

Ledenwerving anno nu

Hoe een koe een haas vangt

Zonder leden geen PCOB. Een waarheid als een koe. Nieuwe leden zijn hard nodig wil de PCOB belangen van huidige en toekomstige generaties senioren kunnen blijven behartigen.

Ledenwerving blijkt voor ouderenbonden op dit moment een flinke uitdaging. Dit heeft alles te maken met de veranderende maatschappij en 'de senioren van tegenwoordig'.

Voor de PCOB komt daar nog een uitdaging bij: in vergelijking met één of twee generaties terug heeft geloofsbeleving een andere plaats gekregen in het hart en hoofd van de huidige 50- en 65-plusser.

De kersverse pensionado van 2011 'zit anders in elkaar' dan de bejaarde die in 1995 na 40 jaar trouwe dienst met een gouden horloge op zijn afscheidsreceptie stond te stralen. De één is niet beter of slechter dan de ander. Ze verschillen.

De PCOB heeft deze nieuwe generaties senioren hard nodig! En we zijn er van overtuigd dat we deze jonge en iets minder jonge senioren nog steeds kunnen interesseren voor en zeker ook iets te bieden hebben met ons lidmaatschap.

Voorwaarde is wel dat we onze aanpak kritisch durven te bekijken. Want wat pakweg 20 jaar geleden goed werkte, is niet per definitie nog steeds succesvol. Sterker: het blijkt dat dit lang niet altijd meer werkt.

Dit document geeft inzicht in het doen en laten van 'de jonge garde' senioren. Wat houdt hen bezig? Wat spreekt hen aan? En wat niet?

Meer inzicht in de nieuwe generaties senioren leidt er toe dat we beter kunnen inspelen op hun behoeftes. Want als we weten hoe de hazen lopen, is de kans groter dat we ze vangen.

Wat wil Het Nieuwe Lid? Wat moet een protestants-christelijke ouderenbond hem of haar de komende jaren kunnen bieden? Hoe kunt u als gewaardeerd lid meer vruchten plukken van uw wervingsactiviteiten? Dáár gaan we de komende tijd actief mee bezig. Doet u mee?!

Hans van Ronkel
Manager PR & Communicatie

De ene senior is de andere niet

Senioren: één woord waarmee alleen al in Nederland miljoenen mensen worden aangeduid. Jan van 55, Piet van 73 en Thea van 89. Alle drie senioren en alle drie zeer verschillend. Zie ze maar eens te interesseren voor een lidmaatschap! Dat gaat natuurlijk niet met één standaard 'verkooppraatje'. Dat vraagt 'maatwerk'!

Diverse bestaande onderzoeken laten zien dat de laatste drie generaties senioren heel duidelijk hun eigen generatiekenmerken hebben. Dat komt uiteraard door de tijd waarin ze zijn opgegroeid en zich hebben ontwikkeld. Daarover kunt u zelf natuurlijk meepraten.

Het is voor ons handig deze onderzoeksresultaten te kennen. Ook zijn we als PCOB zelf bezig met het ontwikkelen van aanvullende eigen onderzoeken, zowel onder onze huidige als potentiële leden. Al deze informatie samen kunnen we goed gebruiken bij onze ledenwerving en bij het verder ontwikkelen van het aanbod en de activiteiten van de PCOB landelijk en lokaal.

Landelijk én lokaal inderdaad. Uit onderzoeken blijkt ook dat juist op lokaal niveau al interessante verschillen te zien zijn. De behoeftes van leden en potentiële leden ten aanzien van de PCOB liggen in een dorp anders dan in een grotere plaats of een stad. Ook met die wetenschap kunnen we ons voordeel doen.

En dan hebben we nog niet eens gesproken over de verschillen tussen mannen en vrouwen, over opleidingsniveau en de financiële armslag. Met name de verschillen in wensen en verwachtingen van vrouwelijke senioren en mannelijke senioren ten aanzien van onze ouderenbond zijn belangrijk genoeg om op in te spelen.

In het persoonlijk contact, in de wervingsbrieven... het is de toon die de muziek maakt! Als we de goede toon te pakken hebben en we weten de juiste snaar te raken, dan klinkt het aantal nieuwe leden ons als muziek in de oren!

Er was eens... drie generaties senioren in het kort

Bij generatieonderzoek wordt vaak de volgende indeling gebruikt.

- De 'vooroorlogse generatie' is geboren tussen 1910 en 1929 en was in 2010 80 jaar of ouder.
 - De 'stille generatie' is geboren tussen 1930 en 1945 en is dan tussen 65 en 80 jaar.
 - De 'protestgeneratie' is geboren tussen 1946 en 1954 en is tussen de 55 en 65 jaar.
- Zonder al te diep op deze generaties in te gaan en iedereen over één kam te scheren is het goed de belangrijkste kenmerken te noemen.

De vooroorlogse generatie

Deze senioren hebben de economische crisis, de Tweede Wereldoorlog én de wederopbouw meegemaakt. De generatie kenmerkt zich door soberheid en is doorgaans trouw aan orde en gezag.

De stille generatie

Deze senioren hebben de Tweede Wereldoorlog min of meer bewust meegemaakt, als ook de wederopbouw en de economische spurt van de jaren zestig. Het zijn doorgaans harde werkers, nuchter en hebben angst voor 'grote woorden'.

De protestgeneratie

Deze senioren worden ook wel babyboomers genoemd. Ze hebben geprofiteerd van de economische voorspoed, hebben de protestgolf meegemaakt (denk aan het Maagdenhuis) en de ontnuchtering hierna. Verzet tegen heersende orde, vrijheid, opkomen voor eigen rechten en zelfontplooiing staan hoog in het vaandel.

Uiteraard moet de PCOB het nu vooral van de stille generatie hebben, maar ons voortbestaan hangt zonder meer ook af van de protestgeneratie. Laten we daarom eens kijken wat deze generaties zoal bezielt. Dan weten we ook beter wat vermoedelijk wel en, minstens zo belangrijk, wat niet zal werken bij het werven van deze senioren als nieuwe leden van de PCOB.

“Sociaal en actief bezig zijn en genieten... maar wel op mijn manier!”

Senioren tussen de 55 en 80 zijn doorgaans beduidend vitaler en actiever dan hun leeftijdsgenoten van eerdere generaties. Met name de senioren van de protestgeneratie. Ze hechten veel waarde aan hun vrije tijd en zijn minder honkvast. Dat uit zich in de wijze van werken, wonen en reizen. Werk mag niet ten koste gaan van vrije tijd.

Het is ook allemaal wat individualistisch, avontuurlijker, dynamischer en meer cultureel geworden. Dat zien we terug in hobby's, interesses en reizen. Klussen, fietstochten maken, sporten, 'n bioscoopje pakken, uit eten, theater- en museumbezoek, verre reisbestemmingen... De wereld lacht hen toe!

Hierbij is men ook geïnteresseerd in dat wat 'nieuw' en 'vreemd' is en wil zichzelf hiermee graag verder ontwikkelen. En dan is, zonder te willen generaliseren, het huidige activiteitenaanbod niet direct iets waarmee we deze senioren enthousiast krijgen voor de PCOB.

Hoe is het eigenlijk gesteld met de sociale betrokkenheid van deze senioren? Er voor elkaar zijn. Opkomen voor elkaar. Oog hebben voor mensen die het minder hebben getroffen, dichtbij of ver weg. Leeft dit nog? Gelukkig wel. De nieuwe generatie senioren voelt zich sterk betrokken bij de maatschappij. We zien ook dat men hierin wel minder volgzaam is en ook kritisch kijkt naar hoe hun sociale inzet ook van waarde is voor de eigen ontwikkeling. 'Betrokken individualisten', lees je wel in onderzoeken.

De 50-plussers hebben namelijk al jong geleerd op te komen voor zich zelf en voor hun rechten en belangen. Dat heeft ook z'n effect op de keuze voor een lidmaatschap van een bond als de PCOB. Lid worden 'omdat het zo hoort', of omdat ouders of collega's ook lid zijn, zien we veel minder. De vanzelfsprekendheid is weg. De jonge senioren van nu worden lid als ze zich persoonlijk medeverantwoordelijk voelen voor de oplossing van de problemen die de bond en belangenvereniging tot doel heeft op te lossen.

Nieuwe ronde, nieuwe kansen!

Onderzoeken zijn mooi, maar de conclusies en aanbevelingen zijn nog mooier. Zeker als die aanbevelingen voor ons directe tips vormen voor meer geslaagde inspanningen om leden te werven. Een opsomming van feiten, tips en 'trucs', in willekeurige volgorde:

- Laat zien welke resultaten een lidmaatschap / de bond oplevert voor de maatschappij en persoonlijk voor het lid zelf.
- De oprechte interesse ligt meer bij specifieke (maatschappelijke) thema's dan bij lokale onderwerpen.
- Spreek mensen aan op persoonlijke overtuigingen en de individuele voordelen en belangen. Dat gaat dus verder dan (financiële) korting! Ontwikkeling en ontplooiing spelen hier zeker een rol.
- Senioren anno nu laten zich niet betuttelen. Niet door de overheid, niet door hun huisarts en ook niet door het bestuur van de plaatselijke ouderenbond. Maak ruimte voor inspraak en nieuwe ideeën. Het is dé manier om de toekomst van het bestuur op lokaal niveau veilig te stellen.
- De jonge senioren zijn netwerkers. Ze leggen makkelijk contact met mensen met verschillende achtergronden. Dus áls we meer jonge enthousiaste senioren mogen verwelkomen, gaat het ledenwerfballetje meteen een stuk makkelijker rollen.
- In plaatsen en steden is het dagelijks leven anoniemer dan in een dorp. Waar in een dorp gezelligheid en omgang met leeftijdsgenoten bijna vanzelf gaat, ligt dit voor grotere plaatsen anders. Gebruik deze twee argumenten dus voor ledenwerving in de grotere plaatsen en steden! Voor een dorp zal dit vaak minder belangrijk zijn, omdat deze behoefte doorgaans al is ingevuld door lokale verenigingen of dorpsactiviteiten.
- Er is in een onderzoek ook gevraagd aan huidige leden naar de belangrijkste reden om lid te zijn van de PCOB. De top 3:
 - Ontspanning en gezelligheid
 - Belangenbehartiging
 - Contact leeftijdsgenoten

Onderwerpen als informatie, ledenvoordeel en ondersteuning worden ook genoemd, maar beduidend minder vaak. In wervingsgesprekken kan hier rekening mee worden gehouden. Al blijft het natuurlijk het belangrijkste in een gesprek of brief de voordelen van de PCOB te laten aansluiten bij de persoonlijke behoeften of interesses van mensen.

Uit onderzoek naar (niet-)leden van drie ouderenbonden blijkt dat meer dan de helft van de vrouwen alleenstaand is. Voor mannen is dat nog geen vijfde deel. Volgens dat onderzoek hechten vrouwen ook meer waarde aan de gezelligheid en sociale contacten van een ouderenbond dan mannen.

Gezelligheid, ontspanning en contact met leeftijdsgenoten zijn voor vrouwen dus betere argumenten voor een lidmaatschap. Tevens zijn vrouwen eerder van plan lid te worden dan mannen.

- Onder niet-leden bestaat een hardnekkig beeld over ouderenbonden: conservatieve ideeën, veel gepraat en vergaderingen. Dat beeld moeten we toch kunnen bijstellen, vindt u niet!
Cultuur, recreatie, muziek, sport en beweging zijn voor de jongere senioren duidelijke

interessegebieden. Daar kunnen we ons voordeel mee doen in de programmering. Niet dat we allemaal de gymschoenen moeten aantrekken, maar een interessante spreker met een persoonlijk verhaal over dergelijke onderwerpen trekt wél nieuw publiek...

Dit wetend en de resultaten die nog komen uit aanvullend onderzoek zullen wij meenemen in de verdere ontwikkeling van ons ledenwerfbeleid.

Tot slot: driekwart van de jonge senioren geeft aan een lidmaatschap van een ouderenbond te overwegen! Deze groep is met name geïnteresseerd in onderwerpen zoals Woon- en zorgvormen, Zorg, Wmo, Veiligheid en Openbaar vervoer. Koren op de molen van onze organisatie toch! Kortom: nieuwe ronde, nieuwe kansen voor de PCOB!