesteding. Een goed vrijetijdsbestedingsconcept van de toekomst is vraaggericht en heeft geen verplicht karakter meer.”

Welke rol speelt de huidige marktwerking in het ontstaan van nieuwe product-marktcombinaties op het gebied van dag- en vrijetijdsbesteding in de ouderenzorg?

“De marktwerking stimuleert specifieke aanbieders, met als gevolg dat we steeds meer geprijsde instellingen/residenties zien komen. Het nadeel hiervan is dat dit weer met name gericht is op de rijke(re) ouderen. Het is belangrijk dat de reguliere ouderenzorg vanuit klantgerichte dienstverlening doorgaat met waar ze goed in is, namelijk streven naar het bieden van de beste zorg en dag- en vrijetijdsbesteding.”

We gaan van een verzorgingsstaat naar een participatiemaatschappij. Dat raakt ook de ouderenzorg. Ziet u dat als een positieve of juist als een negatieve ontwikkeling?

“Ik verwacht dat de publieke ouderenzorg meer gebruik moet gaan maken van vrijwilligerswerk.

“We dreigen in een situatie te komen waarin er een klassensysteem ontstaat”



De inzet van vrijwilligerswerk kan een constructieve bijdrage leveren aan de ontwikkeling van vrijetijdsproducten. Het bevorderen van een actieve sociale cohesie tussen de verschillende doelgroepen, jong en oud, levert een mooie bijdrage aan onze Nederlandse participatiemaatschappij. Projecten waarin uitkeringsgerechtigden geactiveerd worden om mee te doen in onze multiculturele samenleving zouden mijns inziens verder geactiveerd moeten worden. Binnen de cultureel-maatschappelijke vorming op middelbare scholen zie je een toename in projecten waarin jongeren een aantal uren invulling moeten geven om bijvoorbeeld in de ouderenzorg een steentje bij te dragen. Goede initiatieven, waarin mensen veel voor elkaar kunnen betekenen. In dergelijke projecten ontstaat een mooie omdraaiing; namelijk dat daar waar ouderen gezorgd hebben voor onze jongeren, de jongeren ook zorg dragen voor onze ouderen, in breed perspectief."



JULES DE VRIES

Jules de Vries heeft van 1987 tot 2012 gewerkt in directie- en bestuursfuncties binnen de ouderenzorg. Hij heeft in deze periode de ouderenzorg aanzienlijk zien veranderen en heeft in de veranderingsprocessen ook zelf een actieve bijdrage geleverd. Tevens is hij bestuurder geweest in regionale samenwerkingsorganen op het terrein van de zorg, waaronder een opleidingsinstituut, en is hij medeoprichter van een hospice. Sinds 2012 werkt hij als consulent bij Matchpartner, bureau voor werving en selectie, detacheringen, advies en projecten binnen de zorgsector. Daarnaast is hij in zijn vrije tijd onder meer voorzitter van een winkeliersvereniging.

Wat is volgens u het ideale concept voor dag- en vrijetijdsbesteding voor de huidige en toekomstige generatie ouderen?

"Het concept zou moeten inspelen op het feit dat de ouderen te maken hebben met het verlies van zingeving, mede door het wegvallen van maatschappelijke taken en (vaak) verminderde belastbare mogelijkheden. Je moet je als oudere als het ware 'opnieuw uitvinden', oftewel: 'Wie kan en wil ik zijn als oudere' en 'Hoe geef ik mijn leven zinvolle betekenis binnen mijn eigen mogelijkheden, zowel op individueel als op collectief niveau'. Hierbij dient ook rekening te worden gehouden met de kinderloze ouderen, die qua sociale activering vaak extra aandacht nodig hebben. Het benutten van de fitte ouderen in sociale activering sluit enerzijds aan op de ervarings- en beleavingswereld van de ouderen en geeft anderzijds zingeving aan de ouderen die actief kunnen zijn. In *the circle of life* is het bevorderen van deze sociale cohesie en integratie van groot belang."

Aan welke woonzorgvormen moeten we dan denken?

"We moeten in de eerste plaats waken voor een zogenaamde 'monocultuur'. De sociale integratie van oud en jong blijft een belangrijk aandachtspunt. De groep ouderen mag niet buiten onze samenleving komen te staan, maar moet nu en in de toekomst integraal deel uitmaken van onze maatschappij. De moderne generatie digitale ouderen heeft meer mogelijkheden om te blijven communiceren middels de digitale wereld, uiteraard voor zover de toegang tot de mogelijkheden niet wordt belemmerd door fy-

siek of verstandelijk falen. Hierin zal onderzoek naar de zogenaamde cocreaties belangrijk zijn, om ook de extra mogelijkheden op het gebied van vrijetijdsbesteding te benutten en virtueel contacten te leggen (digitale platforms). Uiteraard blijft het van belang haalbare individuele mogelijkheden vast te stellen en de product- en dienstverlening hierop te segmenteren."

Als u een elevator pitch zou moeten maken van uw ideeën rond vrijetijdsbesteding van ouderen, hoe zou die dan luiden?

"Binnen de ouderenzorg is er nog een flinke kwaliteitsslag te maken. De conceptontwikkeling van dag- en vrijetijdsbesteding is aan vernieuwing toe. Onderzoek is noodzakelijk om goed te kunnen aansluiten op de ervarings- en beleavingswereld van de huidige en toekomstige generatie ouderen. Zoals genoemd moet hierin rekening worden gehouden met achtergronden van de ouderen in de brede zin van het woord. Het bevorderen van kwaliteit van leven van ouderen en het activeren van vrijetijds mogelijkheden van ouderen staan centraal; dit vormen belangrijke waarden om vrijetijdsbesteding daadwerkelijk inhoud en zinvolle betekenis te geven." ■

Frits Jacobs is verbonden aan de NHTV Academy for Leisure te Breda en de Onderzoekstafel Leisure Health & Wellbeing