

Uit met Oud-korting

Veelgestelde Vragen

Contactpersoon:
Lara van Weegen
l.vanweegen@nationale-denktank.nl

De Nationale DenkTank 2013



- **Samenvatting**
- **Achtergrondinformatie**
- **Veelgestelde Vragen**

Bezorg ouderen een fantastisch dagje uit en ontvang zelf korting?

Idee

Jongvolwassene (20-40 jaar) krijgt korting op activiteiten als hij een oudere (70+) mee uit neemt.

Impact

- 50.000 ouderen en 50.000 jongeren worden bereikt¹
- Vermindert en voorkomt eenzaamheid bij ouderen
- Verlaging van de zorgvraag tot gevolg: mogelijke besparing tot 2 miljard euro op zorgkosten²

Implementatieplan

1. Pilot uitvoeren
2. Uitkomstmeting naar effect
 - korting
 - specifieke programmering
3. Commitment van implementatiepartners
4. Verspreiden van het idee

Call to action

- Recreative instellingen die enthousiast zijn over het idee
- Implementatiepartners om de Uit-met-oud-Korting verder uit te dragen



1 Op basis van een schatting van de Nationale DenkTank 2013.

2 Interview A. Klink, Eenzaamheidsbestrijding levert 2 miljard op, Zorgvisie, 26 juli 2013

- Samenvatting
- **Achtergrondinformatie**
- Veelgestelde Vragen

De samen uit-korting wordt gelanceerd door middel van de *Uit met Oud-week*

Stappen om jongeren te bereiken

- De *Uit met Oud-week*: speciale programmering die zowel jong als oud aanspreekt
- Samenwerking met Amsterdam Cares

Stappen om ouderen te bereiken

- Jongeren vragen hun opa/oma mee
- Samenwerking met thuiszorg organisaties
- Plan van aanpak uitwerken met Nationaal Ouderenfonds en Fonds voor Cultuurparticipatie



“Als jullie die week goed opzetten, dan doen wij zeker mee!”

Efteling

Business case Stedelijk Museum¹

- ▼ 4000 minder gewone klanten
- ▲ 9000 meer kortingsklanten
- ▲ €30.000 meer winst

1. De business case is gebaseerd op 30% korting. Implementatiekosten van de korting staan geraamd op €15.000.

- Samenvatting
- Achtergrondinformatie
- **Veelgestelde Vragen**

Overzicht Veelgestelde Vragen

- 1 **Waarom zouden jongeren bereid zijn om mee te doen?**
- 2 **Wat is de Uit met Oud-week precies?**
- 3 **Waarom kiezen jullie de doelgroep jongvolwassenen (18-40 jaar)?**
- 4 **Hoe bereiken jullie eenzame ouderen?**
- 5 **Wat levert het een recreatieve instelling op om mee te doen?**
- 6 **Wat voor soort instellingen kunnen meedoen?**
- 7 **Met wie heeft de Nationale DenkTank over de Uit met Oud-korting gesproken?**
- 8 **Welke bronnen zijn gebruikt?**

1 **Waarom zouden jongeren bereid zijn om mee te doen?**

Jongeren worden getrokken door 1) de korting en 2) de speciale programmering

- Jongvolwassenen krijgen korting vanwege het feit dat zij een oudere (70+) meenemen. De korting is een leuke en sympathieke wijze waarop jongeren erop worden geattendeerd om samen met iemand te komen. Aangezien eenzaamheid veel voorkomt bij ouderen, ziet de Uit met Oud-korting op het samenbrengen van jong en oud in het kader van een activiteit.
- Uit interviews met experts hebben we gehoord dat slechts de korting niet voldoende is om de jongere zover te krijgen te recreëren met een oudere. In dit kader hebben we de Uit met Oud-week bedacht, in deze week wordt een **speciaal programma** georganiseerd wat zich richt op het samenbrengen van jong en oud. Hierbij kan gedacht worden aan een film die zowel een jong als oud publiek aanspreekt of een speciale avond in een museum waarbij er een workshop wordt gegeven over verschillende generaties in het kader van kunst.
- De enkeling die de Uit met Oud-week toch ontgaan is, hoeft niet te treuren. Jongvolwassenen kunnen middels de structurele Uit met Oud-korting namelijk het gehele jaar korting krijgen wanneer zij samen met een oudere een bezoek brengen aan recreatieve instellingen.
- Door de trigger vanuit de Uit met Oud-week in combinatie met de korting wordt het mee uit nemen van ouderen heel normaal, hip en zelfs voordelig voor jongvolwassenen.

2 Wat is de Uit met Oud-week precies?

De Uit met Oud-week enthousiasmeert voor en herinnert aan recreëren met ouderen

- Uit gesprekken met experts is gebleken dat enkel een korting jongeren niet over de streep zal trekken om activiteiten te ondernemen met ouderen. Een goed gehypte Uit met Oud-week is bedacht om de Uit met Oud-korting op de kaart te zetten. Deze week zorgt ervoor dat recreëren met ouderen een hype wordt en dat iedereen eraan (onder andere via Social Media) herinnerd wordt dat ze kunnen recreëren met een oudere. De hype rond de week moet het gevoel oproepen van “Oh ja, ik moet Oma weer eens bellen”.

3 **Waarom kiezen jullie de doelgroep jongvolwassenen (18-40 jaar)?**

De leeftijdsgroep 18-40 jaar valt vaak buiten huidige kortingen

- Uit gesprekken met recreatieve instellingen is naar voren gekomen dat deze leeftijdsgroep vaak buiten huidige kortingen valt: om deze reden is het extra interessant voor deelnemende instellingen om deze doelgroep te bereiken met een speciaal programma.
- De groep onder 18 jaar wordt vaak bereikt in het kader van de basisschool of de middelbare school. De groep van 16 tot 22 jaar wordt vaak ondervangen door studentenkorting. Hierbij merken we wel op dat niet iedereen student is. Uit interviews met het Stedelijk Museum en de Stadsschouwburg is gebleken dat intrinsieke motivatie voor cultuur pas ontstaat rond 40 jaar.
- Daarnaast is deze leeftijdsgroep interessant omdat wij denken recreëren met ouderen in deze doelgroep onderbelicht is.

Maar de Museumjaarkaart dan?

- De Uit met Oud-korting richt zich niet alleen op musea, maar ook op activiteiten zoals het pretpark, de bioscoop, sportwedstrijden en zwembaden.

4 Hoe bereiken jullie eenzame ouderen?

Ouderen kunnen op 2 manieren in contact worden gebracht met de Uit met Oud-korting.

- 1) Een oudere kan worden meegevraagd door een jongvolwassene.
 - 2) Ouderen die niet mee worden gevraagd, kunnen zich zelf aanmelden, waarna zij gekoppeld worden aan enthousiaste jongvolwassenen die zich hebben opgegeven via vrijwilligersorganisaties zoals Nederland Cares.
- Hierbij merken we op dat de meest eenzame ouderen waarschijnlijk niet zullen worden bereikt door de Uit met Oud-korting. Wij geloven echter wel dat het idee eenzaamheid kan verminderen, maar daarnaast ook kan worden voorkomen dat ouderen in eenzaamheid vervallen.
 - Naar schatting van de Nationale Denktank 2013 worden 50.000 ouderen mee uit genomen door de Uit met Oud-week.

5 Wat levert het een recreatieve instelling op om mee te doen?

Uit met Oud-korting levert recreatieve instellingen financiële baten op

- Een recreatieve instelling zal door het verlenen van de korting per klant minder inkomsten delven. Er zullen immers minder klanten de volle 100% betalen.
- Een business case uitgevoerd door de Nationale DenkTank laat echter zien dat, doordat er 1) in absoluut aantal meer klanten zullen komen en 2) meer inkomsten op basis van 'food & beverage' en merchandise zullen binnen komen. Er zijn dus financiële baten voor instellingen die de korting verlenen.

▼ **4000** minder gewone klanten

▲ **9000** (kortings-)klanten in de plaats

▲ **€30.000** meer winst

6 Wat voor soort instellingen kunnen meedoen?

Uit met Oud-korting kan door alle recreatieve instellingen worden ingevoerd

- Alle instellingen die het leuk vinden om bij te dragen aan het verbinden van jong en oud zijn welkom om de Uit met Oud-korting in te voeren!

7 Met wie heeft de Nationale DenkTank over de Uit met Oud-korting gesproken?

Wij hebben met verschillende organisaties over het Uit met Oud-korting gesproken

Brancheorganisaties

Actiz – brancheorganisatie voor zorgondernemers

Nationaal Ouderenfonds – fonds voor het welzijn van ouderen

Fonds Cultuurparticipatie – fonds voor het bevorderen van cultuurparticipatie

NL Cares

Coalitie Erbij

Recreatieve instellingen

Efteling

Stedelijk Museum

Stadsschouwburg

Concertgebouw Amsterdam

Gerelateerde initiatieven

Rentree binnen het Concertgebouw

Opstapmetoma.nl van het Nationaal Ouderenfonds

8 Welke bronnen zijn gebruikt?

- Interview A. Klink, Eenzaamheidsbestrijding levert 2 miljard op, Zorgvisie, 26 juli 2013
- Sahlgren, G.H., Work longer, live healthier. IEA Discussion Paper Nr. 46, Mei 2013
- Interviews met Stedelijk Museum, Efteling, Stadsschouwburg Amsterdam