

OLDACTION

en de **sociale innovatie** van 55-plus Sport & Leefstijl

De tijd is rijp voor een sociale innovatie op het gebied van 55-plus Sport & Leefstijl. De nieuwe generatie - geboren in de jaren veertig, vijftig en begin zestig - verlangt daarnaar. Oud-redactielid van dit vakblad, Edwin Timmers, is daarin gedoken en heeft een groep opgericht van 'ouwe knarren' die gezamenlijk met hun leeftijdsgenoten sporten en bewegen volgens een bepaalde filosofie. Daar kunnen de huidige beweegprofessionals echter ook wel wat mee....

Redactie: Hans Dijkhoff en Goos Karsten

D De generatie 55-plus heeft, door ontwikkelingen en gebeurtenissen in de samenleving, een fysiek en mentaal actieve c.q. ondernemende leefstijl ontwikkeld die tegelijk ook op gezond en zinvol leven is gericht. Ze wil hiermee 'midden in de samenleving (blijven) staan' en actief participeren in clubs, netwerken of leefgemeenschappen. 'Gezond' richt zich vooral op welbevinden door sociale contacten, het beïnvloeden van omgevingen en gezond leven. 'Zinvol' richt zich op een evenwichtige verdeling van activiteiten en taken op leefgebieden als werk, zorg, ontspanning en ontwikkeling.

Deze leefstijl heeft twee dominante kenmerken: 1 (dagelijks) veel en gevarieerd bewegen en sporten, 2 alleen en samen, beleven, leren en ontwikkelen. Leren en ontwikkelen is de behoefte om te presteren in de toekomst. Dat doe je door te investeren in jezelf, in de relaties met anderen, in omgevingen en in het inspireren van anderen. De activiteit en de 'wijze van deelnemen' aan 55-plusactiviteiten voor deze generatie samen de beleving. Door samenwerking kan iedereen van elkaar leren. Met onderlinge verschillen in niveaus en interesses wordt in deze 55-plus clubs rekening gehouden. Deze zelfstandig functionerende, sportclubs, studie- of ontwikkelclubs en culturele- of hobbyclubs zijn en worden de ruggengraat van de samenleving. Deelnemers, kartrekkers, coördinatoren en leefstijlcoaches samen zorgen voor een rijk palet aan mogelijkheden op maat en persoonlijk optimale invulling.

Het zelf vormen van zelfstandige of private

sportclubs is (nog) 'nieuw' en is sinds enkele jaren landelijk in opmars. Professionals (vakleraren lichamelijke opvoeding, sporttrainers of ouderenbegeleiders) kunnen dat verder stimuleren.

OldAction, een 'club' van professionele vrijwilligers, brengt deze beweging door en voor de nieuwe generatie ouderen op gang en promoot het 'nieuwe' sporten en leven. We zien het als een sociale innovatie die van 'bovenaf' (via opleidingen en branche- of belangenorganisaties op het gebied van 55-plus Sport & Leefstijl) en van 'onderop' (via coördinatoren, kartrekkers en leefstijlcoaches) wordt gestimuleerd. Visie en missie in theorie en praktijk, zijn beschreven op de site www.oldaaction.nl.

Wat kan de huidige generatie betekenen?

De hbo- en mbo-opleidingen kunnen wat gaan betekenen op het gebied van 55-plus Sport & Leefstijl. De derde- of vierdejaars studenten zouden in een module ouderensport





over deze nieuwe trend geïnformeerd kunnen worden en hiermee in de praktijk ervaring kunnen opdoen. De insteek van de huidige modules zou kunnen worden aangepast of deze wijze van invullen kan daarnaast bestaan.

Er is een 'gat' in de sport- en ontwikkelmarkt voor een door de nieuwe generatie nog te benutten tijdbestedingsgebied. Er liggen vele nieuwe mogelijkheden.

Wat wordt er al gedaan?

Mbo

Veel mbo-opleidingen Sport en Bewegen van de verschillende roc's in Nederland hebben in hun opleidingsaanbod oog voor de doelgroep senioren. Veelal is er voor de studenten de mogelijkheid om binnen het meestal aanwezige keuzeprogramma de keuze te maken voor de doelgroep senioren. Kijkend naar de verschillende opleidingsinstituten dan constateren we dat de programma's niet een eenduidige benaming hebben. We zien de herkenbare benaming 'Sportleider senioren sporten' maar komen ook de naamgeving 'Beweeggroepen' tegen, een programma dat bestaat uit vier type doelgroepen en waar senioren er één van is.

Het is van belang om de mogelijkheden die er zijn in het werken met senioren specifiek onder de aandacht van de mbo-studenten sport en bewegen te brengen. De doelgroep is lang niet altijd direct in beeld bij de studenten. Het imago van de doelgroep is vaak onjuist en berust soms op vooroordelen. Het mogelijke 'stoffige' imago vraagt om goede informatievoorziening naar de studenten om het juiste beeld te kunnen schetsen.

Studenten die het keuzeprogramma hebben gekozen geven op basis van opgedane ervaring aan dat het juist heel aantrekkelijk blijkt te zijn om te werken met de doelgroep. Aandacht, betrokkenheid en interesse in de activiteiten en de jonge professionals worden door de ouderen zelf als zeer positief ervaren. Het is van belang om studenten die het keuzeprogramma voor senioren hebben ervaren en werkervaring hebben opgedaan te benutten als ambassadeurs. Naast de positieve ervaringen is ook de feitelijke constatering dat het een in omvang groeiende doelgroep is goed om onder de aandacht van de studenten te brengen. Studenten met een ondernemende houding zullen absoluut kansen zien en vinden om vorm te geven aan het werken met de doelgroep senioren. Opleidingsprogramma's zijn dynamische documenten. Daar waar opleidingen geen of nog onvoldoende aandacht hebben voor de doelgroep senioren zijn er voldoende mogelijkheden om één en ander een plaats te geven.

Hbo

Op de verschillende ALO's is het onderdeel van andere programma's. Op een van de ALO's was er ooit een aparte module gericht op ouderen. Wegens gebrek aan belangstelling is die geschrapt. Op de SB-opleidingen komt het hier en daar voor dat er aandacht is voor ouderen. Wellicht dat door de grotere belangstelling voor de 55-plus-doelgroep en het steeds groter worden ervan de aandacht op de hbo-opleidingen weer zal toenemen. ◀

Contact:

Contact: redactie@kvlo.nl