**Verslag Seniorenoverleg Herentals – Tweede Open Sessie**

1. ***Een seniorenoverleg, hoe willen jullie dat organiseren? Stel: jullie willen als groep senioren regelmatig samenkomen om jullie stem te laten horen. Hoe zou zo’n overleg er voor jullie best uitzien?***

Feedback:

* Formeel vergadermoment voor concrete vertaling van het ouderenbeleidsplan
* Inspraak moet mogelijk zijn
* Adviesraad naar de gemeente toe
* De agenda wordt bepaald door wat er in het ouderenbeleidsplan staat
* Mix van mensen, senioren
* Moet zo breed mogelijk zijn
* Mix van adviesraad en infomomenten
* Adviesraad: engagement wie deelneemt voor een legislatuur. Zowel leden van verenigingen als individuele senioren, moet een brede mix van de seniorenbevolking weergeven, een kerngroep van 10 à 15 personen, dagelijks bestuur, aangestuurd door een seniorenconsulent, inhoudelijke voorbereiding door lid van de raad over bepaalde thema’s
* Inspiratiemomenten: openbare denkmomenten, voor alle senioren, die input geven aan de adviesraad, door middel van bijvoorbeeld een ideeënbus en oproep in de stadskrant om breed te communiceren, terugkoppeling naar de raad
* Wisselwerking tussen engagement van senioren naar de stad toe, maar ook omgekeerd
* Communicatie via een ‘seniorenblad’, of een toevoeging in de stadskrant, kort verslag in de stadskrant, verslagen ook geprint ter beschikking in de dienstencentra, opnemen in het maandbladje van de dienstencentra
* Seniorenconsulent: werkt samen met de adviesraad en staat in nauw contact met de senioren
* In de bib een seniorenhoekje installeren
* Doel: grote betrokkenheid van de senioren
* Startmoment om doel van het seniorenoverleg te duiden aan een breed publiek
* Daarnaast ook informele momenten organiseren
* Woonzorgcentra ook blijven betrekken
* Om de 3 maanden, andere thema’s die vasthangen aan de periodes van het jaar
* Om de 2 maanden, als het interessant is, op voorhand de agenda doorsturen
* Thematisch werken, thema’s die belangrijk zijn voor senioren, ook advies geven, wat is er over de thema’s in het verleden al gezegd en wat is er al gedaan
* Wie is er aanwezig op de overlegmomenten: iemand van de stad die de thema’s kent, mensen die context kunnen geven, schepen
* Hoe elkaar op de hoogte houden: facebook van de wijk, op de vergaderingen van de verschillende (senioren)verenigingen
* Verslag: duidelijke taal, klare taal, niet te lang
* Oproep in de stadskrant om iedereen welkom te laten voelen
* Ook déca-koffie voorzien op de overlegmomenten
* Klassieke vergadering bijeenroepen, niet enkel een koffieklets
* Voorzitter moet iemand van de groep zijn en ook ambtenaar aanwezig
* Ondervoorzitter ter ondersteuning
* Open vergadermomenten, iedere senior is welkom
* Belangrijk dat de schepen aanwezig is om vragen te beantwoorden
* Ambtenaar maakt verslag en bezorgt verslag aan het schepencollege
* Voorzitter, ondervoorzitter en ambtenaar zorgen voor de samenstelling van de agenda
* Verslag word gemaild of opgestuurd als je geen mailadres hebt
* Aanwezigen geven info door aan hun achterban in de verenigingen
* De belangrijkste verwezenlijkingen worden in de stadskrant opgenomen
* Alle leden mogen voorstellen voor agendapunten doorgeven aan de agendacommissie
* Vergaderlocatie zowel in Herentals, Morkhoven en Noorderwijk. Variatie in brengen.
* Terugkoppeling is belangrijk en de link leggen tussen centrumraad en het seniorenoverleg
* Themavergaderingen voor een breder publiek organiseren, deze worden voorbereid door de bestuursvergadering
* Positieve beeldvorming is heel belangrijk en moeten we echt veel aandacht aan besteden!
* Meer pit en variatie in het overleg brengen
* Jaarplanning maken
* Informatie over de rechten van senioren in de stadskrant
* Niet alles digitaal
* Vast agendapunt: communicatie van de stad naar het seniorenoverleg en de verenigingen
* Op de thematische momenten ook experten uitnodigen
* Locaties zoeken met een goede akoestiek om in grote groep te vergaderen
* Voorbeeld van Mol: seniorenraad, burgemeester zit erbij, lijn is zo korter met het bestuur

Samenvatting:

**1. Structuur van het seniorenoverleg**

De groep stelde voor om een **tweeledig model** te hanteren:

* **Adviesraad**: formeel, met engagement op langere termijn.
* **Inspiratie- en themamomenten**: breed toegankelijk en informeel.

De adviesraad zou:

* Bestaan uit een **kerngroep van 10 à 15 senioren**, inclusief vertegenwoordigers van verenigingen én individuele burgers.
* Een **dagelijks bestuur** hebben met voorzitter en ondervoorzitter, ondersteund door een ambtenaar.
* Geleid worden in nauwe samenwerking met een **seniorenconsulent**.
* De agenda bepalen op basis van het **ouderenbeleidsplan** en ingediende voorstellen van leden.

Daarnaast worden er **open, thematische denk- en infomomenten** georganiseerd waar:

* Alle senioren welkom zijn.
* Input verzameld wordt via o.a. ideeënbussen en oproepen in de stadskrant.
* Thema’s afgestemd zijn op actuele noden.

**2. Werking & frequentie**

* **Vergaderingen** worden gepland om de 3 maanden.
* Er wordt gewerkt met **een jaarplanning** en thema’s die aansluiten bij de belevingswereld van senioren.
* Voor elke vergadering:
  + Agenda wordt op voorhand gedeeld.
  + Locaties wisselen af tussen **Herentals, Morkhoven en Noorderwijk**.
  + Er wordt gezorgd voor **goede akoestiek** en bereikbaarheid.
  + Naast formeel overleg is er ook ruimte voor ontmoeting (bv. koffiemoment met déca-koffie).
* **Woonzorgcentra blijven betrokken** via aangepaste kanalen en vertegenwoordigingen.

**3. Inhoudelijke voorbereiding & communicatie**

* De **voorbereiding van thema’s** gebeurt door leden van de raad, het dagelijks bestuur en de ambtenaar.
* **Vast agendapunt**: communicatie van de stad naar het overleg én naar de verenigingen.
* **Thematische vergaderingen** kunnen worden versterkt door de aanwezigheid van experten.
* De raad kan ook **advies geven** over beleidsdomeinen (bv. mobiliteit, zorg, wonen), en krijgt een terugkoppeling over wat reeds werd beslist of ondernomen.

**4. Terugkoppeling & informatieverspreiding**

De groep hecht veel belang aan **duidelijke, warme en toegankelijke communicatie**:

* **Verslagen** worden opgesteld in **klare taal**, niet te lang, en ter beschikking gesteld:
  + Via e-mail.
  + Per post voor wie geen digitale toegang heeft.
  + In dienstencentra en bibliotheek (bij voorkeur in een “seniorenhoekje”).
* **Samenvattingen en verwezenlijkingen** worden gedeeld via:
  + De stadskrant (eventueel als apart ‘seniorenblad’ of rubriek).
  + Het maandblad van de dienstencentra.
  + Facebookgroepen van de wijk of verenigingen.
  + Vergaderingen van seniorenverenigingen (info doorgeven via aanwezigen).

**5. Relatie met stad en bestuur**

De groep vindt een **goede wisselwerking** met stadsdiensten én het beleid cruciaal.

* Er moet steeds een **ambtenaar aanwezig zijn** die het overleg ondersteunt en het verslag aan het schepencollege bezorgt.
* De **schepen voor senioren** wordt expliciet uitgenodigd op overlegmomenten om vragen te beantwoorden.
* Voorzitter, ondervoorzitter en ambtenaar vormen samen de **agendacommissie**.
* Goede voorbeelden uit andere gemeenten worden gewaardeerd, zoals **de aanpak in Mol**: daar zit de burgemeester zelf mee aan tafel, wat zorgt voor een kortere lijn met het bestuur.

**6. Extra aandachtspunten**

* **Positieve beeldvorming** rond ouder worden en senioren is essentieel. Het overleg moet energie uitstralen en **meer pit en variatie** bieden dan “klassieke vergaderingen”.
* Niet alles mag digitaal zijn: ook **analoge communicatie** blijft belangrijk.
* **Startmoment** voorzien om het doel van het overleg breed bekend te maken en draagvlak te creëren.
* **Deelnemers brengen actief info terug naar hun achterban**.

**Besluit**

De senioren geven een duidelijk signaal: ze willen **serieus genomen worden in beleid**, **breed betrokken worden**, maar ook **zelf de handen uit de mouwen steken**. Ze kiezen voor een **gedragen, levendig en helder gestructureerd overleg**, met ruimte voor advies én ontmoeting.

1. ***Maak kennis met Stef, de seniorenconsulent van Stedegem. Stel: Stef werkt bij de stad Stedegem en hij is bevoegd voor alles wat senioren aanbelangt. Welke taken zou Stef volgens jullie moeten doen? En hoe zou je zelf willen dat hij werkt?***

Feedback:

* Centraal persoon
* Openstaan voor alle problematieken, zoals wonen, zorg,…
* Ook individueel beschikbaar in bepaalde situaties
* Zorgt voor de juiste doorverwijzing, de eerste deur
* Volgt het seniorenoverleg mee op
* Online meldpunt, met seniorenoverleg afstemmen
* Belangrijke tussenpersoon tussen senioren en bestuur
* Heeft direct band met de bevoegde schepen
* Iemand als Winny, kan luisteren, zoekt oplossingen, vraagt verder na indien nodig
* De vragen, voorstellen moeten tot bij de schepen geraken en de bevoegde diensten. Beiden zorgen wel steeds voor juiste opvolging en antwoorden
* Individuele vragen worden gebundeld en in z’n geheel naar het bestuur gestuurd
* Zit in het dienstencentrum
* Persoonlijk te contacteren op afspraak, maar ook spontaan beschikbaar
* Gaat op huisbezoek indien nodig
* Ook voor vragen rond mobiliteit, verkeer, openbare werken, …
* Toeleiden en wegwijs maken, hoeft de problemen niet altijd zelf oplossen, maar wel weten waar iedereen terecht kan
* Kent de diensten en de sociale kaart
* Opstellen van brieven
* Koffie en papieren
* Aanwezig zijn bij het seniorenoverleg
* Koppelt terug aan het bestuur en de schepen over bijvoorbeeld over de minder mobiele centrale
* Opvolgen van de gestelde vragen
* Is aanwezig op het dienstencentrum, zowel voor- als namiddag
* Afspraak maken via mail, maar ook via brief
* Heeft extra budget nodig om goed te kunnen werken
* Komt ook langs bij de organisaties voor kennis te maken
* Kenbaar maken met een poster met zijn/haar gezicht op
* Aanspreekpunt voor individuele vragen
* Coördinator van adviesraad en inspiratiemomenten, moet dit niet alleen doen, senioren staan mee aan het roer, samenwerking is belangrijk
* Moet zich bijscholen op Vlaams vlak
* Zorgt voor verbinding
* Moet meer tijd en ruimte besteden aan de senioren
* Ideeën mee uitwerken

Samenvatting:

**1. Stef als centraal aanspreekpunt**

* Stef is een **centrale figuur** voor alle senioren, iemand die bekend, benaderbaar en zichtbaar is.
* Hij is **aanwezig in het dienstencentrum**, zowel vóór- als namiddag, en is bereikbaar:
  + Op afspraak (via mail, telefonisch of zelfs via brief),
  + Maar ook spontaan, zonder drempels.
* Hij is ook **mobiel en flexibel**: komt op huisbezoek indien nodig, en gaat langs bij organisaties of verenigingen om kennis te maken.

**2. Luisterend oor & wegwijzer**

* Stef is vooral iemand die **luistert**, zoals “Winny”
* Hij biedt ondersteuning, maar **hoeft problemen niet zelf op te lossen**: hij wijst de weg en verwijst door naar de juiste dienst of organisatie.
* Hij kent de **sociale kaart** en is vertrouwd met thema’s als:
  + Zorg en welzijn,
  + Wonen,
  + Mobiliteit en verkeersproblemen,
  + Openbare werken.
* Hij helpt bij praktische zaken zoals **het opstellen van brieven**, en is letterlijk iemand van “koffie en papieren”.

**3. Brugfiguur tussen senioren en bestuur**

* Stef is een **belangrijke schakel tussen de senioren en het stadsbestuur**.
* Hij zorgt ervoor dat **individuele signalen en collectieve vragen** worden gebundeld en overgebracht naar:
  + De juiste stadsdiensten,
  + De bevoegde schepen(en).
* Hij waakt erover dat er **terugkoppeling en opvolging** gebeurt.
* Hij is betrokken bij het **seniorenoverleg** en de adviesraad, en coördineert dit overleg samen met de groep senioren zelf.

**4. Rol binnen overleg & participatie**

* Stef is **coördinator van de adviesraad** én **inspiratiemomenten**, maar hij trekt dit niet alleen:
  + **Senioren staan mee aan het roer**.
  + Er wordt gewerkt in samenwerking en gedeeld eigenaarschap.
* Hij zorgt ervoor dat het **online meldpunt** goed functioneert en stemt dit af met het seniorenoverleg.
* Stef zorgt voor de **verwerking en opvolging van vragen**, bijvoorbeeld rond de minder mobiele centrale.
* Hij koppelt regelmatig terug aan het schepencollege en andere stadsdiensten.

**5. Communicatie & bekendmaking**

* Deelnemers willen dat Stef **zichtbaar en herkenbaar** is:
  + Bijvoorbeeld via een **poster met zijn gezicht op** in het dienstencentrum, bibliotheek, apotheek enz.
* Er moet ruimte zijn voor **informatie op papier**, en niet enkel digitaal.
* Stef mag ook **de stem van senioren helpen vertolken** in communicatie van de stad, en **ideeën mee uitwerken**.

**6. Ondersteuning en randvoorwaarden**

* Stef heeft **voldoende tijd, ruimte én budget** nodig om zijn rol goed te kunnen vervullen.
* Hij moet zich **blijvend bijscholen**, ook op Vlaams niveau, zodat hij op de hoogte blijft van regelgeving en evoluties in het ouderenbeleid.
* Hij moet werken **in vertrouwen en verbinding**, en vooral **dicht bij de mensen blijven staan**.

**Besluit**

De rol van de seniorenconsulent is veel meer dan een loketmedewerker. Stef wordt gezien als een **warme, luisterende en verbindende kracht** – iemand die niet alleen deuren opent, maar ook **bruggen bouwt** tussen senioren, stadsdiensten en het beleid.

De senioren willen graag **mee verantwoordelijkheid opnemen**, maar rekenen op een sterke en toegankelijke Stef als **motor van hun betrokkenheid en welzijn**.

1. ***Hoe ziet voor jullie een ideaal participatiemoment eruit? Stel: jullie mogen zélf bepalen hoe senioren betrokken worden bij projecten of beslissingen van de stad. Hoe zou zo’n participatiemoment er dan uitzien volgens jullie?***

Feedback:

* Is een inspiratiemoment waarbij: de seniorenconsulent aanwezig is, alle vrijwilligers uitgenodigd worden, ook de brede senioren bevolking, ook de nog werkenden senioren, aankondiging in de stadskrant en bib en dienstencentra, zowel namiddag als avond, ook in Morkhoven en Noorderwijk, aantrekkelijk maken, uit de sfeer van een koffieklets blijven, imago opkrikken, gemotiveerde sprekers uitnodigen, leuke methodieken gebruiken, brainstormsessies organiseren, verslag in de stadskrant vermelden, 2 maal per jaar, open voor iedereen
* Waar: genoeg parkeerplaats, bereikbaar met het openbaar vervoer, toegankelijk, veilig, mogelijkheid voor een drankje, de zaal wordt op voorhand klaargezet, goed geluid, veel licht
* Wanneer: overdag, als het nog licht is, als er niets op tv is, als de bus rijdt, als je het goed op tijd weet, liever in de week
* Wie: ondersteuning nodig van de stad, senioren zijn de doelgroep, seniorenoverleg eventueel als gastheer/vrouw
* Aanpak: context is belangrijk en terugkoppeling, kleine groepen, vragendoos, pauzemoment, receptie, goed onthaal door de organisatie, seniorenconsulent is aanwezig
* Terugkoppeling: in de stadskrant, wat is er gezegd, gedaan
* Voldoende geld en mensen voorzien
* Met inschrijvingen werken zodat je weet hoeveel senioren er komen
* Niet enkel individuele vragen behandelen
* In de foyer van ’t Schaliken, Kunstencampus
* In de week, tijdens de dag
* Open voor alle senioren
* Een ambtenaar is de moderator
* Professionele begeleiding en verschillende methodieken
* Werken in kleinere groepen
* Na het moment ook verslag voorzien met duidelijke suggesties voor de stad
* Koffie voorzien
* Ook in Morkhoven en Noorderwijk, niet alleen in Herentals zelf
* Communicatie via digiborden, stadskrant
* Schepen(en) en ambtenaren betrekken
* Achteraf krijgen alle deelnemers een verslag met ervaringen, timing, afspraken, …
* Ervaringsdeskundigen laten spreken
* Experten betrekken
* Nadien de feedback van het bestuur bespreken op het seniorenoverleg. Echte feedback wordt verwacht, niet ‘we pakken het mee’ of ‘we zijn ermee bezig’
* Gekoppeld aan een jaarplanning
* Input verzamelen
* De knelpunten bevragen
* Intergenerationeel werken

Samenvatting:

1. **Inhoud en opzet van het participatiemoment**

Senioren zien een goed participatiemoment als een **inspirerende bijeenkomst**, die breed gedragen wordt en voldoende professioneel ondersteund is.

1. **Kenmerken van het moment:**

* Open voor **alle senioren** – ook de **werkende** senioren.
* Geen "koffieklets", maar een **serieus moment met pit**.
* **Seniorenconsulent is aanwezig**, net als relevante **ambtenaren** en waar mogelijk een **schepen**.
* Gaat **tweemaal per jaar** door, gekoppeld aan een **jaarplanning**.
* **Seniorenoverleg fungeert als gastheer/gastvrouw**.
* Focus ligt op **inspiratie, ontmoeting, uitwisseling én beleidssuggesties**.
* **Ervaringsdeskundigen en experten** worden uitgenodigd om het gesprek te voeden.

**3. Voorbereiding en communicatie**

Voor zo’n moment goed loopt, is er nood aan heldere en brede communicatie, en een warme, praktische voorbereiding.

**Communicatiekanalen:**

* Stadskrant (met duidelijke aankondiging én verslag achteraf).
* Bib, dienstencentra, digitale infoborden, uitnodigingen via verenigingen.
* Aandacht voor uitnodiging van vrijwilligers én werkende senioren.

**Voorbereiding & onthaal:**

* Locatie moet op voorhand klaargezet worden, **goede akoestiek**, **voldoende licht**, **veilig** en **bereikbaar** met openbaar vervoer.
* **Foyer van ’t Schaliken** wordt als mogelijke locatie genoemd, net als zalen in **Morkhoven en Noorderwijk**.
* **Koffie** en eventueel een drankje voorzien.
* **Goede ontvangst**, onthaalteam, ruimte voor babbel.
* **Inschrijvingen** op voorhand: zodat er een zicht is op het aantal aanwezigen.

**4. Aanpak tijdens het participatiemoment**

Het participatiemoment moet **professioneel én toegankelijk** zijn, met afwisseling in methodiek en ruimte voor echte dialoog.

**Werkwijze:**

* **Werken in kleinere groepen** bevordert gesprek.
* Professionele **moderator** (bv. ambtenaar of externe) leidt het geheel.
* Gebruik van **leuke, creatieve methodieken** en werkvormen.
* Mogelijkheid tot **brainstorm, bevraging van knelpunten, input verzamelen**.
* Er is een **vragendoos** aanwezig.
* **Pauzemomenten** en eventueel een afsluitende **receptie**.

**Context is belangrijk:**

* Thema’s moeten duidelijk gekaderd zijn.
* Iedereen weet waarom het moment er is, en wat er met de input gebeurt.

**5. Terugkoppeling en opvolging**

Een cruciaal onderdeel: **wat gebeurt er ná het participatiemoment?**

**Verwachtingen:**

* **Verslag voor alle deelnemers**, met samenvatting van ervaringen, voorstellen, afspraken en timing.
* **Publicatie in de stadskrant**, met wat gezegd werd én wat er met de input gebeurt.
* Stad moet **feedback geven die eerlijk en concreet is** – geen vage uitspraken zoals “we nemen het mee”.
* Input wordt **besproken op het seniorenoverleg**, waar ook de reactie van het bestuur aan bod komt.

**6. Ondersteuning en randvoorwaarden**

Om het participatiemoment tot een succes te maken, moet de stad zorgen voor:

* **Voldoende personeel en budget.**
* **Professionele ondersteuning.**
* Duidelijke taakverdeling: **senioren geven vorm en inhoud**, de **stad ondersteunt de organisatie**.
* **Intergenerationele insteken** zijn welkom: het contact tussen generaties kan versterkend werken.

**Besluit**

Het ideale participatiemoment is **inspirerend, duidelijk en gedragen door senioren zelf**. Het is meer dan een inspraakmoment: het is een **gelijkwaardig gesprek**, waarin senioren niet alleen vragen, maar ook **meedenken, voorstellen doen én meebouwen** aan het beleid van de stad.

Er is een sterke wens naar **echte terugkoppeling, zichtbaarheid, verbondenheid** en vooral: **waardering** voor de ervaring en betrokkenheid van senioren.

1. ***Jij bent vandaag de communicatie-verantwoordelijke van de stad! Stel: jij bent vandaag verantwoordelijk voor de communicatie rond een participatiemoment voor senioren. Hoe zorg jij ervoor dat iedereen weet wat er gebeurt, wat er gezegd is en hoe het verder loopt?***

Feedback:

* Stadskrant is het belangrijkste communicatiekanaal: informatie over bijvoorbeeld de flexbus, belangrijke telefoonnummers, premies,…, lettertype moet groot genoeg zijn, seniorenkatern voorzien, altijd op dezelfde plaats in de krant, een echt seniorenblad, geode voorbeelden zijn Mol en Grobbendonk
* Via convent, digiborden, verenigingsleven
* Bevragen hoe senioren wensen geïnformeerd worden
* Communicatie als vast agendapunt op het seniorenoverleg
* Tweemaal per jaar een ‘seniorenbek’, in samenwerking met de stad, wie zijn we, wat doen we, …
* Regionale bijlagen van de kranten GVA, HLN en HNB
* Nieuwsbrief van de stad gebruiken
* Maandbladje dienstencentrum
* Mondelinge reclame door de leden van het seniorenoverleg
* Ook aandacht voor senioren die niet in een vereniging zitten
* Concrete resultaten van het seniorenoverleg terugkoppelen in de stadskrant
* Verenigingen zorgen zelf voor de verdere communicatie naar hun leden
* Tijdig de info aanleveren voor in de verenigingsblaadjes te publiceren
* Informatie geven op seniorenfeest
* Facebookpagina
* Zoveel mogelijk kanalen tegelijkertijd benutten
* Verslag verspreiden
* Zowel digitaal als op papier
* Affiches in de winkels en alle diensten van de stad
* Invulstrookje beschikbaar maken met de vraag om ‘op de hoogte te blijven’
* Alle senioren informeren over het bestaan van het seniorenoverleg
* Wie is het contactpunt
* Communicatiecampagne opmaken, aandacht voor verschillende groepen, werken met sleutelfiguren
* Wijkkrantjes

Samenvatting:

**1. Stadskrant als centraal communicatiekanaal**

De **stadskrant** werd door quasi iedereen benoemd als het **belangrijkste en meest vertrouwde informatiekanaal** voor senioren.

Concrete suggesties:

* Een **vast seniorenkatern** in elke editie, steeds op dezelfde plaats.
* Grote, goed leesbare **lettertypes**.
* Informatie over o.a. **de flexbus**, **belangrijke telefoonnummers**, **sociale premies**, en **concrete resultaten van het seniorenoverleg**.
* Terugkoppeling in klare taal: “Wat werd besproken – wat gebeurt ermee?”
* Inspiratie halen bij goede voorbeelden uit **Mol** en **Grobbendonk**.

**2. Andere communicatiekanalen en methoden**

De groep gaf aan dat **één kanaal niet volstaat**: je moet inzetten op **meervoudige en aangepaste communicatie**, om elke doelgroep te bereiken.

Aanbevolen kanalen:

* **Convent** en **digiborden** van de stad.
* **Regionale bijlagen van kranten** (GVA, HLN, HNB).
* **Nieuwsbrief van de stad**.
* **Maandblad van het dienstencentrum**.
* **Facebookpagina** van de stad en/of senioren.
* **Wijkkrantjes** en affiches in **lokale winkels, bibliotheek, apotheek, dienstencentra**.

Belangrijke principes:

* Zoveel mogelijk kanalen **tegelijk inzetten**.
* **Tijdig info aanleveren** aan verenigingen en redacties.
* **Toegankelijke taal** gebruiken, met duidelijke boodschap.
* Zowel **digitaal als op papier** communiceren.

**3. Hoe bereik je ook minder zichtbare senioren?**

Er werd veel belang gehecht aan het **bereiken van alle senioren**, niet enkel zij die aangesloten zijn bij een vereniging.

Suggesties:

* **Bevragen hoe mensen zelf geïnformeerd willen worden** (en dat meenemen in beleid).
* **Invulstrookje of antwoordkaart** voorzien: “Wil je op de hoogte blijven?”
* **Mondelinge communicatie**: via het seniorenoverleg, de vrijwilligers en sleutelfiguren in de buurten.
* **Aandacht voor senioren die minder mobiel zijn** of geen digitaal kanaal gebruiken.
* **Communicatiecampagne** opzetten met aandacht voor verschillende doelgroepen.

**4. Communicatie over het seniorenoverleg zelf**

Deelnemers benadrukten het belang om het **bestaan en de werking van het seniorenoverleg zichtbaar te maken**.

Voorstellen:

* **Voorstellen van het seniorenoverleg in de stadskrant**: wie zijn we, wat doen we?
* **Tweejaarlijkse infomomenten (‘seniorenboek’)** in samenwerking met de stad.
* Informatie over:
  + Wat is het overleg?
  + Wie is het aanspreekpunt?
  + Hoe kan je aansluiten of iets doorgeven?

**5. Terugkoppeling en verslaggeving**

Een participatiemoment is pas waardevol als er ook iets mee gedaan wordt – én dat duidelijk gecommuniceerd wordt.

Verwachtingen:

* Een **verslag dat verspreid wordt** naar alle deelnemers en via stadskanalen.
* Inhoud: **wat werd besproken, welke suggesties kwamen naar boven, welke timing of afspraken werden gemaakt**.
* De feedback van het stadsbestuur moet besproken worden op het **volgende seniorenoverleg**.
* Er moet vermeden worden dat de stad enkel communiceert met “we nemen het mee” – er is nood aan **echte opvolging en transparantie**.

**Besluit**

Communicatie is niet zomaar een sluitstuk, maar een **essentiële schakel in participatie**. De senioren gaven aan dat goede communicatie:

* **Herkenbaar** en **op maat** moet zijn;
* via **zoveel mogelijk kanalen** moet verlopen;
* met **respect voor alle vormen van geletterdheid en toegang** georganiseerd wordt;
* én vooral: dat het **iets in beweging zet**, met **zichtbare impact** en **warme verbinding**.

De stad wordt uitgenodigd om samen met het seniorenoverleg werk te maken van een **sterk, helder en gedragen communicatiebeleid**.

1. ***Hoe willen jullie in overleg gaan met de stad? (administratie & bestuur). Stel: jullie willen iets bespreken met de stad – met de administratie of met het stadsbestuur. Hoe verloopt dat overleg dan idealiter volgens jullie? Wat verwachten jullie, en wat kunnen jullie zelf doen?***

Feedback:

* Contact opnemen met de schepen
* Via de seniorenconsulent
* Iemand die tijd kan nemen om te luisteren
* Het seniorenoverleg kan hierbij een rol spelen
* Een duidelijk en eerlijk antwoord wordt verwacht
* Ook op papier
* Als goed voorbeeld wordt de vroegere werking van het strategisch atelier vrije tijd gegeven
* Welke punten uit het seniorenbeleidsplan worden meegenomen in het bestuursakkoord
* Aanwezigheid van de schepen is gewenst en zinvol
* Aandacht hebben voor diversiteit, zoveel mogelijk senioren willen bereiken, hoe pakken we dit aan
* Verslagen komen systematisch op het schepencollege en de gemeenteraad
* De opmaak van het seniorenbeleidsplan is een goed voorbeeld, werd breed bevraagd, maar was ook veel werk, leefde in de stad, zorgde voor betrokkenheid, vrijwilligers hebben meegewerkt eraan
* Wat willen we niet: koffieklets zonder concrete resultaten
* Wel motiverend werken
* Feedback is belangrijk, eerlijke communicatie
* Betrokkenheid van het bestuur is ook belangrijk voor hen zelf. Senioren geven aan dat dit een motivatie is om op een bepaalde persoon te stemmen bij verkiezingen.
* Wie kunnen we aanspreken
* Communicatie over zwerfpoezen wordt als goed voorbeeld gegeven
* Informatie door de stad geven over hoe senioren het best communiceren naar hun eigen doelgroep

Samenvatting:

**1. De juiste contactpersonen en ingangen**

Een goed overleg start met weten **bij wie je moet zijn**. De senioren gaven aan dat ze verwachten dat er duidelijke contactpunten zijn:

* Via de **seniorenconsulent**, als **eerste aanspreekpunt** of doorverwijzer.
* **Rechtstreeks contact met de schepen** als het over beleidsbeslissingen gaat.
* **Het seniorenoverleg** speelt een centrale rol in het verzamelen, formuleren en doorgeven van signalen en vragen.

Er moet ruimte zijn voor **persoonlijk contact met iemand die tijd neemt om écht te luisteren**, en die ook weet hoe het intern werkt bij de stad.

**2. Wat verwachten senioren van het overleg?**

Deelnemers formuleren een aantal **duidelijke verwachtingen**:

* **Aanwezigheid van de schepen** op overlegmomenten – dat is zinvol én motiverend.
* **Eerlijke en duidelijke antwoorden**, ook wanneer iets niet (meteen) kan.
* **Feedback over wat met de input gebeurt** – geen vage termen zoals “we nemen het mee”.
* **Geen koffieklets**, maar een overleg met concrete resultaten.
* **Respect voor de inspanning** die geleverd wordt: vrijwilligers werken actief mee, zoals bij de opmaak van het seniorenbeleidsplan.

Er wordt verwezen naar eerdere goede ervaringen, zoals de **brede bevraging bij het strategisch atelier vrije tijd** en het participatieproces rond het **seniorenbeleidsplan**.

**3. Betrokkenheid van het bestuur is cruciaal**

Overleg is geen eenrichtingsverkeer. Deelnemers geven aan dat **de houding van het bestuur mee het verschil maakt**:

* Wanneer **burgemeester of schepenen oprecht luisteren en aanwezig zijn**, voelen senioren zich serieus genomen.
* Dat leidt tot **meer vertrouwen** én engagement – en speelt zelfs een rol bij **stemgedrag tijdens verkiezingen**.
* De stad moet ook zorgen dat verslagen **systematisch op het schepencollege en de gemeenteraad** komen.

**4. Hoe pakken we diversiteit en bereik aan?**

Senioren gaven aan dat **zoveel mogelijk senioren** bereikt moeten worden. Dat vraagt:

* Aandacht voor **diversiteit in de groep**.
* Inzicht in **welke kanalen goed werken**.
* Informatie van de stad over **hoe senioren zelf kunnen communiceren naar hun eigen achterban**.

Er leeft het besef dat **een brede groep bereiken meer werk vraagt**, maar dat het net zo belangrijk is voor de **betrokkenheid** bij het overleg.

**5. Wat kunnen de senioren zelf doen?**

De groep erkent ook hun eigen rol in het overleg:

* Signalen verzamelen en bundelen via het **seniorenoverleg**.
* Mee opvolgen wat met de input gebeurt.
* In gesprek gaan met schepenen of ambtenaren op basis van **duidelijke vragen of voorstellen**.
* Zelf ook **constructieve communicatie voeren naar andere senioren toe**.

Samen met de stad bouwen aan **heldere communicatie én wederzijds respect** is een gedeelde verantwoordelijkheid.

**Besluit**

Het ideale overleg tussen senioren en de stad is **serieus, open, transparant en gedragen**. Het gebeurt in **partnerschap**, met een luisterend oor en de wil om **samen tot oplossingen te komen**. Senioren willen **geen symbolische inspraak**, maar echte betrokkenheid – en ze zijn bereid daartoe zelf ook **engagement op te nemen**.

**Goede afspraken, vaste aanspreekpunten, eerlijke feedback en zichtbare resultaten** zijn de bouwstenen voor een overlegcultuur die werkt.