

Werk bijeenkomst 's-H Ondernemend Onderwijs - van Neynsel

13 oktober 2017

Aanwezig:

Margo van de Oord, Jan Raemaekers, Anna Freitag, Hanny Post, Léonce van Leeuwen, Miriam Dings, Lucas Artist, Odilia Kerkhoven, Charlotte Lubbes, Amy van Deursen en Pepijn Giesbers.

Vraag van Neynsel:

“Hoe stimuleren we ontmoeten tussen de bewoners in de wijk?”

Iedereen is vanuit zijn eigen expertise aan de slag gegaan met het evalueren van de uitkomsten van de vorige bijeenkomst.

Wat komt er in je op bij de clusteringen van de vorige keer?

- De doelgroep was nog te weinig gespecificeerd: om wie gaat het precies? Iedereen in Den Bosch? Alle ouderen? Alleen de ouderen binnen de locaties van Van Neynsel?
- Er mist een basis onderzoek op latente behoeften en achterliggende waarden en drijfveren van de doelgroep. Voor welk onderwerp/wens/behoefte kunnen wij iets betekenen, en waarvoor niet?
- Hoe kunnen we het onderwijs betrekken bij dit onderzoek?
- Plan van aanpak: waarom/ hoe/ wat / wanneer gaan we dit doen?

Doelgroep:

Ouderen in 's-Hertogenbosch boven de 67, met een fysieke of mentale beperking.

Ouderen die max. 1 kilometer om de locaties van Van Neynsel heen wonen. (Eemwijk – oost / De Grevelingen- oost / De Taling / De Westhoek / Antoniegaard)

Voor dit project is het doel om de kwaliteit van leven voor deze groep te verbeteren, en dan met name op de beleving van het sociale vlak. (Het zorg aspect geeft een ander type ervaring, die niet altijd als 'leuk' wordt ervaren. Plus deze taak van deze professionals om de verbinding met anderen tot stand te brengen.)

De focus van het onderzoek en de uitvoering van dit project ligt op de ouderen. Dat de wijk/maatschappij erdoor verbeterd, is mooi meegenomen. Maar andere doelgroepen (waar de ouderen mee in contact komen) worden niet meegenomen als onderzoeksgroep.

Geén vast activiteiten aanbod voor van Neynsel, dat is expliciet niet de vraag. Ouderen verbinden (met elkaar, of anderen) op basis van hun interesses, kwaliteiten of talenten. Zo écht en inhoudelijk contact tot stand brengen.

(Motivatie-match.nl (Jeroen....))

Online platform → mensen met elkaar matchen op basis van behoeften. Het laat zien op welke behoefte er overeenkomsten zijn, en op welke behoeften niet. Kortom: waar kun je nog van elkaar leren?)

- Hoe kunnen we ouderen terug brengen in hun kracht?
- Hoe kunnen we binnen en buiten met elkaar verbinden?
- Hoe kunnen we de kwaliteit van leven van deze doelgroep vergroten?

- Hoe kunnen we ouderen handvatten geven om contact te kunnen leggen, en hen stimuleren om dat ook in de toekomst zelf te kunnen blijven doen?
- Verbinden op basis van eigen interesses, kwaliteiten of talent. Voor waardevolle ontmoetingen.

Hoe verleiden we mensen om mee te doen?

- Als ouderen een fysieke of mentale beperking hebben, hoe zorgen we dat ze mee doen?
- Als ouderen eenzaam zijn, hoe zorgen we dat zij hierbij wél voor even uit hun isolatie kunnen komen? Hoe bereiken we hen?
- Als ouderen nooit naar een clubhuis of wijkcentrum gingen, waarom zouden ze dat nu wel doen? → Relevante plekken uitkiezen.
- Immobiele ouderen verbinden aan mobiele ouderen.
- Extraverte ouderen verbinden aan introverte ouderen.
- Business Model Canvas: model om in één A4 overzicht te hebben in je business model. Daarmee heb je inzicht in de meerwaarde van je product of dienst, maar ook van je stakeholders. → Interessant om ouderen via de stakeholders (op sociaal vlak, niet de zorg) te benaderen: supermarkten, cafés, restaurants, culturele instellingen ed. (locaties waar ouderen graag komen, of vaak komen.)
- Voor eenzame ouderen moet dit wellicht via de huisarts lopen. Zij komen niet in contact met de voorgenoemde locaties.
- De maatschappij kan een beter bewustzijn krijgen dat er ook op andere vlakken winst behaald kan worden, dan alleen met geld. Sociale en maatschappelijke winst, door te weten wat je kunt betekenen voor ouderen in je winkel. Voorzien in een bankje waar je even kunt gaan zitten, een plek waar mensen elkaar kunnen ontmoeten. Als mensen vaker komen, even een gesprekje aangaan ed.
- Het wijksteunpunt is niet direct een goede locatie om zichtbaarheid te creëren voor een fysiek plek voor ontmoetingen. Mensen komen hierheen voor een hulpvraag, niet direct om iets leuks te doen. Plus mensen die vroeger nooit naar dit soort locaties gingen, zullen dat nu ook niet doen. Ook zit er een trots en eigenwaarde in het zelf kunnen doen.

Onderzoek:

Het onderzoek naar de (latente) behoeftes, drijfveren en drempels van ouderen zal opgezet worden in een twee deling. Door een aantal mensen binnen de werkgroep zal kwalitatief onderzoek gedaan worden aan de hand van een aantal interviews. Aan de hand thema's uit deze inzichten kan het ontwerp proces van dit project ingezet worden.

Daarnaast is het de wens van 's-H Ondernemend Onderwijs om het onderzoek in samenwerking met leerlingen te laten verlopen. Zij zullen naast de interviews een ander type onderzoek gaan doen.

De wijkwerkers van Divers hebben veel informatie/data over ouderen in hun wijk. Wellicht is het interessant om daar informatie te verzamelen. Plus best practices, wat werkt?

Voorstel voor de opzet, invulling en thematieken van het onderzoek wordt op 3 november gepresenteerd.

Onderwijs:

Leerlingen van de Bossche Vakschool van het project Pass2Work, willen binnen dit project in contact komen met het werkveld. Zij willen heel graag meedoen in dit onderzoek. We kijken in overleg met Léonce en Miriam op wat voor manier we hen kunnen betrekken bij het afnemen van interviews (training nodig)/observaties/meeloop dagen bij ouders thuis oid.

- Van Neynsel moet er niet méér werk door krijgen.
- 's-H Ondernemend Onderwijs zorgt voor goede begeleiding en relevante verbindingen.

Tijdpad:

Komende bijeenkomst op 3 november zullen een aantal verschillende onderzoekslijnen gepresenteerd worden:

1. **Behoeft onderzoek bij ouders** (vanuit de onderzoeksvraag ingestoken), door middel van interviews, en in samenwerking met leerlingen.
 - Waarom is dit relevant? Hoe zit het onderzoek in elkaar? Wat gaan we doen? Wat willen we precies weten?
 - **Jan** is leidend in deze groep. **Odilia en Anna** sluiten aan.
2. **Markt onderzoek – Best practices** op het gebied van sociaal verbinden, oud en jong, ontmoeten.
 - Waarom zijn de voorbeelden relevant? Waarom werken deze concepten goed in onze maatschappij? Hoe zouden ze van toepassing kunnen zijn binnen de ontwikkeling van Van Neynsel?
 - **Anna** is leidend in deze groep. **Amy** sluit aan. (Hoe dit onderdeel samen hangt met de grotere opdracht van Amy wordt nog even uitgezocht.)
3. **Verbreden, verdiepen en verbinden van bestaand aanbod.** Onderzoeken welke winkels, horeca gelegenheden en culturele instellingen en scholen potentie en aanbod (activiteiten ed.) hebben dat voor Van Neynsel interessant is om mee te verbinden. Naar binnen halen of juist ouders op locatie verbinden.
 - Hoe gaat er contact gemaakt worden, welke partijen zijn mogelijk interessant, waarom is er meerwaarde bij een verbinding?
 - **Margo** is leidend in deze groep. **Lucas en Pepijn** sluiten aan.

Léonce en Miriam werken overkoepelend. Zij hebben alle informatie, weten wie we waarvoor kunnen benaderen.

Anna Freitag