



Spolufinancováno
Evropskou unií



Shrnující dokument

Registrační číslo projektu	CZ.03.03.01/00/22_021/0001603
Název projektu	Příprava na budoucnost - inovace seniorských programů v TOTEM, z.s.
Příjemce (název)	Mezigenerační a dobrovolnické centrum TOTEM, z.s.

Výchozí situace a shrnutí projektu

Pro realizaci projektu jsme se spojili s designovým studiem Pábení, a společně s nimi vyměnili obvyklou cestu TOTEMových inovací, za cestu založenou na multiplikaci dobré praxe zacílenou na práci s daty, dotazováním a sběrem informací. Na těchto zjištěních jsme pak stavěli další kroky vedoucí k novému programu.

Projekt jsme začali realizovat dle harmonogramu v květnu 2023 a postupovali dle předem vtyčených fází, etap a aktivit projektu.

V první části jsme se věnovali mapování terénu, rozhovorům s různorodými aktéry projektu z přesně definované zájmové skupiny tak, abychom si udělali co nejpresnější představu o problému, kterému se v projektu budeme věnovat.

Na začátku projektu jsme si s lidmi z Pábení nastavili projektové procesy k efektivnímu fungování především v onlinovém prostředí tak, abychom naplnili všechny budoucí výstupy projektu.

Zároveň bylo potřeba seznámit zástupce Pábení se stávajícími programy pro seniory, cílovými skupinami z TOTEMu, které nyní programy využívají, ale i s firemní kulturou, know-how organizace i dalšími specifiky.

Nemalý čas jsme věnovali postupnému učení designovému přístupu, který nás celým projektem provází a který jsme si v průběhu projektu snad natolik osvojili, abychom jej dál mohli využívat pro rozvoj organizace i po skončení projektu. Trénink designových dovedností tak postupoval všemi fázemi projektu.

V další části jsme hledali příležitosti pro inovace, které má projekt přinést. Tyto příležitosti jsme konzultovali s odborníky na problematiku stárnutí i s budoucí cílovou skupinou.

Následně jsme si na základě příležitostí konkretizovali možná řešení a došli ke třem službám, které bychom mohli v poslední fázi projektu testovat. Hledali jsme příležitosti a bariéry pro tyto tři služby:

1. **Vytvořit souhrnný obsah mapující všechny oblasti přípravy na důchod**, kam by přirozeně našli cestu budoucí senioři hledající informace o důchodu, ale dozvěděli by se, že příprava na důchod je mnohem víc než jen finanční zajištění. Jednou z myšlenek bylo vytvořit informační materiál – brožuru pro jednotlivé oblasti přípravy na důchod, další z variant pak bylo vytvořit samostatný web.

2. **Hledat v Plzni a blízkém okolí partnera pro otestování** Kutilské kavárny a opravárenské dílny pro veřejnost, která by mohla přilákat muže a současně vytvořit prostor pro rozvoj jejich sociálních vazeb.

3. **Barcamp** - prostor otevřené konference, který by umožnil zapojení seniorů odcházejících z firem do důchodu, nebo po jejich těsném odchodu - jako nástroj udržení know-how ve firmě a nástroj práce s odcházejícím člověkem.

Do další fáze jsme vstupovali s tím, že vytváříme souhrnný obsah mapující všechny oblasti přípravy na důchod, kam by přirozeně našli cestu budoucí senioři hledající informace o důchodu. Dozvěděli by se však, že příprava na důchod je mnohem víc, než jen finanční zajištění. Postupnými kroky přípravy rozhovoru bylo jasné, že v rámci projektu nemůžeme vybudovat souhrnný obsah pro všechna témata, připravit k tomu funkční webové rozhraní a nabídnout jej k otestování cílové skupině, otestovat, vyhodnotit a připravit udržitelnost takového obsahu. Pracovali jsme s myšlenkou uskutečnit první sadu rozhovorů a následně vybrat některé z témat, které bude respondenty nejvíc zajímat. Tato témata a možné strategie přístupu k nim pak následně rozpracovat na web a do dalších formátů obsahu. V rámci týmových workshopů jsme stanovili komunikační kanály, dali jim priority a vytvořili obsah nabídky na rozhovor. Následně vznikla grafika letáku pro oslovení respondentů. V této fázi jsme začali spolupracovat s odborným konzultantem v oblasti komunikace, protože bylo jasné, že bude třeba změnit slovník, vizuální prezentaci, diverzifikovat komunikační kanály.

Po prvních odvedených rozhovorech se ukázalo, že najít jedno stěžejní téma, které skupina řeší, nebude jednoduchá cesta. Nicméně se velmi silně projevilo zaujetí lidí, povídat si na téma budoucího důchodu a přípravy s tím spojené. Ukázalo se, že pro mnohé je toto první příležitost, jak o budoucnosti přemýšlet a vystoupit mimo rámec společenského uvažování: důchod = pouze téma finančního zabezpečení.

Vzhledem k tomu, že TOTEM má téma prevence jako svou vlajkovou loď v mnoha projektech, rozhodli jsme se odložit nyní myšlenku tvorby souhrnného teoretického obsahu a posunout vnímání prototypu od výzkumu témat, která zajímají většinou oslovenou generaci, ke koučovacímu rozhovoru, tedy k podpoře konkrétního člověka.

Výstupem inovačního projektu je tedy prototyp služby – koučovací rozhovor. Cílem je nabídnout klientovi prostor a podporu při tvorbě jeho vlastní vize života v penzi a při mapování cest a potřebných kroků k jejímu naplnění.

Podrobný průběh projektu

KA1 Poznávání skutečného problému, jeho reálných příčin a potřeb cílové skupiny - mapování problému

V rámci této aktivity jsme se potkávali s aktéry, které jsme vyhodnotili jako relevantní zdroj informací k poznávání problému, který v projektu řešíme. Realizovali jsme tak rozhovory se stávajícími klienty, které vedly k našemu poznání: **motivace**, jež je vede k tomu, že navštěvují programy v TOTEMu, jaká jsou jejich **očekávání** a jaké **potřeby** řeší. To nám a především členům týmu z designového studia pomohlo k orientaci v současném stavu. Následovaly rozhovory s budoucími uživateli a to ať formou osobních setkání, nebo online rozhovorů. Zjišťovali jsme, jaká mají očekávání budoucí senioři*ky od svého života za 5, 10, 15, 20 let. Chtěli jsme vědět, **jaká jsou jejich očekávání spojená s prožíváním seniorského věku, jaké očekávají/mají bariéry, co je baví nyní, v čem žijí, co běžně využívají.**

Zjištěná očekávání od seniorského věku – mezi nejčastěji uváděná očekávání patří snížené finanční zdroje a nutnost přizpůsobovat životní styl, nárůst volného času, možnost věnovat se koníčkům i mimo víkendy, více času pro rodinu, obava ze zvýšené péče o vlastní rodiče, chystají se cestovat, obava ze zhoršujícího se zdravotního stavu.

Prováděli jsme rešerše zdrojů - studie, zprávy, statistiky, přehledy trhu, výzkumné zprávy, odborné články a tak dále.

Potkali jsme se online s experty na problematiku stárnutí, kteří mají relevantní informace vyplývající ze zkoumání chování, očekávání a potřeb budoucích seniorů.

Co jsme v této fázi zjistili:

TOTEM, jako organizace, má expertízu, stabilitu, zázemí. Klienti jsou vysoce motivovaní a uvědomují si, že když zůstanou doma bez kontaktu s TOTEMem, bude jejich život mnohem těžší. Do aktivit TOTEMu, ale i dalších podobných organizací dochází nízké procentu mužů (8 – 12%), muži propadají mnohem snáze pocitu sociální izolace a ztrácí po odchodu do penze kvalitu života. Nadcházející generace seniorů je a bude samostatnější, aktivnější, bohatší, zdravější, sportovněji založená, sebevědomější, početnější a taky se cítí mladší a plnější energie, než kterákoliv generace před nimi. Podíl lidí starších 60 let bude rychle stoupat. Kapacity zdravotních i sociálních zařízení na to nebudou pravděpodobně připravené, **postupně poroste význam prevence, domácí a neformální péče s myšlenkou "postarej se sám"**. Zaměstnavatelé začnou aktivně řešit tzv. age-management. Bude třeba upravovat pracovní podmínky pro seniory, aby jim tato dominantní pracovní síla neodcházela do důchodu. V zahraničí existuje dobrá praxe zaměřená na přípravu na stárnutí, dále program zaměřený na zachycení a aktivizaci mužů seniorů.

KA2 Identifikace příležitostí

V této fázi jsme se zaměřili na hledání nových nápadů a inspirace, které by nám pomohly vyřešit problém, který jsme si stanovili v předchozí části projektu. Prozkoumali jsme jak interní, tak externí zdroje. Uvnitř organizace jsme analyzovali existující projekty a data z rozhovorů s klienty a zaměstnanci. Mimo organizaci jsme se inspirovali úspěšnými případovými studiemi, oceněnými projekty sociálních inovací v zahraničí, konzultovali s odborníky a studovali aktuální trendy v oboru.

Ke konzultaci jsme v prvních dvou aktivitách přizvali: Jana Bartoše (vedoucí vzdělávacího centra Elpida), Mgr. Filipa Zapletala (vedoucího odboru sociálních věcí Plzeňského kraje), Mgr. Lukáše Mařana (vedoucího Odboru sociálních služeb Magistrátu města Plzně), Lucii Vidovičovou, PhD. (expertku na téma stárnutí populace, odborná asistentka na Katedře sociologie MUNI v Brně), Janu Streichsbierovou (tvůrkyně programu Úspěšně do penze), JUDr. Miroslava Somola, CSc. (zástupce projektu Silver Business 55+), Veroniku Divišovou (personalistku z firmy Trenkwalder), Ing. Lenku Desatovou (předsedkyně Rady seniorů ČR) a další.

Po počáteční výzkumné fázi jsme definovali tři oblasti, ve kterých může inovace přispět k plnění poslání TOTEMu:

- 1. Podporovat aktivizaci stávajících seniorů.**
- 2. Zvyšovat kompetence TOTEMu dlouhodobě objevovat nová řešení pro přicházející generaci seniorů.**
- 3. Doručovat podporu a pomoc různorodějšímu publiku.**

Z těchto tří oblastí jsme po zvážení vnitřních kapacit TOTEMového týmu určili jako nejvíce přínosnou oblast pro budoucí inovace poslední z nich, tedy "doručovat podporu a pomoc různorodějšímu publiku".

K výše zmíněnému výběru nás přivedly zejména tyto poznatky získané během výzkumu:

1. Potřeba zaměřit se na cílovou skupinu mužů, kteří stárnou bez vize. Nemají motivaci se do něčeho pouštět. Ze zdravotních/výkonových důvodů postupně ztrácejí přátele, koníčky a nemají vůli je nějak obnovovat. Ničí je pak samota, špatná životospráva a snaží se "nějak dožít" nejčastěji doma u televize.

2. Kontrast mezi životním stylem zaměstnaných lidí v předdůchodovém věku a očekávanou podobou jejich života v důchodovém věku, je mnohem větší než u generace před nimi. Více seniorů nebude chtít jít rovnou do důchodu a část si to prostě nebude moci dovolit. Firmy si postupně uvědomí, že starší zaměstnance potřebují. Víme, že se mnoho seniorů rádo dělí o své zkušenosti. Na západ od nás mají prakticky všechny velké firmy aktivní programy age-managementu.

3. Jen malé procento lidí se nějak aktivně připravuje na důchodový věk, který ale dnes představuje téměř čtvrtinu života. O důležitá témata se příliš aktivně nezajímají a maximálně jsou zvědaví, jaký a kdy dostanou vlastně důchod, což potvrzuje i vysoká hledanost slovních spojení "důchodová kalkulačka" vyplývající ze vstupní analýzy klíčových slov, kterou jsme nechali zpracovat. V zahraničí existují projekty, které cíleně "rozšiřují pohled" pre-seniorů na přípravu na důchod o další, neméně důležitá, témata.

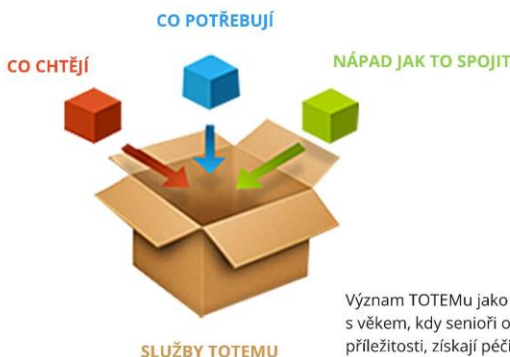
4. Úspěšná inovace stávajících i nových služeb musí vhodným způsobem "balíčkovat" to, co senioři prokazatelně chtějí a citlivě to doplňovat o to, co potřebují vědět nebo umět.

Ukázka práce a myšlenkových pochodů z průběhu designového procesu:

Ani pre-senioři moc nechtějí řešit závažná a důležitá témata

Pokusy nabízet seniorům samostatně "důležitý obsah" se moc nedaří a nadcházející generaci v tom nebude jiná.

I dnes přicházejí do TOTEMU seniorky primárně při hledání volnočasových aktivit.



Úspěšná inovace stávajících i nových služeb musí vhodným způsobem "balíčkovat" to co senioři prokazatelně chtějí a citlivě to doplňovat o to, co potřebují vědět nebo umět.

Význam TOTEMU jako sociální služby roste postupně s věkem, kdy senioři objevují díky komunitě nové příležitosti, získají péči, podporu i motivaci prostě ráno vstát a někam vyrazit.

KA3 Ideace možných řešení

V rámci této aktivity jsme vygenerovali mnoho nápadů a konceptů, které vycházejí z poznatků předešlých aktivit.

Tyto nápady jsme následně podrobili zkoumání v podobě konkrétních experimentů, které pomohly udělat si obraz o tom, jak je který nápad vhodný či nevhodný k realizaci. Experimenty probíhaly oslovením partnerů v následujících oblastech: oslovili jsme spřátelené NNO a zjišťovali, jaký by byl zájem o expertní dobrovolníky – odcházející do důchodu; jednali jsme se samosprávou, zda si umí představit spolupráci s poradním orgánem složeným ze seniorů odcházejících z aktivní pracovní etapy života; mapovali jsme častá slovní spojení vyhledávaná v souvislosti s důchodem na internetu, zjišťovali jsme zájem zaměstnavatelů o problematiku stárnutí a odchodu do důchodu jejich zaměstnanců, zjišťovali jsme zkušenosti s programem Rok jinak, komunikovali jsme se zahraničními

partnery a zjišťovali zkušenosti s dílnou-kavárnou a českými organizacemi pořádající veřejné dílny, zjišťovali jsme v Českém rozhlase Plzeň zájem o expertní poradce z řad seniorů odcházejících do důchodu, atd.

Na základě výsledků experimentů jsme k dalšímu posouzení ponechali tři nápady na inovace:

1. **Vytvořit souhrnný obsah mapující všechny oblasti přípravy na důchod**, kam by přirozeně našli cestu budoucí senioři hledající informace o důchodu, ale dozvěděli by se, že příprava na důchod je mnohem víc než jen finanční zajištění.

2. **Hledat v Plzni a blízkém okolí partnera pro otestování Kutilské kavárny a opravárenské dílny pro veřejnost**, která by mohla přilákat muže a současně vytvořit prostor pro rozvoj jejich sociálních vazeb.

3. **Barcamp** - prostor otevřené konference, který by umožnil zapojení seniorů odcházejících z firem do důchodu, nebo po jejich těsném odchodu - jako nástroj udržení know-how ve firmě a nástroj práce s odcházejícím člověkem.

Tyto nápady jsme posuzovali dle kritérií:

- Jak velký mají potenciál na dosažení poslání TOTEMu?
- Jak velkou máme jistotu, že to bude fungovat?
- Jak snadné je to pro nás udělat?

Vzhledem k tomu, že aktivita - Kutilská kavárna a opravárenská dílna je závislá na nalezení/nenalezení partnera, který bude stěžejní při realizaci, barcamp potřebuje spolupráci firmy, což se nám v této fázi projektu nepovedlo podnitit, tyto nápady zůstaly "zaparkovány" k dalšímu zkoumání a do další aktivity vstupujeme s informačním portálem přípravy na důchod s pracovním názvem Wikipenze.

KA4 Tvorba prototypu budoucí služby

Vybrali jsme jedno z nalezených řešení: **Vytvořit souhrnný obsah mapující všechny oblasti přípravy na důchod**, kam by přirozeně našli cestu budoucí senioři hledající informace o důchodu. Dozvěděli by se, že příprava na důchod je mnohem víc než jen finanční zajištění. Definovali jsme si následující témata, která dávají příležitost zmapovat přípravu člověka na důchod:

- **finance** (finanční soběstačnost, jak se dostat k starobnímu důchodu, finanční gramotnost, systém podpory, daní, možností brigád, atd.),
- **bydlení** (dostupné, udržitelné bydlení, stavební úpravy, doprava a mobilita),
- **vzdělávání** (seberozvoj, trénování paměti, zdroje informací o světě, jazyky),

- **sociální život** (s kým potřebuji a chci trávit svůj volný čas, navazování nových vztahů, prevence osamělosti, mezigenerační setkávání, zapojení a angažovanost, ztráta kolegů, vrstevníků),
- **duševní zdraví** (sebehodnota a seberealizace, ikigai, psychohygiena, předávání životních zkušeností, kam v penzi směřuji),
- **fyzické zdraví** (strava, péče o tělo, pohyb, životospráva, krása, preventivní vyšetření),
- **práce** (úprava pracovní doby a úvazku, změna pracovní pozice, nabídka vhodného zaměstnání, jak a kdy ukončovat své pracovní zapojení, retirement coaching),
- **volný čas** (cestování, sport, změna harmonogramu a životního rytmu, efektivní využívání času),
- **rodina** (péče o rodiče a vnoučata, manželství, sexualita, partnerský život a změny které důchod přinesl, rodina vs. volný čas),
- **technologie** (online služby a sw. zařízení a technologie, požadavky státní správy, ochrana dat),
- **lifestyle** (být "in", benefity věku, první půl rok v důchodu, režim a rituály, domácí mazlíčci, příběhy šťastného stárnutí, desatero spokojeného penzisty),
- **rizika** (krizové situace, nástrahy důchodového věku, stereotypy společnosti).

V této fázi došlo k posunu vnímání toho, co bude výsledným produktem inovací. Definitivně jsme opustili myšlenku, se kterou jsme do projektu vstupovali: a sice, že výstupem bude prototyp produktu typu kurz či aktivita tak, jak bylo v seniorských programech naší organizace zvykem.

Místo toho jsme soustředili pozornost na tvorbu prototypu strukturovaného rozhovoru, který má za cíl **zvědomit pre-seniorům vizi důchodu** a nám pomoci vygenerovat obsah pro další tvorbu souhrnného webu, který bude nabízet strategie přístupu k řešení problematiky jednotlivých témat. Vytvořili jsme strukturu a obsah rozhovoru, otestovali jej na sobě i na lidech z týmu mimo projekt. Dál jsme připravili technické pozadí pro realizaci rozhovoru - šablonu ve virtuálním pracovním prostoru Miro, manuál, jak šablonu ovládat a další návazné dokumenty.

Společně jsme detekovali všechny možnosti, kde oslovit respondenty pro rozhovor. Rozhodli jsme se v první fázi oslovit naše stávající klienty 75+, aby informační leták předali svým potomkům; dále jsme požádali o kontakty naše zaměstnance; využili jsme kontakty členů týmu, oslovili jsme potenciální klienty přes sociální sítě organizace - kontakty, které nás sledují.

Připravený leták jsme na základě zpětných vazeb upravovali a rozhodli se do týmu v této fázi přijmout odbornou konzultantku z oblasti komunikace, PR a řešili jsme s ní podobu naší komunikace zvoleného prototypu produktu.

Zároveň jsme se rozhodli s tímto programem prevence oslovit věkovou skupinu 50+. Naše dosavadní znalosti z projektu nás vedou k přesvědčení, že to je věk, ve kterém je třeba promyšlet změny přicházející s důchodem.

Současně jsme nezavrhlí ani další dvě řešení, která vzešla z klíčové aktivity KA3 Ideace možných řešení - Kutilská kavárna a opravárenská dílna pro muže a Barcamp jako cesta k zapojení (nejenom) mužů odborníků ve svém tématu v době odchodu do důchodu či těsně po něm. Stále jsme zvažovali možnost, zda tato řešení alespoň v nějaké podobě otestovat v následující fázi.



Jak se dožít stovky?

VAŠE ODPOVĚDI NÁM I VÁM POMŮŽOU

Pouze méně než čtvrtina lidí má o rizicích vyššího věku dostatek informací a něco s nimi dělá, dokud není příliš pozdě. To bychom chtěli změnit a připravit službu, která bude s přípravou mladým seniorům pomáhat. Věda má totiž jasnou. **Zdravé návyky prodlouží délku aktivního, zdravého a šťastného života. My to už 25 let pozorujeme na našich klientech.**

POMŮŽETE VYTVOŘIT NĚCO NOVÉHO

Pokud znáte ve svém okolí někoho, kdo by nám mohl věnovat hodinu času na rozhovor, tak budeme moc rádi, když mu o naší akci řeknete. Pomůžete tím dobré věci.

Projedeme spolu hlavní témata přípravy na důchodový věk, položíme vám pár doplňujících otázek a za nehotou hodinu budete hotovo. **Ondesete si s poustou podnětů k přemýšlení a pomůžeme vám s přípravou nesmírně důležitých služeb.**

JAK TO BUDE PROBÍHAT?

Zavoláme vám a domluvíme si datum a čas rozhovoru. V den a hodinu domluveného rozhovoru vám zavoláme znovu, pošleme email s odkazem a zkusíme se spojit přes videokonferenci.

Žijeme bohužel v době, kdy se snaží řada podvodných firem zneužívat důvěry seniorů. Chceme vás ujistit, že nebudeme nic nabízet, prodávat ani vnučovat.

Nemusíte odpovídat na otázky, když vám to bude nepříjemné. Kdykoliv můžete hovor ukončit. Můžete se připojit s partnerem, partnerkou nebo kamarádkou, pokud vám to zajistí větší komfort. Víme, že po vás chceme něco velmi nezvyklého. Vážíme si vašeho času i odvahy a uděláme všechno pro vaše maximální pohodlí.

Více informací na www.totemplzen.cz

Pízeňské centrum TOTEM je od roku 1999 místem setkávání se všech generací. Pomáháme dětem, lidem s postižením i seniorům žít aktivně a odpovědně, radovat se, potkávat se, rozvíjet se a předávat své zkušenosti. Zájemcům umožníme objevit vhodnou dobrovolnickou činnost, při které potkají zajímavé lidi, načerpají energii a pozitivní emoce. Naši konzultanti a dobrovolníci nabízejí klientům ve složité rodinné či jiné životní situaci radu, inspiraci a pomocnou ruku.



Nikomu se do toho nechce, ale...

Věděli jste, že kvalitní příprava na důchod, která vám pomůže dobře zvládnout tuto složitou změnu, trvá i přes 10 let?

PŘÍPRAVA NA DŮCHOD ZAČÍNÁ PO PADESÁTCE

V TOTEMU nyní pracujeme na nové službě, která má podpořit budoucí penzisty.

Služba má pomoci řešit témata jako:

- Mám stabilní finanční zajištění
- Žiji v kontaktu s ostatními
- Pečuji o své duševní zdraví
- Ovládám technologie
- Jsem součástí rodiny



Zastupují TOTEM, který už 25 let podporuje seniory. Projekt je financovaný Ministerstvem práce a sociálních věcí.

Mgr. Petra Bláhová, zástupkyně ředitelky

PRÁVĚ TEĎ HLEDÁME PRVNÍ ZÁJEMCE

Nejde o nic složitějšího. Snažíme se porozumět, jak lidé přemýšlejí o přicházejícím období života.

Právě teď hledáme první zájemce v před-důchodovém věku.

V krátkém rozhovoru vám položíme několik otázek. Získáte přehled o všech významných tématech, která souvisejí s přípravou na stáří a exkluzivní přístup po spuštění našeho programu.

Chcete-li být mezi prvními, napište nám na sebe kontakt, předejte jej do TOTEMU a my se s vámi domluvíme na online rozhovoru.

Nebo nám pošlete své jméno a telefonní číslo na adresu: vize@totemplzen.cz

Jméno a kontakt na zájemce o rozhovor:



Spolufinancováno Evropskou unií



Scílení Míra

15 min

35 min

40 min

50 min

55 min

Copy of 01 - Na co se v pe...

Copy of 02 - Čeho se obáv...

Copy of 03 - jaká témata v...

04 - Vyberte 10

Copy of 05 - Témata

Copy of 06 - Krátké vyřec...

Copy of 07 - kde čerpáte l...

Copy of 08 - kde čerpáte l...

Copy of 09 - Poděkování

Ukázka letáku a šablony rozhovoru v programu Miro:

KA5 Testování možných řešení problémů - implementace, ověřování, evaluace

Provedli jsme první sadu rozhovorů a potvrdili si, že prostor zamyslet se nad svou budoucností a vizemi mnozí respondenti získali poprvé a pozitivně tuto zkušenost hodnotí. Na základě této zkušenosti došlo k vývoji projektu: od sběru dat jako výzkumného nástroje k nástroji koučovacímu pro přímou praxi. Zjistili jsme, že ve srovnání s tvorbou informačního portálu, je samotný proces koučování mnohem cennější. Rozhovor následně měnil průběžně svou podobu dle zpětných vazeb od účastníků a na základě našich společných workshopů, kde jsme se věnovali vyhodnocování rozhovorů a koučovacího procesu.

Získali jsme tedy jako produkt inovačního projektu **koučovací rozhovor**, ve kterém jde primárně o každého konkrétního respondenta a teprve následně o témata, která řeší generace obecně.

Po první vlně komunikace začalo být jasné, že slabinou služby je fáze náboru respondentů. Nedokážeme efektivně oslovit cílovou skupinu, **pro kterou nemáme neurážlivý název nebo označení, se kterým se dokáže ztotožnit.** V rámci prototypu jsme pátrali i po nápadech u respondentů, ale žádný využitelný návrh na pojmenování lidí 50-65 jsme nevygenerovali. V rámci komunikačních kampaní jsme využívali pojmenování “generace mocných” a “generace X”.

Hlavní myšlenku koučovacího nástroje “Připravte se na důchod včas a nečekejte, až to přijde” jsme představili i mnohem mladšímu publiku na akci 2.3.2024 v Plzni na Barcampu - otevřená konferenci o technologiích, podnikání, vzdělávání a osobním rozvoji. I v tomto prostoru a u cílové skupiny především mužů ve věku 25 - 40 let téma rezonovalo a vyvolalo řadu otázek, které účastníci kladli jak nám, tak podle reakcí byly zajímavé i pro ně osobně.

S úmyslem oslovit mnohem širší spektrum potenciálních respondentů jsme **spustili sponzorovanou kampaň na sociálních sítích**, ze které vzešla velká vlna zájmu o téma. Každá z kampaní běžela relativně krátce v délce cca 3 - 5 dnů a testovali jsme jejich pomocí především potenciál této metody a míru projeveného zájmu o téma, protože ve větším měřítku bychom nebyli schopni rozhovory v odpovídající kvalitě odvést. Přestože byla jedna kampaň zaměřena na ženy a jedna na muže, reagovaly na obě převážně ženy. Kampaň vygenerovala 20 zájemců, kteří nás na jejím základě kontaktovali na email a měli zájem se zapojit do rozhovorů. Zjistili jsme, že touto cestou lidi oslovit umíme a že o téma mají zájem, jsou ochotni s námi absolvovat rozhovor a ještě jim přijde přínosný. Kampaň ale také přinesla první setkání s negativními reakcemi na téma “neziskové organizace jako paraziti na finančním systému”. Zjistili jsme, že se běžně pohybujeme a komunikujeme v dosud námi nedoceňované a chráněné sociální bublině lidí, kteří znají naši práci a u kterých se nemusíme obhajovat.

Vysoká míra projeveného zájmu během tak krátkého času a snaha nabídnout všem co nejdříve alespoň vstupní prostor pro témata obsažená v koučovacím rozhovoru nás vedla k **úpravě online rozhovoru do Google formuláře**, který vyplnilo 9 respondentů. Většina z nich ale i tak stála o rozhovor osobní.

Průběžně jsme prototyp rozhovoru inovovali v návaznosti na zjištění získaná během rozhovorů, také podle toho, jak se nám s rozhovorem pracovalo.

Interaktivní rozhovor jsme převedli také do lépe distribuovatelné podoby Pracovního sešitu ve formě PDF dokumentu, který je určený ke stažení pro samostatnou práci a je umístěn na stránkách organizace jako jeden z výstupů projektu. Statický dokument nabízí zájemcům základní vhled do celé problematiky a možnost “samotestování” a tvorby vize života v penzi bez zpětné vazby kouče. Osobní koučovací rozhovor se nicméně ukázal jako mnohem hodnotnější nástroj pro respondenta i pro nás jako organizaci.

Během inovačního prototypového procesu jsme si uvědomili, jak je důležitý slovník, který používáme. Stejně podstatné bylo proměnit spolu se směřováním služby, i celou komunikaci k potenciálním respondentům. Slovo “výzkum”, které se v kampaních objevilo, stále vycházelo z našeho původního záměru sbírat data o generaci a nerefletovalo to, že jde o přínos pro konkrétního člověka, o jeho vizi budoucího života. Několik kritických komentářů na sociálních sítích bylo ve smyslu, že chceme od lidí něco získat zadarmo a respondenty nemotivujeme finančně. Toto jsme si uvědomili po několika útočných komentářích, kdy jsme byli nuceni smysl rozhovoru vysvětlovat a rétoriku na sítích upravovat.

Těsně po skončení projektu (červen 2024) jsme prototyp služby, tedy Koučovací rozhovor, prezentovali na konferenci *Stáří spojuje*, kterou v Praze organizoval Gerontologický ústav. Odvedli jsme v rámci workshopu zkrácenou verzi koučovacího rozhovoru zacíleného na skupinu. Byla to nová a pozitivní zkušenost. Při malé skupině 6 lidí se otevřela možnost sdílet názory, přístupy k budoucnosti, ale i obavy a očekávání. I v tomto společném prezenčním formátu vidíme příležitost k dalšímu využití připraveného rozhovoru.

V průběhu této aktivity jsme se také museli vypořádávat se změnami v personálním obsazení projektového týmu - odpadávali brigádníci, měnila se intenzita zapojení původních členů týmu, přibírali jsme nové spolupracovníky.

Ukázka kampaně na sociální síti:



Jste ročník 1960-1975?



**Jste generace X.
Výkonní. Zodpovědní.
Obětaví.**

Jak vidíte svou budoucnost? Co vás trápí?
Z čeho máte radost? Zúčastněte se anonymního
on-line rozhovoru a podpořte tak budoucnost své
generace.

Ozvěte se nám: vyzkum@totemplzen.cz

www.totemplzen.cz

Výsledky a výstupy projektu:

Během fáze průzkumu jsme z tuzemských i zahraničních zdrojů získali hned v úvodní části práce na projektu soubor potenciálně zajímavých nápadů na zapojení seniorů do sociálně preventivních programů, ze kterých můžeme čerpat při hledání zajímavých témat i v budoucnu.

Zároveň jsme si při vstupních rozhovorech se stávajícími klienty ověřili, že naše služby jsou nastaveny dobře a že reagují na poptávku klientů, kterým u nás aktuálně v podstatě nic nechybí.

Významným zjištěním bylo, že dlouhodobě velmi nízká účast mužské části seniorské populace na aktivizačních programech (obvykle tvoří 8-12 % účastníků), které spolu s dalšími organizacemi v ČR nabízíme, má hlubší a závažné důvody. Nejde jenom o naši nevhodně zacílenou nabídku či neschopnost muže vyhledat, nabídku jim doručit a zaujmout je. Především na základě rozhovorů s experty jsme získali přesvědčení, že problém je v postavení mužů ve společnosti vůbec, v chápání mužské role v rodinách i v zaměstnání a v pohledu mužů samotných na své místo ve světě. V okamžiku, kdy rodina ani společnost nepředkládají mužům žádný úkol nebo nepostradatelnou roli v systému, nejsou zpravidla sami ze svých vnitřních zdrojů, naučených vzorců a zároveň osobnostního profilu schopni si takový úkol či roli aktivně hledat. Pokud v tomto nezafunguje role životní partnerky, rodiny či přátel jako průvodců a iniciátorů změny, pak muži ze své širší celospolečenské role vypadávají, uzavírají se v rodinách, v úzkém kruhu přátel či sousedů a když se kruh rozpadne,

muž-senior zůstává sám. Často navíc postrádá vůli a komunikační dovednosti k tomu, aby cokoli na situaci měnil a jeho obzor a životní zájmy se dramaticky zužují na doplňování základních životních potřeb ve stále se zmenšujícím životním prostoru. Po stránce sociální, emoční i psychické dochází často k vážným kolapsům, které vyvolávají partnerské krize a kterým se nemají šanci bez podpory sami ubránit či jim předejít. Pro strukturovanou část mužské populace fungují naše koučovací rozhovory jako významný motivační prvek a jsou nakloněni tomu, věnovat se plánování a "práci na sobě". Významně širší část mužů jsme však nedokázali zaujmout a téma přípravy na přechod z aktivního pracovního života do penze je neoslovilo. Pro sektor sociálně aktivizačních pracovníků je proto velkou výzvou, jak k této části populace získat přístup a jaké preventivní programy jim efektivně doručit. Do TOTEMu jsme si odnesli informaci, že nízké procento mužů není „zaviněno“ pouze pro muže nezajímavými tématy, nebo tím, že jsme většinou ženy a budujeme „ženskou energii“. Na téma zapojení mužů je třeba dívat se z širšího pohledu a opravdu přemýšlet, co potřebují, jakou formou a jak je oslovit. Dokud nedojde k významnému navýšení personálních kapacit u seniorských programů, neplánujeme toto téma více rozebírat, ale pracovat s informacemi, které jsme získali z projektu.

Významným vhledem bylo, že nemáme označení pro generaci 55 – 60 let, kteří jsou aktivní, soběstační, v plné profesní kariéře a rozhodně si nechtějí říkat senioři.

Při testování produktu jsme odvedli celkem 39 rozhovorů v délce 60 minut s respondenty ve věku 50 - 65 let. Psaný záznam rozhovoru byl respondentům zaslán e-mailem. Následující vhledy můžeme v budoucnu využívat při přemýšlení o budoucích službách TOTEMu.

Obavy z důchodu - 5 nejčastějších:

1. **Obava ze samoty a sociální izolace:** Mnoho lidí se obává, že po odchodu do penze ztratí pravidelný sociální kontakt, který měli během pracovního života. To může vést k pocitům osamělosti a izolace. Někteří jako strategií v této oblasti volí cílené budování nových sociálních vazeb v místě bydliště, v komunitě. Už dopředu si připravují vazby, které nahradí ty, o které přijdou odchodem ze zaměstnání.
2. **Finanční nejistota:** Jednou z hlavních obav je, zda budou mít dostatek financí na pokrytí základních potřeb i nečekaných výdajů. Lidé se obávají, že penze nebude dostatečná na udržení stávajícího životního standardu. Zajímavým faktem se ukázalo, že přestože celospolečenský tlak na vlastní finanční zabezpečení je velký a společenská komunikace nabádá k nespolehání se na stát, urgence u lidí je relativně malá, nebo lidé "přešlapují na místě" a nedělají příliš velké kroky v oblasti financí.
3. **Zdravotní problémy a péče:** S přibývajícím věkem se zvyšuje riziko zdravotních komplikací. Lidé se obávají, že ztratí fyzickou nebo mentální schopnost se o sebe

postarat, což může vést k potřebě péče od druhých. Častá strategie je přidávat pohyb, soustředit se na stravu a využívat všechny preventivní prohlídky. Uvědomují si, že k pohodlnosti, ztrátě pohybu, ztrátě kondice a nárůstu pasivity přispěje ztráta rituálů, povinnosti ráno vstávat. Část respondentů proaktivně hledá příležitosti, jak si nové rituály vytvořit, nastavit si režim i v důchodovém věku. Někteří respondenti mají obavu z nadcházející péče o své rodiče, zatím si jen představují náročnost takové péče a rovnají si priority o svém místě v takovém systému.

4. **Ztráta smyslu života a identity:** Po odchodu z práce mohou někteří lidé cítit, že ztrácejí část své identity a smyslu života, který byl spojen s jejich profesí nebo každodenními aktivitami. Respondenti, kteří se z nějakého důvodu ocitli v podobné situaci (např. nezaměstnanost před důchodem) volí strategii zapojování do komunit, podpory neziskových aktivit.
5. **Strach z technologických změn:** V dnešní době rychle se vyvíjejících technologií se někteří senioři obávají, že nebudou schopni držet krok s novými technologiemi, což by mohlo vést k jejich další izolaci a obtížím v každodenním životě. Ve většině případů se respondenti spoléhají na pomoc v rodině, což ale z naší zkušenosti z praxe vidíme jako ne příliš funkční model.

Příležitosti v důchodu - 5 nejčastějších:

1. **Více času pro rodinu a přátele:** Mnoho lidí se těší na to, že budou mít více času, který mohou trávit s rodinou, vnoučaty a přáteli, což bývá během pracovního života omezeno. Respondenti si uvědomují, že rodinné vztahy je třeba budovat dlouhodobě a někteří cíleně vytváří příležitosti pro setkávání, neboť cítí, že příležitosti pro to, aby byla rodina spolu, se vytrácí. Zároveň si uvědomují, že je třeba zachovat autonomii všech členů a nezasahovat do prostoru, kde nejsem vítán. Někteří respondenti cíleně udržují vztahy s přáteli z mládí, aby z toho pak mohli saturovat potřebu sociálních kontaktů v době důchodu.
2. **Zvýšené možnosti pro koníčky a osobní zájmy:** Lidé se těší na možnost věnovat se více svým zálibám, jako je zahrádkaření, četba, cestování, sporty a umělecké činnosti. Někteří respondenti si uvědomují, že budovat nové koníčky bude náročné a začínají se jim věnovat již při práci. Zároveň jim to dává nové příležitosti setkávat se v komunitě, která jim zůstane i po odchodu do důchodu.
3. **Uvolnění z pracovních povinností:** Mnozí se těší na odchod do důchodu jako na úlevu od pracovního stresu a povinností, což jim umožní relaxovat a užívat si života podle vlastního výběru. Mnozí respondenti počítají s tím, že budou hledat zkrácené pracovní úvazky. A to ať už z finančních důvodů, nebo aby si zachovali sociální kontakty a smysl života.

4. **Možnost cestování a objevování nových míst:** Cestování je častým tématem, kdy lidé plánují využít svobodu a finanční úspory pro poznávání nových kultur a zemí.
5. **Svoboda v plánování a struktuře dne:** Odchod do důchodu dává lidem možnost přizpůsobit si den podle vlastních představ a potřeb bez nutnosti dodržovat pevný rozvrh. Zároveň si ale uvědomují nebezpečí ztráty režimu a důsledků, které by to přineslo, viz výše. *Pro analýzu dat jsme jako jeden z nástrojů využili AI.*

Konkrétními výstupy projektu jsou:

1. **Koučovací rozhovor:** rozhovor, který přinese informaci člověku o něm samém a prostor k zamyšlení, jak on to má s přípravou na důchod, která témata jsou pro něj důležitá a jaké kroky může udělat, aby případně svou přípravu zlepšil. Dotazník k rozhovoru je připravený v šabloně pro oboustranný online rozhovor, dále jako pracovní list pro sebehodnocení ve formě PDF souboru ke stažení a jako hybridní forma online dotazníku, která zahrnuje sebehodnocení a zároveň odeslání údajů a odpovědí k dalšímu potenciálnímu zpracování do naší databáze.
2. **Informace o generaci:** která témata jsou pro ni palčivá a na která můžeme jako TOTEM upřít pozornost, hledat cesty k řešení. Pro nás je to velmi cenné - být v kontaktu s cílovou skupinou, ví o nás a až nás bude potřebovat, cesta k nám pro ni bude mnohem snazší - nebo případně do jiné podobné organizace. Už v průběhu prvních rozhovorů se ukázala některá palčivá témata, jako např. zaměstnávání žen 55+ let.
3. **Nástroj pro fundraisingovou komunikaci s firmami,** využitelný jako potenciální nástroj práce se zaměstnanci 60+, se kterými dříve či později bude muset většina zaměstnavatelů počítat, přizpůsobovat se jim a hledat řešení pro jejich obavy, aby tato pracovní síla zůstala aktivní.

Při plánování projektu jsme očekávali, že vznikne produkt podobný službám, které v TOTEMu běžně realizujeme (na základě jiného procesu vzniku). Tedy nejspíš hromadná aktivita, kurz. Na základě postupného skládání informací o cílové skupině - velká heterogenita, velká šíře zájmů, různé životní příležitosti, velká samostatnost, atd. jsme zvolili cestu individuální služby - **senior koučinku**. Tato služba je vlastně v rámci organizace nová a jeví se jako vhodně doplňující paletu stávajících TOTEMových aktivit. Služba seniorského koučinku ale zároveň navazuje na ústřední téma našich služeb, tedy na téma prevence. Ve všech oblastech našich služeb jsme přesvědčeni, že včasný zásah, přemýšlení a volba strategie vede ke zkvalitnění života jak dotyčného člověka, tak ve výsledku k úsporám v systému (finančním, kapacitním,...).

V rámci průběžné, ale i závěrečné evaluace jsme došli k dalším následujícím zjištěním:

- Rozhovor potřebuje převést na jednodušší platformu, než je online sdílení v Miru, dobře je k tomu využitelný PDF dokument.
- Dobře funguje doporučení - motivovaní zaměstnanci, motivovaní klienti dodávali kontakty na respondenty.
- Užitečné by bylo výstupy z rozhovoru respondentům poslat např. za rok, aby si mohli udělat obrázek o tom, jak se jejich život a vnímání důchodu proměnily.

Potenciální směry vývoje projektu a služby po skončení projektu na základě interních kapacit TOTEMu.

Na základě prezentace, kterou jsme realizovali ve firmě z oblasti finančnictví, jsme těsně před ukončením projektu vstoupili do jednání o budoucnosti projektu. Byla by to cesta jeho plynulého pokračování, zajištění financování člověka, který bude nejen udržovat kontinuitu a dále sbírat data o cílové skupině, ale také cesta jak nástroj senior-koučinkového rozhovoru dále prohlubovat v návazných nástrojích, koučinku jednotlivých témat, atd.

V listopadu 2024 máme naplánovaný kulatý stůl s firmami, kde budeme prezentovat možné využití produktu v rámci jejich HR strategií.

Dokud se nenajde externí financování pro pokračování a prohlubování projektu, zvažujeme rozhovor realizovat jako jedno z opatření sociálně aktivizační služby pro seniory a osoby se zdravotním postižením.

Zároveň máme zpracované důležité, společensky závažné téma, na které je třeba v blízké budoucnosti připravit všechny sféry a struktury společnosti. Stárnutí populace je nevyhnutelné a možnost prezentovat výsledky projektu v následujícím období při různých networkingových, konferenčních či dalších prezentačních příležitostech na akcích pro veřejnost, je pro nás jedno z poslání, které si z projektu odnášíme.

KA6 Rozvoj kapacit organizace - trénink designových dovedností

Tato aktivita probíhala průběžně napříč celým projektem. Projektový tým je složený z části ze zaměstnanců TOTEMu, kteří neměli před vstupem do projektu předchozí zkušenost, ani dostatek informací o designovém přístupu. V rámci projektu zažíváme trénink dovedností potřebných k vytváření nových produktů, služeb a procesů, které jsou inovativní, efektivní a uživatelsky přívětivé. V budoucnu bude trénink designových dovedností také pomáhat posilovat odolnost organizace tím, že bude podporovat týmovou spolupráci, kreativitu a inovativní myšlení. Jádrem tréninku bylo nejen předat všem zapojeným zaměstnancům

TOTEMu znalosti a kompetence potřebné pro průchod jednotlivými fázemi designového procesu a tedy i průchod aktivitami projektu, ale vybavit je náležitými kompetencemi k dalšímu využití v každodenní praxi a dlouhodobém rozvoji organizace.

Trénink designových dovedností probíhal průběžně v každé aktivitě tak, abychom byli schopni naplnit všechny fáze projektu a porozuměli jednotlivým krokům. Dále nás tým ze studia Pábení vedl k tomu, abychom byli schopni designové myšlení a konkrétní nástroje, které využíváme, používat i mimo projekt. Takto vznikl jeden z výstupů projektu - kartičky pomáhající sledovat nově příchozí lidi do programů organizace, abychom byli schopni analyzovat, za kterými programy širší publikum přichází. Dalším krokem v začínajícím využití designového myšlení i mimo projekt je analýza nabídek, které do TOTEMu průběžně přichází, a efektivní práce s těmito nabídkami ve smyslu zkoumání nabídek dříve před samotnou realizací.

Organizaci se rozšířilo vnímání toho, co může být považováno za službu - rozšíření úzkého pohledu na službu = aktivita.

Další výstupy této aktivity směřující k dlouhodobému využívání v organizaci:

Plánujeme integrovat do organizace **rozhovor** - jako nástroj využívaný k zjišťování aktuálních témat, která jako organizace řešíme a potřebujeme znát pohled cílové skupiny. S klienty i v současnosti probíhají rozhovory, ale nikoli takto polostrukturované, většinou jde o rozhovory mapující jejich aktuální psychický, fyzický stav, životní události. Po mnohých absolvovaných rozhovorech jsme přesvědčeni, že tento typ rozhovoru, může být nápomocný při úpravě či tvorbě dalších služeb jako cenný zdroj vhledů cílové skupiny.

Dále počítáme s **využíváním elektronických nástrojů** Miro a Basecamp, inspirativní je pro nás i šestitýdenní projektový cyklus u projektů, které vyvíjí řešení, proměňují se v čase. Je využitelné při dílčích úkolech, které je třeba řešit (např. digitalizace TOTEMu, příprava velké akce, atd.).