

Westival

STAY IN TOUCH.



Een eendaags festival voor bewoners van het Waalfront om elkaar beter te leren kennen.

Su Qin Leah Venema
Studentnr: 504382
3 juni 2016, Nijmegen

Toegepaste psychologie
Hogeschool van Arnhem en Nijmegen
Allesbinder

“Verbondenheid... het is leven en laten leven.”

Onderzoek naar verbondenheid met de wijk van een nieuwe generatie Waterkwartierders.

Inhoud

Inleiding.....	2
Aanleiding.....	2
Doelstelling.....	3
Beoogd resultaat	3
Praktische zaken.....	3
Locatie	3
Kosten.....	3
Communicatie	3
Thema's	3
Thema 1: Ontmoeten	4
Thema 2: Informeren	4
Thema 3: Verbinden	4
Ontmoet een onbekende	4
Speeddaten	5
Terugkombijeenkomst	5
Evaluatie	5
Bronnenlijst	6
Bijlagen	8
Bijlage A. Verantwoording en onderbouwing Westival 'Stay in Touch'	8
Bijlage B. Checklist projectplan Westival 'Stay in Touch'	11

Inleiding

Uit het onderzoek naar verbondenheid in de wijk Waterkwartier, blijkt dat behoefte is aan een platform waarbij bewoners elkaar kunnen ontmoeten (Venema, 2016). Voortbordurend op bovenstaand onderzoek is besloten om een festival op te zetten voor bewoners van het Waalfront. In deze eerste opzet voor een projectplan van dit festival zullen een aantal zaken belicht worden die van belang zijn voor de organisatie van dit festival. Deze zaken worden onderbouwd in 'onderbouwing en verantwoording Westival 'Stay in Touch' (Bijlage A). Omdat dit een opzet is voor een projectplan is van belang om dit projectplan volledig uit te werken alvorens wordt begonnen met de organisatie. De stappen die moeten worden gezet om van opzet naar organisatie te komen staan beschreven in het implementatieplan. Bij het uitwerken van het projectplan kan gebruik worden gemaakt van de checklist (Bijlage B).

Aanleiding

De behoefte aan verbondenheid is uitgesproken door de bewoners van het Waalfront. Zij willen zich eerst focussen op hun naaste burens alvorens de rest van de wijk hierbij betrokken wordt. Allesbinder is ook van mening dat het belangrijk is dat bewoners zich al enigszins thuis voelen en verbonden zijn

met een stukje wijk, voordat de andere kant van de Weurtseweg hierbij betrokken wordt. Door deze uitkomsten is besloten om een festival te organiseren voor bewoners van het Waalfront om hen zo op een laagdrempelige manier met elkaar in contact te laten komen.

Doelstelling

Het doel van het Westival is mensen met elkaar in contact te laten komen op een laagdrempelige manier. Dit wordt ook gestimuleerd op het festival door verschillende activiteiten. Uiteindelijk is het doel om de bewoners van het Waalfront te verbinden met de wijk (bewoners) zodat de sociale cohesie in de wijk Waterkwartier vergroot. Hiernaast is het doel om de bewoners van het Waalfront kennis te laten maken met een aantal initiatieven in de wijk. Een aantal sprekers, actieve bewoners, vertellen op het festival over de door hen opgezette initiatieven (bijv. feesten, clubs, middagen, welkomsttas).

Beoogd resultaat

Bewoners komen met elkaar in contact en maken kennis met burens uit de nieuwbouw. Het festival beoogt een gedragsverandering teweeg te brengen. Deze gedragsverandering houdt in dat na het festival de bezoekers van het festival contact hebben gehad met iemand die ze hebben ontmoet op het festival (dit contact kan ook online door What's App of Facebook).

Praktische zaken

Locatie

De locatie van het Westival is nader te bepalen. Het Honigcomplex wordt sterk aanbeloven als locatie voor het Westival. Het Honigcomplex is een bekende plek voor de bewoners van het Waalfront. In het onderzoek van Venema (2016) is naar voren gekomen dat de bewoners hier graag komen voor verschillende activiteiten zoals sporten, hobby of lunchen.

Kosten

In de uitwerking van het projectplan dient een begroting worden opgenomen om de financiële aspecten van het festival te belichten. Wanneer en vragen zijn rondom financiële mogelijkheden van Allesbinder kan hiermee terecht bij de financiële medewerker van Allesbinder.

Communicatie

Om het festival bekend te maken bij de doelgroep en draagvlak te creëren is het van belang om op tijd het Westival aan te kondigen bij bewoners van het Waalfront en stakeholders als gemeente en wijkvereniging. Uit het onderzoek van Venema (2016) blijkt dat flyers in de brievenbus, Facebook acties en persoonlijke benadering het best aansluiten en meest effectief zijn bij de doelgroep 'bewoners van het Waalfront'. Voor andere belanghebbenden kan het netwerk van Allesbinder worden geraadpleegd. Met vragen rondom mogelijkheden binnen Allesbinder rondom communicatie kan terecht bij de communicatiewerker van Allesbinder.

Thema's

Het festival zal bestaan uit meerdere thema's. Deze thema's zijn in het onderzoek naar verbondenheid in het Waterkwartier (Venema, 2016) naar voren gekomen als belangrijke elementen. In het onderzoek wordt aanbevolen om een laagdrempelige activiteit te organiseren waarbij bewoners elkaar kunnen ontmoeten. Hiernaast is ook uit het onderzoek gebleken dat bewoners van het Waalfront behoefte hebben aan informatie over de wijk. Ook willen zij graag weten wat er qua activiteiten aanbod is in de

wijk. Tot slot hebben de bewoners van het Waalfront interesse in verbondenheid met de wijk en bewoners, maar weten niet hoe dit te realiseren.

Thema 1: Ontmoeten

Het eerste thema is ontmoeten. Het doel van dit thema is dat de bewoners van het Waalfront elkaar ontmoeten en leren kennen zodat ze weten wie er bij hen in de buurt woont. Het thema ontmoeten zal naar voren komen op het festival door middel van een aantal elementen: eten & drinken en muziek. Hierbij kan gedacht worden aan in de rij staan voor een drankje en contact maken met iemand anders uit de rij, die hetzelfde drankje bestelt of wanneer mensen voor het podium staan en tegen elkaar zeggen hoe goed ze het optreden vinden.

Thema 2: Informeren

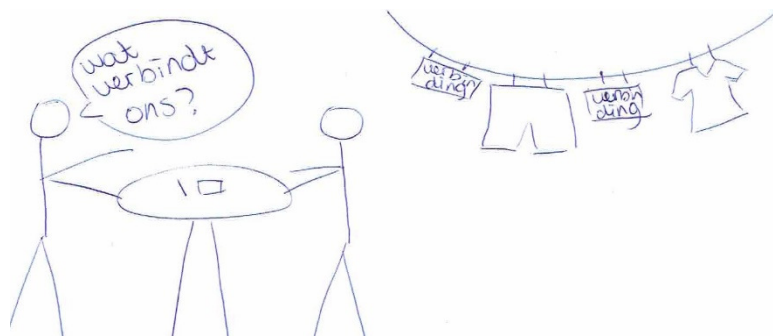
Voor een gevarieerd programma op het festival worden een aantal actieve buurtbewoners gevraagd te vertellen over hun eigen initiatieven. Hierdoor worden de bewoners geïnformeerd over wat er allemaal te vinden is in de wijk en worden zij hiernaast gestimuleerd om zelf na te denken over activiteiten die zij leuk zouden vinden in de buurt om aan deel te nemen of organiseren. De meeste actieve buurtbewoners wonen in het oude deel van het Waterkwartier. Hierdoor komen de bewoners van het Waalfront eveneens in contact met een aantal bewoners uit het oude deel waardoor de stap kleiner wordt om meer naar het oude deel van de wijk te trekken voor faciliteiten en activiteiten.

Thema 3: Verbinden

Het thema verbinden gaat om het verbinden van bewoners met elkaar, hierbij is met name gefocust op het verbinden van bewoners van het Waalfront met elkaar. Deze verbinding wordt bewerkstelligd door een aantal activiteiten die plaats vinden op het festival. De verbinding die is gelegd op het festival is het eerste contact dat zij leggen waardoor het belangrijk is om in dit contact te (blijven) investeren om de relatie duurzaam te maken. De activiteiten bestaan een aantal verbindingsoefeningen waaronder 'ontmoet een onbekende' en 'speeddaten'.

Ontmoet een onbekende

De oefening 'ontmoet een onbekende' creëert een plek waarbij twee willekeurige bewoners met elkaar verbonden worden (Afbeelding 1 – Ontmoet een onbekende). De deelnemers worden tegenover elkaar gezet aan een statafel, dit kan met een hapje of drankje. Vervolgens is het aan de bewoners, eventueel onder begeleiding, om een verbinding tussen elkaar te vinden (Vogel, 2015). Deze verbinding kan van alles zoals een overeenkomst of verschil tot elkaar via via kennen in een



Afbeelding 1. Ontmoet een onbekende

bepaald netwerk. De verbinding wordt opgeschreven en aan een waslijn gehangen die ophangt op het festival.

Speeddaten

De opzet van de oefening is geïnspireerd op het speeddaten voor singles. Twee mensen worden tegenover elkaar gezet aan een tafel. Na 10 minuten weten ze of zij nader kennis willen maken en elkaar beter willen leren kennen of niet (Mercx, 2007). Het doel van deze oefening is dat mensen elkaar in een korte tijd leren kennen. De oefening creëert een situatie waarin mensen met elkaar in contact komen (Afbeelding 2 - Speeddaten). De bewoners worden tegenover elkaar geplaatst aan een tafel waarop een kaartje ligt met een prikkelende vraag zoals: 'Wat is de mooiste vakantie die je hebt gemaakt?' of 'Wat is het meest vreemde gerecht dat je ooit hebt gegeten?'. Deze vraag start het gesprek en draagt bij aan het creëren van een open sfeer (Korenhof, Coenders, & Laat, 2011). Wanneer de bewoners elkaar beter willen leren kennen naar aanleiding van de speeddate, kunnen zij gebruik maken van zitgelegenheden op het festival.



Afbeelding 2. Speeddaten

Terugkombijeenkomst

Zes weken na het festival wordt een terugkombijeenkomst georganiseerd. Deze bijeenkomst is bedoeld om de bezoekers van het festival samen te laten kijken naar foto's en video's die zijn gemaakt op het festival. Hier kunnen ze met elkaar het festival nabespreken en herinneringen delen. Doordat bewoners elkaar opnieuw kunnen treffen worden eerdere contacten versterkt. De locatie van deze bijeenkomst is nader te bepalen. Een mogelijke locatie hiervoor is de Biezantijn. Deze locatie zou geschikt zijn om de bewoners van het Waalfront meer kennis te laten maken met faciliteiten in de wijk.

Evaluatie

Het Westival zal worden geëvalueerd bij verschillende partijen. Deze partijen bestaan uit: stakeholders zoals sponsors en andere belanghebbenden bij het festival, bezoekers van het festival en Allesbinder. De evaluaties zullen op verschillende tijden en manier worden afgenomen. Bij de stakeholders zal er een mondelinge evaluatie plaatsvinden met de stagiaire(s) verantwoordelijk voor het festival. De evaluatie bij de bezoekers zal plaatsvinden door middel van een evaluatieformulier. Dit evaluatieformulier is te vinden in het implementatieplan. Tot slot zal het Westival binnen Allesbinder worden geëvalueerd. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen een proces- en effectevaluatie. De procesevaluatie zal alleen met de verantwoordelijke stagiaire(s) en begeleider(s) worden uitgevoerd.

De effectevaluatie kan zowel modeling als schriftelijk worden afgenomen in het Allesbinder overleg bij het hele team.

Bronnenlijst

Bergsma, A., & Schaufeli, W. B. (2013). Positieve psychologie in organisaties. In E. T. Bohlmeijer, L. Bolier, G. J. Westerhof, & J. A. Walburg (Red.), *Handboek positieve psychologie: theorie, onderzoek & toepassingen* (pp. 311-324). Amsterdam: Boom.

Bisschop Boele, E. (2013). Het vak muziek in het creatieve tijdperk. *Cultuur + Educatie*, 13(38), 86-106. Gedownload op 3 juni 2016, van http://www.lkca.nl/~media/downloads/publicaties/cultuur_plus_educatie/ce38_vd_het_vak_muziek_in_het_creatieve_tijdperk.pdf

Brouwers, A. Dam, J. ten. & Goeij, H. de. (2012). Gelijke Gezondheid, Gelijke Kansen: Tien jaar ervaring met wijkgericht werken. *Tijdschrift voor gezondheidswetenschappen*, 89, 148-150. <http://dx.doi.org/10.1007/s12508-011-0051-z>

Brug, J., Assema, P. van, & Lechner, L. (2012). *Gezondheidsvoorlichting en gedragsverandering: Een planmatige aanpak*. (8^e druk). Assen: Van Gorcum.

Dekker, K. (2006). *Governance as glue. Urban governance and social cohesion in post-WWII neighbourhoods in the Netherlands*. (PhD thesis). Nederlandse Geografische Studies, Universiteit Utrecht, Utrecht. Gedownload op 16 mei 2016, van <http://dspace.library.uu.nl/bitstream/handle/1874/9144/full.pdf?sequence=13>

Dijk, J. A. G. M. van. (2001). *Netwerken: Het zenuwstelsel van onze maatschappij*. Gedownload op 9 juni 2016, van <http://doc.utwente.nl/96503/1/Netwerken.pdf>

Forrest, R., & Kearns, A. (2001), Social Cohesion, Social Capital and the Neighbourhood. *Urban Studies*, 38, 2125-2143. <http://dx.doi.org/10.1080/00420980120087081>

Gee, A. de, Zijlstra-Vlasveld, M., Leone, S., Boon, B., & Poel, A. van der. (2015). *De effectiviteit van de inzet van rolmodellen in leefstijlcampagnes: Theorie en praktijk*. Geraadpleegd op 10 juni 2016, van <https://www.trimbos.nl/actueel/nieuws/bericht/?bericht=1575>

Gleitman, H., Gross, J., & Reisberg, D. (2011). *Psychology* (8th international student edition). NY, New York: W. W. Norton & Company, Inc.

Hays, R. A., & Kogl, A. M. (2007), Neighbourhood attachment, social capital building, and political participation: a case study of low- and moderate-income residents of Waterloo, Iowa; *Journal of Urban Affairs*, 29, 181-205. <http://dx.doi.org/10.1111/j.1467-9906.2007.00333.x>

Keijsers, G., Vossen, C., & Keijsers, L. (2007). *Motiveringsstrategieën in de ambulante psychotherapie*. Houten: Bohn Stafleu van Loghum.

Kloosterman, R., & Houwen, K. van der. (2014). *Frequentie en kwaliteit van sociale contacten*. Gedownload op 10 juni 2016, van <https://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/7E9F92E4-7A2C-4479-B011-C6BC70725C57/0/20140202b15art.pdf>

Korenhof, M., Schreurs, B., Meijs, C., & Laat, M. F. de. (2010). Netwerklernen in het onderwijs. *Tijdschrift voor Onderwijsinnovatie*, 12(4), 17-25. Heerlen: Open Universiteit.

Korenhof, M., Coenders, M., & Laat, M. F. de. (2011). *Toolkit Netwerklernen Primair Onderwijs*. Heerlen: Open Universiteit.

- Mercx, M. (2007). Onderzoekers en professionals speeddaten bij ZonMw. *Jeugd en Co Kennis*, 1, 100-101. <http://dx.doi.org/10.1007/BF03085465>
- Oude Vrielink, M., & Verhoeven, I. (2011). Burgerinitiatieven en de bescheiden overheid. Gedownload op 10 juni 2016, van <http://doc.utwente.nl/97969/1/Oude%20Vrielink%20en%20Verhoeven%20Burgerinitiatieven.pdf>
- Sluis, M. van der, & Land, M. van der. (2009). *Inspelen op initiatief: Actieve burgers en sociale professionals in de buurt*. Utrecht: Movisie.
- Venema, S. Q. L. (2016). “Verbondenheid... het is leven en laten leven”: *Onderzoek naar verbondenheid met de wijk van een nieuwe generatie Waterkwartierders* [Bachelorthesis]. Toegepaste Psychologie, Hogeschool van Arnhem en Nijmegen, Nijmegen.
- Verhagen, P. (2011). *Kwaliteit met beleid: Basisboek voor sociale studies*. Bussum: Coutinho.
- Vogel, A. (2015). *Projectplan: Voor het opzetten van een endaags-Westival door en voor wijkbewoners van het Waterkwartier*. Nijmegen: Allesbinder.
- Woldoff, R. A. (2002). The Effect of Local Stressors on Neighbourhood Attachment; *Social Forces*. 81, 87-116. <http://dx.doi.org/10.1353/sof.2002.0065>
- Yperen, T. van, & Veerman, J. W. (2007). *Zicht op effectiviteit: Bronnenboek voor praktijkgestuurd effectonderzoek in de jeugdzorg*. Utrecht: NIZW Jeugd.

Bijlagen

Bijlage A. Verantwoording en onderbouwing Westival 'Stay in Touch'

Waarom een festival?

Een festival dat fungeert als een ontmoetingsplatform voor bewoners van het Waalfront is een laagdrempelige leuke manier waardoor wijkbewoners elkaar kunnen leren kennen. Laagdrempeligheid is van belang omdat de bewoners van het Waalfront hebben aangegeven dat zij drukke levens hebben door verhuizen, werk en sociale kringen. Het mooie van een festival is dat je het kunt bezoeken wanneer en voor hoe lang je zelf wilt. Een festival is daarom een activiteit die aansluit bij de doelgroep. Hiernaast heeft Allesbinder ervaring met het organiseren van festivals voor de buurt, waarbij uit evaluatie blijkt dat wijkbewoners een festival een leuke wijkactiviteit vinden.

Wat maakt een activiteit effectief?

Volgens Sluis & Land (2009) hebben een aantal factoren invloed op de effectiviteit van een activiteit. De volgende factoren maken het Westival Stay in Touch effectief:

- laagdrempelig en toegankelijk
- activiteiten worden afgestemd op de wensen van de doelgroep
- divers aanbod van activiteiten
- verzorging van eten en drinken
- genoeg ruimte om te praten
- jaarlijks terugkerend

Beoogd resultaat

Naast de beoogde gedragsverandering: 'Bewoners van het Waalfront hebben contact gehad na het festival met iemand die ze hier hebben ontmoet', beoogt het festival ook een attitude van de doelgroep te veranderen. Met attitude wordt de houding bedoeld van mensen ten aanzien van een onderwerp zijn (de wijk Waterkwartier) of bepaald gedrag (asociaal gedrag). Over het algemeen zijn attitudes redelijk stabiel en geven zij richting aan het gedrag (Brug, Assema, & Lechner, 2012). De attitude die het Westival beoogt te veranderen is de attitude van bewoners van het Waalfront ten aanzien van de wijk Waterkwartier (niet het Waalfront). Op dit moment trekken veel mensen naar het centrum voor faciliteiten en activiteiten.

Uit het onderzoek van Venema (2016) blijkt dat er een aantal redenen zijn waarom de bewoners van het Waalfront veel naar het centrum trekken. Dit komt onder meer doordat velen eerder in het centrum hebben gewoond en hier dus bekend zijn. Hiernaast wordt in het centrum meer aangeboden qua activiteiten en faciliteiten. Tot slot weten de bewoners niet wat er momenteel wordt aangeboden in de wijk of waar ze moeten zijn met bepaalde vragen. Daarnaast blijkt uit het onderzoek dat de meeste bewoners verhalen over het Waterkwartier hebben gehoord alvorens zij kwamen wonen in het Waalfront. In deze verhalen komt het Waterkwartier als een van de mindere wijken van Nijmegen in naar voren. De bewoners vermelden hier wel bij dat ze zelf nog weinig kennis hebben van de wijk en daarom niet weten in hoeverre die verhalen kloppen. Toch blijven de bewoners van het Waalfront meer bij het Honigcomplex en centrum. Hieruit blijkt dat er een bepaalde attitude is vanuit de bewoners naar het Waterkwartier.

Met behulp van het Westival is de bedoeling dat sprekers als actieve buurtbewoners, maar ook Allesbinder en de wijkvereniging, de bewoners van het Waalfront informatie geven over wat er allemaal is in de wijk. Het doel van deze sprekers is ook de bewoners van het Waalfront al enige kennis te laten maken met bewoners van het oude deel van het Waterkwartier. Door hen te informeren worden de verhalen waarin het Waterkwartier als minder goede buurt in naar voren komt minder waarheid, waardoor de attitude van de bewoners kan veranderen. Uiteindelijk kunnen ze hierdoor meer de wijk in trekken. Deze methode van attitudebeïnvloeding valt onder het corrigeren van foute veronderstellingen (Brug, Assema, & Lechner, 2012).

Thema's

Thema ontmoeten

Het thema ontmoeten stimuleert bewoner om hun burens te leren kennen. Naast burens leren kennen is de eerste stap naar verbondenheid en valt onder de dimensie behaviorial verbondenheid door contacten met burens (Woldoff, 2002). Deze vorm van verbondenheid is noodzakelijk voor een prettige woonomgeving (Woldoff, 2002; Dekker, 2006). Daarnaast biedt een bekende plek mogelijkheden voor interactie en draagt deze bij aan een ontspannen en open sfeer (Dijk, 2001).

Elementen als eten, drinken en muziek dragen bij aan het creëren van een ontspannen sfeer. Samen eten verbindt (Brouwers, Dam, & Goeij, 2011) en muziek schept een sfeer waarbij contact mogelijk is tussen mensen (Bisschop Boele, 2013).

Door het thema ontmoeten kunnen bewoners contacten opdoen in de wijk. In het onderzoek naar verbondenheid in de wijk Waterkwartier komt naar voren dat het hebben van contacten in de wijk bijdraagt aan verbondenheid (Venema, 2016). Verbondenheid draagt bij aan sociale cohesie in de wijk (Forrest & Keane, 2001). Contacten in de wijk stimuleren participatie (Hays & Kogl, 2007).

Thema informeren

Het doel van het thema informeren is bewoners van het Waalfront informeren over activiteiten en faciliteiten in de wijk. Daarnaast beoogt het thema informeren hen kennis te laten maken met een aantal bewoners uit het oude deel van de wijk. Uit het onderzoek naar verbondenheid in de wijk Waterkwartier (Venema, 2016) blijkt dat bewoners van het Waalfront behoefte hebben aan informatie over de wijk. Wanneer ze weten wat het aanbod in de wijk is, kunnen ze een keuze maken voor welke activiteiten en faciliteiten ze naar het centrum gaan en voor welke ze naar het Waterkwartier gaan.

Het thema informeren wordt vormgegeven door sprekers, actieve bewoners die vertellen over de door hen opgezette initiatieven in de wijk. De sprekers kunnen de bewoners van het Waalfront hierdoor inspireren en stimuleren om te participeren in de wijk door initiatieven op te zetten. De sprekers kunnen hierdoor een rolmodel zijn (Gee, Zijlstra-Vlasveld, Leone, Boon, & Poel, 2015). Een rolmodel kan effectief zijn in bij het stimuleren van bepaald gedrag (Kleinloog & Spronk, 2015; Gleitman, 2011)

Daarnaast draagt het thema informeren bij aan het profileren van Allesbinder in de wijk omdat iemand van Allesbinder ook zal vertellen over wie Allesbinder is en wat zij doen. Door het thema informeren op het Westival komt Allesbinder in beeld van bewoners van het Waalfront en komt de doelgroep 'bewoners van het Waalfront' in beeld bij Allesbinder.

Thema verbinden

Het doel van het thema verbinden is bewoners van het Waalfront met elkaar te verbinden. Het thema verbinden stimuleert door middel van verschillende oefeningen contacten te leggen en verbindingen te maken tussen buurtbewoners. Oefeningen zijn hiervoor ingezet omdat de kans bestaat dat er weinig initiatief komt vanuit de bewoners van het Waalfront om elkaar beter te leren kennen. Wanneer er weinig initiatief getoond wordt vanuit de bewoners is het belangrijk om hen te stimuleren om het gestelde doel te behalen (Oude Vrielink & Verhoeven, 2011). Oefeningen kunnen hier een platform voor bieden en bewoners stimuleren om contacten te leggen.

Ontmoet een onbekende

De oefening 'ontmoet een onbekende' is een activiteit die vaak door Allesbinder wordt ingezet (Vogel, 2015). Dit is een practice based interventie. Practice based interventies zijn interventies die in de praktijk effectief zijn gebleken, zonder dat daar experimenteel onderzoek aan te pas is gekomen (Yperen & Veerman, 2007). Uit evaluaties van activiteiten waarin de oefening 'ontmoet een onbekende' is ingezet blijkt dat veel personen (waaronder professionals en wijkbewoners) dit een laagdrempelige en leuke oefening. Vaak geven zij ook aan dat deze oefening hen contacten heeft opgeleverd.

Speeddaten

Speeddaten wordt ingezet bij mensen die elkaar niet kennen om in een kort tijdsbestek elkaar (beter) te leren kennen. Speeddaten draagt bij aan een groei in het onderling vertrouwen van deelnemers die elkaar niet of nauwelijks kennen (Korenhof, Scheurs, Meijs, & Laat, 2010). Een voordeel aan speeddaten is de snelle wisseling van partners. In praktijk komt men verschillende soorten mensen tegen, met ieder zijn eigen manier van gespreksvoering. Door na korte tijd en meerdere malen te wisselen van partner wordt het aanpassen aan en aansluiten bij de ander gestimuleerd. Aansluiting op de gesprekspartner is van belang bij effectieve communicatie (Keijsers, Vossen, & Keijsers, 2007).

Terugkombijeenkomst

Om de beoogde gedragsverandering van het Westival duurzaam te maken, wordt zes weken nadat het festival plaats heeft gevonden een terugkombijeenkomst georganiseerd. Frequent contact hebben zorgt voor een hechtere relatie (Kloosterman & Houwen, 2014). Een duurzame gedragsverandering wil zeggen dat het veranderde gedrag na de interventie (Westival) is gebleven (Kleinloog & Spronk, 2015). Dit komt doordat herhaling een duurzame gedragsverandering stimuleert (Gleitman, 2011). De terugkombijeenkomst kan inzicht geven of de beoogde gedragsverandering stand heeft gehouden en kan bijdragen aan een duurzame gedragsverandering (Bergsma & Schaufeli, 2013).

Evaluatie

De laatste stap is het evalueren van het festival. Het Westival evalueren is van belang omdat hiermee nagegaan kan worden of de activiteiten goed zijn uitgevoerd en of het doel of gewenste resultaat is behaald. Evaluaties kunnen leiden tot nieuwe inzichten (Verhagen, 2011). Daarnaast wordt in de evaluatie gekeken naar wat vervolgstappen (kunnen) zijn, zoals het aanpassen en verbeteren van de het projectplan met nieuwe suggesties en ideeën of andere oefeningen of thema's kiezen. Doordat voortdurende verbetering een dynamisch proces is, is regelmatig evalueren belangrijk zodat wordt nagegaan of de verwezenlijkte verbeteringen (nog) voldoen aan de kwaliteit die Allesbinder stelt (Verhagen, 2011).

Bijlage B. Checklist projectplan Westival 'Stay in Touch'

Westival 'Stay in Touch'

- ✓ Datum, tijd, duur, locatie
- ✓ Budgettering
- ✓ Sponsorplan > netwerk van Allesbinder
- ✓ Communicatieplan
- ✓ Wat is er allemaal nodig als: toiletten, stroom, podium, afvalbakken, vergunning
- ✓ Praktische zaken als: calamiteiten
- ✓ Praktische zaken als: weersomstandigheden
- ✓ Mobiliteitsplan > parkeergelegenheden
- ✓ Risicoanalyse
- ✓ Volledig programma op het festival
- ✓ Draaiboek van de dag
- ✓ Evaluatie van het festival

Terugkombijeenkomst

- ✓ Datum, tijd, duur, locatie
- ✓ Benodigdheden
- ✓ Budgettering
- ✓ Communicatie plan
- ✓ Programma en eventueel draaiboek
- ✓ Evaluatie