

Ouderen bereiken en betrekken voor succesvolle deelname aan kunstprojecten: een handreiking

Emiel Bottenheft, Jill Knapen en Hennie Boeije

Kunst- en cultuurparticipatie kan een positief effect hebben op het sociale leven, mentaal welbevinden en dagelijks functioneren van ouderen [1, 2]. Het bereiken en motiveren van ouderen om aan kunstprojecten mee te doen blijkt in de praktijk echter lastig [3]. Het Nivel onderzocht hoe zorginstellingen ouderen duurzaam kunnen betrekken in kunstprojecten. Deze handreiking geeft houvast bij de volgende vier vragen: (1) Wat zijn bij ouderen belangrijke overwegingen voor deelname? (2) Welke wervingskanalen en -middelen zijn belangrijk? (3) Welke inhoud moet de wervingsinformatie bevatten? en (4) Hoe kunnen deelnemers duurzaam geworven worden? De bevindingen komen voort uit het (S)Pionieren-project (zie kader), een samenwerking van het Nivel met het Centrum voor de Kunsten Eindhoven (CKE) en Vitalis WoonZorg Groep.

(S)Pionieren

Het (S)Pionieren-project bestaat uit een samenwerking tussen CKE, Vitalis en het Nivel, om een duurzame werkwijze te ontwikkelen om kunst en ouderen samen te brengen. De focus ligt op 1) het wegnemen van drempels bij ouderen om deel te nemen aan kunstprojecten en 2) het opleiden van kunstdocenten in het werken met ouderen. Zeven kunstdocenten van het CKE verzorgden in 2022 kunstprojecten voor ouderen bij Vitalis. Om ideeën op te doen en te wennen aan de omgeving en de doelgroep, zijn de kunstdocenten eerst op verschillende Vitalis-locaties ondergedompeld als *Artist in Residence*. Op basis van deze ervaring zetten de

kunstdocenten hun project op, in de discipline beeldende kunst, dans, theater, muziek of fotografie. Tijdens een periode van enkele maanden tot een half jaar hebben de kunstdocenten wekelijks samen met de ouderen de projecten vormgegeven. Nivel-onderzoekers hebben gedurende de *Artist in Residence*-periode en de uitvoering van de projecten onderzocht hoe ouderen succesvol voor kunstprojecten geworven kunnen worden en welke kwaliteiten en middelen kunstdocenten nodig hebben om deze tot een succes te maken. Een deel van de resultaten heeft geleid tot de onderstaande aandachtspunten voor de succesvolle werving van ouderen voor kunstprojecten. Een andere publicatie gaat in op de kwaliteiten en middelen die kunstdocenten nodig hebben in het werken met ouderen [4].



Wat zijn bij ouderen belangrijke overwegingen voor deelname?

Ouderen willen écht kunnen deelnemen

Een kunstproject moet aansluiten bij de fysieke en mentale capaciteiten van de doelgroep [5]. Om dat te bereiken moeten kunstdocenten hun plannen aanpassen aan de ouderen. Bij het aanbrengen van de kunstprojecten is het belangrijk om te benadrukken dat iedereen deel kan nemen en dat er rekening wordt gehouden met ieders kunnen. Dit vraagt om flexibiliteit van de kunstdocenten, mogelijk moeten zij bestaande plannen loslaten om samen met de specifieke deelnemers het project vorm te geven.

“Als ik uit mijn hoofd moet leren dan weet ik het de volgende week al niet meer, dat weet ik ook na een uur al niet meer. En daar zag ik tegenop en toen zei [de kunstdocent] ‘ja, maar dat hoeft niet’.”

Deelnemer (S)Pionieren-project



Maak ouderen nieuwsgierig

Wanneer ouderen nieuwsgierig zijn naar een kunstproject doen ze sneller mee. Kunstdocenten kunnen nieuwsgierigheid bij ouderen aanwakkeren door een eerste indruk van het kunstproject te geven. Bijvoorbeeld door zichzelf en het project op ludieke wijze aan te kondigen (zie onderstaande foto's) en beeldmateriaal van het aankomende of een afgerond kunstproject te tonen. Zo gaat het project voor aanvang al 'leven' op de locatie. De reactie van ouderen hierop kan ook een aanknopingspunt vormen om met ze in gesprek te gaan over hun mogelijke deelname aan het kunstproject.



Ouderen willen graag zinvol bezig zijn

Wanneer ouderen worden aangesproken op iets dat zij leuk, interessant of uitdagend vinden, zijn ze eerder geneigd deel te nemen [3]. Het is daarom belangrijk om te benadrukken wat de meerwaarde van het project is. Welke vaardigheden of technieken gaan de deelnemers leren? Wordt er bijvoorbeeld een bijdrage geleverd aan het opleuken van de afdeling met de kunst van de deelnemers? Het kan helpen om eerst te inventariseren wat de ouderen bezighoudt of wat ze missen in hun woonomgeving, om vervolgens het kunstproject vanuit die invalshoek in te steken.

“Het zijn voor mij levenslessen, want wat we allemaal in het theater doen, dat kom je in het dagelijkse leven tegen.”

Deelnemer (S)Pionieren-project

Laat ouderen eerst snuffelen

Wanneer ouderen niet goed weten wat ze kunnen verwachten, is de drempel om deel te nemen hoger. Het kan helpen om een introductiebijeenkomst te organiseren, waardoor ouderen ervaren wat het project inhoudt en kennis kunnen maken met de kunstdocent. Eerst kunnen meekijken kan potentiële deelnemers ook overhalen om na de start van het kunstproject alsnog aan te sluiten. Zorg er daarom voor dat het kunstproject laagdrempelig opgezet wordt, bijvoorbeeld door de bijeenkomsten in een toegankelijke ruimte te houden.

Welke wervingskanalen en -middelen zijn belangrijk?

Individuele personeelsleden betrekken

Het betrekken van individuele personeelsleden van de zorginstelling bij de werving is essentieel. Zij zien de ouderen in een zorginstelling het meest en hebben een goede band met hen. Ook kan het (zorg)personeel de kunstdocent informeren bij welke ouderen het kunstproject past en wie er wil deelnemen. De meest kwetsbare ouderen zijn soms alleen bereikbaar via zorgprofessionals die bij hen langsaan.

“De geestelijk verzorger stuurde mij afgelopen week een mailtje over een mevrouw: ‘die wil heel graag meedoen, maar die moet je even bellen om een afspraak te maken’.”

Kunstdocent (S)Pionieren-project

Aanwezigheid van kunstdocent en activiteitenbegeleiding

Door fysiek aanwezig te zijn in een zorginstelling, voorafgaand aan het project, kunnen de kunstdocent en de activiteitenbegeleiding contact maken met de ouderen. Ook door een voorproefje van het aanstaande project te geven kunnen de ouderen nieuwsgierig en enthousiast gemaakt worden, waardoor ze eerder geneigd zijn deel te nemen. Zo'n voorproefje kan een optreden van de kunstdocent zijn of een tentoonstelling in de gemeenschappelijke ruimte. Om echt verbinding te maken hebben de kunstdocent en activiteitenbegeleiding tijd nodig om vertrouwd te raken met de bewoners en een bekend gezicht te worden in de instelling.

Vrijwilligers en bevolgen ouderen inzetten

Enthousiaste (oudere) vrijwilligers kunnen worden ingezet als ambassadeurs van de kunstprojecten. Vrijwilligers en bevolgen ouderen weten vaak welke ouderen wel mee willen doen en hebben contact met de ouderen die geïsoleerd zijn en via andere netwerken moeilijk bereikbaar zijn. Ook spreken zij dezelfde 'taal' als de ouderen waardoor ze hen goed kunnen stimuleren om mee te doen [6].

“Die mevrouw die ik net aansprak, die zit met haar neus in elk clubje wat hier is. Die stel ik dan ook andere vragen af en toe, zo van ‘kun je me helpen in contact te brengen met...’ of ‘weet je waar die woont’.”

Kunstdocent (S)Pionieren-project



Vertrouwde wervingskanalen én verschillende wervingsmiddelen zijn essentieel

Alleen het verspreiden van flyers of een oproep in de nieuwsbrief werkt meestal niet. Zet daarom in op meerdere wervingskanalen om zoveel mogelijk ouderen te bereiken. Het gebruiken van de kanalen waar ouderen mee bekend zijn is belangrijk. Bijvoorbeeld de reguliere kanalen die gebruikt worden voor het delen van informatie over het inschrijven voor projecten, zoals een prikbord in de gemeenschappelijke ruimte. Combineer dat met andere kanalen, zoals het (zorg)personeel en vrijwilligers, zodat dezelfde informatie hen op meerdere manieren bereikt [7].



Goede coördinatie van alle wervingskanalen

Omdat het persoonlijk contact met de ouderen en het enthousiasmeren van vrijwilligers, het (zorg)personeel en andere betrokkenen zo belangrijk is, is het verstandig te investeren in de opbouw en het onderhoud van deze contacten. Aangezien de werving het beste werkt via meerdere wervingskanalen is het van belang deze goed op elkaar af te stemmen. Daarom is het ook belangrijk dat de kunstdocent de tijd neemt om goed te integreren in de organisatie. Dit zorgt tevens voor verduurzaming van de werving tijdens het project en bij mogelijke vervolgtrajecten.

“Het moet echt groeien, mensen moeten het van mond-tot-mondreclame hebben, moeten er iets van gezien hebben, van meekrijgen.”

Kunstdocent (S)Pionieren-project

Welke inhoud moet de wervingsinformatie bevatten?

Mogelijke belemmeringen voor deelname wegnemen

Geef duidelijk aan waar het project plaatsvindt en hoe deelnemers er kunnen komen. Vermeld het bijvoorbeeld wanneer ouderen naar het kunstproject begeleid kunnen worden, zodat ook ouderen met fysieke problemen zich aangesproken voelen. Vertrouwde locaties werken drempelverlagend en een bijzondere locatie kan ook een extra stimulans zijn om deel te nemen [5]. Maak duidelijk dat er geen (extra) kosten zijn verbonden aan deelname, zodat dit geen belemmering kan vormen [7].

Informatieverstrekking moet helder, begrijpelijk en taboe-vermijdend zijn

Het is belangrijk om de informatie helder en concreet te formuleren, zodat het duidelijk is voor wie het project bedoeld is en welke voorwaarden aan deelname verbonden zijn [7]. Houd bij het opstellen en communiceren van de informatie het begripsniveau van de potentiële deelnemers in gedachten en laat de boodschap aansluiten op hun belevingswereld. Onderwerpen waarover schaamte kan bestaan (bijvoorbeeld eenzaamheid), maar waarmee het kunstproject wel te maken heeft, kunnen beter niet letterlijk benoemd worden [8].



“Als je vraagt van ‘houdt u van klassieke muziek’, dan zeggen ze ‘nee ik houd niet van klassieke muziek’. Als je het toch gaat aanbieden, dan zeggen ze achteraf ‘goh ik wist helemaal niet dat het zo mooi was’.”

Activiteitenbegeleider Vitalis

Maak het niet te spannend

Ouderen kunnen een lager vertrouwen in hun capaciteiten hebben en beginnen daarom minder snel aan iets nieuws. Benadruk daarom de aspecten van het project waar ouderen al mee bekend zijn. Dit kan door een link te leggen tussen het nieuwe kunstproject en een voorgaand project. Ook kunnen bekende onderdelen van het project extra aandacht krijgen, zoals ‘liedjes van vroeger’ bij een muziekproject. Of door gebruik te maken van bekende technieken, bijvoorbeeld haken of breien. De naam en omschrijving van het kunstproject zijn hierbij ook belangrijk, aangezien het lezen van woorden als ‘toneel’ of ‘theater’ sommige ouderen kan afschrikken.



Wat zegt de literatuur over werven in de wijk?

Door de coronapandemie en -maatregelen bleef het (S)Pionieren-project beperkt tot de werving van ouderen in zorginstellingen. In ons literatuuronderzoek vonden we de volgende strategieën voor het werven van ouderen die niet in een zorginstelling wonen:



- Voor het werven van ouderen buiten zorginstellingen kan het werken om een centrale ontmoetingsdag te organiseren. Tijdens deze dag kunnen de potentiële deelnemers kennismaken met een of meerdere kunstprojecten om vervolgens te kiezen voor het project waar zij zelf écht aan mee willen doen [9].
- De netwerken waarmee de specifieke doelgroepen vertrouwd zijn kunnen helpen bij de werving [10]. Hierbij kan gedacht worden aan gebedshuizen, sportverenigingen, zangkoren, hobbyclubs en organisaties die opkomen voor de belangen van ouderen.
- Met het ontwikkelen en verspreiden van een krantje over kunstprojecten kunnen de ouderen die geen aansluiting hebben bij een netwerk toch bereikt worden [11].
- Ook in de wijk is het essentieel om individuele zorgprofessionals te betrekken bij de werving [11]. Hierbij zijn huisartsen vooral succesvol. Maatschappelijk werkers en de wijkverpleging kunnen een belangrijke rol spelen bij het leggen van contact met geïsoleerde mensen [12].
- Om vervoersproblemen geen belemmering te laten vormen, is het belangrijk om te benadrukken hoe eigen vervoer of openbaar vervoer gebruikt kan worden om het kunstproject te bereiken [7]. Met name in krimpgebieden moet er ook vermeld worden of er vervoer wordt geregeld [11].

Hoe kunnen deelnemers duurzaam worden geworven

Houd de drempel laag

Laagdrempeligheid kan ouderen overhalen mee te doen en langdurig betrokken te blijven. Stel niet te veel eisen aan de deelnemers en benadruk dat deelname aan een kunstproject vrijblijvend is. Wanneer het ambitieniveau van het kunstproject te hoog is voor ouderen kan dat leiden tot frustratie en zullen ze eerder afhaken [3]. Stem met de deelnemers af wat ze wel of niet willen doen tijdens het kunstproject en bespreek of ze opzien tegen bepaalde onderdelen van het kunstproject (zoals een optreden).



Stem het project af op wensen en behoeften van de (potentiële) deelnemers

Het is belangrijk om deelnemers middels co-creatie te betrekken, wat inhoudt dat zij invloed hebben op de ontwikkeling en invulling van het project [5]. Dit kan bijvoorbeeld door de deelnemers te vragen dierbare verhalen, foto's en andere objecten mee te nemen en die te gebruiken tijdens de kunstbeoefening. Benadruk ook tijdens de werving dat dit onderdeel is van het kunstproject. Daarnaast is het voor de co-creatie belangrijk als kunstdocent een open en sensitieve houding te hebben ten opzichte van de op- en aanmerkingen van de deelnemers. Wanneer dit niet gebeurt kunnen de deelnemers afhaken.

“Ook openlijk over zoenen of versieren praten was iets wat je vroeger niet deed en die scène hebben we daarom laten vallen, omdat het voor hen niet passend was en ze er geen plezier uit haalden om het te spelen.”

Kunstdocent (S)Pionieren-project

Besteed aandacht aan de sociale aspecten

Het sociale aspect is een motiverende factor voor ouderen om deel te nemen aan kunstprojecten [13]. Als deelnemers zich op hun gemak voelen, zijn ze eerder geneigd terug te blijven komen. Een belangrijke voorwaarde hiervoor is dat er een veilige en plezierige sfeer wordt gecreëerd, waarin er ruimte is om emoties te tonen en gevoelens te delen [3]. Organiseer bijvoorbeeld voor of na iedere bijeenkomst een koffiemoment om dit te faciliteren. Na de les kan de kunstdocent de deelnemers persoonlijk benaderen en vragen of ze de volgende keer weer komen. Dit is met name belangrijk voor ouderen die niet zeker van hun deelname zijn.



Houd rekening met overige activiteiten

Bij de planning van een kunstproject moet je ervoor waken dat er op hetzelfde tijdstip geen andere leuke activiteiten zijn voor de ouderen. Als er twee activiteiten tegelijkertijd plaatsvinden, kiezen ouderen eerder voor de activiteit waaraan ze gewend zijn. Zorg daarom dat het kunstproject op een vrije ochtend of middag plaatsvindt. Ook is het belangrijk dat er niet te veel activiteiten op een dag plaatsvinden, anders is het voor ouderen te vermoeiend om deel te nemen.

“Ik vind het wel fijn als het afgelopen is want op dinsdag is er altijd leuke muziek en dat missen wij. Dus het is eigenlijk op de verkeerde dag. En PSV kwam er nog tussendoor.”

Deelnemer (S)Pionieren-project

De hulp van het (zorg)personeel is essentieel

Veel van de ouderen zijn afhankelijk van het (zorg)personeel om (op tijd) bij het kunstproject te komen. Bij onderbezetting van het (zorg)personeel kunnen sommige ouderen daardoor niet meedoen. In sommige gevallen kunnen ouderen met een grote zorgbehoefte alleen meedoen aan een kunstproject als er zorgprofessionals aanwezig zijn voor ondersteuning en begeleiding. Het is daarom belangrijk dat de kunstdocent een goede relatie heeft met het (zorg)personeel en de plannen voor het project met het (zorg)personeel afstemt.

“Het is relatief rustig vandaag, er is een tekort aan begeleiders en kleinschalig wonen kan er vandaag niet bij zijn omdat de collega die dit normaal gesproken begeleidt vandaag een dagje vrij is.”

Kunstdocent (S)Pionieren-project

Samenvattend

Ouderen motiveren

Deze handreiking toont welke elementen essentieel zijn voor een succesvolle werving van ouderen voor kunstprojecten. Hieruit blijkt dat ouderen meedoen aan een kunstproject wanneer zij nieuwsgierig gemaakt zijn en aangesproken worden op wat ze leuk vinden. Ook moet het kunstproject aansluiten op hun capaciteiten. Om te weten te komen waarvan de doelgroep enthousiast wordt en wat hun capaciteiten zijn, is het belangrijk de ouderen eerst te leren kennen. Dit kunnen kunstdocenten doen door voorafgaand aan het project genoeg tijd te nemen om te integreren in de zorginstelling, bijvoorbeeld tijdens een Artist in Residence-periode. Ook kan het helpen een introductiedag te organiseren.

Ouderen bereiken

Een succesvolle werving valt of staat met de wervingskanalen en -middelen die een kunstdocent kiest. Het is belangrijk om een netwerk op te bouwen en te onderhouden binnen de zorginstelling, bestaande uit het (zorg)personeel, enthousiaste (oudere) vrijwilligers en anderen die veel aanwezig zijn binnen de zorginstelling. De meeste ouderen kunnen bereikt worden door herhaaldelijk op verschillende vertrouwde wervingskanalen in te zetten. Als de ouderen bereikt worden, is het essentieel dat de wervingsinformatie goed overkomt. Die moet helder en concreet zijn, aansluiten bij het begripsniveau en de leefwereld van de doelgroep en mogelijke belemmeringen voor deelname wegnemen.

Ouderen binden

De duurzame werving van ouderen kan onder andere bereikt worden middels co-creatie en laagdrempeligheid. Door ouderen mee te laten denken over de invulling van het kunstproject zonder hun ambitieniveau te overschrijden, blijven zij langdurig betrokken. Een goede samenwerking en afstemming met het (zorg)personeel zorgt ervoor dat ouderen iedere bijeenkomst aanwezig kunnen zijn en mee kunnen doen. Het sociale aspect van een kunstproject zorgt ervoor dat ouderen terug willen blijven komen, mits de bijeenkomsten niet conflicteren met andere leuke activiteiten.





Het onderzoek

In samenwerking met het CKE en Vitalis heeft het Nivel een kwalitatief onderzoek gedaan naar het (S)Pionieren-project. Het doel van het praktijkonderzoek is om te achterhalen wat 1) de beste manier is om ouderen te werven voor kunst- en cultuurprojecten en 2) welke kwaliteiten en middelen kunstdocenten nodig hebben om deze projecten tot een succes te maken. Deze publicatie gaat in op het eerste doel van het project.

Het onderzoek bestond uit drie rondes van dataverzameling. In de eerste ronde hebben Nivel-onderzoekers een beknopte literatuurstudie uitgevoerd en gesprekken gevoerd met twee coaches die ervaring hebben in het doceren van kunst aan ouderen. Deze gesprekken waren

gefocusd op de specifieke kwaliteiten die kunstdocenten nodig hebben in het werken met ouderen. Vervolgens is er met zes kunstdocenten (een kunstdocent nam niet deel aan het onderzoek) een interview gehouden, tijdens of vlak na hun *Artist in Residence*-periode, om uit te vragen wat hun ervaringen met deze periode waren. Ook werd gevraagd naar hun plannen en leerdoelen voor het project.

In de tweede ronde zijn een topiclijst en een observatieschema opgesteld, op basis van de literatuurstudie en de interviews. De onderzoekers hebben vervolgens ieder project minimaal één keer bezocht om via participerende observaties gegevens te verzamelen over de ontwikkelingen van het project. Tijdens deze bezoeken hebben zij ook minimaal één gesprek gehad met de betrokken kunstdocenten. Daarnaast zijn er gesprekken gevoerd met de activiteitenbegeleiding van Vitalis en deelnemende ouderen. De kunstdocenten hebben aan het begin en halverwege het project een korte vragenlijst ingevuld.

Tot slot zijn in de derde ronde drie projecten een tweede maal bezocht voor aanvullende observaties en gesprekken. Ook hebben de kunstdocenten na afloop van hun project een derde en laatste vragenlijst ingevuld. De resultaten van dit onderzoek zijn gebruikt voor deze publicatie over de succesvolle werving van ouderen voor kunstparticipatie en voor de ontwikkeling van een publicatie over de kwaliteiten en middelen die kunstdocenten nodig hebben in het werken met ouderen [4]. Het project werd gefinancierd door het Fonds voor Cultuurparticipatie, Ars Donandi en de W.M. de Hoop Stichting.

Meer weten

Het Nivel levert de kennis om de gezondheidszorg in Nederland beter te maken. Dat doen we met hoogwaardig, betrouwbaar en onafhankelijk wetenschappelijk onderzoek naar thema's met een groot maatschappelijk belang. 'Kennis voor betere zorg' is onze missie. Alle onderzoeken publiceert het Nivel openbaar. U vindt deze publicatie en alle andere Nivel-publicaties op www.nivel.nl/publicaties.

Titelgegevens van deze publicatie

De gegevens uit deze publicatie mogen met de volgende bronvermelding worden gebruikt: Bottenheft, E., Knapen, J., Boeije, H. Ouderen bereiken en betrekken voor succesvolle deelname aan kunstprojecten: een handreiking. Utrecht: Nivel, 2023.

Literatuur

1. Groot, B., De Kock, L., Liu, Y., Dedding, C., Schrijver, J., Teunissen, T., . . . Abma, T. (2021). The Value of Active Arts Engagement on Health and Well-Being of Older Adults: A Nation-Wide Participatory Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(15), 1-17.
2. Van de Maat, J. W. (2017). *Het Danspaleis tegen het licht: Evaluatieonderzoek aan de hand van de Theory of Change*. Utrecht: Movisie.
3. Hortulanus, R., Jonkers, M., & Stuyvers, D. (2012). *Kunstbeoefening met ambitie: Naar een lokaal stimulerings- en faciliteringsprogramma voor kunstbeoefening door ouderen*. Utrecht: LESI.
4. Bottenheft, E., Knapen, J., & Boeije, H. (2023). *Praktijkonderzoek naar succesvolle kunstprojecten met ouderen: ervaringen en voorbeelden uit het project (S)Pionieren*. Utrecht: Nivel.
5. Van Ditzhuijzen, J., Van Grinsven, S., & De Groot, N. (2018). *Wat werkt bij culturele interventies voor ouderen. Hoe kunst kan bijdragen aan positieve gezondheid*. Utrecht: Movisie.
6. Dons, K., Mak, P., & Bisschop Boele, E. (2014). *Leading Creative Music Workshops with the Elderly: Exploring a Double Balancing Act*. Hanze: Research Group Lifelong Learning in Music.
7. Garritsen, H., & Verkaik, R. (2018). *Ouderen bereiken voor sociale en beweegactiviteiten*. Utrecht: Nivel.
8. Herber, G.-C., Lemmens, L., & Spijkerman, A. (2018). *Preventieve activiteiten voor ouderen die onvoldoende bereikt worden: wat zijn kansrijke elementen*. Bilthoven: Rijksinstituut voor Volksgezondheid en Milieu.
9. *Kunst in de zorg (2021). Financiering, vertrouwen en vakmanschap: Een kritische reflectie op het verduurzamen van participatieve kunstprojecten voor ouderen*. Amsterdam UMC & Leyden Academy.
10. Moerbeek, S. (2005). *De kracht van oudere vluchtelingen: Programma's voor levensverhalen en expressie*. Amsterdam: Stichting Bevordering Maatschappelijke Participatie.
11. Verkaik, R., Van Hees, S., Mariën, V., Boeije, H., & Rijken, M. (2019). *Evaluatie FNO-programma Meer Veerkracht, Langer Thuis*. Utrecht: Nivel.
12. LKCA (2018). *Ga samen voor oud!* Utrecht: LKCA.
13. De Groot, N., & Van Grinsven, S. (2021). *Procesevaluatie De Vlinder: Een multidisciplinaire theaterdansvoorstelling voor en door ouderen*. Utrecht: Movisie.

Verwijzingen afbeeldingen

Het beeldmateriaal uit het (S)Pionieren-project is met toestemming van alle betrokkenen gebruikt.

- Pagina 1: Foto 1, 2 en 3 gemaakt door Anke van Duren
- Pagina 2: Foto 1 gemaakt door Wendy van Zon
- Pagina 2: Foto 2 en 3 gemaakt door Marcel de Buck
- Pagina 4: Foto 1 gemaakt door Maaïke Mul

- Pagina 4: Foto 2 uit eigen beeldbank
- Pagina 5: Foto 1 is een afbeelding van een (S)Pionieren-kunstproject
- Pagina 5: Foto 2 uit eigen beeldbank
- Pagina 6: Foto 1 gemaakt door Wendy van Zon
- Pagina 7: Foto 1 gemaakt door Marcel de Buck
- Pagina 8: Foto 1 en 2 gemaakt door Wendy van Zon
- Pagina 9: Tekening van Maaïke Mul