

‘Ieder lid telt’

Adviesrapport ter ondersteuning van de binding tussen de leden en de ANBO en de rol van ANBO Magazine hier in.



Walter Group Adviseurs

Henk Jan van den Berg

Cora Huijbens

Joyce Luk

Steffie Vlemmix

Inhoudsopgave

1. Voorwoord	p. 3
2. Managementsamenvatting	p. 4
3. Inleiding	p. 6
4. Lay out	p. 10
5. Verenigingsgerelateerde artikelen <i>Binding door het voldoen aan behoeften.</i>	p. 13
6. Lifestyle artikelen <i>Binding door de identificatie van waarden.</i>	p. 27
7. Aanbevelingen	p. 31
8. Conclusie	p. 36
9. Literatuurlijst	p. 39
Bijlagen	(Op Cd-rom)



1. VOORWOORD

Dit onderzoeksrapport is het resultaat van een intensieve periode. Veel gesprekken, interviews en groepsbijeenkomsten hebben ertoe geleid dat we met onze onderzoeksgroep dit rapport 'Ieder lid telt' kunnen presenteren.

De Algemene Nederlandse Bond voor Ouderen (ANBO) te Utrecht heeft ons gevraagd een advies te geven over de wijze waarop ANBO Magazine kan bijdrage aan de binding met de leden.

Door middel van interviews hebben wij verschillende visies verzameld op het gebied van behoeften en waarden van leden van de ANBO.

Wij willen hierbij de respondenten bijzonder bedanken voor hun medewerking. Er was grote bereidwilligheid om op korte termijn mee te werken aan dit onderzoek, en dit is het resultaat zeker ten goede gekomen.

Een bijzonder woord van dank willen wij richten aan Lidia van den Eijnde, coördinator Marketing en Communicatie en Marry van Baalen, medewerkster Communicatie, onze contactpersonen vanuit de ANBO. We hebben de samenwerking als positief ervaren, en zijn blij met hun sturing en hun professionele kijk op de zaak.

Ook Hans Gerritsen zijn wij dankbaar voor zijn rol binnen de procesevaluatie

And last but not least, willen wij graag Elyse Walter bedanken, onze senior begeleider vanuit de USBO. Haar betrokkenheid bij het onderwerp heeft ons geholpen bij de opzet van het advies. Zij heeft onmisbare feedback geleverd.



2. MANAGEMENTSAMENVATTING

Het adviesrapport “Ieder lid telt” is gebaseerd op een kwalitatief ledenonderzoek en heeft als doel beter in te kunnen spelen op de behoeften en interesses van lezers van ANBO Magazine.

In dit kwalitatieve onderzoek is de volgende onderzoeksvraag beantwoord:

Hoe ervaren de leden de binding met de ANBO en welke rol speelt ANBO Magazine daarin?

Binnen een ledenbestand met de grootte als dat van de ANBO bestaan er bij de leden meerdere behoeften en waarden. Het is in het kader van het behoud van leden noodzakelijk om het verenigingsaanbod op deze behoeften af te stemmen. Op basis van interviews zijn vier behoeftes onderscheiden en beschreven: belangenbehartiging, sociale contacten, kortingen en informatievoorziening.

Gebleken is dat behoeften van leden bepalend zijn voor de mate van binding met de ANBO. Wanneer de leden ervaren dat hun behoeften worden vervuld ervaren zij hun binding met de ANBO positiever. Hierbij wordt door leden onderscheid gemaakt tussen binding met de lokale en landelijke ANBO. Om tot een volledig beeld betreffende de ervaren binding te komen zijn ook de waarden van de diverse leden in het onderzoek betrokken.

Over de leesbaarheid, vormgeving, gebruikte afbeeldingen en uitstraling van ANBO Magazine zijn de leden tevreden.

Wel zal voor de toekomst van ANBO Magazine steeds aandacht besteedt moeten worden aan de invulling van de wensen van de diverse behoefte groepen. Leden zijn redelijk tevreden over de mate waarin de behoefte naar belangenbehartiging wordt vervuld. Desalniettemin zou ANBO Magazine meer in kunnen spelen op deze wens naar meer informatie over die belangenbehartigingactiviteiten.

Leden die gericht zijn op de sociale contacten die via de ANBO verkregen worden, geven aan dat ze zich verbonden voelen met de ANBO, voornamelijk op lokaal niveau. ANBO Magazine wordt niet gezien als een bindende factor, maar wordt wel als een prettig en interessant tijdschrift ervaren.

Leden die lid zijn geworden met het oog op de kortingen, geven aan weinig binding met ANBO te ervaren. Wel wordt de behoefte van het lidmaatschap bij deze leden vervuld, ze zijn tevreden over de service van de ANBO. Zij geven echter aan te verwachten dat zij pas in de toekomst meer binding met de ANBO zullen krijgen door middel van deelname aan activiteiten.

Leden die lid zijn geworden vanwege de informatievoorziening die ANBO levert, voelen zich niet zozeer verbonden met de ANBO, maar maken wel graag gebruik van de informatieve artikelen in ANBO Magazine. Deze leden maken gebruik van de kennis waar ANBO beschikking over heeft.



De mate waarin de behoefte van de diverse groepen vervuld wordt, leidt echter niet altijd tot een sterkere binding met de ANBO. Het is belangrijk om te beseffen dat ieder lid een eigen doel voor ogen heeft. De mate waarin leden binding met de ANBO verwachten en willen, kan dan ook variëren. Binding met de ANBO wordt voornamelijk op lokaal niveau ervaren, omdat hier het persoonlijk contact het grootst is. Er bestaan verschillende leden met verschillende wensen en uiteindelijk is het van belang om te beseffen dat deze diverse behoeften op verschillende manieren vervuld kunnen worden.

Zoals gezegd spelen niet alleen de behoeften van leden een rol, de herkenning van hun waarden in die van de ANBO is ook van belang. Herkenning van waarden gebeurt voornamelijk door middel van ANBO Magazine. In ANBO Magazine lezen leden over onderwerpen die hen aanspreken en die overeenkomen met hun eigen waarden. Op basis van deze waarden kunnen zij zich ook verbonden voelen met de ANBO. Onderwerpen die overeenkomen met de waarden van de ANBO en waar leden dus waarde aan hechten zijn onder andere: verenigingsgerelateerde artikelen met het oog op belangenbehartiging en lifestyle artikelen gericht op hobby's, vrijetijdsbesteding en gezondheid.

In dit advies komt nadrukkelijk aan de orde dat "Ieder lid telt" want ieder individueel lid telt en is zich bewust van de mate waarin zijn behoeften worden vervuld en de waarden die hij herkent.

Het is van belang om hier in de toekomst rekening mee te houden want ook voor de ANBO geldt tenslotte: "Ieder lid telt".



3. INLEIDING

3.1 ANBO in context.

Ledenaantallen van veel op ideële grondslagen gebaseerde verenigingen lopen de laatste jaren terug. Verenigingen zien hiervoor vaak de economische recessie en de individualisering als de grootste boesdoeners (Wouters, 2004). Toch is Nederland nog steeds een echt verenigingsland. Meer dan de helft van de volwassenen is aangesloten bij een organisatie, één op de vijf zelfs bij meerdere. In 2008 leverde dat in totaal zo'n 7 miljoen lidmaatschappen op. De verenigingen die erin slagen veel leden aan zich te binden spelen juist in op de individualiseringstrends (Van den Berg, 2008).

Centraal in individualisering staat het individu dat zijn leven maakt tot een project met daarin doelen die behaald moeten worden. Verenigingen kunnen mensen hiertoe in staat stellen, maar wanneer de doelstellingen niet langer overeenkomen met die van het lid, zal hij zijn heil elders zoeken (Van der Stel, 2004). Leden van een vereniging stellen zich de vraag "What's in it for me?" en spreken met hun benen (Hoogers, 2008). Een vereniging als de ANBO zal zich dus op de hoogte moeten stellen van de doelen van haar leden. Want ieder lid telt.

Voor de ANBO telt ieder lid, maar niet ieder lid is hetzelfde. Om echt tot uiting te laten komen dat ieder lid telt is het belangrijk aandacht te schenken aan de verschillende verwachtingen en behoeften van de leden. En daaraan tegemoet komen. 'Ieder lid telt' geldt ook vanuit het perspectief van de leden. In de geïndividualiseerde samenleving zullen ook de ouderen, de leden van de ANBO, op den duur hun voordelen willen tellen en daartoe een afweging maken van de kosten en baten die het lidmaatschap voor hen meebrengt. Anders, zoals Hoogers (2008) zegt, zullen ze gaan spreken met hun benen.

ANBO heeft ook rekening te houden met de bestuurlijke context die bestaat uit onder meer de wet- en regelgeving. ANBO-leden hebben te maken met de vraag of de AOW-leeftijd wordt verhoogd. Ook zijn er door de overheid grootscheepse bezuinigingen aangekondigd die gevolgen kunnen hebben voor de ouderen in de maatschappij. Een manier waarop ANBO kan inspelen op ontwikkelingen binnen de bestuurlijke context is door middel van belangenbehartiging. Belangenbehartiging is ook onderdeel geweest van verandering binnen de ANBO, het samengaan met de FNV. Gevolg hiervan is dat de achterban momenteel een stuk groter is en ANBO en FNV samen een groter draagvlak hebben. Dit zijn echter wel belangrijke veranderingen binnen de gehele context van de ANBO, want deze externe invloeden kunnen wel eens bepalend worden voor het beleid binnen de ANBO.



3.2 Ledenbinding

Elke vereniging wil zijn leden behouden en tevreden stellen, want ieder lid telt. Ledenbinding is het middel hiervoor. Ook bij de ANBO speelt dit gegeven. Leden van de ANBO krijgen ANBO Magazine zes keer per jaar op de mat. Het blad heeft als doel de leden te binden aan de ANBO. Er hangt dus veel gewicht aan ANBO Magazine. Het magazine heeft dan ook veel aandacht gekregen de afgelopen jaren. Het heeft na een metamorfose een meer 'glossy' uitstraling gekregen. Ook is er veel aandacht besteed aan de leesbaarheid en de samenstelling van de inhoud. Een enquête wees uit dat leden best tevreden zijn met het blad. Maar nu is de vraag: lukt het ANBO Magazine daadwerkelijk om leden te binden? En wat is dat eigenlijk, binding?

Binding kan op meerdere wijzen worden benaderd. In dit onderzoek wordt gebruik gemaakt van twee zienswijzen.

De eerste richt zich op de behoeften van leden. Ledenbinding bestaat wanneer er een 'fit' bestaat tussen verwachtingen en behoeften van leden en het aanbod van de vereniging (Hoogers, 2008; Van den Berg, 2008; Bonten, 2005; Dijkstra, 2009, Galle, 2002; Liao-Troth, 2008, Wouters, 2004).

De tweede richt zich op de waarden van leden. Uit onderzoek van Meyer en Allen (1997) komt naar voren dat affectieve binding de sterkste invloed heeft op de intentie om te blijven. Affectieve binding kan worden omschreven als identificatie en betrokkenheid bij de organisatie. Ook Paull (2002) stelt dat binding wordt versterkt wanneer leden hun waarden terugvinden bij de vereniging.

Binnen een ledenbestand met de grootte als dat van de ANBO zullen er meerdere behoeften en waarden bestaan. In het moderne verenigingsmanagement is het een trend het aanbod op deze behoeften af te stemmen. 'Een vereniging heeft vaak meer te bieden als niet iedereen alles krijgt' (Kuperus, 2005 p. 52). Met ANBO Magazine is gekozen voor één dienst die alle leden, ondanks hun verschillende verwachtingen en behoeften moet binden. Om recht te doen aan deze verschillen zal het blad dus een juiste mix moeten bevatten in het aanbod.

De theorie is daar. Maar de praktijk kan hier toch altijd weer van afwijken. Leden kunnen het beste zelf vertellen wat hun binding is met de ANBO en hoe deze kan worden versterkt. Hoe kijken zij eigenlijk aan tegen de rol van ANBO Magazine als het gaat om binding?

De onderzoeksvraag van dit onderzoek luidt dan ook:

Hoe ervaren de leden de binding met de ANBO en welke rol speelt ANBO Magazine daarin?



3.3 Het onderzoek

Ervaringen van de leden staan centraal in dit onderzoek: de ervaren binding met de ANBO en de ervaringen met ANBO Magazine en de rol die het volgens hen speelt in die binding. In dit onderzoek hebben wij getracht de meningen en betekenisgeving van ANBO-leden te begrijpen door middel van kwalitatief onderzoek onder twintig ANBO-leden. Deze twintig respondenten zijn geselecteerd op basis van sekse en leeftijd; geboren vóór of ná 1945. Dit geboortjaar wordt gezien als de scheidingslijn tussen een oude en een nieuwe generatie, de baby boomers. Deze generatie heeft jaren ervaring met het lobbyen voor zelfbeschikking en gelijke rechten (Hilt & Lipschultz, 2005).

De resultaten zijn door middel van semi-gestructureerd kwalitatief onderzoek verkregen. Kwalitatief onderzoek wordt gezien als een van de krachtigste manieren om respondent te begrijpen, omdat je door middel van interviews ook definities en situaties uit hun dagelijkse leven kunt verkrijgen. (K.F. Punch, 1993). De interviews zijn gebaseerd op de definities van waarden en behoeften als wel op de ervaringen en meningen van de respondenten ten aanzien van de ANBO en ANBO Magazine.

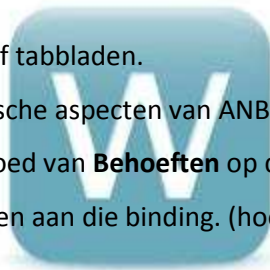
3.4 Leeswijzer

In dit rapport richten wij ons eerst op de technische aspecten van ANBO Magazine. In hoofdstuk 4 komt aan bod hoe de leden de leesbaarheid en de lay out ervaren. In hoofdstuk 5 wordt een onderscheid gemaakt in vier soorten behoeften. Vervolgens wordt beschreven hoe deze behoeften van invloed zijn op de binding met de ANBO en hoe aan deze behoeften invulling kan worden gegeven door middel van ANBO Magazine. In hoofdstuk 6 wordt beschreven welke rol identificatie van waarden speelt in de binding van leden met de ANBO. De aanbevelingen volgend uit hoofdstuk 5 en 6 volgen in hoofdstuk 7. In hetzelfde hoofdstuk zal ook in worden gegaan op de veranderende samenleving en enkele aandachtspunten voor de toekomst die deze met zich meebrengt. Hoofdstuk 8 bevat de conclusie met daarin het antwoord op de hoofdvraag. In hoofdstuk 9 staat de gebruikte literatuur vermeld.

Cursief gedrukte zinnen tussen aanhalingstekens zijn citaten van respondenten. Erachter staat een verwijzing naar het transcript. Bijvoorbeeld: *“Door de bank genomen haal ik er altijd wel wat nuttigs uit.”* (A_256). Deze zin is terug te vinden in het transcript van respondent A in regel 256. De transcripten zijn te vinden op de bijgesloten Cd-rom.

Aan de zijkant van dit rapport treft u vijf tabbladen.

1. Lay out: Gaat over de visueel-technische aspecten van ANBO Magazine. (hoofdstuk 4)
2. Verenigingsartikel: Gaat over de invloed van **Behoeften** op de ledenbinding en de wijze waarop ANBO Magazine een bijdrage kan leveren aan die binding. (hoofdstuk 5)



3. Lifestyle: Gaat over de invloed van **Waarden** op de ledenbinding en de wijze waarop ANBO Magazine daaraan kan bijdragen. (hoofdstuk 6)
4. Aanbevelingen: De aanbevelingen overzichtelijk op een rij.
5. Bijlage: Hier vindt u de Cd-rom met daarop de uitgewerkte interviews, onderzoeksmethode en verantwoording en de gebruikte topiclijst.



4. LAY OUT

Sinds een jaar of twee heeft de ANBO haar tijdschrift veranderd. Van ANBO Vizier is het blad naar ANBO Magazine gegaan. Omdat de ANBO graag wil weten in hoeverre het tijdschrift is verbeterd, onder andere ten opzichte van het oude blad, hebben wij de ANBO-leden een aantal vragen gesteld over enkele technische aspecten van het blad. Over het algemeen gaven alle leden aan tevreden te zijn over het blad.

4.1 Leesbaarheid: Lettertype, taalgebruik, fonds

De meerderheid van de leden meldt tevreden te zijn. Zij vindt het contrast van de letters op een gekleurd achtergrond groot genoeg, en het blad is goed leesbaar en duidelijk. Wel wordt aangegeven dat witte letters op een gekleurd achtergrond niet altijd even goed leesbaar zijn:

“Ik heb wel eens moeite met lezen. Vooral die gekleurde dingen eronder. Deze bijvoorbeeld, wit op groen, dan pak ik mijn vergrootglas” (I_785-786)

Over het lettertype is ook vrijwel iedereen positief; een enkeling geeft aan wel moeite te hebben met lezen en graag een groter lettertype te willen.

4.2 Vormgeving

Er heerst tevredenheid over de vormgeving van het blad. Als reden wordt hiervoor gegeven dat de lay-out als prettig wordt ervaren, de kleuren en foto's goed zijn en het blad strakke vormen en kleuren heeft. Ook de bladkwaliteit wordt goed gewaardeerd. Geen van de respondenten geeft aan last te hebben van weerkaatsing van het licht tijdens het lezen.

“Nee prima te lezen, nergens last van. Soms heb je met papier dat het weerkaatst maar hier geen problemen mee hoor.”(L_190-191)

4.3 Gebruikte afbeeldingen

Over het algemeen zijn de leden tevreden over de gebruikte plaatjes. Ze vinden dat het blad een goede combinatie heeft van tekst en afbeeldingen. De afbeeldingen zijn ondersteunend voor het verhaal en het maakt de tekst levendiger.

“Ja hoor, kleuren zijn goed, foto's zijn goed. Je hebt ook advertenties maar je hebt ook foto's. Ik ga ervan uit dat het met foto's makkelijker en leuker lezen is dan als er alleen tekst zou zijn. Ik ben van mening hoe meer foto's er zijn hoe makkelijker het leest en hoe beter het dus zal zijn.” (K_144-146)

Een enkeling geeft aan meer waarde te hechten aan de inhoud dan de afbeeldingen en let er daarom niet al te veel op.



4.4 Advertenties

De meningen over de advertenties in het blad zijn verdeeld. De meerderheid van de leden geeft aan de advertenties niet altijd even handig geplaatst te vinden en de hoeveelheid advertenties aan de hoge kant te vinden. Echter geven ze ook aan begrip te hebben voor het feit dat het blad gefinancierd moet worden. *“Ik snap dat er advertenties nodig zijn om het blad te drukken, maar hier staan er wel echt erg veel in.”* (C_131-132)

De advertenties die twee pagina's beslaan, worden door de leden als storend ervaren. Daarnaast geeft een aantal leden aan de advertenties erg oubollig te vinden. *“Het gaat allemaal over stapstoelen en rollators en daar zitten dit soort dingen in allemaal en dat vind ik oubollig. Ja, daar kunnen zij misschien niets aan doen, maar dat maakt het gewoon een 70+ blad.”* (A_194-196)

Enkelingen zijn wel positief over de advertenties, zij geven zelfs aan er gebruik van te maken.

4.5 Specifieke rubrieken

Opvallend is dat de leden aangeven nauwelijks gebruik te maken van de inhoudsopgave. Ze gebruiken die niet als leidraad voor het magazine. *“Nou, dan ga ik bladeren. De inhoudsopgave lees ik eigenlijk niet. Terwijl je dat eigenlijk zou kunnen doen, maar dat doe ik dus niet... Ik kijk op hoofdpijnen.”* (F_535-536)

Of leden het blad van voor naar achter lezen, of het doorbladeren tot ze iets van hun gading zien, terugkomende rubrieken worden vaak niet herkend.

“Ik zou niet weten wat dat zijn. Ik lees ze wel, maar dan weet ik niet dat het een vaste rubriek is.” (H_698)

“Nee... Tja.... Kijk er zijn niet zo heel veel vaste rubrieken.” (I_802), zegt een ander lid. Na enig denken nuanceert hij: *“Ja, die zijn er wel, van de redactie, vraag en aanbod, het journal. Maar het is niet herkenbaar. Het is niet mijn begeleider als ik het blad lees.”* (I_815-816)

Een ander antwoord op de vraag of het ANBO-journal een vaste rubriek is: *“Is dat zo? Dat weet ik niet eigenlijk.”* (J_603)

Leden bladeren ANBO Magazine veelal volledig door en lezen de artikelen die hen interessant lijken. Ze geven wel aan terugkomende thema's te herkennen als reisartikelen, gezondheid, financiën en de interviews. De rubriek 'Grip' kent de grootste bekendheid en wordt door veel leden herkend en gewaardeerd vanwege de praktische informatie. *“Nou dan ga ik even kijken, waar gaat het over? Want dat 'Grip' dat zegt mij natuurlijk helemaal niks. Nou dan staat hier 'belastingteruggave' daar ben ik altijd voor in natuurlijk. Als er dan staat 'het kan nog', dan denk ik 'hè, wacht even dat moeten we doen.’”* (G_577-579)



4.6 Uitstraling

Vrijwel alle leden zijn van mening dat het blad een positieve uitstraling heeft. Het is een leuk blad en het spreekt hen aan.

“Het is een blad waarvoor je je niet hoeft te schamen als het op de tafel ligt.” (Q_366-367)

4.7 ANBO Magazine nieuwe stijl

Afgezien van een aantal leden dat de ANBO Vizier niet meer kan herinneren, zijn alle andere leden zeer tevreden over de nieuwe stijl van de ANBO Magazine. De nieuwe stijl spreekt hen meer aan omdat het strakkere vormen en kleuren heeft, waardoor ze het als minder truttig en saai ervaren.

“Het is minder truttig geworden vind ik. Ja ja. Hipper hè.” (N_249) Daarnaast wordt het blad nu door de leden meer als een magazine beleefd, omdat er diverse onderwerpen in het blad aan bod komen.

“Ja, dat vond ik dan een verenigingsblaadje. En dit vind ik een mooi blad. Dit vind ik echt een magazine.” (J_690-691)

Een aantal leden is zelfs zo tevreden over het nieuwe blad dat ze aangeven een hogere frequentie van het tijdschrift wel te zullen waarderen.

4.8 Aanbevelingen

Uit het onderzoek is gebleken dat alle leden over het algemeen tevreden zijn over de technische aspecten van het tijdschrift. Enkele aanbevelingen voor het blad zouden zijn:

- Waar rekening mee gehouden kan worden is dat het contrast tussen de letters en een font groot genoeg moeten blijven, ook wanneer het draait om slechts een klein kadertje.
- De ANBO zou er voor kunnen kiezen een nog grotere lettertype te nemen, aangezien enkele leden hebben aangegeven er moeite mee te hebben.
- Advertenties die twee pagina's beslaan worden als negatief ervaren. De ANBO zou deze over verschillende pagina's kunnen verspreiden.
- Vaste rubrieken zouden duidelijker aangeduid kunnen worden, zodat meer lezers ze herkennen.
- Veel lezers scannen de artikelen alvorens ze te lezen. De ANBO zou wellicht meer aandacht kunnen besteden aan heldere koppen, praktisch gebruik van afbeeldingen en citaten, zodat de inhoud van een artikel snel duidelijk is.



5. VERENIGINGSGERELATEERDE ARTIKELN

Binding door het voldoen aan behoeften

Er is meer stof voor discussie over de inhoud van ANBO Magazine. Momenteel wordt er getracht om een mix van verenigingsgerelateerde en lifestyle artikelen aan te bieden. Echter, smaken verschillen. Smaken, behoeften, waarden en daarmee samenhangend ook verwachtingen.

Leden met onderling verschillende behoeften en wensen ervaren het tijdschrift dan ook divers. Leden hebben verschillende doelen binnen hun lidmaatschap en verwachten daarom ook verschillende dingen van de ANBO. Om binding met leden te krijgen en te behouden is het van belang dat er een 'fit' bestaat tussen de behoeften van leden en het aanbod van de vereniging (Hoogers, 2008; Van den Berg, 2008; Bonten, 2005; Dijkstra, 2009, Galle, 2002; Liao-Troth, 2008, Wouters, 2004).

Wat leden willen weten van hun vereniging, de ANBO, en in welke mate, hangt dus af van hun behoefte: de reden dat ze lid zijn geworden en/of de reden dat ze lid blijven. Voor ANBO Magazine betekent dit dat verenigingsnieuws en andere verenigingsgerelateerde artikelen aan meerdere behoeften moeten voldoen. Uit het onderzoek is gebleken dat er vier soorten behoeften te onderscheiden zijn: belangenbehartiging, sociale contacten, korting en informatievoorziening. Leden zijn van mening dat ANBO dit biedt en zoeken de vervulling van deze behoeften (onder andere) in ANBO Magazine. Artikelen die hierover gaan noemen we daarom verenigingsgerelateerde artikelen. In dit hoofdstuk worden kenmerken van de vier soorten behoeften beschreven en de daarbij horende gevolgen voor de behoeften van leden ten aanzien van ANBO Magazine.



5.1 BEHOEFTE aan belangenbehartiging

- *“Ik vond het goed om lid te worden van een organisatie die belangen behartigt” (A_160)*
- *“Ik ben altijd lid van een vakvereniging geweest en toen ik oud werd, werd ik lid van een ouderenvakvereniging” (Q_161-163)*
- *“Ik weet dat ik de ANBO achter me heb staan als de nood aan de man komt”(Q_168)*

5.1.1 Kenmerken

Een belangrijke behoefte van leden is de uitvoering van belangenbehartiging door de ANBO. Leden zien dit als een belangrijke reden om lid te worden en zien ANBO als een vervolg, of alternatief voor de vakbond.

“Ik ben lid geweest van het FNV toen ik nog werkte en op een gegeven moment is dat gestopt en ik vind het wel belangrijk om lid te zijn van een belangenorganisatie en dat was dus de ANBO” (A_93-95).

Ook wordt het lidmaatschap van een ouderenbond veelal als iets vanzelfsprekends gezien. *“Ik zie het haast als een plicht van elke oudere om lid te zijn van een ouderenbond die zorgt en die opkomt voor je belangen” (I_383-384).* Leden spreken van een steuntje, zij ervaren het als iets heel belangrijks dat er hulp bij moeilijke kwesties geboden kan worden. ANBO zorgt daarbij ook voor een groepsgevoel; leden voelen zich mede door de grote achterban met elkaar verbonden.

Leden geven aan dat belangenbehartiging hun enige behoefte binnen de ANBO is, zo wordt het doel van de ANBO als volgt omschreven: *“De belangen van ouderen behartigen, wat dat dan ook zijn” (J_382).* ANBO is het alternatief voor een vakbond of gaat spelen zodra mensen het gevoel krijgen bij de groep ouderen te horen. *“Je bent ouder geworden, er is een vereniging die voornamelijk ook de belangen van ouderen bedient , dan vinden we dat je daar lid van moet worden” (J_163-165).*



Verenigingsartikelen – Binding door het voldoen aan behoeften

Opvallend is dat leden die behoefte hebben aan belangenbehartiging een erg breed scala aan belangen noemen. Belangenbehartiging wordt gezien als een grote overkoepelende term. Een omschrijving die vaak terugkomt is ‘het opkomen voor de rechten van de ouderen.’

“Nou ja dat ze opkomen voor de ouderen hè, om het zo maar te noemen. Dat ze bijvoorbeeld zo’n dagje regelen om de OV-chip uit te leggen. Dat ze toch dingen proberen te vergemakkelijken.”(L_92-93)

Binnen dat overkoepelende begrip belangenbehartiging kan onderscheid gemaakt worden tussen twee soorten belangen, praktische zaken voor het individu en belangen voor ouderen in algemeen. Bij dit laatste komt het solidariteitsgevoel veelal om de hoek kijken, vooral bij ouderen van na 1945 of ouderen die zich nog heel vitaal voelen. *“Ik heb het nu zelf nog niet nodig, maar ik vindt het wel goed dat het er is voor mensen die behoefte hebben aan steun” (Q_175-177)*. Bij hen is ANBO ook een zekerheidje voor later, als ze ANBO wel nodig denken te hebben. *“Ik weet dat ik de ANBO achter me heb staan als de nood aan de man komt” (Q_168)*

Onderwerpen betreffende zorg- en woonfaciliteiten worden specifiek genoemd. Deze zaken worden belangrijk geacht voor de toekomst, de tijd dat men zelf niet meer in staat is om hier invloed op uit te oefenen.

“De waarden van de ANBO zitten voor mij in het feit dat ze opkomen voor de ouderen en voor de wat zwakkeren in de samenleving wat ouderen betreft” (N_80-81).

Leden geven aan dat zij verschillend invulling geven aan het onderwerp belangenbehartiging. Belangenbehartiging is voor hen dat wat bindend is aan de ANBO. Wat leden belangrijk vinden met het oog op belangenbehartiging zijn onderwerpen zoals:

Veiligheid; *“Wat ik bijvoorbeeld belangrijk vind is veiligheid. Dat vind ik een belangrijk thema, dat daar aandacht aan besteed wordt”*. (J_396-397)



Verenigingsartikelen – Binding door het voldoen aan behoeften

Belastingen; *“Ik zeg die belastingdienst die ze dus hebben, dat is gewoon hartstikke goed, want die mensen denken wat moet ik ermee en dat er dan dus mensen zijn die je daarbij helpen, dat vind ik goed dat dat er is”.* (Q_179-181)

Pensioenen en verzekeringen; *“Als ze praten over de hoogte van pensioenen, of verzekeringen die er voor ouderen zijn. Of van mijn part dingen die wat verder weg liggen. Dan denk ik dat past wel in het beeld. Dat hoort bij mijn idee bij het totale activiteitenprogramma van de ANBO.”* (G_335-338)

Werkgerelateerde kwesties; *“Een vereniging die werknemers helpt bij problemen met hun werkgever”.* (G_313)

De aandacht voor onderwerpen bestaat voornamelijk omdat zij er zelf weinig grip op kunnen krijgen en omdat de ANBO hier een verduidelijkende rol in kan spelen voor haar leden. Tegelijkertijd zijn dit belangen die vaak spelen in het leven van de leden en die ze behartigd willen zien in de landelijke als wel de lokale politiek.

Ondanks deze specifieke behoeften kunnen mensen die lid zijn van de ANBO vanwege hun behoefte aan belangenbehartiging hun binding met de ANBO niet altijd nauwkeurig onder woorden brengen. Die binding is wel aanwezig, ze hebben iets in overeenkomst: *“Ik denk in eerste instantie dat je een binding aangaat als je ziet dat je iets gemeenschappelijks hebt”.* (A_146-147) Dat die binding vaak als ‘losjes’ wordt ervaren komt ook doordat ANBO veel gezien wordt als een soort vakbond die er voor het lid is als hij het nodig heeft. *“Ik ben lid voor het geval dat en als dat geval zich niet voordoet zal niemand er iets van merken dat ik daar lid van ben.”* (G_287-288). ANBO speelt in een dergelijk geval geen grote rol in iemands persoonlijke levenssfeer. Toch vindt zo’n zelfde lid het wel belangrijk dat ANBO zich richt op de belangen van ouderen in het algemeen, de eerder genoemde solidariteit:

“Ik denk niet dat die binding sterker hoeft te worden. Het is ook eenzijdig natuurlijk hé. Zij poneren wel. Maar of er reactie komt, dat hangt van die anderen (ANBO-leden red.) af. Dat kunnen zij niet doen. Alleen de manier waarop ze zich positie geven in Nederland, dat bepalen ze zelf, nou en dat is redelijk stevig.” (G_443-446)



Wanneer gekeken wordt naar de mate waarin de behoefte aan belangenbehartiging wordt vervuld valt op dat hier redelijke tevredenheid over heerst. *“Wat ik bijvoorbeeld heel erg aardig vond en dat is natuurlijk heel actueel met de economische crisis, dat is natuurlijk dat die pensioenfondsen toch een beetje scherp spel hadden gespeeld met ingelegde gelden en daar hebben zij zich ook in verdiept en heel veel informatie over gegeven”* (A_125-127)

Dat vertrouwen in een goede uitvoering is bijzonder, aangezien leden het proces van belangenbehartiging niet als transparant beschouwen. *“Ik vind dat ANBO het over het algemeen wel goed doet, maar ze maken dat te weinig zichtbaar. Dat is natuurlijk een manco van veel besturen, dat je niet ziet wat er gebeurt en daardoor wordt de afstand ook groter denk ik. En dat is op zich wel jammer”*(I_393-395)

5.1.2 ANBO Magazine

ANBO Magazine wordt door leden als het enige communicatiemiddel van de ANBO gezien. Via het tijdschrift lezen zij de artikelen die gaan over belangenbehartiging, hun eigen belangen alsmede de belangen van de groep ouderen in de samenleving. Voor leden heeft ANBO Magazine dus wel degelijk een bindende rol.

“Ik denk dat dat ook de enige binding is die je voelt. Je weet dat het er is, maar de relatie tussen het lid zijn en de vereniging, ik denk dat die in hoge mate wel in dat blad tot uitdrukking komt.”(J_504-505)

Voor de informatieve en actuele onderwerpen in ANBO Magazine zorgen er voor dat leden een beeld krijgen van wat de ANBO precies doet. De behoefte aan informatie over belangenbehartiging in ANBO Magazine is er, leden zijn op zoek naar herkenning van belangenbehartiging en geven aan dat het blad zich te weinig richt op belangenbehartiging. *“Er zitten ook stukjes in dat je denkt het lijkt de Libelle wel.”* (I_461)

Natuurlijk moet ANBO Magazine aan de vele behoeften van vele mensen voldoen, zo begrijpen ook de leden, maar artikelen over verenigingsactiviteiten aangaande belangenbehartiging worden node gemist.

“Je beschouwt het als een verenigingsblad. Maar een verenigingsblad... Dan hoor je wat te horen over de vereniging! En dat zit er meer heeel weinig in.” (I_473-474)



5.1.3 Aanbeveling

- De ANBO zou in ANBO Magazine meer inzicht kunnen geven in haar activiteiten aangaande belangenbehartiging, zodat leden een duidelijker beeld van de organisatie krijgen.



5.2 BEHOEFTE aan sociale contacten

- *“Ik ben op zoek naar iemand om samen dingen mee te ondernemen.” (P_61)*
- *“Eigenlijk ben ik lid geworden van de ANBO om me in te zetten voor andere mensen.” (D_73)*

5.2.1 Kenmerken

Ook mensen met behoefte aan sociale contacten vinden hun weg naar de ANBO. Aan deze behoefte wordt op twee manieren invulling gegeven:

1. Door deel te nemen aan activiteiten
2. Door te zorgen voor anderen binnen de groep

Leden met behoefte aan sociale contacten nemen deel aan activiteiten en maken graag gebruik van de uitgaansmogelijkheden die ANBO biedt. Lang niet altijd is er (nog) behoefte aan vaste relationele contacten, vaak gaat het om de gezelligheid en het contact op dat moment.

“Ik wilde een contactadvertentie in het ANBO blad plaatsen maar daar was dan een lange wachtlijst voor, ik geloof wel 3 of 4 maanden. Ik heb toen uiteindelijk maar gewoon in de krant een advertentie geplaatst. Ik was niet op zoek naar een nieuwe partner, daar begin ik nu echt niet meer aan, nee maar meer naar iemand ja om gewoon samen dingen mee te ondernemen..”(P_57-61)

De georganiseerde activiteiten verschillen per lokale afdeling. In sommige afdelingen wordt het aanbod door de leden als oubollig ervaren. De focus ligt dan op sociale activiteiten zoals bingo en sjoelen.

‘Nou ik vind dat echt ouwe activiteiten. Ik vind dat niks’ (F_326)

Deze leden geven aan behoefte te hebben aan een breder, ander aanbod van activiteiten zoals cursussen waarbij sprake is van ontplooiing en ontwikkeling maar waarbij de sociale contacten ook een rol spelen. Een goed voorbeeld is de leesclub.

Buiten de ‘gewone’ leden zijn er ook leden die gekozen hebben voor actieve deelname middels een bestuursfunctie bij de lokale afdeling.

“Bij die gezellige bestuursvergaderingen zijn... Ik ben een harde klever, als ik ergens ben en het is ergens leuk, gezellig en zo dan blijf ik hangen.”(C_112-113)



Leden die hun behoefte aan sociale contacten invullen door te zorgen voor anderen voelen zich vitaal en zijn maatschappelijk actief. Hierbij ligt het accent op vrijwilligerswerk en (mantel)zorg en zorg voor elkaar. Het participeren in organisaties en het beoefenen van vrijwilligerswerk en bestuurlijke activiteiten geeft hen het gevoel waardevol bezig zijn.

“Eigenlijk ben ik lid geworden van de ANBO om me in te zetten voor andere mensen.” (D_73)

5.2.2 ANBO magazine

Leden die hun behoefte invullen door deel te nemen aan sociale activiteiten ervaren de onderwerpen die aan de orde komen in ANBO magazine als onderscheidend van andere tijdschriften. Men geeft aan het blad volledig te lezen onder andere omdat het aansluit bij de leeftijdsgroep. Zo geven enkele leden aan normaal niet geïnteresseerd te zijn in politiek maar wanneer de focus op de ouderen ligt, wordt het artikel wel interessant gevonden. Met het reisaanbod specifiek voor ouderen voldoet het blad aan een behoefte van deze leden. Eén van de respondenten stelde dat hij ANBO magazine las omdat hij toch wat te lezen moest hebben.

Ondanks het feit dat ANBO Magazine door de leden met een behoefte aan sociale contacten uitgebreid wordt gelezen, leidt dit niet tot meer binding met de ANBO.

Vooraf bij leden die niet actief participeren binnen een bestuur is er behoefte aan informatie betreffende georganiseerde activiteiten. *“Wat ik mis in deze bladen is toch altijd wat ANBO nog meer aan activiteiten heeft dan alleen mijn buurtgebeuren.” (F_773-774)*

Een deel van die behoefte wordt vervuld door de informatie uit het lokale verenigingsblad, maar leden die willen weten wat er bij andere lokale afdelingen georganiseerd wordt vinden dit onvoldoende terug in ANBO Magazine. In het lokale blad worden activiteiten genoemd waarbij leden met elkaar in contact komen en het lezen van het ANBO blad van de lokale afdeling draagt daardoor wel bij aan binding omdat op lokaal niveau meer mogelijkheden zijn voor tweerichtingsverkeer

Wat verder opvalt is dat de binding van ‘gewone’ niet-bestuursleden met de landelijke ANBO niet groot is. Er wordt dus door zowel ‘gewone’ leden als leden met een bestuursfunctie de meeste binding gevoeld met de ANBO van de lokale afdeling. ANBO wordt op nationaal niveau als een grote anonieme organisatie ervaren.

“Ja ja goeie god, nou met zoveel mensen kun je toch geen binding hebben, dat kan toch niet hoeveel leden zei je 490.000?”(P_180-181)



Verenigingsartikelen – Binding door het voldoen aan behoeften

Leden die hun behoefte invullen door zorg voor anderen noemen eveneens het belang van wederkerigheid en dat dit vooral op lokaal niveau wordt ervaren. Een mogelijke oplossing hiervoor zou zijn om in het magazine naast landelijk nieuws ook provinciaal en lokaal nieuws aan de orde te laten komen.

“Ze zouden de ene keer iets over Limburg kunnen zetten, de ander keer Brabant of Gelderland ik zeg maar wat, zodat het provinciale meer aan zal spreken”(M_374-376).

5.2.3 Aanbevelingen

- Door meer aandacht aan te geven aan het activiteitenaanbod van de ANBO en haar afdelingen zou de ANBO haar leden meer inzicht in de mogelijkheden van de vereniging kunnen bieden.
- Het gevoel van massaliteit in de relatie met het landelijk bureau en een gemis aan wederkerigheid zou mogelijk verminderd kunnen worden door een colofon in elk magazine met daarin verwijzingen naar de lokale afdelingen, websites en telefoonnummers.
- Een vaste rubriek met daarin steeds een andere lokale afdeling leidt tot ‘een kijkje in de keuken’ bij andere afdelingen. Hierdoor zou ook het gevoel van binding tussen de ANBO-afdelingen onderling versterkt kunnen worden.
- Leden geven aan graag een uitbreiding te zien van het aanbod in cursussen die bijdragen aan de persoonlijke ontwikkeling. Gekeken kan worden of hier mogelijkheden voor zijn.



5.3 BEHOEFTE aan kortingen

- *“Ik ben lid van de ANBO maar dat is in feite omdat ik dan de kortingen op de ziektekosten krijg.”*

5.3.1 Kenmerken

De ANBO kent ook leden die lid zijn vanwege hun behoefte aan voordelen en kortingen. Opvallend is dat deze leden tot de ‘jongere’ categorie ouderen behoren, geboren na 1945. Deze leden zijn niet actief binnen de ANBO, dit wil zeggen dat het geen bestuursleden zijn en ze ook niet deelnemen aan de door ANBO georganiseerde uitjes.

Men heeft in eerste instantie enkel behoefte aan kortingen en voordelen op de zorg. Ze willen nu nog niet als oudere gezien worden, maar geven wel aan dat hun behoefte gedurende het lidmaatschap kan veranderen.

(...)en ik voel mezelf nog te jong en te actief om daar in het gebouw aan bepaalde activiteiten mee te doen. En dat is dus voor mij ook een reden om daar verder afstand van te houden. Maar misschien dat je later zegt: Ja ik heb eigenlijk nog maar heel weinig en ik kan weinig. Dan is het dus heel leuk om daar toch gebruik van te maken want er worden leuke dingen gedaan en georganiseerd.” (B_105-109)

Deze ‘jongere’ leden hebben zich nog nauwelijks in de ANBO verdiept. Het voornaamste wat zij verwachten van hun ANBO-lidmaatschap zijn de kortingen op de zorgverzekering. Doordat de leden via hun lidmaatschap korting ontvangen, wordt door de ANBO aan hun behoeften voldaan. Hoewel ze op dit moment alleen behoefte te hebben aan kortingen op, onder andere, hun verzekering, geven ze aan in de toekomst wellicht andere behoeften te ontwikkelen en meer van de ANBO te verwachten.

“Ja, dat ik misschien over een jaartje wel iets mee ga doen. En wel actief wil worden binnen de ANBO en misschien dan wel binding zal krijgen met de ANBO, ja dan zal ik me ook wel meer voor inzetten. Nu op dit moment nog niet.” (K_76-78)

Naast de behoefte aan kortingen, vinden de leden het een goede zaak om lid te zijn van een bond omdat je niet weet wat de toekomst je zal brengen:

“Ik ben lid geworden en ik dacht dan heb je altijd... het is niet zo dat als het zo ver is, dat je dan pas kunt genieten. Nee, ik wilde al voor de zekerheid lid zijn van een bond. En het was ook zo dat als je



dus lid bent van de ANBO, je ook collectief verzekerd kan zijn. Je krijgt korting bij een zorgverzekering. Dus daar was het eigenlijk meer om.” (L_94-98)

Opvallend is dat leden met behoefte aan kortingen aangeven geen binding met de ANBO te hebben. De reden hiervoor zou kunnen zijn dat zij in eerste instantie lid zijn geworden van de ANBO vanwege de kortingen en daarom op dit moment verder niets zoeken en verwachten van de ANBO. Wanneer zij wel op zoek zijn naar binding, geven ze aan, zullen ze zich eerder verbonden voelen met de lokale ANBO-afdeling omdat ze liever willen weten wat er in hun gemeente afspeelt. Ze willen actief zijn in hun eigen gemeente en wellicht zelfs aan de activiteiten willen deelnemen.

“Ik wil weten wat er in Breukelen gebeurt en het landelijke maakt mij niet zo veel uit.” (L_128-129)

5.3.2 ANBO Magazine

Leden met behoefte aan kortingen zijn unaniem tevreden over de inhoud van het tijdschrift. Opvallend is dat ze allen aangeven de reisartikelen en artikelen over gezondheid te lezen. De opiniestukken van bekende mensen worden ook vaak gelezen, wel geven ze aan dat dit van het onderwerp en persoon afhangt.

Over het onderscheidend vermogen van het ANBO Magazine delen niet alle leden dezelfde mening. Het ene lid vindt het een gevarieerd blad, dat vrijwel voor iedereen van alle leeftijden interessant is. De ander geeft aan dat het blad onderscheidend is omdat je merkt dat het specifiek voor ouderen is, en de onderwerpen gericht zijn op ouderen.

Op de vraag ‘wat mis je nog in het blad?’, wordt aangegeven dat er behoefte bestaat aan een medische vraagbank in het blad zoals bij de rubriek ‘Vraag en Antwoord’. Een arts kan dan antwoord geven op medische vragen. Leden denken dat artikelen die gaan over wat de zorg allemaal te bieden heeft erg waardevol zouden zijn voor heel veel mensen.

Het tijdschrift wordt wel gezien als een middel om leden te kunnen binden. Voor hen is het namelijk een middel om ze te herinneren aan het lidmaatschap van de ANBO.

“Ja kijk, ik heb geen binding met de ANBO, maar als ik het tijdschrift binnenkrijg dan is het een soort reminder inderdaad dat ik lid ben. Maar het is dus wel een middel om leden te binden, maar nog niet voor mij...” (K_99-101)



5.3.3 Aanbevelingen

- Deze leden zijn lid geworden vanwege de kortingen. Om deze leden te behouden, zou de ANBO naast korting op de zorgverzekering ook kunnen blijven kijken naar kortingen op interessante dagjes uit, aangezien de leden allen aangeven het blad te lezen.
- De leden geven aan in de toekomst wel aan de activiteiten te willen deelnemen. Om dit te stimuleren kan er gedacht worden aan continue promotie van activiteiten binnen de gemeentes en het lokale nieuws.



5.4 BEHOEFTE aan informatievoorziening

- *“Je moet toch op de hoogte blijven van wat er om je heen allemaal gebeurt.”* (O_182-183)
- *“ANBO is een poort naar het ouder worden.”* (F_400)
- *“Mensen op de hoogte houden van de maatschappij, hun gezondheid en ontspanning.”*
(O_190-191)

5.4.1 Kenmerken

De behoefte naar informatievoorziening is te verdelen in twee niveaus, de persoonlijke levenssfeer en daarnaast het maatschappelijk niveau. Met het ouder worden breekt voor mensen een nieuwe periode in hun leven aan. Er is bestaat behoefte aan informatie over de invulling van deze fase en wat daar verder nog bij komt kijken. *“ANBO is een poort naar het ouder worden”* (F_400) Het gaat dan over *“onderwerpen waar je anders niet zo snel aan denkt dat het speelt”* (A_121). Er is niet alleen behoefte aan nuttige informatie over bijvoorbeeld verzekeringen, rijbewijzen en belastingen, ook gezondheid en cultuur en culturele activiteiten zijn belangrijke thema's binnen de informatievoorziening aangaande het ouder worden of oud zijn.

Leden uit deze groep geven ook aan op de hoogte te willen blijven van de maatschappelijke ontwikkelingen. *“Je moet toch op de hoogte blijven van wat er om je heen allemaal gebeurt.”* (O_182-183). De gevolgen van de economische crisis voor pensioenen, de WMO of de toekomst van de AOW zijn hier voorbeelden van. *“Politiek moet er ook altijd in. Want vaak gaat het onderwerp ook ouderen aan hè”* (O_248-249)
“Mensen op de hoogte houden van de maatschappij, hun gezondheid en ontspanning. Dat is toch wel de doelstelling van de ANBO.” (O_190-191)

5.4.2 ANBO Magazine

ANBO Magazine is erg belangrijk voor deze groep, in het bijzonder voor niet-actieve leden. Het wordt gezien als het belangrijkste, zo niet enige, middel om in de behoefte aan informatie te voorzien. Er wordt weinig binding met de ANBO ervaren:

“Voor mij is de binding alleen het binnenkomen van dit blad en het betalen van de contributie.”
(F_750)

De behoefte is informatievoorziening, het ANBO Magazine is de manier waarop aan deze behoefte wordt voldaan. Als alternatief voor het blad als informatievoorziening worden lezingen genoemd.



Verenigingsartikelen – Binding door het voldoen aan behoeften

“Dan zou ik andere leden ontmoeten en je raakt aan de praat, wie weet voel je je dan ook meer verbonden met de landelijke ANBO” (A_235-237)

“Het ANBO Magazine is de manier waarop ANBO bij mij binnenkomt” (F_445)

Praktische/nuttige informatie komt uit de rubriek ‘Grip’, artikelen zijn interessant als het gaat over maatschappelijke of politieke ontwikkelingen, als het gaat om informatie over ouder worden, gezondheid en reizen.

De behoefte van deze groep wordt door middel van het blad op zekere hoogte vervuld.

“Door de bank genomen haal ik er altijd wel wat nuttigs uit.” (A_257-258)

Toch komen er uit deze behoeftegroep ook geluiden dat de behoefte aan informatie over culturele activiteiten nog beter kan worden vervuld.

“Want het ANWB-blad blader ik ook door en pak die artikelen eruit die ik plezierig vind. Maar daar haal ik meer dan uit dit blad.”(F_674-675)

Het blad wordt in die zin als onderscheidend gezien dat het de bewijs is van het lidmaatschap en dat het blad de associatie met ‘ouderen’ heeft.

5.4.3 Aanbevelingen

- Over de inhoud van het ANBO Magazine geven de leden aan meer behoefte te hebben aan informatie over culturele aandacht. ANBO Magazine zou daarom meer aandacht kunnen besteden aan culturele activiteiten, ook voor de zelfstandige senior die zich nog lang niet oud voelt.
- Er wordt ook waarde te gehecht aan informatievoorziening op maatschappelijk gebied. Artikelen over maatschappelijke ontwikkelingen die ouderen aangaan zouden wellicht meer aan bod kunnen komen.



6. LIFESTYLE ARTIKELEN

Binding door de identificatie van waarden.

ANBO Magazine biedt niet alleen verenigingsgerelateerde artikelen, ook lifestyle maakt deel uit van het blad. Ondanks dat informatie van deze artikelen niet de reden was waarom men lid is geworden van de ANBO blijkt uit het onderzoek dat leden deze artikelen toch waarderen. Uit het onderzoek is dan ook gebleken dat deze los gezien kunnen worden van hun behoeften zoals die bovenstaand beschreven staan.

Uit onderzoek van Meyer en Allen (1997) komt naar voren dat affectieve binding de sterkste invloed heeft op de intentie om te blijven. Affectieve binding kan worden omschreven als identificatie en betrokkenheid bij de organisatie. Ook Paull (2002) stelt dat binding wordt versterkt wanneer leden hun waarden terugvinden bij de vereniging.

Waarden geven weer waarin de diverse leden geïnteresseerd zijn en hoe zij daar invulling aan willen geven in hun leven. Gekoppeld aan ANBO Magazine kan dit interessante onderwerpen opleveren wat betreft de inhoudelijke invulling van lifestyle-artikelen. Wanneer leden zich kunnen identificeren met de waarden die een lifestyle-artikel uitstraalt, kan dat de binding met de ANBO versterken.

Wijnne en Groves (2008) hebben enkele waarden beschreven die van invloed zijn op de kwaliteit van het leven van ouderen: ervaren gezondheid, mate van afhankelijkheid en vrijetijdsbesteding.

De ANBO kan binnen al deze gebieden een rol spelen. Tijdens het onderzoek noemden ANBO-leden vier waarden: vrijetijdsbesteding door middel van hobby's, gezondheid, zelfactualisering en mantelzorg (zorg voor gezin/naasten).

Leden kunnen deze waarden op twee manieren terugzien bij de ANBO:

1. Bij door ANBO georganiseerde activiteiten
2. In de diverse rubrieken en lifestyle-artikelen van ANBO Magazine



6.1 Hobby's

De leden die aangeven hun hobby's als waardevol te ervaren, denken verschillend over het terugzien van deze hobby's in de lifestyle artikelen van ANBO magazine. Enerzijds wordt gesteld dat lifestyle-artikelen die ingaan op deze hobby's zoals tuinieren de diepgang missen waaraan deze leden behoefte hebben. Juist doordat deze leden al goed geïnformeerd zijn over dit onderwerp voegt dit weinig toe. Leden geven aan informatie betreffende hun hobby's in specifiekere bladen terug te vinden.

Dit geldt ook voor leden die waarde hechten aan cultuur. Zij geven aan daarvoor andere informatiebronnen te gebruiken om daar over te lezen.

“Daar zijn andere mogelijkheden om daar over te lezen. De eerste de beste krant schrijft over een tentoonstelling, of over een overleden kunstenaar.” (R_1178-1179)

“Want het ANWB-blad blader ik ook door en pak die artikelen eruit die ik plezierig vind. Maar daar haal ik meer dan uit dit blad.” (F_674-675)

Anderzijds wordt gesteld dat ANBO Magazine daarin juist wel een rol kan spelen door kort aandacht besteden aan een onderwerp en als er daardoor bij de lezers interesse gewekt is kunnen zij daar zelf verder informatie over opzoeken.

“Dat men bijvoorbeeld over Kroatië schrijft met een aantal foto's die pakkend zijn ... Dat hoeft niet uitgebreid, want het gaat erom dat de belangstelling wordt gewekt. Als ik dan meer wil weten dan ga ik er een blad erover halen” (J_834-836).

De heren geven aan de artikelen over auto's goed te waarderen. Ze blijven graag op de hoogte van de ontwikkelingen op dit gebied. *“Ja ik kijk naar de stoelen en naar de **autootjes**. Ik heb pas mijn rijbewijs laten verlengen”. (H_702)*

6.2 Gezondheid

De mate van ervaren gezondheid speelt een belangrijke rol. De leden ervaren dat deze waarden door de ANBO ook als belangrijk gezien worden. In de verenigingsgerelateerde artikelen van het magazine en in de lifestyle-artikelen wordt hier regelmatig aandacht aan besteed.

“Je hebt soms hele leuke stukjes over gezondheid dan pikken ze een item daaruit en daar wordt dan kort en krachtig informatie over gegeven, dus echt informatievoorziening” (A_184-186)



6.3 Zelfactualisering

Leden die aangeven waarde te hechten aan ontwikkeling en binnen de ANBO vorm willen geven aan zelfactualisering, doen dit door bijvoorbeeld deelname aan een leesclub of cursus. De ANBO organiseert hiertoe lezingen en cursussen. Over de kwaliteit van deze lezingen en cursussen wordt echter verschillend gedacht.

Zelfactualisering wordt minder terug gevonden in ANBO Magazine omdat het blad hiertoe de diepgang mist. Leden ervaren artikelen die op één of andere wijze kennis toevoegen vaak als te kort en te weinig diepgaand om bij te dragen aan hun ontwikkeling.

“Ja, een artikel over het wakker schudden van stamcellen heeft dan mijn interesse. Dan zou ik daar een groter, uitgebreider artikel over willen hebben.” (F_740-741)

Bij zowel de waarden vrijetijdsbesteding door middel van hobby's als zelfactualisering wordt vooral door leden geboren na 1945 aangegeven dat ze invulling van deze waarden slecht terug zien bij de ANBO. Zij ervaren dat bij de invulling van deze waarden de focus van de ANBO vooral op de oudere leden ligt. Als voorbeeld noemen ze hierbij de door de lokale ANBO aangeboden groepsactiviteiten zoals sjoelen en bingo. Ook in het ANBO magazine wordt hieraan geen invulling gegeven.

6.4 Mantelzorg (zorg voor gezin/naasten)

Niet alle leden die de zorg voor hun gezin of voor ouders als waarden noemen verwachten dit terug te zien bij de ANBO.

“Ik weet dat ze heel veel doen (zorg) voor de ouderen en dat vind ik een heel goed streven.” (B_103)

Dit wordt niet teruggezien in het ANBO Magazine. Er is behoefte aan informatie over praktische onderwerpen die met mantelzorg te maken hebben.

“Want een thuiszorgwinkel heeft dus kennis op allerlei gebied, niet alleen voor ouderen maar ook voor jongeren zo veel te bieden, bijvoorbeeld hulpmiddelen en dat soort dingen, daar mag best wel wat aandacht aan besteed worden.” (B_306-309)



6.5 Aanbevelingen

- Bij lifestyle artikelen die gaan over hobby's zouden een inleidende toon centraal kunnen staan. Als er daardoor bij de lezers interesse gewekt is kunnen zij daar zelf verdere informatie over opzoeken. Het is dan wel van belang dat er verwijzingen worden gemaakt naar bronnen die meer specifieke informatie bevatten. Wellicht kan de website van de ANBO hier ook een rol in spelen.
- Leden hebben behoefte aan artikelen die bijdragen aan hun ontwikkeling op het gebied van bijvoorbeeld wetenschap of filosofie. Zulke artikelen zouden een vaste plaats kunnen krijgen in ANBO Magazine.
- Er is behoefte aan informatie over praktische onderwerpen die met mantelzorg te maken hebben.



7. AANBEVELINGEN OP EEN RIJ

7.1 Lay out

- Waar rekening mee gehouden kan worden is dat het contrast tussen de letters en een font groot genoeg moeten blijven, ook wanneer het draait om slechts een klein kadertje.
- De ANBO zou er voor kunnen kiezen een nog grotere lettertype te nemen, aangezien enkele leden hebben aangegeven er moeite mee te hebben.
- Advertenties die twee pagina's beslaan worden als negatief ervaren. De ANBO zou deze over verschillende pagina's kunnen verspreiden.
- Vaste rubrieken zouden duidelijker aangeduid kunnen worden, zodat meer lezers ze herkennen.
- Veel lezers scannen de artikelen alvorens ze te lezen. De ANBO zou wellicht meer aandacht kunnen besteden aan heldere koppen, praktisch gebruik van afbeeldingen en citaten, zodat de inhoud van een artikel snel duidelijk is.



7.2. Verenigingsnieuws – binding door het voldoen aan behoeften

BEHOEFTE: BELANGENBEHARTIGING

- ANBO zou er goed aan doen om eenheid tussen de verschillende organen van de ANBO te bevorderen.
- De ANBO zou een duidelijker beeld over de invulling van belangenbehartiging kunnen geven, aangezien de leden aangeven hier behoefte aan te hebben.
- Meer verenigingsnieuws in het ANBO Magazine wordt gewaardeerd door de lezers.

BEHOEFTE: SOCIALE CONTACTEN

- Een gevoel van wederkerigheid zou versterkt kunnen worden door vermeldingen van lokale afdelingen te plaatsen en de telefoonnummers.
- Je kunt het onderlinge gevoel tussen de ANBO afdelingen versterken door een vaste rubriek te plaatsen met daarin steeds een andere lokale afdeling.
- De ANBO zou een meer divers aanbod van cursussen kunnen bieden die aansluit bij de behoefte van haar leden.

BEHOEFTE: KORTINGEN

- Om deze leden te behouden, zou de ANBO voor kortingen moeten blijven zorgen. Niet alleen op de zorgverzekering maar ook interessante dagjes uit.
- De ANBO zou er goed aan doen de leden op de hoogte te houden van de georganiseerde activiteiten en dezen te promoten. Wellicht dat hier in de toekomst aan deel wordt genomen.
- De ANBO zou voor deze groep meer aandacht kunnen besteden aan lokaal nieuws.

BEHOEFTE: INFORMATIEVOORZIENING

- In het tijdschrift kan meer aandacht worden besteed aan culturele activiteiten. Ook voor de zelfstandige senior die zich nog niet oud voelt.
- Daarnaast zouden ook meer artikelen over maatschappelijke ontwikkelingen die ouderen aangaan geplaatst kunnen worden in het ANBO Magazine.



7.3. Lifestyle artikelen - Binding door de identificatie van waarden.

- Bij lifestyle artikelen die gaan over hobby's zouden een inleidende toon centraal kunnen staan. Als er daardoor bij de lezers interesse gewekt is kunnen zij daar zelf verdere informatie over opzoeken. Het is dan wel van belang dat er verwijzingen worden gemaakt naar bronnen die meer specifieke informatie bevatten. Wellicht kan de website van de ANBO hier ook een rol in spelen.
- Leden hebben behoefte aan artikelen die bijdragen aan hun ontwikkeling op het gebied van bijvoorbeeld wetenschap of filosofie. Zulke artikelen zouden een vaste plaats kunnen krijgen in ANBO Magazine.
- Er is behoefte aan informatie over praktische onderwerpen die met mantelzorg te maken hebben.



7.4. ANBO in de toekomst

Zoals gesteld speelt individualisering een rol in het hedendaagse verenigingsleven. Ledenaantallen van veel op ideële grondslagen gebaseerde verenigingen lopen de laatste jaren terug.

Individualisering wordt vaak als de oorzaak gezien. Mensen zouden steeds meer uit zijn op eigenbelang. Wanneer hun vereniging niet meer hun visie vertegenwoordigt gaan zij op zoek naar een alternatief. De verenigingen die erin slagen wel leden aan zich te binden spelen juist in op de individualiseringstrends door leden de mogelijkheid te geven zelf hun lidmaatschap vorm te geven (Van den Berg, 2008).

Uit het onderzoek blijkt nog niet dat ANBO-leden bezig zijn met het zoeken naar alternatieven in het geval hun lidmaatschap niet brengt wat zij daarvan hadden verwacht. Wel zijn er signalen te herkennen die een rol kunnen spelen in de nabije toekomst.

7.4.1 Transparantie in aanbod

De ANBO voorziet haar leden in behoeften van belangenbehartiging en sociale contacten. Leden uit deze behoeftegroepen geven echter aan weinig te zien van dit aanbod. Dit is nu nog niet funest, maar kan dat wel worden in de toekomst. Nu worden nog veel mensen lid vanwege de gewoonte, ze waren immers 'altijd lid van een vakbond', dit is 'meegekregen van huis uit'. De geïndividualiseerde oudere wordt echter doelgericht lid. Wanneer de doelstellingen niet langer overeenkomen met dat van het lid, of wanneer de vereniging niet langer staat voor zijn visie zal hij zijn heil elders zoeken (Van den Berg, 2008, Van der Stel, 2004).

Geïndividualiseerde leden van een vereniging stellen zich de vraag "What's in it for me?" (Hoogers, 2008). Het is daarom voor de ANBO van groot belang dat zij transparantie biedt in haar aanbod, want de verwachting is dat leden in de toekomst anders gaan spreken met hun benen.

7.4.2 Gebruik internet

De geïndividualiseerde oudere die doelbewust op zoek is naar behoeftevervulling maakt in toenemende mate gebruik van internet. Opvallend in dit onderzoek was dat van de ANBO-leden die niet in een afdelingsbestuur zitten niemand gebruik zegt te maken van het digitale aanbod van de ANBO. De internetsite of een nieuwsbrief van de ANBO is door geen enkel lid beschreven. Ondanks het feit dat er wordt aangegeven dat er wel behoefte is naar actuele informatie bijvoorbeeld over belangenbehartiging, wordt er geen gebruik gemaakt van internet. *"Het ANBO Magazine is niet actueel. Een nieuwsbrief per mail zou wel een idee zijn. Die je op de hoogte houdt van actuele ontwikkelingen. De ANBO kan goed dingen vertalen. Wat er in de Tweede Kamer gebeurt en dat vertalen, wat de gevolgen voor de ouderen zijn."* (J_659-662)

Naar verwachting zullen leden in de toekomst meer gebruik maken van internet. Geïndividualiseerde leden zullen daardoor hun weg naar het aanbod van ANBO een stuk gemakkelijker kunnen vinden. Er liggen voor de ANBO nog veel mogelijkheden in het gebruik van internet.

7.4.3 Alternatieven voor ANBO Magazine

Naast het gebruik van digitale nieuwsbrieven noemen leden nog enkele alternatieven. Gebruik van TV en radio komt ten goede aan de transparantie. Ook wordt gesteld dat de werving van nieuwe leden, wat het meest succesvol gebeurt door middel van mond-tot-mondreclame (Galle, 2002), door middel van televisieprogramma's een stuk beter werkt dan met een magazine.

“Dan heb je een leuk programma om half 6 en dan zeg je tegen vrienden: dat moet je eens kijken, dat is zo'n leuk programma. En dan kijken ze dat en dan vinden zij dat ook leuk en dan worden zij ook lid.” (J_664-666).

ANBO wordt vaak gezien als ver weg. Leden noemen het organiseren van evenementen als middel om meer binding te creëren. Dit zou voorzien in behoefte aan zowel inzicht in belangenbehartiging, sociale contacten als informatievoorziening.



8. CONCLUSIE

In dit onderzoek is gebleken dat zowel voor de ANBO als voor de leden geldt dat 'ieder lid telt'. Vanuit de ANBO zijn er verschillende manieren waarop binding met haar leden plaatsvindt. Naar aanleiding van die bevindingen zal er uiteindelijk een antwoord volgen op de vraag:

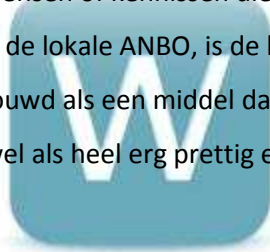
Hoe ervaren de leden de binding met de ANBO en welke rol speelt ANBO Magazine daarin?

Binding kan op meerdere wijzen worden benaderd. In dit onderzoek gebruikten wij er twee. De 'fit' tussen verwachtingen en behoeften van leden en het aanbod van de ANBO (Hoogers, 2008; Van den Berg, 2008; Bonten, 2005; Dijkstra, 2009, Galle, 2002; Liao-Troth, 2008, Wouters, 2004) en de identificatie door leden van de waarden van de ANBO (Paull, 2002) Ook beschreven leden zelf hun binding met de ANBO.

Er zijn binnen het lidmaatschap vier behoeften te onderscheiden: belangenbehartiging, sociale contacten, kortingen en informatievoorziening. Deze behoeften en de mate van vervulling hebben gevolgen voor de binding van de leden met de ANBO. Al kunnen leden de binding zelf anders ervaren.

Leden die lid zijn vanuit het oogpunt van *belangenbehartiging* maken onderscheid tussen binding met de lokale ANBO en het landelijke orgaan ANBO. Binding met de lokale afdeling van de ANBO is er wanneer mensen participierend lid zijn of een bestuursfunctie vervullen. Binding met het landelijke orgaan vindt plaats door middel van ANBO Magazine. Binding met de ANBO lokaal en landelijk hangt niet heel erg samen. Leden kunnen lokaal actief zijn en geen enkele binding met de ANBO landelijk voelen, maar andersom kunnen ze ook binding met de ANBO voelen door middel van ANBO Magazine, maar geen binding hebben met de lokale verenigingen. Leden zijn redelijk tevreden over de mate waarin de behoefte naar belangenbehartiging wordt vervuld. Wel geven zij aan dat inzicht in de belangenbehartiging door middel van ANBO Magazine tekortschiet. Zij ervaren de binding met ANBO als 'losjes'. Meer binding wordt er ook niet verlangd aangezien zij de ANBO vaak ervaren als een soort vakbond die er voor het lid is als hij het nodig heeft.

Leden die lid zijn vanuit het oogpunt van *sociale contacten* geven aan dat die behoefte vooral vervuld wordt door de sociale contacten met mensen of kennissen die ook lid van de ANBO zijn. Aangezien zij deze contacten voornamelijk vinden bij de lokale ANBO, is de binding daar het grootst mee. Het lezen van ANBO Magazine, wordt niet beschouwd als een middel dat leidt tot meer binding met de ANBO, wat niet wegneemt dat het tijdschrift wel als heel erg prettig en interessant wordt ervaren.



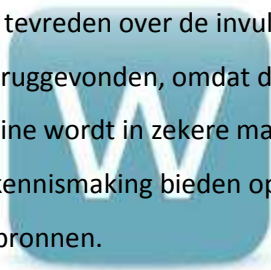
Leden die lid zijn geworden vanwege hun behoefte aan *kortingen* geven aan dat zij geen binding hebben met de ANBO. Zij zijn lid geworden vanwege de kortingen en zijn hier tevreden over. Ze hebben momenteel nog geen verwachtingen van de ANBO. Wel is het zo dat deze mate van binding nog kan veranderen op het moment dat deze leden wel meer gebruik maken van de diensten van de ANBO, ze voelen zich nu nog te jong. Tevens verwachten deze leden dat zij meer binding met de ANBO op lokaal niveau dan op landelijk niveau zullen ervaren. Wel wordt het ANBO Magazine gezien als een middel dat leden kan binden. Voor veel leden is het een herinnering aan hun lidmaatschap.

De leden die lid zijn geworden vanwege de *informatievoorziening* ervaren weinig binding met de ANBO. Zij maken graag gebruik van de informatie die wordt verstrekt in ANBO Magazine, maar beschouwen dat niet zozeer als een specifiek middel dat leidt tot binding met de ANBO. Het blad wordt louter gezien als bewijs van het lidmaatschap. De behoefte van deze leden om informatie te verkrijgen wordt in zekere mate vervuld, toch wordt er een gemis aan informatie over culturele activiteiten ervaren.

Opvallend is dat de mate waarin behoeften worden vervuld niet altijd leidt tot een gevoel van binding. Ieder lid heeft een doel voor ogen. Ieder lid telt zijn voordelen. Behoeften worden vervuld, toch zeggen leden weinig binding te ervaren. Die binding wordt ook lang niet altijd verlangd. De ANBO op nationaal niveau wordt vooral een faciliterende rol toebedacht als het gaat om belangenbehartiging, informatievoorziening en kortingen. Wanneer er wel sprake is van binding met de ANBO wordt dit op lokaal gebied ervaren. Vooral vervulling van de behoefte aan sociale contacten leidt hier tot binding.

Toch geeft geen van de respondenten aan de ANBO snel te willen verlaten. Ze vinden er wat ze zoeken. Aan hun behoeften wordt voldaan, of er is vertrouwen dat dit in de toekomst nog zal gebeuren. Daarbij lijkt ook mee te spelen dat de individualisering bij ouderen, het doelbewuste lidmaatschap zoals Hoogers (2008) dat beschrijft, nog geen dominante rol lijkt te spelen. Veel leden worden en blijven lid uit gewoonte, ze hebben dit van huis uit meegekregen, en/of zij zijn het überhaupt niet gewend een lidmaatschap op te zeggen.

Over de herkenning van waarden tenslotte, kan gesteld worden dat leden hun waarden terugzien in de ANBO door middel van ANBO Magazine. Zo komt de aandacht voor hobby's terug in ANBO Magazine. Toch is men niet onverdeeld tevreden over de invulling hiervan. Informatie betreffende hobby's wordt in specifiekere bladen teruggevonden, omdat die gedetailleerder beschrijven. Dat hiervoor geen ruimte is in ANBO Magazine wordt in zekere mate begrepen. Een oplossing kan worden gevonden in artikelen die een kennismaking bieden op een bepaald gebied met daarbij een verwijzing naar specifiekere informatiebronnen.



Ook het begrip ervaren gezondheid zien leden terug bij de ANBO. In de verenigingsgerelateerde artikelen van het magazine en in de lifestyle-artikelen wordt hier regelmatig aandacht aan besteed. Waarden aangaande zelfactualisering worden bij ANBO herkend, activiteiten worden echter door een grote groep als oubollig ervaren, artikelen in ANBO Magazine zijn niet diepgaand genoeg. Mantelzorg wordt niet teruggezien in het ANBO Magazine, terwijl er wel behoefte is aan informatie over praktische onderwerpen die met mantelzorg te maken hebben. Gesteld kan worden dat leden hun waarden herkennen bij de ANBO, maar de praktische invulling schiet voor een deel van de leden, voornamelijk zij die geboren zijn na 1945, tekort.

Ieder lid is zich bewust van de mate waarin zijn behoeften worden vervuld. Ieder lid herkent wel waarden bij de ANBO. Ieder lid telt wel degelijk zijn voordelen. En er bestaat binnen de ANBO ruimte om deze te vergroten als er onderscheid wordt gemaakt tussen de verschillende wensen van de leden en dit onderscheid duidelijk naar voren komt in ANBO Magazine. Dan zal nog duidelijker blijkt dat ook voor de ANBO ieder lid telt. Hiervoor is nog tijd. Leden spreken nog niet met hun benen. Nog niet.



9. LITERATUURLIJST

- Berg, E. van den, Hart, J. de *Brede betrokkenheid in lightversies VM – Verenigingsmanagement*, december 2008, p. 23
- Galle, R.C.J. e.a. (2002) *Handboek voor bestuurders en managers van verenigingen*, Elsevier: Den Haag
- Hoogers, J. *Experiecemarketing voor verenigingen VM – Verenigingsmanagement*, december 2008
- Kuperus, M. Schmidt, D. Peerenboom, S. *Afdelingen en hun onderhoud VM – Verenigingsmanagement*, april 2009
- Liao-Troth, M. (2008) *Challenges in Volunteer Management*, Information Age Publishing: New York
- Meyer, J.P. & Allen, N.J. (1997) *Commitment in the Workplace: Theory, Research en Application*, Thousand Oaks: Londen
- Mowday, R.T., Porter, L.W. & Steers, R.M. (1982) *Employee-Organization Linkages: The psychology of Commitment, Absenteeism, and Turnover*. Academic Press: New York
- Wijnne, R.J.Groves, D.L., (2008) *Life span approach to understanding coping styles of the elderly, Scandinavian Journal of Caring Sciences*, Volume 15 issue 3, p 195-202
- Wouters, T. *Verouderde beeldvorming nekt belangenverenigingen VM Verenigingsmanagement*, juni 2004
- Stel, J. van der (2004) *Individualisering, zelfbeheersing en sociale integratie* in Schnabel, P. e.a. (2004) *Individualisering & Sociale integratie*, SCP: Den Haag
- Schnabel, P. e.a. (2004) *Individualisering & Sociale integratie*, SCP: Den Haag



