



WHITEPAPER ETEN EN DRINKEN VOOR OUDEREN

Ontdek de informatieve whitepaper van SYNDLE over de doelgroep ouderen. Verken de specifieke uitdagingen met betrekking tot eten en drinken die bij deze doelgroep spelen. En laat je inspireren door de opkomende trends en ontwikkelingen binnen deze sector.

SYNDLE



DE VERANDERENDE DOELGROEP

De ouderenzorg heeft de afgelopen jaren verschillende veranderingen ondergaan. Er is een verschuiving geweest van institutionele zorg naar meer nadruk op zorg en hulp aan huis. Ouderen willen vaak zo lang mogelijk in hun eigen huis blijven wonen, en er zijn meer initiatieven ontwikkeld om dit te ondersteunen. Ouderen willen vaak zo lang mogelijk in hun eigen huis blijven wonen, en er zijn meer initiatieven ontwikkeld om dit te realiseren. Aan huis kan door bijvoorbeeld thuiszorg ondersteuning geboden worden bij dagelijkse activiteiten, medische zorg en sociale ondersteuning.

Daarnaast is meer aandacht voor het creëren van gemeenschappen waarin ouderen volwaardig kunnen deelnemen aan het maatschappelijke leven. Dit omvat het verbeteren van de toegankelijkheid van openbare ruimtes, het bevorderen van sociale interactie en het bieden van voorzieningen en diensten die specifiek gericht zijn op de behoeften van ouderen.

Ook op het gebied van technologie zijn er verschillende ontwikkelingen die de ouderenzorg op ver-

schillende manieren beïnvloeden. Telezorg (telemedicine) maakt bijvoorbeeld op afstand medische zorg mogelijk, waardoor ouderen minder vaak naar het ziekenhuis hoeven te gaan. Daarnaast worden er steeds meer digitale hulpmiddelen en apparaten ontwikkeld die ouderen helpen bij het monitoren van hun gezondheid, het innemen van medicijnen en het verbeteren van de veiligheid in huis.

Er is een verschuiving geweest van een puur medische benadering naar een meer holistische benadering van de ouderenzorg. Er wordt nu meer nadruk gelegd op het verbeteren van de kwaliteit van leven van ouderen, inclusief hun emotionele, sociale en psychologische welzijn. Dit omvat het bieden van activiteiten, recreatiemogelijkheden en geestelijke gezondheidszorg.

Een belangrijke ontwikkeling is de toenemende vergrijzing van de bevolking en de financiële uitdagingen die dit met zich meebrengt. De vraag naar ouderenzorg neemt toe, terwijl de beschikbare middelen beperkt zijn. Dit heeft geleid tot debatten en hervormingen op het gebied van financiering, betaalbaarheid en duurzaamheid van de ouderenzorg.

DE TERMEN VAN NU EN DE TOEKOMST

Positieve gezondheid in de ouderenzorg

Positieve gezondheid is een concept ontwikkeld door Machteld Huber, een arts en onderzoeker uit Nederland. Machteld Huber introduceerde dit concept als een breder perspectief op gezondheid, dat verder gaat dan alleen de afwezigheid van ziekte. In plaats daarvan benadrukt ze het belang van welbevinden en de veerkracht van een persoon. Een concept wat ook zeer relevant en waardevol is in de ouderenzorg. Het richt zich op het bevorderen van het welbevinden en de kwaliteit van leven van oudere mensen, ondanks eventuele gezondheidsproblemen of beperkingen die ze kunnen ervaren. In de ouderenzorg kan positieve gezondheid worden toegepast door de focus te verleggen van louter medische zorg naar een bredere benadering die rekening houdt met de verschillende dimensies van gezondheid, waarbij ouderen niet alleen als patiënt moeten worden gezien, maar als individu met een unieke levenservaring en waardevolle bijdragen aan de samenleving.

Reablement

In 2007 begon in Zweden een intensief revalidatietraject, met als doel ouderen weer volledig zelfstandig te laten functioneren. Na afloop van dit traject kon de meerderheid van de deelnemers weer zelfstandig en zonder begeleiding thuis wonen.

Zelfredzaamheid, ook bekend als Reablement, wint aan populariteit in de ouderenzorg. Het streven naar meer onafhankelijkheid van zorg is zowel gunstig voor ouderen als voor de zorgsector zelf. In Denemarken is deze aanpak al gebruikelijk en zelfs wettelijk vastgelegd. Wanneer een oudere in Denemarken bij de gemeente aanklopt voor zorg, wordt Reablement ingezet. Meer dan 60 procent van de Deense ouderen die thuiszorg ontvangt, is binnen 3 maanden weer zelfredzaam. In Nederland is deze benadering nog niet vanzelfsprekend. Hier is de zorg deels gericht op het overnemen van taken die de oudere niet meer zelfstandig kan uitvoeren.

Warme technologie

Een groeiende groep onder de ouderen, zijn de mensen met dementie. Zij willen niet alleen dingen vervangen die ze niet meer zelf kunnen, maar ook nieuwe dingen leren en actief blijven.

Het hebben van dementie is een uitdaging, maar het bepaalt niet wie je bent. Mensen met dementie blijven waardevolle individuen die graag een betekenisvol leven leiden. Met behulp van warme technologie* willen we hen ondersteunen bij het verwezenlijken van hun wensen en doelen. Dit omvat niet alleen het terughalen van herinneringen, maar ook het mogelijk maken van nieuwe ervaringen en kansen om te blijven groeien en zich te ontplooien.

*Warme technologie is een gebruiksvriendelijke, niet-stigmatiserende technologie gericht op wat mensen met dementie nog wél kunnen.



ETEN EN DRINKEN

IN DE OUDERENZORG

Ondervoeding bij ouderen komt vaak voor. Maar liefst 35 procent van de ouderen (xx+) is ondervoed. Bij zelfstandig thuiswonende ouderen is dit ruim 10 procent. Zij krijgen minder voedingsstoffen binnen dan nodig is voor een gezond leven en voor herstel van ziekten en of ingrepen.

De laatste jaren is er meer aandacht voor voeding en gezondheid. Met nadruk op het belang van voeding en gezonde eetgewoonten voor de gezondheid en het welzijn van ouderen. Er is meer bewustzijn ontstaan over de specifieke voedingsbehoeften van ouderen, zoals voldoende eiwitten, vitamines en mineralen. Voeding speelt een rol bij het bevorderen van een goede gezondheid, het verminderen van het risico op ziekten en het behouden van een gezond gewicht. Ook het behouden van spiermassa en spierkracht kan door de combinatie van de juiste voeding en bewegen worden bevorderd. Heel belangrijk, niet alleen voor de fysieke en geestelijke gezondheid, maar ook voor het behoud van functies en daarmee de zelfredzaamheid.

Om tegemoet te komen aan de individuele voorkeuren en behoeften van ouderen, is er meer aandacht voor gepersonaliseerde maaltijdkeuze en flexibiliteit in menu's. Dit omvat vaak meer variatie in het aanbod van maaltijden, alternatieven voor speciale diëten (bijvoorbeeld vegetarisch, glutenvrij) en opties voor kleinere porties.

Smaak en presentatie van maaltijden zijn belangrijke aspecten geworden in de ouderenzorg. Het stimuleren van de eetlust en het plezier in eten is essentieel, vooral omdat ouderen soms te maken hebben met smaakveranderingen of verminderde eetlust. Zorginstellingen en thuiszorgdiensten besteden meer aandacht aan het bereiden van smaakvolle en aantrekkelijke maaltijden die de eetlust bevorderen.

Ouderen met specifieke behoeften, zoals slikproblemen, kauwproblemen of verhoogde voedingsbehoeften, krijgen steeds meer individuele ondersteuning op het gebied van eten en drinken.



Hieronder vallen bijvoorbeeld het aanpassen van voedingsconsistenties door logopedisten of het inschakelen van diëtisten om individuele voedingsplannen op te stellen.

Er wordt ook steeds meer nadruk gelegd op de sociale aspecten van maaltijden bij ouderen. Maaltijden worden gezien als een gelegenheid voor sociaal contact en verbinding. Dit heeft geleid tot initiatieven zoals het bevorderen van gezamenlijke maaltijden in zorginstellingen, maaltijddiensten aan huis met sociale interactie en gemeenschapsprogramma's waarbij ouderen met anderen kunnen koken en eten.

Slikproblematiek

Kauw- en slikproblemen zijn veel voorkomend bij ouderen en kunnen leiden tot moeilijkheden bij eten en drinken. Ouderdom komt met gebreken is een veel gehoorde uitdrukking. Zo kampen veel ouderen met tandheelkundige aandoeningen (missende elementen, protheses die niet meer optimaal passen), kan de spierkracht die nodig is voor het verwerken van voeding afnemen of ervaren zij door andere medische aandoeningen (of medicatie) hinder bij het veilig doorslikken van hun eten en drinken. Dit brengt directe risico's met zich mee op verslikken, een verminderde intake en een lagere kwaliteit van leven.

HOE MAAK JE ETEN SMAAKVOLLER EN PLEZIERIGER VOOR OUDEREN?

Geuren van bakken, koken of opwarmen kunnen sterke herinneringen oproepen en zelfs de eetlust opwekken. Het is fascinerend hoe de geur van eten verbonden kan zijn met onze herinneringen en emoties.

Naarmate we ouder worden, merken we vaak dat onze smaakpapillen minder gevoelig worden. Dit kan ervoor zorgen dat maaltijden minder bevredigend lijken. Gelukkig kunnen bepaalde smaakversterkers worden toegevoegd om de smaakbeleving te vergroten en de maaltijd aantrekkelijker te maken.

Natuurlijk willen we ook dat onze maaltijden er aantrekkelijk uitzien. Het oog speelt immers een hele belangrijke rol in onze eetervaring. Door gebruik te maken van contrastkleuren in de presentatie van gerechten, kunnen we de visuele aantrekkingskracht vergroten.

Als iemand een verminderde eetlust heeft, kunnen kleine porties op grote borden nuttig zijn. Dit creëert de optische illusie van een kleinere maaltijd, waar een vol bord eerder tegenstaat en de zin in eten voor deze groep ontnemt. Het is belangrijk om de tafel overzichtelijk te houden, zodat de maaltijd aantrekkelijk en uitnodigend blijft. Om het gevoel van verbondenheid met het verleden te versterken, kan je maaltijden serveren die aansluiten bij de leefwereld van vroeger. Denk bijvoorbeeld aan groenten die toen veel gegeten werden.

Ouderen zijn misschien niet gewend aan de overvloed aan opties en variatie die we tegenwoordig hebben, dus het kan geruststellend zijn om iets vertrouwds op het bord te zien. Herkenbare voeding én materialen kunnen hierbij worden ingezet. Denk hierbij aan een kan melk op tafel of een plankje met kaasblokjes.

Het is belangrijk om maaltijden zo te maken, dat ouderen deze gemakkelijk en zelfstandig kunnen eten. "Eten uit het vuistje" of "fingerfood" zijn hiervan voorbeelden. Dit bevordert hun autonomie en zelfredzaamheid, wat essentieel is voor een positieve eetervaring. Daarnaast kunnen ouderen betrokken worden bij de bereiding van maaltijden. Dit geeft hen een gevoel van eigenwaarde en autonomie, en het kan tevens de eetlust vergroten. Tot slot is het creëren van een omgeving die past bij het individu van cruciaal belang.

Het gaat niet alleen om het voedsel zelf, maar ook om de sfeer en de setting waarin het wordt genuttigd. Door rekening te houden met de voorkeuren en behoeften van elke persoon, kunnen we een eetomgeving creëren die comfortabel en uitnodigend is.

Kortom, de geur, smaak, presentatie, porties, betrokkenheid, en omgeving spelen allemaal een rol bij het creëren van een positieve eetervaring voor ouderen. Het gezegde "zien eten, doet eten" is zeker van toepassing, en door deze verschillende aspecten in acht te nemen, kunnen we de eetlust en tevredenheid van ouderen vergroten.





TRENDS EN

ONTWIKKELINGEN

Wat is een trend

Wanneer je aan iemand vraagt wat een trend is, zul je verschillende antwoorden krijgen. Mensen hebben vaak ook geen idee van wat het precies inhoudt. Wanneer je de definitie van het woord trend opzoekt, blijkt een trend een algemene richting te zijn, waarin een ontwikkeling of verandering plaatsvindt. Maar deze definitie van het begrip trend is zeer ruim. Bij SYNDLE hanteren we de volgende definitie:

“Een trend is een richting van verandering in waarden en behoeften die aangestuurd wordt door krachten en zich manifesteert in verschillende richtingen binnen bepaalde groepen in de maatschappij.”

Trends worden ook wel eens vergeleken met een rage of een hype. Denk aan een de zogenaamde “modetrends van de zomer”. Dat is dus geen trend maar een rage. Een rage ontstaat uit collectief gedrag dat zich binnen een cultuur, generatie of andere sociale groep ontwikkelt. Dit fenomeen duurt meestal maar kort en kan snel verdwijnen als er geen interesse meer voor is.

Een hype daarentegen wordt gecreëerd door adverteerders en media om een specifiek idee, product of iets anders te promoten. Voor trendontwikkelaars is een hype of rage alleen interessant omdat het kan duiden op een mogelijke opkomende trend of verandering in waarden en behoeften als gevolg van zo'n hype of rage.

Wat is een trendsignaal?

Een trend bestaat uit een verzameling trendsignalen. Trendsignalen zijn nieuwe producten en diensten die vaak een verandering aangeven. Veelal zijn het ontwikkelingen waar je je wenkbrauw bij omhoog trekt, waarbij je denkt: “joh dat is raar, dat is interessant, dat heb ik nog niet eerder gezien.” Hou je ogen open voor dit soort ontwikkelingen en zorg ervoor dat je dit vastlegt en gestructureerd opslaat. Dit is belangrijk voor je trendresearch, want zo creëer je een database vol ontwikkelingen die je kan gebruiken voor inzichten in trends.

Trends bij conceptontwikkeling

Conceptontwikkeling is het proces om te komen tot een oplossing die een fit is tussen een product of dienst en de behoeften van een doelgroep. Een sterk concept resulteert in een verbetering van de kwaliteit van leven en is toekomstbestendig. Trends dienen als inspiratie voor innovatie. Door trends te analyseren, kunnen organisaties nieuwe kansen identificeren en creatieve oplossingen bedenken die inspelen op veranderende behoeften en problemen in de samenleving. Het volgen van trends stimuleert dus de ontwikkeling van innovatieve producten, diensten en bedrijfsmodellen, waardoor organisaties relevant blijven en zich kunnen onderscheiden van hun concurrenten.

Waarom zijn trends belangrijk voor een organisatie?

Het begrijpen en volgen van trends is van belang voor organisaties om verschillende redenen. Allereerst bieden trends inzicht in de veranderende behoeften, wensen en voorkeuren van consumenten. Door op de hoogte te blijven van deze trends kunnen organisaties hun producten, diensten en strategieën aanpassen om beter aan te sluiten bij de verwachtingen van de doelgroep.

Daarnaast helpen trends organisaties om toekomstbestendig te blijven. Ze bieden inzicht in mogelijke toekomstige ontwikkelingen en veranderingen in de markt. Door deze trends te volgen, kunnen organisaties proactief anticiperen op veranderingen en zich aanpassen aan nieuwe omstandigheden. Dit vergroot hun veerkracht en zorgt ervoor dat ze zich kunnen handhaven in een dynamische en competitieve omgeving.

SYNDLE volgt dagelijks de trends en ontwikkelingen in verschillende sectoren.





TREND

SAMEN NIET ALLEEN

De trend "Samen niet alleen" richt zich op het doorbreken van eenzaamheid, het bevorderen van saamhorigheid en het omgaan met de uitdagingen van vergrijzing van de maatschappij. In een maatschappij waar individuele isolatie en een gebrek aan sociale interactie steeds vaker voorkomen, is het van essentieel belang om gemeenschappen te creëren waarin ouderen zich ondersteund, verbonden en gewaardeerd voelen.

TRENDSIGNALEN

ANWB AutoMaatje

ANWB AutoMaatje biedt vervoersoplossingen voor senioren en minder mobiele mensen. Dit initiatief stelt mensen in staat om weer deel te nemen aan het sociale en maatschappelijke leven.

Voor veel mensen is het niet vanzelfsprekend om eenvoudige activiteiten zoals een bezoek aan de kapper, deelnemen aan een bingo of het bezoeken van een partner in een verzorgingstehuis uit te voeren. Mobiliteitsproblemen kunnen de vrijheid en het

welzijn van individuen beperken. ANWB AutoMaatje streeft ernaar deze beperkingen te overwinnen door betrouwbaar vervoer aan te bieden aan degenen die het nodig hebben. Het concept is eenvoudig maar effectief: vrijwillige chauffeurs stellen hun eigen auto ter beschikking om mensen naar hun bestemming te brengen, en indien nodig ook weer terug te brengen. Dit biedt een flexibele en persoonlijke service, aangepast aan de behoeften van de passagiers. Om de kosten te dekken, betalen klanten een kleine onkostenvergoeding van 35 cent per kilometer, samen met eventuele parkeerkosten.

Met de introductie van deze vervoersservice kunnen ouderen weer genieten van een actiever en sociaal leven. ANWB AutoMaatje helpt de barrières van mobiliteitsbeperkingen te doorbreken en bevordert inclusie en welzijn in de gemeenschap.

Dementheek

Dementie is een complexe aandoening die het leven van zowel de persoon met dementie als zijn of haar naasten ingrijpend kan beïnvloeden. In de strijd tegen de uitdagingen die dementie met zich meebrengt, is er een waardevol initiatief opgekomen: de dementheek.

De dementheek is een verzameling materialen zoals spellen, literatuur en informatiebronnen, speciaal ontworpen voor mensen met dementie. De dementheek is een waardevol initiatief dat aansluit bij de groeiende behoefte aan ondersteuning voor mensen met dementie en hun omgeving. Het biedt niet alleen een scala aan materialen en informatie, maar bevordert ook begrip, bewustzijn en compassie in de samenleving. Met de dementheek als een bron van kennis en steun kunnen mensen met dementie en hun naasten de uitdagingen van deze complexe aandoening beter het hoofd bieden.

'Huiskamerbus' rijdt door Alkmaar tegen eenzaamheid onder ouderen én jongeren

Door de coronacrisis is het aantal mensen wat zich eenzaam voelt gestegen. Dit zien we voornamelijk bij ouderen, maar ook bij jongeren. De Huiskamerbus is een initiatief wat zich inzet voor dit probleem en nodigt mensen uit om met elkaar in gesprek te gaan. Iedereen is welkom in deze mobiele huiskamer.

Jong en oud speeddaten tegen eenzaamheid

Speeddaten tussen jong en oud georganiseerd door de Oma's Soep om eenzaamheid bij ouderen tegen te gaan. Ze vinden het belangrijk dat jongeren en ouderen samen zijn. Ze kunnen immers veel van elkaar leren. En dat vinden ook de deelnemers, zowel de ouderen als de jongeren.

DE TREND EN ETEN & DRINKEN

De trend "Samen niet alleen" biedt interessante mogelijkheden voor de sector eten & drinken om een bijdrage te leveren aan het doorbreken van eenzaamheid en het bevorderen van saamhorigheid onder ouderen. Bijvoorbeeld door het organiseren van een intergenerationale eetervaring waarbij jongeren en ouderen samenkomen. Dit kan een waardevolle manier kan zijn om verbinding en begrip tussen verschillende leeftijdsgroepen te bevorderen. Of het opzetten van een gemeenschapsrestaurant. Deze restaurants kunnen zowel gericht zijn op ouderen die zelfstandig wonen als op ouderen in zorginstellingen. Het creëren van een warme en gastvrije omgeving, waarin ouderen zich welkom en gewaardeerd voelen, kan bijdragen aan het gevoel van saamhorigheid en het verminderen van sociale isolatie.

Door actief te streven naar het doorbreken van eenzaamheid en het bevorderen van saamhorigheid, kan de sector eten & drinken bijdragen aan het creëren van ondersteunende en inclusieve gemeenschappen waarin ouderen zich gewaardeerd en verbonden voelen. Dit kan een positieve impact hebben op hun geestelijk welzijn en kwaliteit van leven.





TREND

BLIJ TERUG NAAR JIJ

De trend "Blij terug naar jij" richt zich op het creëren van innovatieve oplossingen en ervaringen voor ouderen, met als doel herinneringen op te halen, terug te keren naar het verleden en daardoor het gevoel krijgen dat ze een actieve rol spelen in de maatschappij. Deze trend erkent het belang van het behouden van een gevoel van eigenwaarde, het versterken van de mentale veerkracht en het stimuleren van sociale betrokkenheid onder ouderen.

TRENDSIGNALEN

Camping voor ouderen

Ouderen die wonen in Sallandse zorgcentra mochten afgelopen zomer naar de camping. ZRG Zorggroep huurde vier weken lang op de camping Krieghuusbelten in Raalte een safari tent. Elke dag kwamen verschillende groepen ouderen daar een dagje doorbrengen. Een vrij nieuw concept in de ouderenzorg, maar we krijgen ook te maken met een nieuwe generatie ouderen met andere wensen en behoeften. Vorig jaar opende Breezicht in IJmuiden een camping voor ouderen. Zelfs in de binnentuin van het verzorgcentrum, speciaal voor ouderen met dementie. Vele bewoners hebben vroeger zelf gekampeerd. Ze gaan op deze manier echt even terug naar toen. Een moment waar ze vroeger naar uitkeken, maar nu aan ze voorbijgaat.

Martha heeft Alzheimer, maar verandert weer in een ballerina bij het horen van muziek

Een video waarin Marta, een voormalige ballerina die lijdt aan de ziekte van Alzheimer, opnieuw herinnert aan haar tijd op het podium, gaat viraal. Bij het horen van de muziek van Het Zwanenmeer lijkt Marta tijdelijk haar ziekte te vergeten en herleeft ze haar balletcarrière. Het effect van muziek op mensen met Alzheimer is eerder erkend, en in dit geval activeert de muziek specifieke herinneringen aan dansbewegingen die Marta decennia geleden heeft uitgevoerd. Ondanks haar geheugenproblemen blijven bepaalde hersengebieden onaangetast door de ziekte, waardoor ze blijkt in staat te zijn om zich de choreografie te herinneren en automatisch mee te bewegen met de muziek.

https://www.youtube.com/watch?v=IT_tW3EVDK8

De Oude Bestuurskamer

Het project 'De Oude Bestuurskamer', ook bekend als 'Football Memories', brengt eenzame en/of licht dementerende ouderen samen om herinneringen op te halen, voornamelijk over NEC. De bijeenkomsten vinden plaats in de oude bestuurskamer, die vroeger een centrale plek was. Met behulp van shirts, foto's en fotoboeken worden ouderen gestimuleerd om herinneringen te delen, waardoor het proces van dementie tijdelijk wordt tegengegaan. De focus ligt niet op de waarheid van de herinneringen, maar op de beleving ervan. Het project wordt gezien als een maatschappelijke verantwoordelijkheid van de voetbalclub, omdat het een krachtig middel is om herinneringen op te halen. NEC uit Nijmegen is de elfde Eredivisieclub die deelneemt aan Football Memories, en het project is geïnspireerd door eerdere succesvolle initiatieven bij andere clubs. Vanaf het volgende seizoen zullen de bijeenkomsten van De Oude Bestuurskamer één à twee keer per maand plaatsvinden.

De Nostalgiekar DoSocial

Bij de Nostalgiekar draait het om het bewust ophalen van herinneringen bij mensen met dementie, wat helpt bij hun functioneren in het heden. Door het prikkelen van alle zintuigen, zoals het zien, horen en ruiken, worden de hersenen als het ware weer geactiveerd. Dit versterkt de communicatie met mensen met dementie en helpt hen weer contact te maken met de buitenwereld.

Veel zorgorganisaties streven ernaar om een 'belevingskamer' te hebben, maar ze hebben vaak niet genoeg personeel om met bewoners aan de slag te gaan, of er is simpelweg niet genoeg ruimte om een 'belevingskamer' in te richten. Daarom is de Nostalgiekar bedacht.

Met deze mobiele bakkerskar wordt het verleden naar de bewoners gebracht, zodat medewerkers of vrijwilligers met hen kunnen werken in hun eigen vertrouwde woonkamer, waar ze zich prettig voelen.

Treincoupé voor mensen met dementie

Meer dan twintig Nederlandse verpleeghuizen zullen elk een eigen treincoupé van de NS ontvangen. Het doel van dit initiatief is om mensen met dementie de mogelijkheid te bieden herinneringen op te halen en weer de ervaring van treinreizen te laten beleven.

Alzheimer Nederland en NS stellen de treinbanken, tafels, bagagerekken en kantelprullenbakken ter beschikking, zodat de verpleeghuizen zelf hun eigen coupé kunnen inrichten.

Een jaar geleden introduceerden Alzheimer Nederland en NS de Hoofdreiscoupé, die in 2021 en 2022 langs verpleeghuizen in alle provincies reisde. Nu krijgen 22 verpleeghuizen een permanente coupé. De benodigde onderdelen worden geleverd door oude dubbeldekkers van de nationale spoorvervoerder.

De coupés zijn speciaal ontworpen voor mensen met dementie die niet langer veilig met de trein kunnen reizen. De NS merkt op dat ze af en toe reizigers met dementie tegenkomen die bijvoorbeeld een reisgenoot kwijtraken of niet meer weten hoe het inchecken werkt.



DE TREND EN ETEN & DRINKEN

De trend "Blij terug naar jij" kan interessante mogelijkheden bieden voor de sector eten & drinken als het gaat om het creëren van unieke ervaringen en het vervullen van de behoeften van ouderen. Bijvoorbeeld door bij menu-ontwikkeling rekening te houden met smaken van vroeger, een belevingsrestaurant om herinneringen op te halen of sociale evenementen als een kookworkshop. Al deze initiatieven kunnen bijdragen aan het behouden van een gevoel van eigenwaarde, het versterken van de mentale veerkracht en het stimuleren van sociale betrokkenheid onder ouderen. Door ouderen actief te betrekken bij de ontwikkeling van producten en diensten, kan de sector eten & drinken een belangrijke rol spelen in het bevorderen van het welzijn en de levenskwaliteit van ouderen.



ETEN EN DRINKEN;

HET GEHEIM VAN OUDER WORDEN

The Blue Zone

Blue Zones zijn gebieden in de wereld waar mensen statistisch gezien langer en gezonder leven dan gemiddeld. Het sterftecijfer ligt gemiddeld zelfs tussen de 90 en 100 jaar, wat betekent dat mensen daar doorgaans 10 tot 20 jaar ouder worden dan wij.

In de Blue Zones hebben ouderen vaak een gezond voedingspatroon dat rijk is aan plantaardig voedsel, zoals groenten, fruit, volle granen, bonen en noten. Ze consumeren matige hoeveelheden vis en mager vlees. Dit dieet, gecombineerd met matige calorie-inname, draagt bij aan hun gezondheid en levensverwachting. Het is belangrijk op te merken dat de ouderenzorg in de Blue Zones gebaseerd is op de bredere cultuur en levensstijl van de gemeenschappen. Deze benaderingen kunnen ook andere factoren omvatten, zoals een schone omgeving, een laag stressniveau, een evenwichtige levensstijl en eten in gezelschap.

Het Blue Zones dieet

Een van de kenmerken van de inwoners van Blue Zones is hun hoge consumptie van groenten. Bijvoorbeeld op Sardinië en Ikaria hebben mensen vaak hun eigen moestuin waar ze groenten verbouwen. Het eten van groenten is niet alleen lekker, maar tuinieren houdt hen ook actief.

Het principe van 'weet wat je eet' beperkt zich niet alleen tot de eigen moestuintjes - inwoners van Blue Zones bereiden ook altijd zelf hun maaltijden. En dan bedoelen we echt vanaf het begin: op Sardinië maken ze bijvoorbeeld vaak zelf kaas, brood en olijfolie, en in Nicoya worden tortilla's gemaakt van maïs. Dit heeft niet alleen te maken met smaak, maar ook met gezondheid, omdat er geen onnodige toevoegingen worden gebruikt. In de Blue Zones wordt dan ook relatief weinig bewerkte suiker geconsumeerd. Ook het drinken van alcohol wordt nauwelijks gedaan.

Daarnaast wordt er vrij weinig tot geen vlees gegeven. De richtlijn 95% plantaardig en 5% dierlijke producten worden gehanteerd. Vlees wordt voornamelijk vervangen door bonen, peulvruchten en tofu. Ook vezels zijn erg belangrijk in het Blue Zones dieet. Denk aan haver-mout als ontbijt of een breakfast tortilla zoals in Nicoya. Daar eten ze ook bij het ontbijt gewoon zwarte bonen. Daarnaast speelt het gebruik van verschillende (verse) kruiden een belangrijke rol om de maaltijd nog smakelijker te maken. En deze kruiden, denk aan munt, knoflook, rozemarijn en komijn, brengen ook gezondheidsvoordelen met zich mee.

Japan; Okinawa's

Okinawa, een van de gebieden in de Blue Zones. Een eiland met een unieke cultuur, taal en levensstijl, ondanks dat het tot Japan behoort. Met een bevolking van 1,3 miljoen mensen telt Okinawa 63 honderdjarigen per 100.000 inwoners, in tegenstelling tot het Japanse gemiddelde van 40 per 100.000 inwoners. Ter vergelijking, Nederland heeft slechts 9 honderdjarigen per 100.000 inwoners. Maar wat is hun geheim?

In Okinawa hebben de mensen een gezond dieet en levensstijl. Gedurende de eeuwen is hun voedingspatroon aangepast om een meetbaar gezondere en langere levensduur te bevorderen. Het doel is simpelweg om langer te leven in een goede fysieke en mentale gezondheid.

Het draait niet alleen om wat ze eten, maar ook om hoe ze eten. Het is van belang om aandachtig en grondig te kauwen, en je te concentreren op het eten. Het is beter om kleinere porties verspreid over de dag te nemen dan een grote maaltijd in de avond.

Japanners zijn zeer duidelijk over voeding: om vitaal en gezond oud te worden, dien je dagelijks minstens 15 verschillende voedingsmiddelen te eten. De aanwezigheid van antioxidanten, zoals flavonoïden, vormt de basis van al deze elementen. Onderzoek heeft aangetoond dat dit daadwerkelijk resultaat oplevert. Het bloed van de inwoners van Okinawa bevat bijvoorbeeld 50 keer zoveel flavonoïden als dat van westerlingen.



DE INWONERS VAN OKINAWA

GELOVEN IN “HARA HACHI BU”,

WAT WIL ZEGGEN “ETEN TOT JE 80% VOL ZIT”.



WAAROM VISIEONTWIKKELING

ZO BELANGRIJK IS

Een goede visie en strategie op eten en drinken helpt bij het continu verbeteren en laten doorgroeien van het concept. Periodieke evaluatie en aanpassingen zijn essentieel om relevant te blijven in een snel veranderende wereld.

Door regelmatig de visie en strategie te checken op relevantie, kan een organisatie inspelen op nieuwe trends, behoeften en voorkeuren van consumenten. Dit stelt hen in staat om een voedingsconcept te ontwikkelen dat aantrekkelijk is voor consumenten en bijdraagt aan een gezondere samenleving. Het begrijpen van de veranderende consumentenbehoeften is daarom een onmisbare factor.

Daarnaast spelen ook interne ontwikkelingen in de organisatie een rol bij het vormgeven van de visie. Het is belangrijk om te kijken naar de capaciteiten, middelen en doelen van de organisatie. Deze interne factoren kunnen de visie beïnvloeden en helpen bij het bepalen van de haalbaarheid en uitvoerbaarheid van het voedingsconcept.

Een goede visie en strategie vormen de basis voor de verdere ontwikkeling van het voedingsconcept en zorgen ervoor dat de organisatie gericht kan werken aan het realiseren van haar doelen en het creëren van waarde voor de consumenten.

SYNDLE helpt organisaties bij het ontwikkelen van een goede visie en strategie op eten en drinken bijvoorbeeld door het uitvoeren van een doelgroep onderzoek of een trendanalyse. Door het verzamelen en analyseren van relevante gegevens, kunnen wij de veranderende consumentenbehoeften en opkomende trends in de wereld van eten & drinken identificeren. Deze informatie is essentieel bij het begrijpen van de marktdynamiek en het bepalen van de richting van het voedingsconcept.

Daarnaast biedt SYNDLE ondersteuning bij het analyseren van interne ontwikkelingen binnen de organisatie. Door het verzamelen en evalueren van gegevens met betrekking tot de capaciteiten, middelen en doelen van de organisatie, kan SYNDLE helpen bij het bepalen van de haalbaarheid en uitvoerbaarheid van de voorgestelde visie. Dit stelt de organisatie in staat om een visie te ontwikkelen die afgestemd is op haar interne mogelijkheden en doelstellingen.

Heb jij vragen over het ontwikkelen van een visie op eten en drinken? Mail dan naar info@syndle.nl