

IDÉER TIL FORBEDRINGSTILTAK

INNHold:

Tydelig profil	s. 4
"Velkommen som pensjonist"	s. 6
"Seniorpakka"	s. 8
Aktivitetskalender	s. 10
Seniorkampen	s. 12
Seniormentor	s. 14
Seniorgründer	s. 16
Rekrutteringsplan	s. 18
Kategorisering av tilbudene	s. 20
Vervekultur	s. 22
Refleksjon før gruppemøter	s. 24

KONSEPTRETNINGER OG IDEER

Gjennom prosjektet har vi hatt samtaler og arbeidsgrupper med flere av kommunenes seniorer og ansatte. Vi har sett hva som motiverer og hindrer seniorene fra å dyrke en aktiv, stimulerende og meningsfull livsstil. Etter analysene av denne innsikten har vi utarbeidet ideer vi mener vil gjøre at kommunen når sin målsetning om friske og fornøyde seniorer som tar ansvar for egen helse.

Noen av ideene er omfattende, men kan på sikt bidra til store endringer i kommunenes seniortjenester. Andre ideer er lettere å gjennomføre og kan gi effekt raskt. Vi har tro på at disse relativt små endringene kan løfte dagens tjenestetilbud - med små ressurser.

Vi håper dere finner noen ideer dere vil igangsette straks og andre dere vil arbeide med over tid. Og husk: ingen av ideene er hellige! Dere er eksperter på lokalsamfunnet, forebyggende helsearbeid og seniorene. Ta ideene og gjør dem til deres egne!

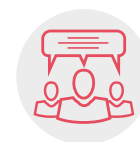
Gjennom heftet brukes tre ikoner for å illustrere ressurskrav for gjennomføring av konseptene.



Å sette ideen ut i livet vil først og fremst kreve innsats fra de ansatte i organisasjonen.



Ideen vil kreve ekstra økonomiske ressurser.



Ideen krever samspill med andre deler av kommune og stat.

TYDELIG PROFIL



VI HAR SETT

Materialet fra kommunen har forskjellig utseende og mangler en klar profil.

OM LØSNINGEN

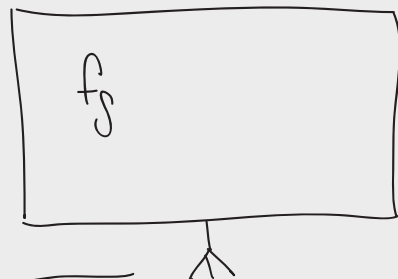
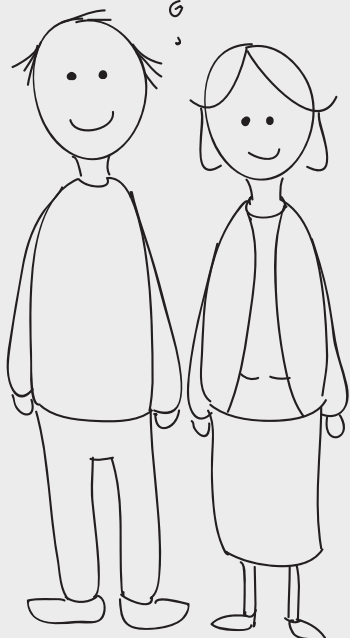
Det bør utvikles en gjenkjennbar grafisk profil som brukes på alt materiale som sendes ut eller vises frem. Dette gjør det mulig for seniorene å kjenne igjen kommunens tilbud over tid. Siden kommunens seniortilbud stort sett er tjenester er det lurt å skape et taktilt (håndfast) uttrykk. Spesielle farger eller en logo kan vekke umiddelbare følelser hos mottakeren. Over tid kan profilen lades med et positivt innhold som øker deltakelse og engasjement.

Dette tiltaket bidrar til å gjøre det lett å forholde seg til seniortilbudet over tid.

Å sende en kjøleskapsmagnet kan være en fin måte å introdusere profilen på. Denne kan også brukes til å organisere informasjon fra kommunen.



Friskliv senior, de kjenner vi godt! Det er lett å finne og kjenne igjen info fra de!



TIL INSPIRASJON



Denne pinsen vekker gode følelser og minner blant mange, selv om den faktiske opplevelsen for lengst er over.

HVA TRENGS?



Alle må ha mulighet til å lage brev og informasjon i riktig design.

Lag maler for alle utsendeler. Lag også regler - gjerne en sjekkliste!

”VELKOMMEN SOM PENSJONIST”



VI HAR SETT

Det er for sent å oppfordre til å endre vaner ved gruppemøtet.

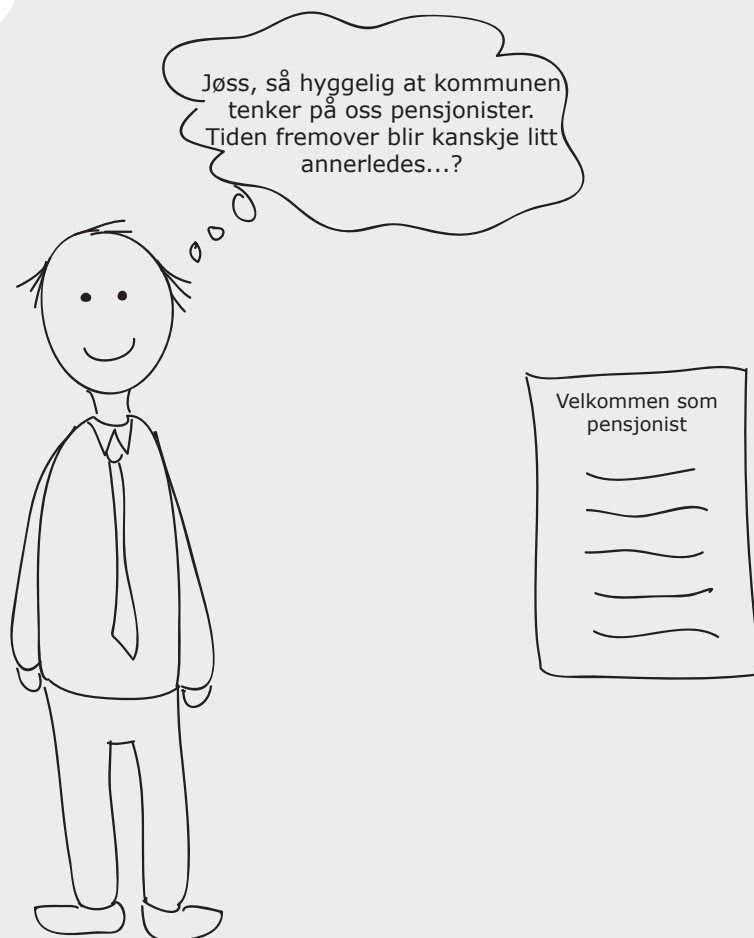
Når kommunens tilbud først kommer avvises det av mange fordi de ser på det som en hjelpetjeneste for skrøpelige.

OM LØSNINGEN

Kommunen bør tidlig kontakte nye pensjonister - vi foreslår med et brev rett pensjonsdagen. Kommunen kan gratulere med avgått pensjon og presentere kommunens seniortilbud med kontaktinformasjon. Dette gjøres på en vennlig og informativ måte.

I sosiologien brukes begrepet “interpellasjon” om funksjonen hvor du og jeg blir tildelt roller av samfunnet. Vi har sett at eldre blir “interpellert” - altså føler seg tildelt en rolle - som syke eller skrøpelige når kommunen tar kontakt. Ved å kontakte brukerne tidligere og med et annet budskap kan seniorene tildeles en annen rolle - helst som sterke, verdifulle og viktige. Dette vil kunne føre til en lettere og mer positiv dialog mellom kommunen og pensjonisten.

Dette vil forberede seniorene på mer informasjon fra kommunen og gjøre denne mer attraktiv.

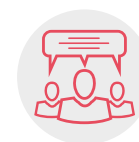


TIL INSPIRASJON



Statens Vegvesen sender brev til alle som fyller 16 år og ønsker velkommen til informasjonsmøte om "veien til førerkortet". Dette gir et positivt inntrykk av de som avgjør om du får lappen eller ei, samtidig som det oppfordrer unge og deres foreldre til å øvelseskjøre tidlig og på lovlig vis. Dette skaper på sikt mer erfarne og trygge sjåførere.

HVA TRENGS?



Hva om brevet signeres av ordføreren?

”SENIORPAKKA”



VI HAR SETT

Mange har planer for tiden etter at de har gått av med pensjon: beise huset, reise utenlands, være med barnebarn m.m. Etter en viss tid gir ”feriefølelsen” seg, og en del kan fanges av godsstolen. En passiv livsstil går utover helsen, både mentalt og fysisk.

OM LØSNINGEN

Kommunen sender seniorene en pakke omtrent ett år etter avgått pensjon. Denne inneholder informasjon om seniortilbudet, invitasjoner til visse arrangementer og rabatter på aktivitetstilbud. Dette kan for eksempel samles i et ”seniorkort” med klipp for rabatter og tilbud.

De fleste vet at man bør bevege på seg, lære nye ting og ta vare på seg selv. Samtidig gjør vi ikke alltid dette – noe hindrer oss i å gå fra holdning til handling. Med seniorpakka kan kommunen senke barrieren for å aktivisere seg. For eksempel kan redusert økonomisk kostnad eller en hyggelig invitasjon gjøre det lettere å forsøke en ny aktivitet.

Tiltaket kan også ha mange positive effekter for de frivillige organisasjonene, bedriftene eller kommunale avdelingene man samarbeider med. Dette kan gjøre prosjektet lettere å gjennomføre. Seniorpakka vil ha god effekt fordi den treffer seniorene til rett tid.



TIL INSPIRASJON



Kommunestyret i Malmö i Sverige sender en velkomstpakke til alle innflyttere. Denne forteller grunnleggende informasjon om byens organisasjon og gir kuponger med oppfordring til aktivitet.

HVA TRENGS?



Denne ideen kan begynne i det små, og gradvis utvikles.

AKTIVITETSKALENDER



VI HAR SETT

Seniorene mener det er vanskelig å få en samlet oversikt over tilbudene i regionen. De er ikke samlet på ett sted og beskrivelsene kan være mer informative.

OM LØSNINGEN

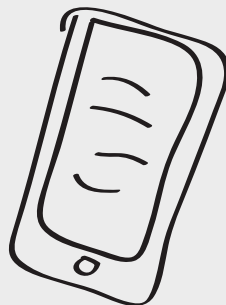
Kommunen drifter en kalender som samler informasjon om aktivitetstilbudet rettet mot eller passende for seniorer. Kalenderen kan være trykket, på Internett, på en oppslagstavle, i avisen - eller flere steder.

Om kalenderen er på web kan en enkel kronologisk oppføring av arrangementer være nok. I takt med økt IT-kompetanse blant eldre kan den gjøres mer avansert. Kalenderen fylles med kommunens egne arrangementer, men også private bør kunne registrere sine arrangementer og få de publisert. Hvorvidt kommersielle interesser skal få reklamere må vurderes av kommunen.

En slik oversikt gjør det enklere å finne aktiviteter som passer for seg.



Med aktivitetskalenderen holder vi oss enkelt oppdatert på hvilke tilbud som skjer hvor og når.



TIL INSPIRASJON



Det populære kulturforumet www.underskog.no har en enkel arrangementsoversikt på sine nettsider. Denne er brukerstyrt.

HVA TRENGS?



Har kommunen alt en lignende tjeneste? Kan denne forbedres og tilpasses seniorer?

SENIORKAMPEN



VI HAR SETT

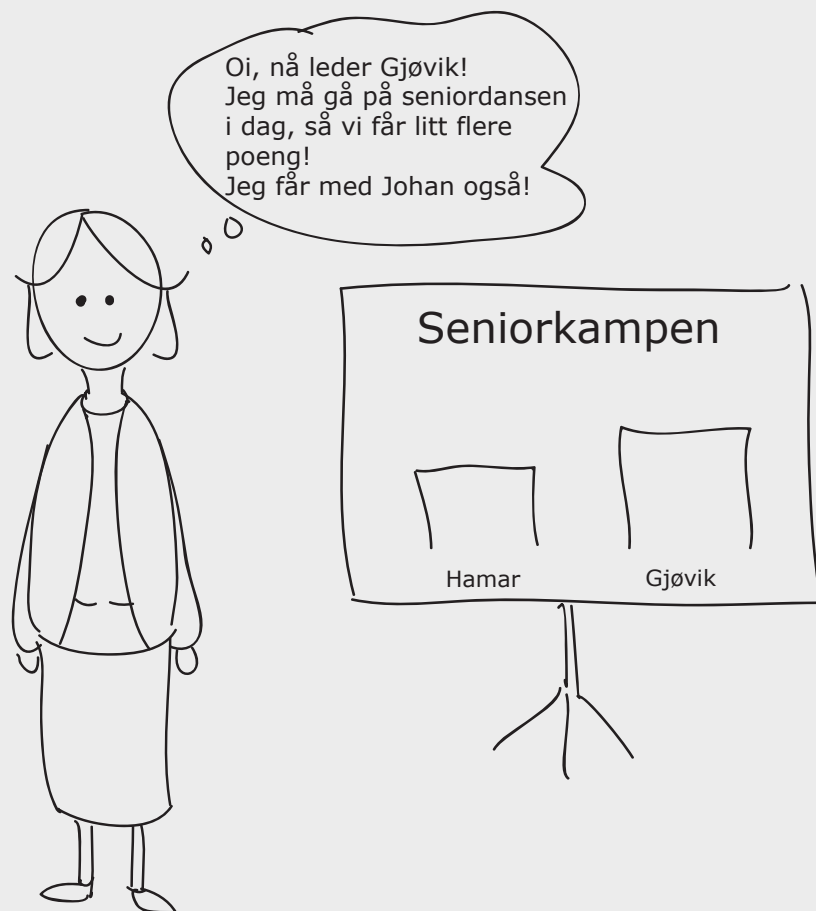
Symbolske belønninger
engasjerer seniorene
i kommunen

OM LØSNINGEN

Kommunen kan arrangere en kampanje hvor grupper kan konkurrere mot hverandre. Dette kan være små privat organiserte grupper eller kommune mot kommune.

Deltagerne registrerer selv fysisk aktivitet, deltagelse i dugnad, frivillig arbeid eller lignende. Dette kan gi små symbolske belønninger, samtidig som det kan være kamp om å nå toppen!

Dette skaper sosialt samhold – samtidig som det aktiviserer.



TIL INSPIRASJON



Posten Norge har konkurransen "around the world" hvor ansatte registrerer sin fysiske aktivitet og er med i trekning av premier og konkurrerer om heder og ære.

HVA TRENGS?



Et slikt program kan enten kjøpes av eksterne eller utvikles selv.

SENIORMENTOR



VI HAR SETT

Alderdommen byr på nye utfordringer for mange. Dette kan skyldes sykdom, bortfall av livspartner eller flytting fra hjemsted og tap av sosialt nettverk.

OM LØSNINGEN

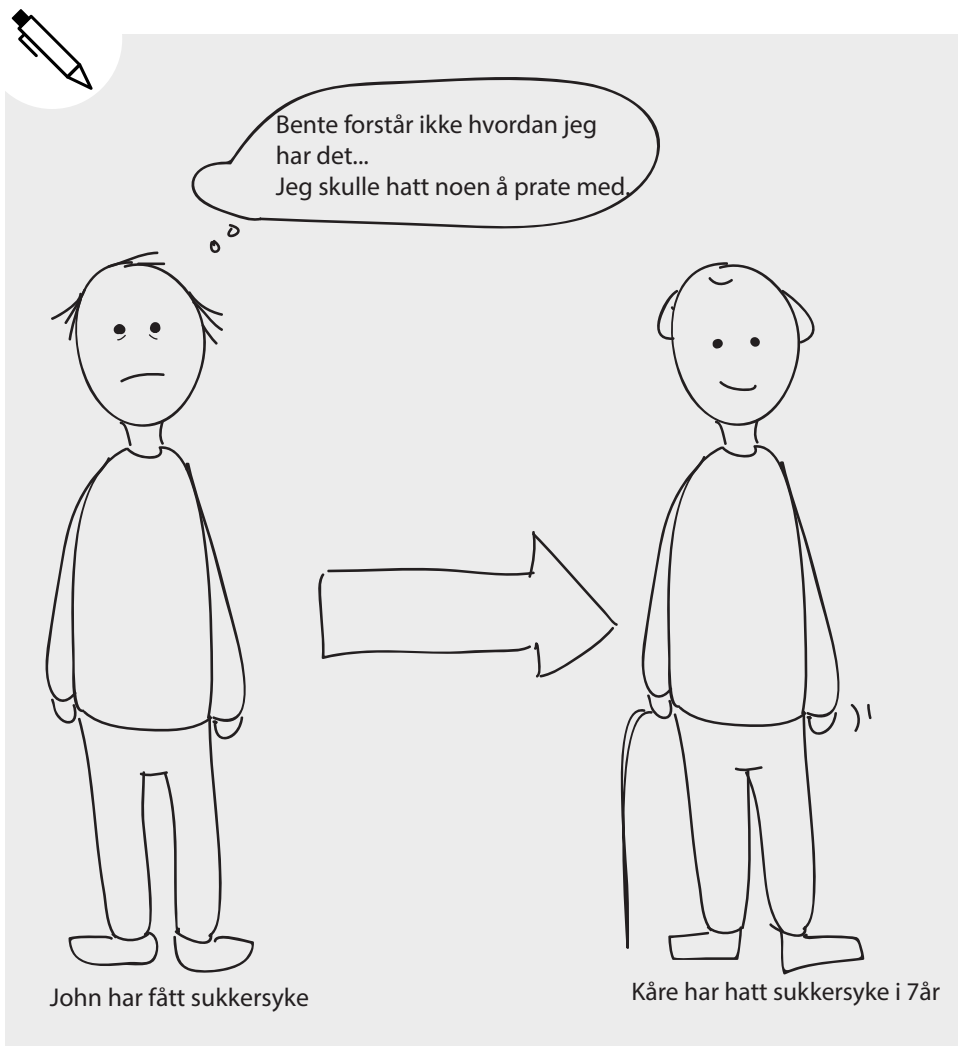
Ved å koble seniorer som er i samme livssituasjon med hverandre kan kommunen bidra til økt velferd med små ressurser.

Den ene senioren kan ha vært i den spesielle situasjonen i lengre tid, mens den andre er fersk. Gjennom noen møter kan kunnskap utveksles, og over tid kan de kanskje komme inn i hverandres omgangskrets.

Dette gjør arbeidet med å mestre motgang sosialt.

En del eldre flytter til sentrumsnære strøk for å få en lettere alderdom. Dette kan føre til tap av sosialt nettverk. Å settes i kontakt med en frivillig mentor eller fadder vil lette integrasjonen i et nytt miljø.

Ensomhet er et av de største problemene blant norske eldre og er viktig å adressere.



TIL INSPIRASJON



Den Norske Kirke har opplevd stort frafall av nyutdannede prester. Ved å la nyutdannede samtale med erfarne prester skal frafallet reduseres.

HVA TRENGS?



SENIORGRÜNDER



VI HAR SETT

En del synes dagens aktivitetstilbud er lite attraktive og lite tilpasset deres ønsker.

Samtidig etterlyser dagens grupper flere deltakere.

Noe av dette skyldes svak kommunikasjon mellom seniorene og gruppene, men det kan også være at tilbudene er for like og mangler rom for smalere interesser.

OM LØSNINGEN

Kommunen kan fange opp og hjelpe seniorer som har ekstra ressurser og ønsker å starte et eget tiltak. Dette kan være for og med seniorer, eller det kan være en virksomhet med en annen målgruppe - som f.eks. barn, innvandrere eller nybakte mødre.

Med noe organisatorisk og økonomisk støtte kan kommunen skape merverdi for mange. Organisatorisk støtte kan for eksempel være hjelp til rekruttering, å sette flere seniorer med samme intensjon i kontakt med hverandre eller bidra med kommunikasjon til målgruppe. Økonomisk støtte kan være lån av møterom eller hjelp med trykksaker.



Seniorgründer? Dette høres spennende ut!
Det hadde vært fint å møtt andre som
også liker å plukke sopp!
Kanskje jeg kan lage en aktivitet for dette?



fs —
SENIORGRÜNDER

Har du engasjement?
Ønsker du å skape et
tilbud for deg og
andre?

Bli Seniorgründer!

TIL INSPIRASJON



Nerstugjengen hogger selger rimelig ved. Dette er en nullprofittbedrift og deltakerne er stolte av bidraget de gir til lokalsamfunnet. Det skaper en meningsfull aktivitet samtidig som de hjelper andre seniorer.

HVA TRENGS?



Start med å kartlegge hvilke støtte dere kan tilby.

Etabler så begrepet "seniorgründer" internt, og vær alltid på jakt etter interesserte kandidater.

REKRUTTERINGSPLAN



VI HAR SETT

Flere seniorer synes det er ubehagelig å ta kontakt med en ny gruppe og å delta for første gang.

OM LØSNINGEN

En guide med tips og råd for å rekruttere og ta i mot nye medlemmer kan øke deltakelsen i frivillige grupper.

Eksempler på innhold/råd:

- Alltid ha tydelig informasjon om oppmøtested og -tid samt en kontaktperson dersom du arrangerer en aktivitet
- Dersom en ny deltaker oppsøker gruppe, sørg for at alle lærer vedkommendes navn. Bruk for eksempel en av de morsomme navnelekene på neste side.
- Legg alltid ut informasjon om oppstartsmøter på vår Facebook-side



TIL INSPIRASJON



Vellykkede bedrifter har gode introduksjons-programmer for nyansatte. Dette sørger for at de nyansatte føler seg sett og akselererer bli-kjent-prosessen.

HVA TRENGS?



Kan det hentes inspirasjon og innhold fra andre deler av kommunen som har tilsvarende opplegg i dag? Skoler, personalavdelinger eller

KATEGORISERING AV TILBUDENE



VI HAR SETT

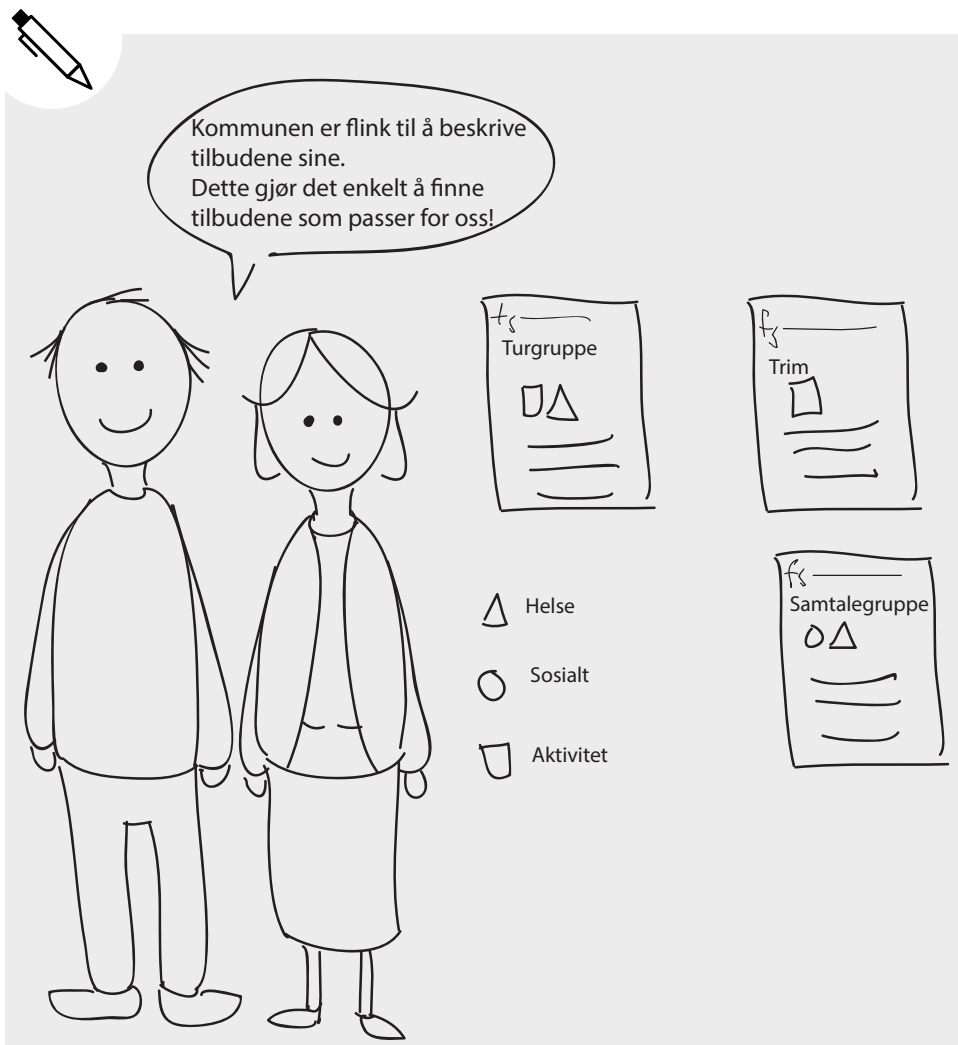
Usikkerhet om hvilke aktiviteter som passer for den enkelte er en stor barriere. Noen er redd for å gå på noe for krevende eller for enkelt. Andre gir opp etter 2-3 forsøk uten å ha funnet noe som passer for seg.

OM LØSNINGEN

Aktiviteten som informeres om gjennom kommunen kategoriseres. Det kan brukes symboler, ord eller fargekoder.

Dette kan for eksempel være i hovedkategoriene "sosialt", "aktivt" og "faglig". For fysiske aktiviteter kan man igjen vurdere de som "krevende", "middels" eller "enkel".

Praktisk informasjon kan også være viktig: lengde på planlagte turer og tilgang på toalett har blitt nevnt av noen informanter.



TIL INSPIRASJON



Den Norske Turistforening kategoriserer alle sine turtilbud etter hvem turen passer for og vanskelighetsgrad.

HVA TRENGS?



VERVEKULTUR



VI HAR SETT

Bekjentskap og venner er viktige døråpnere til nye tilbud.

OM LØSNINGEN

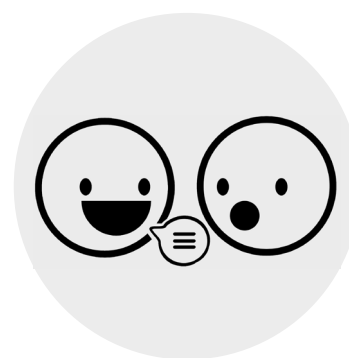
Innenfor alle tilbudene – både kommunens og de frivillige – kan man jobbe for å etablere en vervekultur.

Innsiktsarbeidet vårt har vist at seniorene legger sterk vekt på enkelthistorier og personlig informasjon. Dette taler for at å dyrke en vervekultur er effektiv rekruttering.

Dette kan i perioder gjøres med konkurranser eller premier. Ellers kan man vektlegge hvor positivt det er å ha fått med nye medlemmer og bygge en kultur for å "ta med en venn"



TIL INSPIRASJON



Svært mange organisasjoner - både kommersielle og ikkekommersielle - bruker verving som teknikk for å øke antall medlemmer.

HVA TRENGS?



REFLEKSJON FØR GRUPPEMØTER



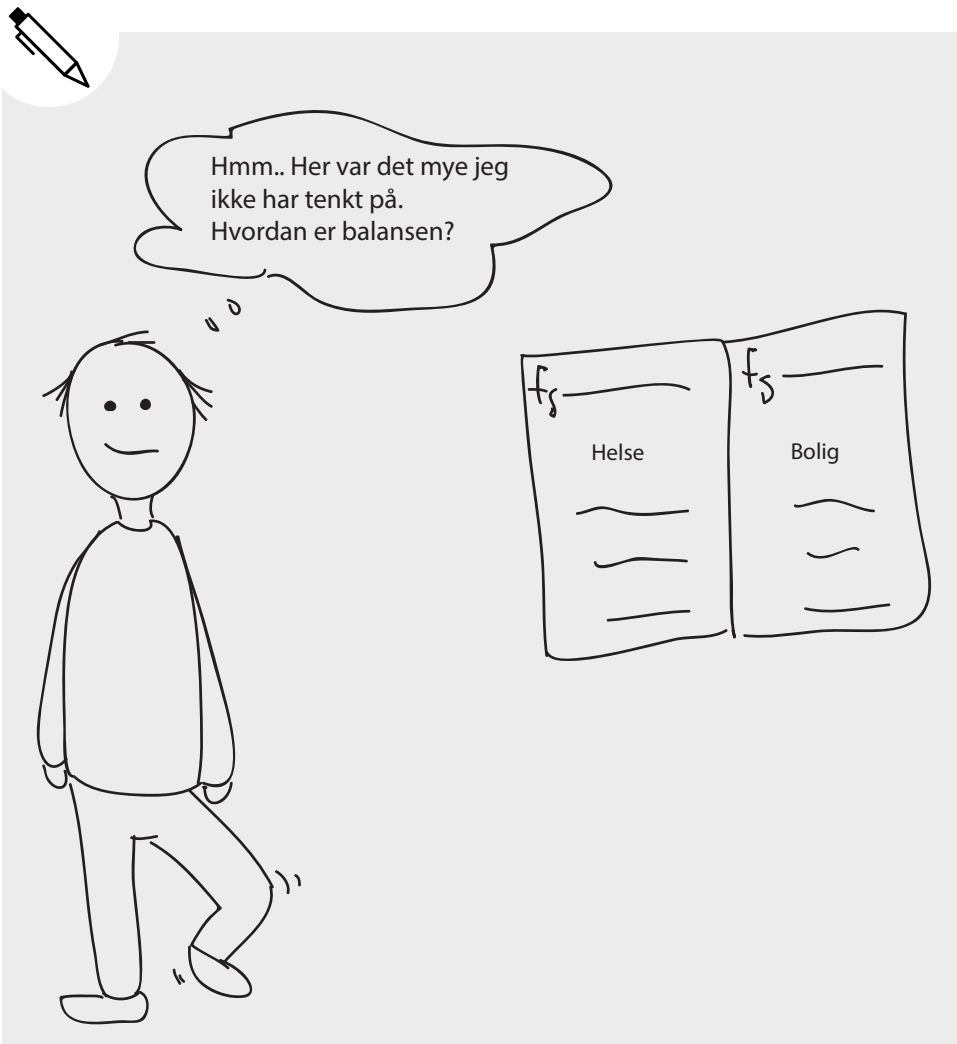
VI HAR SETT

Gruppemøtet er et godt startpunkt for de eldre til å arbeide med egen helse- og livssituasjon. Vi tror imidlertid effekten av møtet kan økes.

OM LØSNINGEN

Å reflektere over sin egen livssituasjon gjør de fleste mennesker daglig. Å gjøre dette med et systematisk og konstruktivt blikk på seg selv er derimot vanskeligere. For å gjøre dette kan det være lurt å utforme et verktøy for selvrefleksjon.

- Dersom invitasjonen til gruppemøtet ledsages av et hefte med spørsmål om egen situasjon vil tankeprosessen man ønsker å starte på møtet, startes tidligere.
- Dersom de inviterte tar med seg heftet på kurset vil de kunne bruke sine egne notater til å vurdere informasjonen som presenteres.
- I etterkant kan man oppfordres til å vurdere hvilke områder man tror man ville hatt effekt av å jobbe med.
- Spørsmålenes inndeling kan følge gruppemøtets temaer, som
 - Helse - kroppsvekt, balanseproblemer, smerter
 - Sosial situasjon - hvor ofte føler jeg meg ensom? Hvor mange besøk hadde jeg siste måned?
 - Bosituasjon - hvordan klarer jeg meg i egen bolig om 10 år?



TIL INSPIRASJON



I dag må alle innkalte besvare et online skjema før sesjon i Forsvaret. Temaene er bl.a. helse, sosialt liv, egne ønsker og motivasjon. På sesjon har da kandidatene reflektert over hvor i Forsvaret de kan passe inn, og

HVA TRENGS?

