Beter een goede BUUV

De ontwikkeling van een voorlichting over de voordelen van burencontact en -hulp.

Beter een goede BUUV  
De ontwikkeling van een voorlichting over de voordelen van burencontact en -hulp.

Dit document is tot stand gekomen door de samenwerking van Hogeschool Leiden, BUUV Leiden Leiderdorp en de studente Carmen van Wort. Het is geschreven in het kader van afstuderen binnen de opleiding Toegepaste psychologie. Dit product is geheel eigen werk en is vrij van plagiaat

Organisatie: BUUV Leiden Leiderdorp

Opdrachtgever: Erik Olijerhoek  
Examinator : Bertine Zech  
Begeleidend docent: Lia Dickhoff  
Student: Carmen van Wort  
Studentnummer: s1078648  
Module: TPH(DU)48A  
Datum: 27-06-2017

## I. Voorwoord

Vijf jaar heb ik toe geleefd naar deze laatste stap in het behalen van mijn diploma: mijn afstudeeropdracht. Soms voelde het als een droom die na al die jaren uitkwam. Soms voelde het als het uitwringen van het laatste restje vloeistof uit een bijna droge spons. De spons is in deze een metafoor voor mijn hersenen. Eerlijker dan dit kan ik het niet op papier zetten.

Desalniettemin is het laatste half jaar aan mij voorbij gevlogen. Het was een tijd waarin ik dingen tot stand heb gebracht waarvan ik ze vooraf niet mogelijk had geacht. Met als hoogtepunt het verkrijgen van een baan in een sector en voor een organisatie waar ik al jaren enthousiast over ben. Het was ook een tijd waarin mijn gedachten niet tot nauwelijks stil hebben gestaan. De druk die zich na al die jaren opbouwt naar deze laatste opdracht toe is immens. Hiernaast voelt afstuderen als het afsluiten van een levensfase en dit gaat niet zonder bijbehorende emoties, reflecties en momenten van bezinning.

Er zijn veel mensen die ik in dit voorwoord wil bedanken. Het laatste half jaar heb ik ontzettend veel steun gehad van vrienden, familie, docenten, medestudenten, professionals (waaronder aanstaande collega’s), vrijwilligers en personen die ik door middel van mijn afstudeerproject heb leren kennen. Wat ik van al deze mensen vooral heb mogen ontvangen is steun en vertrouwen. Dit ervaar ik als zeer waardevol en hiervoor ben ik hen allen dankbaar.

Ondanks dat ik in de praktijk de laatste woorden van mijn afstudeerproject alleen opschrijf, heb ik mijn afstudeeropdracht niet alleen gedaan. Ik had het einde van mijn opleiding en het begin van mijn loopbaan niet met andere personen willen delen. Dankjewel hiervoor.

## II. Inleiding

Vrouwenpolder, een dorpje gelokaliseerd in de gemeente Veere in Zeeland, heeft iets meer dan duizend inwoners. Van mijn vijfde tot mijn negentiende heb ik daar gewoond. Het ligt aan zee, heeft een kleine dorpskern en in de zomer verdubbelt het inwonersaantal door het bezoek van vooral Duitse toeristen. Regelmatig ga ik terug naar Vrouwenpolder om onder andere op bezoek te gaan bij mijn ouders. Maar ook om op straat te spelen met de buurjongens van zeven en tien jaar oud, om een bakje koffie te doen bij de buurvrouw van twee straten verderop en om weer even bij te kletsen met iedereen die ik tegenkom in de supermarkt. In Vrouwenpolder voel ik mij thuis en dat komt grotendeels door de mensen.

Mijn jeugd in Vrouwenpolder heeft er voor gezorgd dat ik mij graag verbind met de mensen in de omgeving waar ik woon. Ik voel mij daardoor meer thuis, veiliger en het voelt gezelliger. Dit neemt niet weg dat ik ook de voordelen in zie van een anoniemere vorm van wonen in een buurt. In mijn studentenwoning in Oegstgeest word ik in het weekend niet steeds gewekt door mijn buurjongens omdat zij met mij willen voetballen. Toch is contact maken met de buren voor mij vanzelfsprekend, net als elkaar helpen en ook hulp durven vragen. In mijn ervaring vinden mensen het namelijk leuk om een ander met iets te kunnen helpen.

Dat contact met buren en elkaar onderling helpen in de buurt meer voordelen heeft dan nadelen is iets waar ik in geloof. Dat de mate verschilt waarin mensen behoefte hebben aan contact met buren is iets wat ik goed kan begrijpen. Dat er mensen zijn die gelukkiger zouden worden van contact met buren of die veel baat zouden hebben bij de hulp van een buurman, maar deze stap niet kunnen of willen zetten, is iets wat ik niet goed begrijp.

In mijn afstudeeropdracht wil ik er achter komen hoe dit komt en op welke manier ik een bijdrage kan leveren aan het verlagen van de drempel die mensen ervaren bij het leggen van contact met buren en het elkaar onderling helpen, voor degene die hier baat bij hebben. Ik mag dit doen voor een organisatie die mijn mening op het gebied van burencontact en -hulp deelt. BUUV is een organisatie die burencontact en -hulp laagdrempelig maakt op haar eigen unieke wijze.

In dit document wordt de ontwikkeling van een voorlichting over de voordelen van burencontact en -hulp op chronologische volgorde beschreven. In hoofdstuk één wordt het kader van de opdracht beschreven en gedefinieerd. In hoofdstuk twee wordt er een verdieping gemaakt rondom het gedrag dat bij burencontact en -hulp hoort. In hoofdstuk drie komt al reeds beschikbare informatie over de doelgroep samen met nieuwe informatie over de doelgroep, uit eigen onderzoek. In hoofdstuk vier wordt de ontwikkeling van de voorlichting door middel van sociale marketing in beeld gebracht. Hoofdstuk vijf geeft de opzet van de voorlichting weer en de evaluatie van de voorlichting samen met een kritische blik en aanbevelingen zijn terug te vinden in hoofdstuk zes.

Omwille van de leesbaarheid van dit document is steeds ‘hij’ en ‘buurman’ gebruikt in de tekst. Waar ‘hij’ staat kan ook ‘zij’ worden gelezen en waar ‘buurman’ staat kan ook ‘buurvrouw’ worden gelezen.

Inhoudsopgave

[I. Voorwoord 0](#_Toc486424827)

[II. Inleiding 1](#_Toc486424828)

[Hoofdstuk 1 Projectachtergrond 4](#_Toc486424829)

[1.1 Maatschappelijke relevantie 4](#_Toc486424830)

[1.2 De organisatie 5](#_Toc486424831)

[1.3 Aanleiding en probleemstelling 6](#_Toc486424832)

[1.4 Doelstelling 6](#_Toc486424833)

[Hoofdstuk 2 Definiëren van gedrag 8](#_Toc486424834)

[2.1 Analyse van gedrag 8](#_Toc486424835)

[2.1.1 Samenvatting 10](#_Toc486424836)

[2.2 Analyse van determinanten 11](#_Toc486424837)

[Hoofdstuk 3 De doelgroep centraal 13](#_Toc486424838)

[3.1 Beschikbare informatie 13](#_Toc486424839)

[3.1.1 Samenvatting 15](#_Toc486424840)

[3.2 Voorlichtingsbehoefte 16](#_Toc486424841)

[3.2.1 Resultaten interviews 17](#_Toc486424842)

[3.2.2 Conclusies interviews 18](#_Toc486424843)

[3.3 Probleemanalyse 19](#_Toc486424844)

[Hoofdstuk 4 Interventie ontwikkeling 21](#_Toc486424845)

[4.1 Focus op de doelgroep 21](#_Toc486424846)

[4.2 SMART-gedragsdoel 22](#_Toc486424847)

[4.3 Gebruik van theorie 23](#_Toc486424848)

[4.4 Diepe inzichten formuleren 26](#_Toc486424849)

[4.5 Kosten-batenanalyse 26](#_Toc486424850)

[4.6.Concurrentie-analyse 27](#_Toc486424851)

[4.7 Segmentatie 28](#_Toc486424852)

[4.8 Marketing mix 28](#_Toc486424853)

[Hoofdstuk 5 Voorlichting 31](#_Toc486424854)

[5.1 Voorlichtingsplan en onderbouwing 31](#_Toc486424855)

[Hoofdstuk 6 Evaluatie 33](#_Toc486424856)

[6.1 Het verloop van de voorlichting 33](#_Toc486424857)

[6.2 Evaluatie op proces en product 34](#_Toc486424858)

[6.3 Aanbevelingen 37](#_Toc486424859)

[Literatuurlijst 38](#_Toc486424860)

[Bijlage 1 Intakegesprek opdrachtgever 40](#_Toc486424861)

[Bijlage 2 Interviews bewoners Zijlkwartier 41](#_Toc486424862)

[Bijlage 3 Tijdsplanning en benodigdheden 49](#_Toc486424863)

[Bijlage 4 Promotie BUUV-bingo 51](#_Toc486424864)

[Bijlage 5 Benodigdheden BUUV-bingo 52](#_Toc486424865)

[Bijlage 6 BUUV-bingo evaluatie 53](#_Toc486424866)

# Hoofdstuk 1 Projectachtergrond

## 1.1 Maatschappelijke relevantie

Na de invoering van de nieuwe WMO in 2015 staat het sociale domein in het teken van transitie. Het overhevelen van verantwoordelijkheid van overheid naar gemeenten, van hulpverlener naar hulpvrager en van organisaties naar individuen. Termen als burgerkracht, sociale cohesie, participeren, gewoon wordt weer gewoon en eigenkracht staan centraal (Kampen, 2013). Op sociaal maatschappelijk gebied zijn er diverse opkomende ontwikkelingen die aansluiten op de transitie en de behoefte van de Nederlandse bevolking.

Ten eerste is er naar aanleiding van de vergrijzing en de verhoging van de levensduur de behoefte van burger en gemeente om ouderen langer thuis te laten wonen. Er zijn niet genoeg plekken voor alle ouderen om te wonen met zorgondersteuning en de zorg wordt gewoonweg te duur. Langer thuis wonen bevordert zelfstandigheid, houdt een oudere in een voor hem vertrouwde omgeving en behoudt en benut het opgebouwde sociale netwerk van een persoon. Wanneer dit netwerk er niet is, is er een grotere kans op sociaal isolement wanneer iemand zelfstandig woont. Om deze reden is het van belang de omgeving te stimuleren tot betrokkenheid bij hun mede buurt bewoners (VNG, 2015).

Aansluitend op het langer thuis wonen richt men zich binnen de zorg meer op een individuele aanpak, zorg op maat. De zorg sluit zich aan op de persoonlijke behoefte en situatie en wordt alleen ingezet daar waar nodig. Hetgeen wat een persoon zelf kan, of waar hij een ander voor kan vragen wordt niet overgenomen. Om deze reden dient de zorg zich meer flexibiliteit en transparant op te stellen. Hiernaast moet er gezocht worden naar nieuwe voorzieningen en oplossingen die aansluiten op deze individuele zorg aanpak. Door een tekort aan financiële middelen vanuit de overheid worden initiatieven op vrijwillige basis en in de informele sector aangemoedigd door gemeenten om zorg op maat mogelijk te maken (VNG, 2015).

Om zorg en de kosten die het met zich mee brengt te voorkomen wordt er meer geïnvesteerd in preventief werken. Voorkomen is beter dan genezen en dit voorkomt op lange termijn de hoge kosten die samengaan met het beter maken van een persoon. Voorkomen is in deze huidige tijd ook een betrouwbaardere investering dan vroeger. Er is meer en meer bekend over leefstijl, gedrag en risicofactoren en hoe deze samenhangen met het ontstaan van problematiek en ziekte. Om preventief te werken is het belangrijk dat gezond en welzijn verhogend gedrag op diverse manieren laagdrempelig wordt gestimuleerd in de samenleving (VNG, 2015).

Een andere ontwikkeling die kansen biedt op het gebied van sociale betrokkenheid en initiatieven op vrijwillige basis is de nieuwe vorm van verbondenheid die tussen burgers toe neemt. Dit is met name te danken aan het gebruik van internet en sociale media in combinatie met een groeiende behoefte aan gemeenschapsgevoel en connectiviteit. De mogelijkheden die internet biedt op het gebied van communicatie, gemeenschapszin en veiligheid zijn nog volop onderhevig aan groei. Ideeën en nieuwe initiatieven duiken regelmatig op om mensen bij elkaar te brengen of idealen na te streven.

In deze tijd nemen de platformen voor burenhulp, sociale ontmoeting en ondersteuning toe als middel om te kunnen bijdragen aan gezond en welzijns-verhogend gedrag dat nodig is in onze huidige samenleving. Deze initiatieven richten zich op verschillende manieren van het vergroten van contact en hulp lokaal en onder buurtbewoners van alle leeftijden. Een voorbeeld hiervan is Resto van Harte (2017), een ontmoetingsplek voor buurtbewoners door middel van gezamenlijk dineren. Resto van Harte ontstond in 2009 in Den Haag en is nu in bijna 40 steden en wijken gelokaliseerd. Een ander voorbeeld is Peerby (2017), een online platform sinds 2012, gericht op het over en weer lenen van spullen. Het laatste voorbeeld is BUUV. BUUV is ontstaan in Haarlem en vanaf 2010 een bestaand platform. BUUV verspreidt zich over steeds meer steden, dorpen of gedeeltes van steden. Het is een online en offline platform voor vraag en aanbod voor en door bewoners van een wijk of stad (BUUV, 2016). In paragraaf 1.2 wordt BUUV, de opdrachtgever van het project, verder toegelicht.

## 1.2 De organisatie

Zoals al eerder genoemd in de vorige paragraaf zijn er diverse platformen en initiatieven die zich net als BUUV inzetten voor buurthulp en sociale ontmoetingen en verbinding. BUUV doet dit op haar eigen manier.

*‘BUUV is de buurtmarktplaats voor en door bewoners waar vraag en aanbod elkaar vinden. Bij BUUV gaat het om diensten die je als bewoners voor elkaar kan doen zonder dat er iets tegenover staat (BUUV, 2017).’*  
  
Ten eerste staat BUUV voor burenhulp zonder dat hier een wederkerige dienst tegenover staat. Er mag geen financiële winst gevraagd of aangeboden worden voor een dienst, alleen voor de mogelijke onkosten.

Ten tweede is BUUV uniek doordat het platform niet alleen online bereikbaar is maar ook offline. BUUV bevindt zich in de wijk, op fysieke prikborden. Deze BUUV locaties worden beheerd en het vraag en aanbod wordt bijgehouden door BUUV-ambassadeurs. Dit zijn wijkbewoners die zich graag willen inzetten om BUUV bereikbaar te maken voor mensen die minder computervaardig zijn of die hulp nodig hebben bij het gebruiken van BUUV. Niet iedere BUUV-ambassadeur beheert een prikbord. Er zijn ook BUUV-ambassadeurs die ondersteunen bij promotie, meedenken over implementatie en/of de BUUV-telefoon beheren.

Figuur 1. Het online prikbord van vraag en aanbod.

Ten derde heeft BUUV ook een vrij en transparant karakter. Aangemeld zijn bij BUUV levert geen verplichtingen op. Het leveren van een dienst via BUUV is vrijblijvend, bewoners bepalen zelf hoe vaak zie iets doen en/of vragen. Het overzicht van vraag en aanbod is voor iedereen zichtbaar. De koppeling, in BUUV termen: de match, wordt door de bewoners zelf gemaakt en niet door een tussenpersoon.

Als laatste, aansluitend op het vorige punt, stimuleert BUUV de zelfstandigheid van een bewoner. Het platform is een middel zodat bewoners van een wijk zelf buurthulp kunnen organiseren en regelen. In figuur 1 (BUUV, 2017) is het zichtbaar hoe vraag en aanbod van buurtbewoners wordt weergegeven op de website. BUUV gebruikers kunnen op deze manier zien wat het vraag en aanbod is in hun stad of specifiek in hun eigen wijk en op elkaar reageren.

## 1.3 Aanleiding en probleemstelling

BUUV Leiden Leiderdorp valt onder het beheer van Libertas Leiden. Libertas is een welzijnsorganisatie in Leiden die zich richt op wonen met zorg, thuiszorg en huizen van de buurt (Libertas, 2017). Erik Olijerhoek, projectleider implementatie BUUV, is vanuit BUUV de opdrachtgever voor het onderzoek en de voorlichting. Het gehele intakegesprek met opdrachtgever Erik Olijerhoek is terug te lezen in bijlage 1 van dit document. Erik Olijerhoek heeft een groot deel van de promotie gedaan door Leiden Leiderdorp. Het gebruik en de bekendheid van BUUV loopt in Leiderdorp nog achter op Leiden. Een rede hiervoor is dat BUUV hier nog minder is ingebed in het professionele zorg- en welzijnsnetwerk. Om deze reden stond de promotie van BUUV in Leiderdorp nog op een laag pitje, want wanneer BUUV’ers of BUUV-ambassadeurs in Leiderdorp ergens tegenaan lopen. hebben ze niet iemand in de buurt die ze hierbij kan ondersteunen. Dit is in tegenstelling tot Leiden, waar in de meeste wijken al BUUV-ambassadeurs aanwezig zijn die kunnen terugvallen op een professionele ondersteuner vanuit Libertas.  
  
In Leiderdorp is de deelname aan BUUV nog relatief laag. Op 10 maart 2017 zijn er 62 deelnemers uit Leiderdorp, waarvan er vier actief een vraag of aanbod hebben gezet op de site. In deze fase is het voor BUUV belangrijk dat de bekendheid van BUUV blijft toenemen. BUUV vindt het belangrijk om aan te sluiten op de behoefte van de bewoners en het vergroten van de bekendheid van BUUV op een manier die de bewoners bereikt.

BUUV wil graag dat het BUUV-platform bekender wordt in de wijk het Zijlkwartier in Leiderdorp en dat meer mensen het gaan gebruiken. Tot nu toe is BUUV onder de bewoners van het Zijlkwartier bekend gemaakt door contact te hebben met het Buurthuis in het Zijlkwartier en het verspreiden van folders en het ophangen van posters bij de ingang van dit buurthuis. Op het gebied van bekendheid en promotie is dat de enige actie die is uitgevoerd specifiek voor de wijk het Zijlkwartier in Leiderdorp  
  
Probleemstelling: Hoe kan de bekendheid van BUUV het meest effectief worden vergroot onder de bewoners van het Zijlkwartier in Leiderdorp zodat zij positief tegenover buurtcontact en -hulp komen te staan?

De probleemstelling is geformuleerd naar het gedrag dat BUUV wil bevorderen. Wanneer een persoon BUUV gebruikt maakt hij contacten in zijn buurt en verleent of ontvangt hij hulp. Om deze reden staat dit gedrag centraal in de probleemstelling.

## 1.4 Doelstelling

BUUV streeft ernaar dat de bewoners van Leiden en Leiderdorp elkaar kennen, helpen en plezier hebben met elkaar. De doelstelling van BUUV Leiden Leiderdorp is dat zo veel mogelijk bewoners BUUV gaan gebruiken als middel om elkaar te vinden voor het leggen van contacten en voor buurthulp.

De doelgroep voor de voorlichting is ingekaderd naar één wijk in Leiderdorp. De voorlichting richt zich op het veranderen van de attitude van bewoners ten opzichte van BUUV specifiek in één wijk in Leiderdorp. De doelstelling van de voorlichting wordt als volgt geformuleerd.

Doelstelling voorlichting: De bewoners van het Zijlkwartier in Leiderdorp zijn bekend met BUUV en staan positief tegenover het gebruik van BUUV als middel om in contact te komen met buurtbewoners en buurtbewoners hulp te bieden.

# Hoofdstuk 2 Definiëren van gedrag

2.1 Analyse van gedrag  
Om een beter zicht te krijgen op het gedrag rondom buurthulp en burencontact wordt er in deze paragraaf verder ingegaan op de betekenis van deze termen en de onderwerpen die rondom buurthulp spelen.

Met buurthulp wordt onderlinge hulp en dienstverlening tussen buurtbewoners bedoeld. Buurthulp valt onder informele zorg en beweegt zich in het voorveld van vrijwilligerswerk en hulpverlening. Een belangrijke eigenschap van buurthulp is dat de buurtbewoner zelf de touwtjes in handen heeft. De bewoner bepaalt zelf wanneer, hoe en wat hij wil doen. Het is dan ook heel breed wat er onder buurthulp kan vallen. Dit is de kracht van burenhulp, het vormt zich naar het initiatief en de behoefte die er in een buurt is (Movisie, 2014).

Buurthulp vindt plaats in de buurt, maar wat voor de een zijn of haar buurt is, is het voor de ander niet. Onderzoek van Van Eijk (2010) concludeert verschillende interpretaties van deze term doordat er gevraagd is aan bewoners aan te wijzen wat voor hen hun buurt is op een plattegrond. Alleen de straat waar de bewoner in woonde kwam als antwoord voorbij, of een aantal straten omliggend het eigen huis. Voor anderen bestond de buurt uit meerdere plekken, zoals de plek waar de persoon was opgegroeid, waar hij nu woonde en de plek waar hij werkte. De verschillen van grootte en welke eigenschappen een gebied een eigen buurt maakt verschilt per persoon. Iemands interpretatie van zijn of haar buurt verschilt ook vaak met de afbakening die een gemeente of organisatie maakt van een buurt. De grenzen van een buurt worden niet altijd gemaakt door een weg of een rivier. Het kan voor een bewoner ook liggen aan zijn of haar sociale netwerk, een route die vaak wordt bewandeld of een herkenningspunt in de wijk dat typerend is (Movisie, 2014).

Martin Bulmer, een Britse socioloog, maakte een onderscheid in drie typen georganiseerde burenhulp, genaamd ‘Patterns of care’. Het onderscheid van deze typen wordt vooral gemaakt door verschillen in de drijfveren die achter burenhulp zitten, zoals liefdadigheid of hulp op basis van wederkerigheid. Het eerste type wordt benoemd als ‘Care as doing good’. Hierbij gaat het om het goed doen voor een ander; de burenhulp wordt aangeboden uit liefdadigheid, van de ontvangende partij wordt geen tegenprestatie verwacht. Het tweede type is genaamd ‘Care as working class community’. Hierbij gaat het om hulp uit de buurt waar een klein bedrag tegenover staat. Hulp bieden is hierdoor aantrekkelijk voor diegene die op een laagdrempelige manier weer wil participeren en hulp ontvangen is aantrekkelijk voor personen met weinig inkomsten. ‘Care as trouble shared’ is het derde type. Hiermee wordt bedoeld dat de zorgen of problemen van de één ook de zorgen of problemen van de anderen wordt in de buurt. Dit vindt plaats in buurten waar de sociale cohesie al sterk is. Bewoners ondersteunen elkaar in een breder netwerk in een vrijere vorm van hulp. Wederkerigheid is hier meer van toepassing dan liefdadigheid, omdat de groep bewoners allen steun geven en nemen in bepaalde mate (Movisie, 2014). Deze drie typen burenhulp geven de verschillen van motivatie weer die een persoon kan hebben bij het participeren in burenhulp. De mate van de wil tot goed doen, liefdadigheid, kan een persoon ertoe zetten hulp te bieden. De mate waarin een persoon er iets voor kan terugverwachten heeft invloed op motivatie, net als de betrokkenheid en hechtheid die een persoon ervaart met zijn buren.

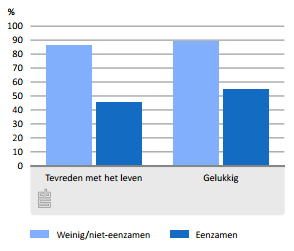
Rondom burenhulp vragen en ontvangen speelt vraagverlegenheid een rol. Het aanbieden van hulp of bereidheid tot hulp tonen is voor mensen vaak makkelijker. Men moet vaak een drempel over om de stap tot hulp vragen te zetten. Deze drempel is opgebouwd uit verschillende factoren.

Ten eerste is er een maatschappelijke norm betreffende zelfstandigheid. Deze norm is als het ware een ongeschreven regel die iedereen meekrijgt of zelf oppikt terwijl hij nog sociaal lerende is. De ongeschreven regel wordt voornamelijk op gevoelsniveau ervaren. Wanneer iemand zich tot gedrag wil zetten dat in contrast staat met deze norm zal een persoon dit als een intern conflict ervaren. Het vasthouden aan een norm biedt zekerheid, anders handelen geeft een gevoel van onzekerheid. Zelfstandigheid wordt ervaren als iets wat men moet zijn. Gedrag is gepast wanneer dit zelfstandigheid blijk geeft en ongepast wanneer dit het tegendeel doet bewijzen (Sociaal Werk in de Wijk, 2013).

Ten tweede wordt deze norm versterkt door de ongeschreven regel: je vraagt niet meer dan je geeft. Men ervaart wederkerigheid als iets wat in een gelijkwaardige vorm moet plaatsvinden. De waarde die wordt gegeven moet in de gelijke waarde worden terug ontvangen. Wanneer deze wederkerigheid ongelijkwaardig is of zo wordt ervaren, wordt een relatie dat ook. Dit tast voor mensen gevoelens van vrijheid en wederom zelfstandigheid aan en het laat mensen ervaren dat ze nog iets verschuldigd zijn aan een ander (Sociaal Werk in de Wijk, 2013).

Als laatste kan privacy voor mensen een factor zijn om huiverig te zijn in het vragen om hulp in eigen omgeving. Privacy hebben wordt door de meeste mensen als zeer belangrijk ervaren. Wanneer hulp wordt geboden of ontvangen gebeurt dit vaak bij iemand thuis of in eigen omgeving. Contact met buren en burenhulp kan het gevoel van privacy hierdoor verkleinen (Sociaal Werk in de Wijk, 2013).  
  
Naast dat de mate van vraagverlegenheid wordt bepaald door de maatschappelijk en sociale normen die er zijn heeft de soort hulpvraag hier ook invloed op. Buurthulp is in praktische wijs uiteen te zetten in instrumentele, sociale en psychosociale hulp. Onder instrumentele hulp wordt de praktische vorm van hulp bedoeld, zoals een klusje of reparatie. Onder sociale hulp wordt het ondernemen van sociale activiteiten verstaan zoals het bezoeken van een museum of het maken van een fietstocht. Met psychosociale hulp wordt het ondersteunen van iemand bedoeld in een bepaalde tijd of met een bepaald onderwerp in zijn of haar leven, vaak doormiddel van meedenken, aanmoedigen of coachen. Terugkijkend naar vraagverlegenheid blijkt dat deze in hogere mate voorkomt bij een vraag om sociale of psychosociale hulp. Om instrumentele hulp wordt gemakkelijker gevraagd, al kan dit wel een manier zijn om de stap te zetten naar de sociale hulp waar iemand ook behoefte aan heeft (Sociaal Werk in de Wijk, 2013).

Buurthulp gaat samen met burencontact. Het hebben van sociale contacten maakt een mens gelukkiger. Wanneer er over sociale contacten wordt gesproken wordt er al snel gedacht aan familie en vrienden. Onderzoek geeft weer dat 80% van de Nederlanders minstens één keer per maand tot dagelijks contact heeft met zijn of haar buren (Houwen & Kloosterman, 2014). Hieruit kan geconcludeerd worden dat buren voor de meeste mensen een deel uitmaakt van zijn of haar sociale contacten en netwerk. Mars & Schmeets (2011a) concluderen dat bewoners gelukkiger en tevredener zijn wanneer er sociale samenhang is in hun buurt. Met sociale samenhang wordt onderlinge sociale relaties bedoeld. Het ervaren van geluksgevoelens en tevredenheid hangt positief samen met de frequentie van contact met buren. Gevoelens van tevredenheid en geluk zijn ook hoger bij personen die hun buurt en buurtbewoners ervaren als prettig. Maatschappelijke participatie bevordert de geluksgevoelens bij personen, en het omgekeerde is ook waar; gelukkige mensen participeren vaker. Het gemeten geluksniveau ligt hoger bij personen die vrijwilligerswerk doen en/of zich inzetten voor een vereniging of stichting dan bij mensen die dit niet doen.

Eenzaamheid heeft veel invloed op geluksgevoelens van mensen. Het CBS doet jaarlijks onderzoek naar eenzaamheid. Het onderzoek geeft weer welke factoren invloed hebben op eenzaamheid. De resultaten geven een zichtbare samenhang aan tussen de frequentie van sociaal contact en eenzaamheid. Wanneer mensen vaker sociale contacten hebben met familie, vrienden of buurtgenoten wordt er een mindere mate van eenzaamheid geconstateerd. In figuur 2 (Beuningen & de Witt, 2016) wordt de samenhang zichtbaar gemaakt van eenzaamheid en gevoelens van tevredenheid en geluk. De tabel laat zien dat gevoelens van eenzaamheid een sterke invloed heeft op het welzijn van mensen.

Figuur 2. Geluk en tevredenheid met het leven naar mate van eenzaamheid.

Een ander aspect dat invloed heeft op buurthulp en burencontact is vertrouwen. Dit vertrouwen wordt benoemd als basisvertrouwen in de medemens, de verwachting dat een ander handelt vanuit goede intenties. Wanneer deze vorm van vertrouwen aanwezig is onder inwoners van een buurt is de bereidheid tot burencontact en buurthulp groter. Hiernaast zullen buurtgenoten hierdoor sneller geneigd zijn te handelen naar de belangen van de groep (Riele en Schmeets, 2010). Tussen vertrouwen en burencontact bestaat een positieve samenhang. Vertrouwen is nodig voor mensen om contact te leggen en relaties aan te gaan. Personen met een groot netwerk in een buurt geven aan over veel basisvertrouwen te bezitten (Mars & Schmeets, 2011b).

Mars & Schmeets (2011b) concluderen verschillende buurtkenmerken die invloed hebben op het onderlinge vertrouwen in elkaar en het onderlinge contact met elkaar. Veel etnische verschillen tussen buurtbewoners, een relatief laag inkomensgemiddelde of een hoog verhuispercentage zijn kenmerken van een buurt die samengaan met een laag basisvertrouwen. Hiernaast kan de mate van verstedelijking ook invloed hebben op de sociale samenhang. In zeer stedelijke gebieden wordt er meer gehandeld naar persoonlijk voordeel dan naar het voordeel van een groep of buurt. Dit hangt samen met de hierboven genoemde buurtkenmerken. Het basisvertrouwen en de mate van hechte contacten met buren is groter onder ouderen, buurtbewoners met een hoog inkomen, buurtbewoners zonder migratieachtergrond en in buurten waar het verhuispercentage laag ligt.

2.1.1 Samenvatting  
Buurthulp speelt zich af in het voorveld van de zorg. Hulp kan op verschillende manieren worden verleend en hoe dit wordt vormgegeven wordt bepaald door de mensen zelf. De soorten hulp zijn te onderscheiden in praktische, sociale en psychosociale hulp. Buurthulp gaat samen met burencontact. Wanneer burencontact sterk aanwezig is wordt burenhulp een vanzelfsprekend iets, hulp wordt gegeven omdat het probleem van de ander voelt als een eigen probleem. Burenhulp kan ook worden gedaan vanuit liefdadigheid of omdat er een beloning tegenover staat. In hoeverre mensen openstaan voor burenhulp en hier aan meedoen wordt onder andere bepaald door de waarde die wordt gehecht aan diverse onderwerpen. De behoefte aan zelfstandigheid, sociale wederkerigheid, privacy en veiligheid kunnen belemmerend werken op de attitude die mensen hebben ten opzichte van burenhulp. De onderwerpen zelfstandigheid en sociale wederkerigheid zijn daarnaast ook maatschappelijke normen, waarvan men niet graag van af wijkt. Men wil zelfstandigheid kunnen bewijzen aan zijn omgeving en wil in contact met mensen evenveel te bieden hebben als wordt ontvangen.

De overgrote meerderheid van de Nederlandse bewoners heeft frequent contact met buren. Veel of vaak contact met buren draagt bij aan een hoger geluksniveau van mensen. Sociale contacten met buren kan bijdrage aan een oplossing voor eenzaamheid. Eenzame gevoelens hebben een sterke invloed op de geluksbeleving van een persoon en de kwaliteit van leven. Er zijn verschillende buurtkenmerken die invloed hebben op de frequentie en de kwaliteit van contact tussen buren. De mate van verstedelijking in een gebied heeft invloed op het handelen vanuit eigenbelang of buurtbelang. Verschillen in afkomst of inkomen beïnvloeden sociale samenhang, net als het verhuispercentage in een buurt.

## 2.2 Analyse van determinanten

Determinanten zijn factoren die invloed hebben op het uitvoeren van gedrag. Brug, Assema en Lechner (2012) geven in hun boek Gezondheidsvoorlichting en gedragsverandering de verschillende soorten determinanten weer met betrekking tot gedrag. Door de determinanten in kaart te brengen die van toepassing zijn op de voorlichting en op het gewenste gedrag kan er een zo compleet mogelijk beeld worden gevormd van gedrag.

Gedragsintentie  
De eerste relevante determinant voor de voorlichting is gedragsintentie. De intentie tot gedrag is de mate waarin een persoon zichzelf voorneemt om een bepaald soort gedrag te tonen. Hierbij kan het gaan om het volhouden, starten of stoppen met specifieke gedraging. Andere determinanten hebben vaak een sterke invloed op de determinant gedragsintentie. Gedragsintentie verschilt van persoon tot persoon. De mate van de gedragsintentie kan doorslaggevend zijn voor het wel of niet uitvoeren van het gedrag (Brug, Assema & Lechner, 2012).

De voorlichting wil een bijdrage leveren aan het verhogen van de gedragsintentie ten opzichte van het gedrag; deelnemen aan burenhulp en burencontact, bij de bewoners van het Zijlkwartier in Leiderdorp. De voorlichting doet dit door zich te richten op de determinanten attitude en kennis (zie voorlichtingsdoel), met de verwachting dat deze twee determinanten de determinant gedragsintentie sterk beïnvloeden.  
  
Kennis  
Kennis is een invloedrijke determinant die eigenlijk geen uitleg nodig heeft. Kennis met betrekking op gedrag is in drie soorten te verdelen. Als eerste kennis rondom de effecten en de gevolgen van gedrag, als tweede kennis over hoe gedrag verandert kan worden en als laatste inhoudelijke kennis, het echt begrijpen en beheersen van theorie (Brug, Assema & Lechner, 2012).

De voorlichting richt zich op kennis omdat het de bekendheid van BUUV vergroot. Er vindt kennisoverdracht plaats over het bestaan van BUUV, wat BUUV inhoud en mogelijk ook wat de voordelen zijn van BUUV aangezien een positieve attitude ook een doel is binnen de voorlichting. BUUV is een platform dat een hulpmiddel kan zijn om het gedrag buurthulp en burencontact uit te voeren, maar kan ook een aanzet zijn tot het uitvoeren van dit gedrag. In beide gevallen gaat het over kennis over hoe gedrag verandert.

Attitude  
Attitude is te definiëren als de houding die een persoon heeft ten opzichte van een bepaald gedrag of onderwerp. Attitudes worden gevormd door associaties en overtuigingen. Deze overtuigingen kunnen onder andere voortkomen uit een cognitief oogpunt, dus kennis en informatie. Vanuit een affectief oogpunt wordt attitude gevormd vanuit gevoel. Als laatste is hier ook een conatief oogpunt aan toe te voegen, hierbij gaat het om het in actie willen komen, om het doen (Brug, Assema & Lechner, 2012).

Een groot deel van de voorlichting richt zich op de attitude van de bewoners van het Zijlkwartier. In de voorlichting draait het om een positieve attitude ten opzichte van het gebruik van BUUV en ten opzichte van buurthulp en burencontact (hetgeen waar BUUV voor staat). De opzet van BUUV draait om plezier en positiviteit, dit gevoel zal door middel van de voorlichting over moeten worden gebracht. Hiernaast zal de voorlichting de behoefte van het ondernemen van actie moeten vergroten bij de doelgroep. Op deze manier is de kans op attitudeverandering in positieve zin hoger.

# Hoofdstuk 3 De doelgroep centraal

## 3.1 Beschikbare informatie

In deze paragraaf wordt er ingegaan op reeds beschikbare informatie over de bewoners van Leiderdorp en wanneer mogelijk specifiek over de bewoners van het Zijlkwartier in Leiderdorp. Hiernaast wordt informatie gehaald uit een eerder onderzoek uitgevoerd in opdracht van BUUV in een wijk in Leiden.  
  
Over de bekendheid van BUUV in Leiderdorp is het volgende op het gebied van cijfers bekend van de gegevens van de website van BUUV. Op 10 maart 2017 heeft BUUV Leiderdorp 62 leden. Vanuit Leiderdorp staan er 3 vragen en 1 aanbieding online. Om specifiek in te gaan op de verdeling in Leiderdorp staat hieronder de verdeling per gebieden.

|  |  |
| --- | --- |
| **Wijken in Leiderdorp** | **Personen aangemeld op BUUV** |
| Scheven/Dreven/Baanderij | 8 |
| Zijlkwartier/Vogelbuurt/Ouderenzorg | 10 |
| Oude dorp/t’ Heerlijke recht | 12 |
| Leyhof/Buitenhof/Driegatenbrug | 16 |
| Binnenhof/Voorhof/Elisabethhof | 16 |

Zoals de tabel weergeeft, valt het Zijlkwartier samen met de Vogelbuurt en Ouderenzorg volgens de verdeling van BUUV in dezelfde wijk. Het onderzoek en de voorlichting richt zich wel echt alleen op het Zijlkwartier wanneer mogelijk. Om meer informatie te verzamelen over de bekendheid van BUUV worden de bewoners die benaderd worden voor het vooronderzoek hier naar gevraagd. De resultaten hiervan zijn terug te vinden in paragraaf 3.2.1 van dit hoofdstuk.

Relevant voor de interviews en voor de hier boven genoemde cijfers over betrokkenheid is de leeftijdsverdeling van de inwoners van Leiderdorp. Leiderdorp heeft 26.968 inwoners in 2016, waarvan 13.016 man en 13.952 vrouw. In figuur 3 (CBS, 2016) is de leeftijds-verdeling in Leiderdorp te zien. 43% van de inwoners is gehuwd, 44% ongehuwd en de andere 14% is gescheiden of verweduwd. Van de inwoners heeft 22% een migratie achtergrond waarvan 11% uit een niet-westers land. De niet westerse landen zijn onder andere Marokko, Suriname, Turkije, Nederlandse Antillen en Aruba. Het CBS geeft ook het aantal huishoudens weer in Leiderdorp, in totaal zijn dit er 12129. 35% van dit aantal is éénpersoonshuishoudens. In de huishoudens met meerdere personen zijn 30% hiervan zonder kinderen en 35% met kinderen.

Figuur 3. Leeftijdsverdeling Leiderdorp 2016

Kijkend naar de leeftijds-verdeling is de leeftijdscategorie 25-45 klein vergeleken met de gemiddelde leeftijdsverdeling in de regio Holland Rijnland. Deze leeftijdscategorie trekt vooral weg uit Leiderdorp. Voor de komende jaren wordt er wel voorspeld dat de bevolking zal blijven groeien; hierbij zal de vergrijzing ook toenemen. Leiderdorp wordt nu al gezien als een ‘grijze’ gemeente (Gemeente Leiderdorp, 2016).

Naar aanleiding van een inwoners enquête is er informatie beschikbaar over de attitude van de bewoners van Leiderdorp ten opzichte van buurthulp en burencontact. De inwoners-enquête is in 2015 afgenomen en is door 717 inwoners van Leiderdorp ingevuld. Er is onder andere gevraagd naar de bereidheid van buurthulp op verschillende vlakken. Op het gebied van veiligheid en buurtpreventie toont 60% van de inwoners bereidheid. Op het gebied van het helpen van buren en op het gebied van het schoonhouden van de omgeving is de bereidheid ongeveer gelijk, namelijk iets meer dan 50%. In het meebepalen van de inrichting van de omgeving geeft 44% procent van de ondervraagden aan hier bereid toe te zijn. Hiernaast geeft de maatschappelijke analyse weer dat 44% van mening is dat buren en wijkbewoners er altijd voor elkaar zijn als er iets aan de hand is. 27% procent van de inwoners voelt zich betrokken bij hun buurt en/of wijk. De mogelijkheden voor bewoners van Leiderdorp om elkaar te ontmoeten wordt door meer dan de helft beoordeeld als voldoende. Het burencontact is het meest intensief bij de leeftijdsgroep 33 tot 55 jaar, bij inwoners met een hoger inkomen en bij inwoners met een hogere opleiding (Gemeente Leiderdorp, 2016).  
  
Op het gebied van eenzaamheid is er uit de inwonersenquête gebleken dat onder de inwoners van Leiderdorp 15% zich eenzaam voelt. Dit gevoel komt minder vaak voor bij hoger-opgeleiden en wordt vaker ervaren bij inwoners met een gemiddeld of laag inkomen. 9% geeft aan dat hij zich bij helemaal niemand betrokken voelt in zijn of haar omgeving. Wanneer een inwoner in de enquête aangaf zich eenzaam te voelen, werd er ook vaker aangegeven door de inwoner niet te weten bij welke buur hij terecht zou kunnen bij problemen en gaf de inwoner ook aan minder frequent mee te doen met buurtactiviteiten (Gemeente Leiderdorp, 2016).

Begin 2017 is er een vragenlijst afgenomen in opdracht van de gemeente Leiderdorp onder het buurtpanel van Leiderdorp en een aantal extra inwoners van Leiderdorp. In totaal is de peiling door 330 personen ingevuld. Deze opiniepeiling ging over de mate van belangrijkheid die de inwoners van Leiderdorp toekennen aan bepaalde thema’s en onderwerpen die voor hen van belang zijn op het gebied van wonen en welzijn. Op het gebied van sociale betrokkenheid werd er gevraagd naar de onderwerpen mantelzorg, vrijwilligerswerk, vrijetijdsvoorziening, hulp bij geldzaken en contact met de mensen in mijn buurt/straat. In de zojuist opgenoemde volgorde werden de thema’s beoordeeld naar belangrijkheid, met mantelzorg als de belangrijkste (76% vindt dit belangrijk) en contact met mensen in mijn buurt/straat de onbelangrijkste (47% vindt dit belangrijk). Vrijwilligerswerk belandt op de tweede, hierbij is het wel opvallend dat inwoners ouder dan 46 vrijwilligerswerk als belangrijker hebben beoordeeld dan jongere inwoners. Burencontact wordt belangrijker gevonden door 65-plussers dan door respondenten onder de 65. 50% van de respondenten geeft aan dat het urgent tot zeer urgent is dat er actie wordt ondernomen op het gebied van contact met mensen in mijn buurt/straat. Op het thema gezondheid wordt eenzaamheid beoordeeld als belangrijkste onderwerp; 78% vindt dit onderwerp belangrijk tot zeer belangrijk en 37% vindt het een zeer urgent onderwerp waar actie op moet worden genomen (Schelven & Wilson, 2017).

Sociale betrokkenheid wordt in vergelijking met andere thema’s zoals wonen, gezondheid en voorzieningen op de één na onderste plek gezet als er wordt gevraagd naar hoe belangrijk de inwoners deze thema’s vinden. Veiligheid wordt als belangrijkste thema gezien; 81% geeft aan dit thema belangrijk tot heel belangrijk te vinden. Ondanks de relatief lage plek tussen de andere thema’s geeft 64% van de respondenten aan sociale betrokkenheid belangrijk tot heel belangrijk te vinden. 69% van de respondenten vind het urgent tot zeer urgent dat er actie wordt ondernomen op dit thema. (Schelven & Wilson, 2017). Ondanks dat burencontact en sociale betrokkenheid relatief laag scoren in vergelijking met andere sociaal maatschappelijke onderwerpen, is de mate van belangrijkheid en urgentie nog vrij hoog volgens de respondenten. De over het algemeen hoge scores op de diverse thema’s en onderwerpen laten zien dat de respondenten belang hechten aan het welzijn en de kwaliteit van wonen in Leiderdorp.  
  
In november 2016 is er een onderzoek uitgevoerd voor BUUV in de Slaaghwijk in Leiden. Studenten hebben onderzocht welke factoren er onder de bewoners aanwezig waren die bevorderend of belemmerend werken op de motivatie om gebruik te maken van BUUV. Redenen die door bewoners van de Slaaghwijk werden genoemd om niet deel te nemen aan BUUV waren divers: het zelf bezitten van een groot genoeg sociaal netwerk, het niet nodig hebben van hulp, een taalbarrière die het gebruik van BUUV moeilijk maakt, de meerwaarde van het online platform niet in zien en het hebben van te weinig tijd om BUUV te gebruiken. Hiernaast werden uit de resultaten ook de redenen zichtbaar die bewoners hadden om wel geïnteresseerd te zijn in BUUV. Het nodig hebben van hulp is hier één van, samen met de wil graag iets voor een ander te doen, of het hulp bieden en ontvangen als iets vanzelfsprekends te zien. Als laatste gaven bewoners van de Slaaghwijk ook aan dat zij vonden dat het goed voor de wijk zou zijn als er meer contact zou zijn en dat BUUV hierbij zou kunnen helpen (Acherrat et al., 2016).

Uit het onderzoek is naar voren gekomen dat betreffende het actief promoten, het flyeren voor deze drie flats van de buurt niet werkt. Het in gesprek gaan (wat ook onder het actief promoten valt) is wel effectief. Het praten over BUUV zou vaker moet gebeuren en over een lange tijd verdeeld moeten worden, zodat mensen het leren (her)kennen en er zelf mogelijk ook over zullen gaan praten met andere bewoners. Dit zorgt ervoor dat BUUV meer gaat leven in de buurt. Dit betekent dat er meer aandacht en tijd beschikbaar gesteld moet worden voor het aangaan van gesprekken met de bewoners van de wijk over BUUV; herhaling zorgt voor herkenning (Acherrat et al., 2016).

Om meer zicht te krijgen op de attitude van de bewoners van het Zijlkwartier ten opzichte van burencontact en -hulp, de bekendheid van BUUV en de attitude van bewoners ten opzichte van het gebruik van BUUV, is er onderzoek gedaan om nieuwe en specifieke informatie te verkrijgen. In de volgende paragraaf komt deze informatie aan bod.

### 3.1.1 Samenvatting

Gemeente Leiderdorp is een relatief grijze gemeente. De komende jaren zal deze vergrijzing blijven toenemen aangezien inwoners in de leeftijdscategorie 25-45 voornamelijk wegtrekken uit Leiderdorp. In het Zijlkwartier en directe omgeving zijn er minder deelnames aan BUUV dan in de meeste andere wijken in Leiderdorp.

Naar aanleiding van een inwoners-enquête, ingevuld door 717 inwoners van Leiderdorp, geeft 50% aan bereid te zijn tot het helpen van buren als onderdeel van buurthulp. Op het gebied van veiligheid en buurtpreventie is de bereidheid tot buurthulp het hoogst. Het overgrote deel is tevreden over de mogelijkheden die Leiderdorp biedt om elkaar te ontmoeten. Bijna de helft ervaart dat buurtbewoners er voor elkaar zijn wanneer dit nodig is.

Een opiniepeiling onder het buurtpanel geeft weer dat bewoners in Leiderdorp de kwaliteit van wonen en het welzijn van buurtbewoners belangrijk vinden. Veiligheid en eenzaamheid en mantelzorg zijn specifieke thema’s waar veel waarde aan wordt gehecht door de inwoners van Leiderdorp. Zij vinden het belangrijk dat er op thema’s actie wordt ondernomen en deze ook belangrijk worden geacht door de gemeente Leiderdorp.

Naar aanleiding van een eerder onderzoek door studenten zijn er bij BUUV Leiden Leiderdorp al mogelijk redenen bekend waarom sommige personen niet positief tegenover het gebruik van BUUV staan. Het hebben van een groot netwerk of het niet beschikken over een hulpvraag zijn redenen waardoor personen geen interesse hebben in het gebruik van BUUV. Het hebben van een hulpvraag of het verlenen van burenhulp als iets vanzelfsprekends ervaren zijn redenen waardoor personen wel geïnteresseerd zijn in het gebruik van BUUV.

3.2 Voorlichtingsbehoefte  
Om de voorlichtingsbehoefte onder de doelgroep in kaart te brengen is het nodig terug te gaan naar het voorlichtingsdoel. De doelstelling van de voorlichting is op te delen in twee doelstellingen.   
  
1. De bekendheid van BUUV vergroten.  
2. Een positieve attitude creëren ten opzichte van het gebruik van BUUV.

Voor een positieve attitude ten opzichte van het gebruik van BUUV is het nodig dat de bewoners van het Zijlkwartier bekend zijn met BUUV. Hiernaast is het nodig dat de bewoners van het Zijlkwartier een positieve attitude hebben ten opzichte van burencontact en hulp in het algemeen, anders zal een ondersteunend platform hiervoor ook niet in goede aarde vallen. De voorlichtingsbehoefte van de doelgroep wordt zichtbaar wanneer er informatie wordt verkregen over drie onderwerpen.  
  
1. De bekendheid van BUUV.  
2. De attitude ten opzichte van burencontact en -hulp.  
3. De attitude ten opzichte van het gebruik van BUUV.

Om de voorlichtingsbehoefte bij de doelgroep te meten, is er gekozen voor het afnemen van interviews in het Zijlkwartier. Door een semigestructureerde interviewopzet komen de gewenste onderwerpen in het interview aan bod, maar is er ook ruimte voor het verkrijgen van extra informatie van de respondent. Bewoners van het Zijlkwartier zijn op straat aangesproken met het verzoek deel te nemen aan het interview. Bij toezegging is het interview ter plekke afgenomen.

Interviewdoelen:

1. In beeld brengen in hoeverre de bewoners van het Zijlkwartier in Leiderdorp bekend zijn met BUUV.
2. In beeld brengen van het gedrag en de attitude van de bewoners van het Zijlkwartier in Leiderdorp met betrekking tot burencontact en burenhulp.
3. In beeld brengen hoe de bewoners van het Zijlkwartier in Leiderdorp tegenover het gebruik van BUUV staan.

De interviews zijn in twee series afgenomen. In beide interviews is eraan de bewoners gevraagd of zij bekend zijn met BUUV. In de eerste serie waren de interviews voornamelijk gericht op burencontact en -hulp en hoe de bewoners van het Zijlkwartier hier tegenaan kijken. Hierin zijn negen bewoners geïnterviewd, tussen de 40 en 73 jaar oud. Uit de eerste serie interviews ontbraken resultaten over de attitude van de bewoners van het Zijlkwartier ten opzichte van het gebruik van BUUV. Om deze reden is er een tweede serie interviews afgenomen, gericht op de attitude ten opzichte van het gebruik van BUUV. In deze serie zijn 5 bewoners geïnterviewd tussen de leeftijd 29 en 71. Door middel van de beide interviewseries zijn er resultaten verkregen op alle drie de interviewdoelen. In de volgende paragraaf worden deze resultaten beschreven.

### 3.2.1 Resultaten interviews

Hieronder worden de meest relevante resultaten die terugkwamen uit de negen interviews weergegeven. De respondenten zijn zowel man als vrouw en wonen in verschillende straten van het Zijlkwartier. De leeftijden van de respondenten liggen tussen de 29 en 75 jaar oud. In totaal zijn er 14 interviews afgenomen.

De verslagen van de volledige interviews zijn terug te vinden in bijlage 2 van dit document.

Burencontact  
Contact met buren wordt door de ondervraagden stuk voor stuk gewaardeerd. Hoe dit contact eruit-ziet en in welke mate het plaatsvindt, verschilt van persoon tot persoon. Een van de ondervraagden houdt het vooral bij ‘hallo’ en soms een praatje, voor de ander is het goede burencontact een echte toevoeging aan het wonen. Het hebben van contact met de buren levert voor de ondervraagden ook verschillende dingen op. De één ervaart hierdoor een gevoel van veiligheid, de ander juist gezelligheid. Er is een verschil tussen ondervraagden die burencontact belangrijk vinden en er meerwaarde door ervaren en ondervraagden die het prettig vinden als het er is, maar het niet missen als het er niet is.

Andere resultaten uit de interviews betrekkende burencontact zijn:

* Buiten is er een makkelijke plek voor buren om elkaar te ontmoeten. Mooi weer en kinderen die op straat spelen zorgen voor meer interactie op straat en tussen buren.
* Persoonlijk contact en een klik hebben met een buur of wijkbewoner is voor het merendeel van de ondervraagden van belang in het maken en behouden van contact.

Buurthulp  
De bereidheid tot het helpen van een buur is bij elke ondervraagde aanwezig alleen niet elke ondervraagde is hier actief in. Meer dan de helft van de bewoners geeft aan het heel gewoon te vinden een buur ergens mee te helpen en hier bereid toe te zijn. Buurthulp in het Zijlkwartier loopt uiteen van elkaar helpen met een computer die niet opstart, helpen in een ander zijn tuin, afval opruimen in de openbare ruimtes tot gewoon een oogje in het zeil houden en oplettend zijn.

Een ondervraagde benoemt dat hij alleen iets voor iemand doet wanneer hij het idee heeft dat die persoon het echt waardeert en het ook echt nodig heeft. Een andere ondervraagde benoemt dat zij haar vrije tijd doorbrengt met haar familie aangezien zij zes dagen in de week werkt. Of buren in de wijk hulp kunnen gebruiken en zo ja wat voor hulp, is niet altijd helder voor de ondervraagden.

De wijk  
Uit de interviews blijkt dat er in een deel van de wijk een hecht sociaal netwerk is, waar buren elkaar onderling kennen en helpen. Dit deel van de wijk bestaat uit koopwoningen. De bewoners in deze straten zijn over het algemeen hoog opgeleid, hebben een gezin of wonen er al voor een hele lange tijd en zijn wat ouder.   
  
In de drie flats aan de Pinksterbloem is veel diversiteit onder de bewoners. De bewoners verschillen in leeftijd, cultuur, taal en werkend of niet-werkend. De bewoners ervaren deze verschillen soms als belemmerend in het contact met elkaar.

Een van de ondervraagde benoemde een bepaalde sociale norm in zijn straat. Dat wanneer er door een buurman niet om hulp wordt gevraagd, dat hij het dan ook niet aanbiedt. De ondervraagde benoemde dit als een gereserveerdheid dat er tussen buren is en een behoefte aan zelfstandigheid. Een andere ondervraagde, in een andere straat, benoemde de sfeer in de straat waar zij woonde als volks en gezellig. Weer een andere ondervraagde benoemde dat er in zijn buurt veel eilandjes zijn onder de mensen en dat er best wel iets meer mag gebeuren om dit te doorbreken.

Burencontact vindt in de wijk ook onder andere plaats door een jaarlijks buurtfeest of door de Leidse marathon waarvan de route door het Zijlkwartier loopt.

BUUV  
Twee buurtbewoners van de negen ondervraagden zijn bekend met BUUV. De één via persoonlijk contact met een persoon die het kende en het aanraadde, de ander via vrijwilligerswerk bij de organisatie Radius.   
  
Wanneer er aan de bewoners werd gevraag via welke kanalen zij informatie zouden willen ontvangen over het bestaan van een platform zoals BUUV, werd er het meest een blaadje of krantje door de brievenbus genoemd. Specifiek werd een regionale krant genoemd, zoals het Leiderdorps weekblad.

Mond-tot-mond reclame wordt twee maal genoemd als een goed werkende manier om mensen enthousiast te krijgen voor het gebruik van BUUV. Een respondent benoemde dat zijn interesse gewekt zou worden voor BUUV als het via veel kanalen of op verschillende plekken zichtbaar is.

Gebruik BUUV  
Aan vijf bewoners is gevraagd of zij BUUV zouden gebruiken; hier is geen enkele keer ja op geantwoord. Twee van de vijf respondenten zou het gebruik van BUUV overwegen, één hiervan als flexibele manier van vrijwilligerswerk en de ander als mogelijkheid meer leden te werven voor zijn vereniging.

Door de ondervraagden worden de volgende voordelen van het geruik van BUUV benoemd:

* BUUV maakt de mensen in de wijk zichtbaar die zonder BUUV mogelijk onzichtbaar blijven.
* BUUV kan een middel zijn ten voordele van ouderen en mensen die het nodig hebben.
* Het zet mensen aan tot onderlinge hulp.
* Het is een flexibele manier om iets goeds te doen voor de maatschappij.

Ondervraagden benoemden het bezoeken van een website en het niet kennen van de deelnemers als nadelen van BUUV. In reactie op de vraag: Zou u BUUV gebruiken? Benoemden twee ondervraagden dat zij zelf geen hulp nodig hebben of niet hulp behoevend zijn.

### 3.2.2 Conclusies interviews

De conclusies die voortkomen uit de resultaten van de interviews worden beschreven naar aanleiding van de interviewdoelen.

De bekendheid van BUUV  
De bekendheid van BUUV is nog zeer minimaal in het Zijlkwartier in Leiderdorp. Als de groep ondervraagden als representatief wordt gezien voor alle bewoners in het Zijlkwartier kan er worden geconcludeerd dat een aantal mensen wel eens van BUUV heeft gehoord maar het overgrote deel niet.

De inwoners van het Zijlkwartier geven aan de lokale krant te lezen en dat dat mogelijk een goed kanaal is om de bekendheid van BUUV te vergroten. Volgens de bewoners werkt mond-tot-mond reclame het best. Hiernaast blijkt een persoonlijk verhaal of het veelvuldig voorbij zien komen van BUUV ook.

De attitude ten opzichte van buurthulp en buurtcontact  
In sommige straten en appartementsgebouwen is burencontact en buurthulp al erg aanwezig, in andere straten en appartementsgebouwen in mindere mate. Buren trekken eerder na elkaar toe wanneer zij overeenkomsten hebben met elkaar. Deze overeenkomsten kunnen liggen in leeftijd, hoogte van opleiding, de samenstelling van het huishouden of de cultuur, afkomst of religie van mensen.

Er zijn diverse barrières die ervoor zorgen dat er minder hulp en contact is onder buren.

* De sociale norm met betrekking tot burencontact en hulp is afstandelijk in een straat of wijk.
* Inwoners weten niet wat ze voor elkaar kunnen doen, de vraag wordt niet uitgesproken.
* Te grote verschillen tussen buren maakt contact maken moeilijk.
* Bewoners zijn druk en hebben geen tijd of verkiezen hun vrije tijd anders in te delen.

Naar aanleiding van interviews kunnen er ook conclusie getrokken over wat burenhulp en burencontact bevorderd. Hierbij gaat het vooral om persoonlijk contact, elkaar kennen en een klik en een wisselwerking. Dit contact ontstaat meestal spontaan of door middel van een buurtfeest of event. Door interactie met elkaar ontstaat er contact en burenhulp.  
  
De attitude ten opzichte van het gebruik van BUUV  
In combinatie met de positieve attitude ten opzichte van buurthulp en contact en de voordelen die ondervraagden benoemen van BUUV kan er worden geconcludeerd dat de attitude ten opzichte van BUUV positief is. De attitude ten opzichte van het gebruik van BUUV verschilt hiervan en zijn eerder negatief.

Opvallend zijn de associaties die de ondervraagden lieten blijken bij BUUV wanneer er werd gevraagd naar de bereidheid van gebruik.[[1]](#footnote-1) Een aantal ondervraagde benoemde BUUV niet te gebruiken omdat zij geen hulp nodig hadden. Deze associatie werkte negatief ten opzichte van het gebruik van BUUV. Het gebruik van BUUV is voor hen gekoppeld aan het nodig hebben van hulp, terwijl het gebruik van BUUV ook zoveel andere redenen kan hebben.

## 3.3 Probleemanalyse

Voor een positieve attitude ten opzichte van het gebruik van BUUV is een positieve attitude ten opzichte van buurthulp en burencontact nodig. Naar aanleiding van het vooronderzoek is te concluderen dat er onder de bewoners van het Zijlkwartier in Leiderdorp een positieve attitude ten opzichte van buurthulp en burencontact heerst. De resultaten uit het literatuuronderzoek wijzen op een hoge betrokkenheid van de bewoners bij hun buurt en vanuit de interviews geeft elke respondent aan buurthulp en burencontact belangrijk te vinden.

BUUV is voor de overgrote meerderheid van de inwoners van het Zijlkwartier nog onbekend. Wanneer de respondenten BUUV kennen of wanneer BUUV aan hen bekend wordt gemaakt reageren zij over het algemeen positief op. Het platform wordt als goed en nuttig gezien, een positieve attitude. Ondanks deze positieve attitude geven de meest respondenten aan BUUV waarschijnlijk niet te gaan gebruiken. Hiervoor worden redenen genoemd als het niet willen gebruiken van een website, het niet kennen van de deelnemers en ‘ik heb zelf geen hulp nodig’. Wat betreft de laatste reactie wordt BUUV al snel geïnterpreteerd als een platform wat men gebruikt als men hulp nodig heeft en geen andere mogelijkheid heeft tot hulp. Dit staat ook haaks op de maatschappelijke norm van zelfstandigheid. De mogelijkheden die het gebruik van BUUV biedt worden hierdoor niet in volledigheid gezien. BUUV kan iets toevoegen aan het dagelijks leven en is er niet alleen voor als er een tekortkoming is, een hulpvraag.

Wanneer er door de voorlichting een positieve attitude ten opzichte van het gebruik van BUUV moet worden gecreëerd onder de inwoners van het Zijlkwartier, zal de bekendheid van BUUV moeten worden vergroot en zullen de inwoners de voordelen van het gebruik van BUUV voor henzelf moeten inzien. Aangezien attitude bestaat uit kennis, gevoel en willen zal er op alle drie van deze aspecten ingespeeld moeten worden. In het onderstaande schema worden de vragen die hieruit voortvloeien beschreven.

Om de voorlichting zodanig te ontwikkelen dat deze vragen worden beantwoordt is er gekozen om de methodiek behorend tot sociale marketing in te zetten. Deze methodiek is gericht op het beïnvloeden van gedrag door middel van een analytisch stappenplan wat leidt tot een specifieke en doeltreffende aanpak gericht op de doelgroep *(Huibregtsen sociale marketing, n.d.).*

# Hoofdstuk 4 Interventie ontwikkeling

## 4.1 Focus op de doelgroep

Om de kwaliteit van de voorlichting te waarborgen en de kracht van het sociale marketing model te benutten is er voor gekozen de doelgroep te verkleinen.

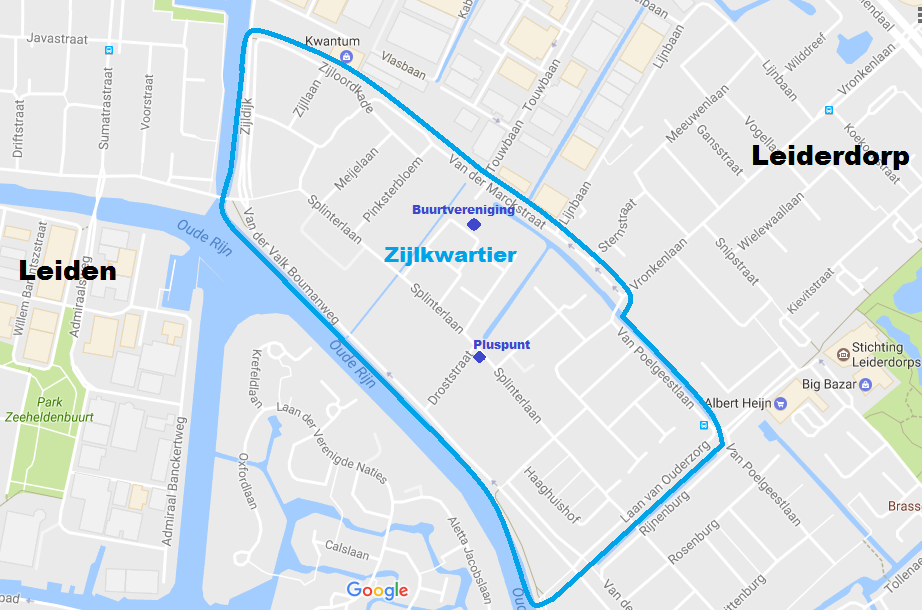
Uit het literatuuronderzoek is naar voren gekomen dat de inwoners van Leiderdorp in de leeftijdscategorie 65-plus burenhulp belangrijker vinden dan in de lagere leeftijdscategorieën. Leiderdorp is een grijze gemeente en de vergrijzing blijft toenemen en daarmee groeit een groep ouderen in de toekomst. Daar waar (jong) volwassenen een druk bestaan hebben krijgen 65-plussers meer tijd te besteden. Het literatuuronderzoek toont ook aan dat vrijwilligerswerk belangrijker wordt gevonden door inwoners van het Zijlkwartier boven de 45. Om deze redenen is er voor gekozen om de voorlichting te richten op de leeftijdscategorie 65 tot 75.

**Doelgroep**

De inwoners van het Zijlkwartier in Leiderdorp binnen de leeftijd 60 en 70 die een negatieve of neutrale attitude hebben ten opzichte van het gebruik van BUUV als hulpmiddel voor buurthulp en burencontact.

**Bereikbaarheid van de doelgroep**

De doelgroep is gelokaliseerd in één wijk, het Zijlkwartier van Leiderdorp. Volgens Rineke Schwenke, ouderenadviseur in het Pluspunt gelokaliseerd in het Zijlkwartier in Leiderdorp, zijn er een aantal locaties in het Zijlkwartier waar relatief meer ouderen wonen. Aan de Simon Ouwerkerkstraat staan nog de enige huizen in het Zijlkwartier die worden verhuurd als ouderenwoningen, afgewisseld met een aantal woningen van Gemiva. Dit zijn woningen waaraan de zorgorganisatie Gemiva zorg of ondersteuning biedt. Voorheen waren er meer ouderenwoningen in het Zijlkwartier. De appartementencomplexen aan de Laan van Ouderenzorg bijvoorbeeld. Nu worden de woningen die vrij komen verkocht en is er geen leeftijdsgrens meer. Dit zelfde geldt voor het appartementencomplex De Orangerie aan de Van Poelgeestlaan en appartementencomplex Meijerberg aan de Dijkgravenlaan. In beide appartementencomplexen wonen nu nog veel ouderen.

In het Pluspunt in Leiderdorp komen vaak ouderen samen voor diverse activiteiten. De ouderen in de leeftijdscategorie 65-75 nemen vaak deel aan sportactiviteiten. Ook in buurtvereniging het Zijlkwartier zijn veel ouderen te vinden die samenkomen voor activiteiten. Ook de bridgeclub van Leiderdorp (gelokaliseerd buiten het Zijlkwartier) in het Denksportcentrum is populair (Persoonlijke communicatie, 7 juni 2017, Rineke Schwenke).

**Risicogroepen**

De risicogroepen binnen de doelgroep kunnen worden gedefinieerd als de groepen die niet geneigd zijn positief tegenover het gebruik van BUUV te staan als hulpmiddel voor burencontact en -hulp. De mensen in deze groepen kunnen hiervoor diverse redenen hebben. Deze reden worden hieronder uiteen gezet.

* De 65-plusser die niet iets wil vragen. Omdat hij niet wil overkomen als

hulpbehoevend of graag zelfstandig zijn problemen oplost. De maatschappelijk norm van zelfstandigheid of die van gelijkwaardige wederkerigheid kan hier aan bijdragen. Wanneer een persoon niet de mogelijkheid ziet iets terug te kunnen doen voor een ander wil hij mogelijk ook geen hulp vragen.

* De 65-plusser die niet weet wat hij te bieden heeft. Dit kan invloed hebben op de

hierboven genoemde reden, dat iemand hierdoor niet iets wil vragen. Dit kan ook invloed hebben op de aanbod kant van burenhulp en BUUV. Wanneer een persoon niet weet wat hij kan doen voor een ander of wat mogelijk voor een ander van waarde is, zal hij niet het idee hebben dat burenhulp of BUUV geschikt voor hem is.

* De 65-plusser die te weinig tijd heeft om BUUV te gebruiken en/of contact te

maken met buren en hulp te bieden of te ontvangen. Deze groep spreekt voor zich want het gebruik van BUUV en het participeren aan burenhulp is iets waar een persoon tijd voor moet hebben en maken.

* De 65-plusser die zijn eigen sociale netwerk als groot genoeg ervaart. Deze

personen zullen niet geïnteresseerd zijn in het maken van meer contacten of hier zelfs weerstand bij hebben. BUUV gebruiken en participeren aan burenhulp kan niet worden gedaan zonder het maken van (nieuwe) contacten.

* De 65-plusser die geen gebruik wil maken van een digitaal platform. Hierdoor

worden de mogelijkheden van het gebruik van BUUV beperkter. BUUV kan dan worden gebruikt door middel van het bezoeken van een offline prikbord of door een contactpersoon via de website.

* De 65-plusser met een laag basisvertrouwen. Nu blijkt uit het onderzoek dat deze

groep klein is, maar wanneer personen een laag basisvertrouwen hebben is de drempel hoger om de stap te zetten naar het gebruik van BUUV. Ondanks dat er mogelijkheden zijn om contact leggen met elkaar veilig te maken, zal een persoon minder positieve gevoelens hebben ten opzichte van BUUV. Dit maakt de motivatie om BUUV te gebruiken lager.

**Invloedrijk binnen de doelgroep**  
65-plussers met een netwerk in de wijk zijn invloedrijk binnen de doelgroep. In verband met mond-tot-mond reclame, kunnen zij een grote invloed hebben op de bekendheid van BUUV en de manier waarop er naar BUUV gekeken wordt door de doelgroep. Hiernaast kunnen verenigingen, groepen of clubjes ook invloedrijk zijn. Bewoners komen hier samen en delen onder andere hun mening en activiteiten of interesses met elkaar.

## 4.2 SMART-gedragsdoel

**Huidig gedrag**  
De 65-plussers in het Zijlkwartier zijn betrokken bij welzijn van de buurt en dat van buurtgenoten. Contact met buren wordt belangrijk gevonden en is aanwezig, de mate ervan verschilt. Vaak is het contact met een directe buur. De 65-plusser in het Zijlkwartier maakt geen gebruik van BUUV. Hiervoor is het nog te onbekend.

**Gewenst gedrag**

De 65-plussers in het Zijlkwartier maken gebruik van BUUV als middel om in contact te komen met buurtbewoners en buurtbewoners hulp te bieden.

**Wat gebeurt er al?**

Buren kennen elkaar, onder andere doordat bewoners al voor een langere tijd in het Zijlkwartier wonen. Wanneer buren met elkaar goed contact hebben, schromen zij niet om een keer hulp te bieden of te vragen. Hiernaast kennen buurtbewoners elkaar doordat zij deelnemen aan verenigingsactiviteiten. In het Zijlkwartier zelf organiseren buurthuis het Zijlkwartier en het Pluspunt diverse activiteiten voor buurtbewoners om samen te komen. Hiernaast is ook muziekvereniging Tamarco gelokaliseerd in het Zijlkwartier.

**Wat zou er moeten gebeuren voor de doelgroep?**

Ten eerste moet BUUV bekender worden onder de 65-plusser in het Zijlkwartier. Bij voorkeur wordt BUUV zodanig geïntroduceerd dat de voordelen van het gebruik van BUUV direct zichtbaar worden voor de doelgroep. Voor de doelgroep is het belangrijk dat zij BUUV niet associëren met hulp vragen of een middel wat men inzet wanneer hij een tekort heeft in eigen netwerk.

**SMART-gedragsdoel**

Specifiek: Een positieve attitude ten opzichte van het gebruik van BUUV als middel om in contact te komen met buurtbewoners en buurtbewoners hulp te bieden creëren onder de 65 tot 75 jarige wonende in het Zijlkwartier in Leiderdorp. Dit bestaat uit kennis over de voordelen van het gebruik van BUUV, een positief gevoel bij BUUV en de wil om BUUV te gebruiken onder de doelgroep bewerkstelligen door middel van een voorlichting.

Meetbaar: Een voor- en nameting op kennis, gevoel en wil ten opzichte van BUUV onder de deelnemers van/inwoners die blootgesteld worden aan de voorlichting.

Acceptabel: Na de voorlichting behaalt vijftig procent van de deelnemers alle drie de gedragsdoelen.

Realistisch: De voorlichting wordt bezocht 5 tot 20 inwoners uit het Zijlkwartier.

Tijdsgebonden: Gedragsdoelen moeten behaald zijn direct na de voorlichting. Voor de inleverdatum van het project.

## 4.3 Gebruik van theorie

**De doelgroep**  
Praktische wijs zijn er een aantal onderwerpen die over het algemeen aandacht vragen in deze leeftijdsfase. Pensionering, het invullen van nieuwe vrije tijd en heroriëntatie op activiteiten en interesses. Financieel wordt hier ook een andere situatie door gerecreëerd wat ook kan vragen om aanpassingen. Huisvesting wordt heroverwogen met het oog op ouder worden. Kleinkinderen worden geboren of zijn nog jong, familiebanden blijven belangrijk. Vriendschapsbanden ook, deze worden selectiever uitgekozen, sociale steun in deze relaties is van belang omdat er ook familie en vrienden gaan wegvallen. Mantelzorg voor een partner of familie kan ook een onderdeel worden de inrichting van het leven (Feldman, 2011).

De leeftijdsverwachting vanaf de 65-jarige leeftijd is in 2015 voor een man 19 jaar en voor een vrouw 21 jaar. De levensverwachting vanaf 65 in gezond ervaren jaren is in de laatste 20 jaar toegenomen en is in 2015 gemiddeld 12 jaar. Ouderenadviseur Schencke, werkende in Leiderdorp, bevestigd dit. Zij benoemt dat problemen betreffende gezondheid en welzijn gemiddeld vanaf 75-jarige leeftijd om de hoek komen kijken. Chronische ziekten nemen wel toe onder 65-plussers, een hoge bloedruk en gewrichtsslijtage zijn in 2015 de vaakst voorkomende chronische ziekten (CBS, 2017).

Volgens Erik Erikson, ontwikkelingspsycholoog, valt de leeftijd vijvenzestig tot vijfenzeventig in een levensfase waarin terugkijken centraal staat. beschrijft dit als het laatste stadium, het stadium waarbij een persoon tevreden en zonder spijt terugkijkt op zijn of haar leven of hier niet toe instaat is en ongelukkig en/of ontevreden terugkijkt. Aangezien de fluïditeit van de levensfasen is de eerdere leeftijdsfase ook relevant voor deze doelgroep. Met fluïditeit wordt het missen van een harde grens tussen de leeftijdsfasen bedoeld. Hierbij speelt mee dat de leeftijds- en gezondheidsverwachting is gestegen en hierdoor levensfase ook opschuiven. De middelbare leeftijd wordt getypeerd door het leveren van een persoonlijke bijdrage op sociaal vlak, aan familie en vrienden, en op maatschappelijk vlak, aan de samenleving. Dit wordt vaak gedaan in ouderschap, in werk of het doorgeven van opgedane levenswijsheid (Feldman, 2011).

De behoefte van een 65-plusser in welbevinden op psychisch vlak is niet heel verschillend in vergelijking met een jongere leeftijd. Het ervaren van gezondheid, persoonlijke groei, een gevoel van controle, zelfstandig functioneren, vertrouwens in eigen kunnen en een positieve houding blijven belangrijk voor geluksgevoelens.

“Positief leven heeft veel gemeenschappelijke aspecten, ongeacht leeftijd. Toch is er een verschil. Op wat oudere leeftijd spelen andere vragen dan wanneer je jonger bent, of dezelfde vragen gaan samen met een andere emotie en er is vaker sprake van enige haast.’’ (Leijenhorst, 2016)

Beun en Royers (2014) benoemen gezond eten en beweging, het hebben van een aantal hechte contacten, het gevoel gewaardeerd te worden en geluksmomenten te kunnen delen en het genieten van de dagelijkse dingen ook als belangrijke aspecten voor psychisch welbevinden. Negatieve ervaringen hoeven hiervoor niet weg te blijven. Wanneer deze kunnen worden geaccepteerd en toegevoegd in de natuurlijke lijn van het leven, voegen deze ook toe aan het welbevinden.

Beun en Royers (2014) beschrijven de motieven die ouderen hebben om deel te nemen aan buurtnetwerken zoals ontmoetingsgroepen, culturele activiteiten en sport of recreatie. Hiervoor zijn drie motieven vanuit ouderen: doelgericht ergens aan werken, op een informele manier onder de mensen zijn en/of betekenisvol en nuttig bezig zijn. Onder deze motieven ligt één element die ouderen aantrekt, het spelelement wat zich in een activiteit kan voordoel. Dit spelelement heeft ook een functie voor deze leeftijdsgroep. Het geeft plezier, prikkelt de zintuigen, daagt vaardigheden en bevat op zichzelf ook leerelementen. Deelname aan buurtactiviteiten en netwerken is voor de minder vitale ouderen minder aantrekkelijk, de fysieke of emotionele afstand tot de rest wordt dan te groot. Vitale ouderen ervaren steun, verbinding en plezier door deze vorm van participatie. Voor het gemeenschapsgevoel van ouderen is de nabije omgeving en buurt belangrijk. Ouderen voelen zich meer geïntegreerd wanneer er meer leeftijdgenoten in hun omgeving zijn. Naast relaties uit buurtnetwerken die zich verdiepen of die onderhouden worden zijn de oppervlakkige contacten in een buurt ook waardevol.

Karin Overbeek (2011a) beschrijft waar 50-plussers waarde aan hechten op het gebied reclame, product en communicatie. De 50-plusser wordt beschreven als een kritische consument, het is een doelgroep met veel consumentenervaring. Voor de 50-plusser is gebruiksvriendelijkheid een voorwaarde. Hiernaast is voor hen een duidelijke, eerlijke boodschap van waarde, mogelijk waar de doelgroep zich in herkent. In tegen stelling tot een jongere doelgroep heeft de 50-plusser meer tijd om productinformatie te vergaren en is ook geïnteresseerd in achtergrondinformatie. In de communicatie van een (reclame)boodschap is het voor de 50-plusser aantrekkelijk als deze positief wordt gebracht, niet vanuit een probleem. Wanneer de boodschap leeftijd gerelateerd is werken aantrekkelijke en energieke associaties, dit sluit aan op het zelfbeeld van de 50-plusser (Overbeek, 2011b). 65-plussers hebben meer interesse en maken meer gebruik van leeftijdsgebonden producten dan 50-plussers. In de groep 50 tot 65 jarige maakt een derde hier al gebruik van (Marketing tribune, 2014). Een product wordt voor een 50-plusser interessant wanneer het aansluit op zijn behoeftes en levensfase. De 50-plusser wil van het leven genieten, vindt familie belangrijk, stopt met werken, krijgt kleinkinderen. Op al deze dingen kan ingespeeld worden (Overbeek, 2011a).

Het Bindinc. Kenniscentrum heeft onderzoek gedaan naar de bereikbaarheid van de 50-plussers betreffende marketing. Resultaten geven weer dat nieuwe media onder de 50-plusser al veelvuldig wordt gebruikt en dat marketing is deze kanalen doeltreffend is bij deze doelgroep. 39% van de 50-plussers beschikt over een tablet en 32% is in het bezit van een smartphone. Nieuwe mediaproducten worden door één vijfde van de doelgroep al snel aangeschaft, deze groep wordt gezien als early adapters (Marketing tribune, 2014). Internet vormt samen met het lezen van kranten de twee meest populaire kanalen waar 50-plussers gebruik van maken om informatie en kennis te vergaren. In een enquête onder de lezers van het Plus Magazine geeft 68% aan te willen blijven leren en mee te gaan met vernieuwingen, ook op een nog latere leeftijd (50-plusser, 2016).

**Voorlichten**

Brug (2012) beschrijft verschillende methodieken die in een voorlichting kunnen worden ingezet om attitudeverandering tot stand te brengen. De eerste methodiek is gericht op het gunstig beïnvloeden van de voor- en nadelen die bepalend zijn voor de attitude ten opzichte van het gedrag. Dit kan op vier verschillende manieren worden gedaan. Ten eerste door het wegnemen van niet correcte veronderstellingen die men heeft. Oftewel het corrigeren van foute kennis die de doelgroep bezit. Ten tweede door het versterken en benadrukken van veronderstelleningen die men heeft, die ten gunste zijn van het gewenste gedrag. Ten derde het verstrekken van nieuwe informatie, ten gunste van het gewenste gedrag. Hierdoor worden er nieuwe voordelen gecreëerd. Als laatste kunnen de voor- en nadelen beïnvloedt worden door het afzwakken en versterken van argumenten om de balans zo gunstig mogelijk te maken ten opzichte van het gewenste gedrag en het ongewenste gedrag. Het huidige, ongewenste gedrag kan hierdoor minder aantrekkelijk worden gemaakt waardoor het gewenste gedrag aantrekkelijker wordt.

De tweede methodiek door Brug beschreven is gericht op emotie. Positieve emoties kunnen worden opgewekt door de voorlichting te koppelen aan andere onderwerpen die positieve stimuli oproepen. Onderwerpen die voor de doelgroep aantrekkelijk zijn, zoals vrolijke of energieke mensen die genieten van het leven. Hierdoor wordt de boodschap van de voorlichting geassocieerd met deze positieve emoties. Humor kan hierbij worden ingezet, om een positieve emotie bij de voorlichtingsboodschap op te roepen. Als laatst kan er in de voorlichting ook benoemd worden tot welke positieve emoties het gewenste gedrag kan leiden. Een andere manier om positieve emoties ten opzicht van een gedrag te creëren is om in te spelen op de samenhang van emotie met normen en waarden. Mensen vinden het prettig dat hun normen en waarden overeen komen met hun emoties. Wanneer deze in tegenspraak zijn met elkaar ervaren mensen een conflict. Door middel van het stimuleren van zelfevaluatie kunnen mensen hierop gewezen worden. Hierdoor wordt gedrag wat op één lijn ligt met iemand zijn normen en waarden aantrekkelijker dan gedrag wat dat niet is.

Motivational interviewing is een middel om zelfevaluatie tot stand te brengen. Een belangrijk effect van deze techniek is dat motivatieverandering vanuit een persoon komt en deze hem niet wordt opgelegd. Door het stellen van vragen gaat een persoon nadenken over zijn gedrag en dit maakt hem bewuster. Bewust zijn van eigen gedrag en beweegredenen geeft mensen de mogelijkheid tot zelfregulatie. Wanneer deze motivatieverandering tot stand is gebracht zijn er manieren om mensen te helpen in hun verandering van gedrag. Mensen aanmoedigingen realistische doelen te stellen, te reflecteren en evalueren kan ondersteunend zijn in het nastreven van nieuw gedrag (Brug, 2012).

## 4.4 Diepe inzichten formuleren

**Wat is waardevol voor de doelgroep?**

Ten eerste kan er worden gekeken naar wat de doelgroep met elkaar gemeen heeft. Fysiek gezien is dit de omgeving. De straat, de wijk, gemeenschappelijk ruimtes en voorzieningen. De 65-plusser in het Zijlkwartier is betrokken bij zijn omgeving op het gebied van vormgeving en ook op het gebied van woontevredenheid.

Burencontact wordt als waardevol gezien door de doelgroep. Op het gebied van burencontact en -hulp geeft men aan een persoonlijke klik belangrijk te vinden met buren en buurtgenoten. Dit spoort aan tot contact en hulp wordt hierdoor een vanzelfsprekende toevoeging. Wanneer deze connectie er is, hebben personen ook het gevoel dat ze echt iets kunnen betekenen voor iemand en zien ze in wanneer iemand de hulp echt nodig heeft. Mensen willen hulp bieden wanneer er naar hun mening een vraag wordt gesteld die noodzakelijk is om te stellen.

Vanuit de theorie kan er bij de doelgroep 65-plus vanuit worden gegaan dat zij waarden hechten aan het blijven leren en ontwikkelen in deze fase van hun leven. Hiernaast wordt van het leven genieten ook steeds belangrijker voor de doelgroep.

**Waarmee kan je de aandacht grijpen van de doelgroep?**

Door aan te sluiten op de onderwerpen die spelen in het leven van de 65-plusser kan de aandacht van de doelgroep worden gegrepen. Onderwerpen die in het leven van de 65-plusser vaak aan bod komen zijn pensionering, kleinkinderen, vitaal blijven en participeren. De 65-plusser beleeft graag plezier aan de activiteiten. Activiteiten in een meer informele sfeer zijn hierdoor aantrekkelijk. In Leiderdorp vinden inwoners veiligheid, eenzaamheid, vrijwilligerswerk en mantelzorg belangrijke thema’s. Investeren in deze thema’s vinden zij belangrijk.

In het benaderen van de 65-plusser dient men met een goed verhaal te komen.

Hiernaast werkt het meerdere malen of op meerdere manieren zichtbaar maken van een boodschap ook om de aandacht en interesse van de doelgroep te grijpen. Dit laatste is niet alleen zo voor de 65-plusser, maar voor alle leeftijden.

## 4.5 Kosten-batenanalyse

**Wat vraag je van de mensen?**

Uiteindelijk wordt er van de mensen gevraagd hun gedragsintentie te veranderen naar het willen gebruiken van het BUUV-platform. De manier waarop is vrij. Zowel voor vraag als aanbod. Hetgeen wat van de mensen gevraagd wordt is in eerste instantie geen zichtbare gedragsverandering. Het veranderen van een mening of attitude levert bijna altijd een bepaalde mate van weerstand op, omdat een mening of attitude hetzelfde houden makkelijker is en bij verandering moet een persoon erkennen dat vorige opvattingen of meningen niet de juiste waren.

In hoeverre deze gedragsverandering op het gebied van gedragsintentie groot of klein is verschilt per persoon. Terugkijkend naar de risicogroepen in stap 1 van sociale marketing, kunnen personen één of meerdere redeneren hebben om weerstand te ervaren. De mate van weerstand is bepalend voor de mate waarin een persoon ervaart dat er veel van hem gevraagd wordt.

**Wat geef je terug aan de mensen?**

De voordelen van het gebruik van BUUV:

* Door BUUV kan je als bewoner van een wijk of stad op een makkelijke manier bekijken van het vraag en aanbod is op het gebied van buurthulp en burenactiviteiten. Voor de meeste mensen is dit zonder BUUV niet zichtbaar.
* BUUV biedt de mogelijkheid om in contact te komen met buurtbewoners, nieuwe mensen te leren kennen en mogelijk nieuwe vriendschappen aan te gaan.
* Naast dat vraag en aanbod zichtbaar wordt biedt BUUV ook de mogelijk om zelf vraag of aanbod te plaatsen met een groot bereik. Door BUUV kunnen mensen iemand vinden om een activiteit te ondernemen of kunnen zij hulp ontvangen.
* BUUV geeft mensen de mogelijkheid om op een makkelijke, concrete en flexibele manier iets goeds te kunnen doen voor een ander. Zo kan BUUV voor mensen als een flexibele vorm van vrijwilligerswerk worden gezien.

## 4.6.Concurrentie-analyse

De concurrentieanalyse wordt gemaakt op gedrag. Het concurrerende gedrag, wat voor de doelgroep momenteel het aantrekkelijkst is. Uit het vooronderzoek blijkt dat de bewoners in het Zijlkwartier de voorkeur hebben aan het ontmoeten van buren situationeel en offline. De ontmoetingen vinden dan plaats in de gedeelde omgeving, een openbare ruimte of tijdens gemeenschappelijke activiteiten. Een klik tussen twee mensen zorgt ervoor dat mensen elkaar vaker aanspreken en is ook doorslaggevend in het open staan voor het vragen of aanbieden van hulp. In een ontmoeting en door een eerste indruk, wordt er door een persoon al vrij snel besloten wat voor soort contact hij zou willen aan gaan met iemand. Dit staat in contrast met een eerste indruk op een platform als BUUV.

Het bovenstaande gedrag heeft de voorkeur van de doelgroep. Terugkijkend op hetgeen wat gevraagd wordt van een 65-plusser in Leiderdorp, is dit een positieve attitude en bekend zijn met de voordelen van BUUV. Of mensen de voorkeur hebben niet bekend te zijn met BUUV is bekend. Een niet-positieve attitude ten opzichte van BUUV kan het voordeel opleveren dat een persoon niet hoeft na te denken over het wel of niet gebruiken van BUUV. Voor- en nadelen zullen dan worden afgewogen. Aangezien het wel gebruiken van BUUV tijd in beslag neemt zullen drukke mensen ook andere activiteiten moet heroverwegen om er achter te komen of zij BUUV de moeite waard vinden om hun tijd aan te besteden. Wanneer een persoon tot één of meer van de risicogroepen behoord uit paragraaf 4.1, zal hij ook een heroverweging op het gebied van de overtuigingen en verwachtingen die bij het gedrag horen waar de persoon zijn voorkeur voor had.

## 4.7 Segmentatie

De risicogroepen zoals genoemd in paragraaf 4.1 worden onderverdeeld op de methode die voor hen hun weerstand zou kunnen wegnemen.

Kennis

* De 65-plusser die te weinig tijd heeft om BUUV te gebruiken en/of contact te maken met buren en hulp te bieden of te ontvangen.

Deze risicogroep kan door middel van kennis mogelijk overtuigd worden van de voordelen dat het gebruik van BUUV met zich mee brengt. Op deze manier kan de groep heroverwegen tijd te maken voor het uitproberen of het gebruiken van BUUV.

* De 65-plusser die niet weet wat hij te bieden heeft.  
  Door middel van kennisoverdracht op het gebied van wat men voor een ander kan doen en wat waardevol kan zijn voor een ander, kan een persoon inzien dat hij wel wat te bieden heeft.
* De 65-plusser die zijn eigen sociale netwerk als groot genoeg ervaart.  
  Door inzicht te geven aan de andere voordelen van BUUV kan een persoon het gebruik van BUUV ook overwegen om andere redenen dan het vergroten van het netwerk.
* De 65-plusser die geen gebruik wil maken van een digitaal platform.  
  Door kennisoverdracht kunnen deze personen geïnformeerd worden over de andere mogelijkheden die er zijn om BUUV te kunnen gebruiken.
* De 65-plusser met een laag basisvertrouwen.

Door kennisoverdracht kunnen deze personen geïnformeerd worden over de mogelijkheden die er zijn om elkaar via BUUV zo veilig mogelijk te ontmoeten.

Gevoel

* De 65-plusser die niet iets wil vragen.   
  Wanneer dit komt door vraagverlegenheid kan een positieve ervaring hem mogelijk een ander gevoel geven over het stellen van vragen.
* De 65-plusser met een laag basisvertrouwen.

Door middel van ontmoeting met andere mensen kan er een positieve ervaring gecreëerd worden het basisvertrouwen van een persoon mogelijk stijgt.

## 4.8 Marketing mix

**Product**

Het doel van de voorlichting is het bewerkstelligen van een positieve attitude ten opzichte van het gebruik van BUUV. Hierom moet de voorlichting de voordelen van het gebruik van BUUV benadrukken en BUUV op een positieve manier introduceren aan de bewoners van het Zijlkwartier. Om deze reden is er gekozen voor een voorlichting die door actief leren deze informatie overbrengt aan de doelgroep. Door een bingo te organiseren in BUUV stijl, worden de voordelen van BUUV en wat BUUV inhoud direct zichtbaar. Met een BUUV-bingo wordt een bingo voor buren bedoeld, in dit geval voor bewoners van het Zijlkwartier, waarvan de traditionele bingo prijzen zijn vervangen door prijzen die men aangeboden krijgt door een buurman. De prijzen worden door de deelnemers van de bingo aan het begin zelf verzonnen en opgeschreven. Hierbij kan je denken aan een familierecept voor de lekkerste lasagne, stekjes van de aardbeienplant of gewoon een uitnodiging voor een bakje koffie. Op deze manier wordt er benadrukt dat er altijd wel iets wat men voor iemand kan doen en dat dit iets leuks kan zijn.  
  
Met de bingo wordt er ontmoeting gecreëerd tussen buren op een laagdrempelige manier, net zoals BUUV nastreeft met het platform. Het maken van matches is een onderdeel van het spel. Wanneer men bingo heeft mag men naar voren komen en kiest hij de prijs die hem het meest aantrekkelijkst lijkt uit. De deelnemers met bingo hebben hierdoor een keuze, de deelnemers zonder bingo mogen aan het eind van de bingo een willekeurige prijs trekken totdat alle prijzen er uit zijn en iedereen een prijs heeft. Natuurlijk mag er dan onderling gewisseld worden, wanneer een prijs niet geschikt of gewenst is. Na de bingo wordt er aan de mensen gevraagd de matches op te zoeken en met elkaar in gesprek te gaan over de uitwisseling van de prijs of de reden waarom een persoon een prijs heeft opgeschreven.  
  
Kennis  
De bingo is een interactieve introductie van BUUV in een wijk, die direct een ervaring creëert die de attitude van de deelnemers positief beïnvloedt ten opzichte van het gebruik van BUUV. Tijdens de bijeenkomst zal er verteld worden wat BUUV is en waar het voor staat. De voordelen van BUUV zullen worden gecommuniceerd, waarbij er de nadruk wordt gelegd op de voordelen die vooral relevant zijn voor de leeftijdscategorie van de deelnemers. Denk hierbij aan een flexibele manier om iets te doen voor een ander. Een makkelijke manier om in beeld te krijgen wat

Voelen  
Een belangrijk aspect van de bingo is het creëren van een gezellige en positieve sfeer. De gevoelens die de deelnemers ervaren tijdens de bingo zijn associaties die zij koppelen aan BUUV. Om deze reden wordt er aandacht geschonken aan een gezellige inrichting van de bingo zaal, de aanwezigheid van lekkere versnaperingen en een hartelijk ontvangst. Ook zal er gezelligheid worden gecreëerd door middel van muziek in de pauzes en op momenten wanneer de voorlichter (bingo-leider) niet aan het woord is. Als laatste worden de deelnemers aan het einde van de bingo bedankt voor hun deelname door middel van een klein presentje. Op deze manier wordt er geprobeerd de deelnemers het gevoel te geven dat hun aanwezigheid en bijdrage werd gewaardeerd en voelen zij zich hiervoor gezien. Dit is ook representatief voor wat er gebeurt bij een ontmoeting en de uitvoering van een match gemaakt op BUUV.

Willen  
Het overbrengen van de geschikte kennis en het creëren van diverse positieve gevoelens dragen bij aan het gevoel BUUV te willen gebruiken. Tijdens de bingo is er voor gekozen het positieve van het gebruik van BUUV te benaderen om hiermee mogelijke weerstand te overschaduwen. In het benoemen van de voordelen zullen de diverse manieren waarop men toegang kan krijgen tot BUUV worden benoemd samen met de behulpzaamheid van de vrijwilligers van BUUV en de vrijheid van het zelf arrangeren van ontmoetingen en de manier waarop.

**Plaats**  
De bijeenkomst wordt gehouden in het buurthuis het Zijlkwartier, in de wijk het Zijlkwartier. Het buurthuis ligt op een centrale plek in de wijk en is toegankelijk voor bewoners.

**Prijs**  
Aan het deelnemen van de bingo zitten geen prijzen verbonden. De enige mogelijke uitgave die er voor een deelnemer in het verschiet ligt is het betalen voor het nuttigen van een consumptie. De eerste consumptie wordt door BUUV aangeboden als teken van een warm welkom. Naast deze kosten zijn er nog een aantal andere aspecten van de voorlichting die ook kosten met zich meebrengen. Het drukken van promotiemateriaal en andere schriftelijke benodigdheden. Het inkopen van het presentje aan het einde van de voorlichting. Het aanschaffen van versnaperingen voor tijdens de Bingo. De locatie van de voorlichting zal kosteloos kunnen worden gebruikt omdat het de eerste maal is dat een bingo in BUUV-stijl wordt georganiseerd. Voor de vrijwilligers die meehelpen met de uitvoering van de voorlichting wordt een symbolisch bedrag gevraagd.

**Promotie**  
Op verschillende plekken en op verschillende manieren wordt er promotie gemaakt voor de BUUV-bingo. Ten eerste worden er posters verspreid door de wijk het Zijlkwartier en directe omgeving. De posters worden opgehangen in portieken van appartementen complexen en op plekken die worden bezocht door de bewoners van Leiderdorp of waar bewoners samenkomen. Hierbij wordt er gedacht aan de supermarkt, het gemeentehuis, het zwembad, de snackbar, het buurthuis en het Pluspunt. Hiernaast zijn er flyers verspreid in de wijk. Deze zijn huis-aan-huis verspreid in de appartementencomplexen waarvan bekend is dat er veel ouderen wonen. Op het verzoek van het buurthuis en het Pluspunt zijn daar ook flyers neergelegd die bezoekers kunnen meenemen.

Tijdens de promotie wordt er geprobeerd bestaande netwerken in de buurt te bereiken. Het netwerk van leden van buurthuis het Zijlkwartier wordt bereikt door middel van een digitale aankondiging van de BUUV-bingo en er wordt tijdens een aantal bestaande activiteiten in het buurthuis ook een aankondiging gedaan van de bingo. De activiteiten die worden georganiseerd in het buurtbuis worden voornamelijk bezocht door ouderen.

Digitale promotie wordt ook ingezet door middel van facebook. De facebook pagina van het Pluspunt in Leiderdorp en de facebookpagina van BUUV Leiden Leiderdorp worden hiervoor gebruikt. Hiernaast wordt er een persbericht geplaatst in het Leiderdorps weekblad, aangezien diverse bewoners aangaven lokale kranten te lezen.

**Partners**

In het bovenstaande kopje zijn al diverse soorten partners voorbij gekomen. Buurtverenging het Zijlkwartier gelokaliseerd in het buurthuis en het Pluspunt in Leiderdorp zijn partners omdat zij hetzelfde doel nastreven. Ook zij willen graag meer sociale cohesie in de wijk en dat bewoners een sociaal netwerk hebben waarin zij hulp willen en kunnen vragen. Om dezelfde kan het Sociaal team van Leiderdorp ook als partner worden gezien. Het Sociaal team Leiderdorp (n.d.) is de samensmelting van een aantal zorg organisaties (waaronder Pluspunt) samenwerkend vanuit de gemeente voor de inwoners van Leiderdorp. Het sociaal team valt onder eerstelijnshulpverlening en is een organisatie waar inwoners van Leiderdorp terecht kunnen met diverse soorten hulpvragen. Ook zij hebben belang bij een actief voorveld van informele zorg, voor en door buren, in Leiderdorp. Het Sociaal team is als partner niet betrokken bij de voorlichting, het Sociaal team is gelokaliseerd buiten het Zijlkwartier.

# Hoofdstuk 5 Voorlichting

## 5.1 Voorlichtingsplan en onderbouwing

Implementatie  
Om de voorlichting zo goed mogelijk aan te sluiten op de doelgroep en op de praktijk, is er tijdens het maken van het voorlichtingsplan diverse malen contact geweest met vrijwilligers werkende in buurthuis het Zijlkwartier en bezoekers van buurthuis het Zijlkwartier. Diverse onderdelen van de BUUV-bingo en de promotie zijn naar aanleiding van deze contactmomenten vormgegeven.

Door het gesprek aan te gaan met de vrijwilligers van het buurthuis en bezoekers zijn er ook een aantal bondgenoten ontstaan in de wijk. Hans Roest, penningsmeester van de buurtvereniging heeft een overtuigend stukje geschreven en dit in een aankondiging gemaild naar de bewoners van het Zijlkwartier die binnen de doelgroep vallen. Albert Heijn Santhorst heeft een deel van de hapjes gesponsord omdat zij vaste sponsor zijn van buurtvereniging het Zijlkwartier; ook zij zijn bondgenoten. Het Pluspunt kan door de bijdrage in promotie op de website ook worden gezien als bondgenoot.

Twee vrijwilligers in buurthuis het Zijlkwartier hebben aangeboden tijdens de bingo te willen helpen. Beide zijn te bestempelen als enthousiastelingen van de BUUV-bingo. Enthousiastelingen kunnen een grote bijdrage leveren aan de mond-tot-monde reclame.  
  
In de voorbereiding naar de bingo toe is er ook geprobeerd de verbinding te leggen tussen de voorlichting en de BUUV-ambassadeurs. Ook met de BUUV-ambassadeurs uit Leiderdorp is contact opgenomen met de vraag om mee te helpen tijdens de BUUV-bingo. Helaas kon geen van allen hierbij aanwezig zijn.  
  
Verspreiding  
Aangezien de voorlichting de vorm heeft van een bijeenkomt is de verspreiding in fysieke vorm niet relevant. De verspreiding wat betreft de aankondiging en de promotie van de voorlichting is al beschreven in paragraaf acht van hoofdstuk vier. Wel kan er gekeken worden naar de mogelijkheden van verspreiding van de voorlichting in de toekomst.

Wanneer de BUU-bingo succesvol blijkt te zijn kan er gekeken worden naar het organiseren van een BUUV-bingo in andere wijken van Leiderdorp of in Leiden. De bingo kan worden ingezet als introductie van BUUV of als BUUV-event om BUUV-gebruikers bij elkaar te brengen en mogelijk niet-BUUV-gebruikers te enthousiasmeren over BUUV. Ook kan er worden gekeken naar het veranderen van de leeftijd van de doelgroep. Hiervoor zal dan wel eerst gekeken moeten worden of de activiteit geschikt is voor een andere doelgroep.

Voorlichtingsdoelen  
De voorlichting richt zich op een positieve attitude ten opzichte van het gebruik van BUUV als middel om in contact te komen met buurtbewoners en buurtbewoners hulp te bieden Het doel is dat na de voorlichting de deelnemers beschikken over kennis betreffende de voordelen van het gebruik van BUUV, een positief gevoel bij BUUV en de wil om BUUV te gebruiken.

1. Na deelname aan de voorlichting kan de deelnemer minimaal twee voordelen benoemen van het gebruik van BUUV.  
- Waar BUUV voor staat en hoe het werkt wordt tijdens de voorlichting overgebracht door middel van actief leren. Het deelnemen aan de bingo is als het ware een demonstratie van hoe deelname aan het BUUV-platform verloopt. De voordelen worden ook nog eens extra benoemd en benadrukt door de voorlichter.

2. Na deelname aan de voorlichting ervaart de deelnemer positieve gevoelens (zoals plezier of gezelligheid) die hij associeert met BUUV.   
- Door middel van een gezellige sfeer en de laagdrempelige en vrolijke uitstraling van BUUV wordt er tijdens de bingo geprobeerd diverse positieve emoties op te roepen. Hierdoor worden deze emoties gekoppeld aan en geassocieerd met BUUV.

3. Na deelname aan de voorlichting ervaart de deelnemer het gevoel van willen ten opzichte van het uitproberen en/of gebruiken van het BUUV-platform.  
- Hiervoor is het van belang de positieve ervaring voor zichzelf te laten spreken. Doordat de voorlichting nieuwe gevoelens en nieuwe kennis aandraagt zal de wil om BUUV te gebruiken vanuit de deelnemer zelf komen.

Voor de deelnemers wordt de voorlichting gepresenteerd met het doel BUUV te introduceren in de wijk, bekend maken en mensen te enthousiasmeren voor het gebruik.

Evaluatie  
In bijlage 8 van dit document is het evaluatieformulier van de voorlichting toegevoegd.  
In het evaluatieformulier komen voorlichtingsdoelen waarna de voorlichting is opgebouwd wel terug.  
  
Kennis: Wat zijn volgens u voordelen van BUUV Leiden Leiderdorp?  
Gevoel: Hoe heeft u de Buren-bingo ervaren?  
Willen: Zou u BUUV een keer willen gebruiken?

Door middel van deze vragen in de evaluatie kan er worden gekeken of de voorlichtingsdoelen zijn behaald. Hiernaast is de vraag: ‘Hoe heeft u de Buren-bingo ervaren?’ toegevoegd aan de evaluatie om te kunnen kijken welke manieren van promotie voor de BUUV-Bingo succesvol waren. Als laatste is de vraag: ‘Is een buren-bingo een goede manier om BUUV te introduceren?’ toegevoegd aan het evaluatie formulier. Met deze vraag kunnen de deelnemers aangeven of ze de BUUV-bingo een succes vonden of niet en waarom zij dat vinden.

Op advies van Hans Roest, penningmeester van buurtvereniging het Zijlkwartier, is er gekozen het evaluatie formulier eenvoudig en kort te houden. Hij adviseerde dit naar aanleiding van de leeftijd van de doelgroep. Het eenvoudig houden van de vragen, vergroot de kans dat het evaluatieformulier wordt ingevuld (Persoonlijke communicatie, 14 juni 2017, Hans Roest).

Monitoring  
Om de voorlichting te laten verlopen zoals hij moet verlopen is er een tijdsplanning ontwikkeld en is de inhoud vooraf beschreven. Om de voorlichting soepel te laten verlopen en de kwaliteit te bewaken zijn er twee vrijwilligers die op de hoogte zijn van de onderdelen en de tijdsplanning. De vrijwilligers en de voorlichter kunnen tijdens de onderdelen helpen en de tijdsplanning bewaken.

Draaiboek  
In bijlage 3 van het document staat de tijdsplanning, de materialen en de inhoud van de BUUV-bingo beschreven. Materialen als poster en flyer materiaal is terug te vinden in bijlage 4 van dit document. In paragraaf 4.8 is staat de voorlichting algemeen beschreven, met onderbouwing van de diverse aspecten en onderdelen die belangrijk zijn voor het behalen van de voorlichtingsdoelen.

# Hoofdstuk 6 Evaluatie

## 6.1 Het verloop van de voorlichting

Verslag  
De bingo begon wat later als gepland omdat iedereen nog even wilde wachten op mogelijke andere deelnemers. In totaal waren er vier deelnemers naar de bingo gekomen. Aangezien de deelnemers al waren gaan zitten en de ruimte zich verder niet opvulde met nieuwe deelnemers is de bingotafel verplaatst naar een tafel naast de deelnemers. Door de lage opkomst hebben de vrijwilligsters (Saskia en Ineke) en Erik (opdrachtgever/DJ) meegedaan met de bingo. Het eerste onderdeel was het opschrijven van de prijzen. Na een beknopte uitleg over wat er op de prijskaartjes moet komen te staan zijn deze uitgedeeld. Iedereen pakte het ideeën-kaartje erbij. Daar waar één prijs genoeg was begonnen meerdere mensen meerdere prijzen op te schrijven.  
  
Twee deelnemers wilden geen prijs opschrijven. De oudste deelneemster, wiens prijskaartje leeg bleef, leek niet goed te begrijpen wat de bedoeling was. Andere deelnemers probeerden haar uit te leggen wat ze kon opschrijven. De oudere vrouw benoemde dat ze niks nodig had. Dat ze haar dochters had die voor haar zorgden en een lieve buurvrouw. Wanneer er aan haar uitgelegd werd dat het ging om iets geven vertelde de vrouw dat ze niets had om te geven. Ook wanneer er eenvoudige ideeën werden aangedragen wuifde ze deze weg. Een van de deelnemers probeerde naar de vrouw te benoemen dat zij het niet leuk vond dat de mevrouw niet iets voor een ander wilde doen. De oudere vrouw schoot al snel in de verdediging en benoemde dat zij altijd al te veel voor anderen had gedaan. Een andere deelneemster suste het gesprek. Toen de anderen hun prijzen inleverden en deze op het bord werden geplakt bleek dat er nog een andere deelneemster geen prijs wilde inleggen. Omdat de andere deelnemers graag wilden beginnen en om verdere oproering te voorkomen, werd er begonnen met de eerste ronde van de bingo.  
  
De deelneemster die als laatst geen prijs in wilde brengen won. De deelneemster wilde geen prijs in ontvangst nemen van het bord. Wanneer hier op door werd gevraagd benoemde ze dat ze maar met één ding hulp kon gebruiken en dat dit niet op het bord stond. Toen ze hierover vertelde bood een andere deelneemster aan open te staan voor haar verzoek. Toch weigerde de vrouw dit aan te nemen. Na kort overleg is de vrouw een reserveprijs (wijnfles) aangeboden en deze nam zij wel aan. Na een korte pauze begon de volgende ronde van de bingo. Deze werd gewonnen door een andere deelneemster. Deze deelneemster koos een prijs uit van haar buurvrouw. Samen besloten zij de prijs dezelfde avond nog te benutten door samen pannenkoeken te gaan bakken. Toen de grote pauze was aangebroken, was het tijd voor bitterballen. Aangezien er weinig deelnemers waren en veel bitterballen, hadden de deelnemers hier plezier om. In de pauze werd er besloten dat er nog één ronde bingo zou worden gedaan. De oudere dame gaf ook al aan dat zij na deze ronde naar huis wilde. De laatste ronde bingo werd gewonnen door een van de vrijwilligsters. Zij koos de prijs uit van de andere vrijwilligster en hierover waren zij beide enthousiast. Nog voordat de afsluiting van de bingo in gang gezet kon worden wilde de oudere vrouw al naar huis. Nadat zij, en haar buurvrouw die haar begeleide, waren vetrokken met een presentje op zak was de bingo afgelopen. Zonder de geplande afsluiting is er voor gekozen om met de laatste aanwezigen nog te evalueren op de bingo.

Reflectie op proces.  
Vanaf het moment dat bleek dat er maar vier deelnemers waren raakte ik lichtelijk in paniek. Ik wist niet wat voor consequenties dit zou hebben op het goed afsluiten van mijn afstudeerproject. Door deze stress merkte ik dat ik gespannen was en ik mijn concentratie verloor. Vanaf het begin ben ik afgeweken van mijn script. Ik heb geprobeerd zo positief mogelijk te blijven en zo goed mogelijk in te spelen op de situatie als dat ik kon. Maar dit kostte mij veel moeite.

Het opschrijven van de prijzen ging anders als dat ik verwachtte. Deelnemers schreven meerdere prijzen. Aangezien mij dit niet heel kwalijk leek, en de deelnemers zeker waren van de verschillende opties heb ik dit maar gelaten. Zeker omdat er een klein groepje was kon ik mij voorstellen waarom dit mogelijk prettiger was om aan te bieden.

Doordat ik gespannen was merkte ik dat ik niet goed kon ingaan op de weerstand die de oudere vrouw bood tijdens het invullen van het prijskaartje. Ik was blij dat de groep, ondanks zijn grote, probeerde de weerstand van de vrouw weg te halen. Ook ik probeerde dit, maar ik merkte dat ik niet makkelijk kon inspelen op de situatie. De gedachte dat ik dit wanneer ik ontspannen zou zijn beter zou kunnen frustreerde mij. Door een betere uitleg over de visie en het doel van de bingo, had de weerstand van beide deelneemsters die geen prijs wouden invullen mogelijk kunnen weghalen.  
  
Toen de vrouw geen prijs wilde uitkiezen was ik erg verrast. Ik kon mij niet goed voorstellen waarom zij dit niet wilde, ik vond het namelijk ook een beetje een belediging voor de deelnemers die de prijzen hadden ingebracht. Na het schrijven van het verslag kan ik dit beter begrijpen. De vrouw had geen prijs ingebracht, dus wilde ook niet een prijs in ontvangst nemen, hierdoor zou zij misschien overkomen als een profiteur. Aangezien dit de eerste keer was kon ik dit niet voorzien. Een volgende keer kan dit wel worden voorzien. Dit kan als extra reden gebruikt worden om er voor te zorgen dat iedereen een prijs in levert, want pas dan is iedereen gelijkwaardig op het gebied van wederkerigheid.

Door de kleine groep mensen was ik mij erg bewust van de stemmingen van de deelnemers. Door mijn gespannen staat van zijn trok ik dit mijzelf nog meer aan. Ik merkte dat dit mijn keuzes beïnvloedde en dat ik hierdoor sneller van mijn plan afweek. Ik ervoer op dat moment eigenlijk geen vorm van houvast meer, ook niet door mijn planning. Hierdoor heb ik geen actie ondernomen op momenten die wel heel interessant waren en waar mogelijk bruikbare informatie uit kon worden gehaald.

## 6.2 Evaluatie op proces en product

Van de gehele bingo is een video-opname beschikbaar, waarbij voornamelijk de voorlichter in beeld is gebracht.

Evaluatiegesprek  
Door het anders verlopen van de BUUV-bingo dan gepland, is de evaluatie van de voorlichting ook anders gegaan. Aangezien er nog maar twee deelnemers aanwezig waren op het einde, samen met de twee vrijwilligers en de opdrachtgever is er voor een evaluatie in groepsverband gekozen. Deze keuze is gemaakt zodat er doorgevraagd kon worden op de antwoorden van de aanwezigen. Hiernaast zorgde deze keuze ervoor dat de mening van de twee vrijwilligers ook meegenomen werd in de evaluatie. In het evaluatiegesprek zijn de vragen van het evaluatieformulier aangehouden. De eerste vraag ‘Hoe bent u over de Buren-bingo te weten gekomen?’ is overgeslagen omdat deze voorafgaand aan de voorlichting al is gesteld aan de deelnemers. Twee deelnemers zijn naar de BUUV-bingo gekomen naar aanleiding van het krantenartikel. Deze twee deelnemers waren weldegelijk buren van elkaar. De één heeft de ander meegevraagd naar de bingo. De andere twee deelnemers zijn ook buren van elkaar. De ene deelnemer is door de andere deelnemer meegevraagd naar aanleiding van een bezoek aan de inloop ochtend die elke woensdagochtend wordt gehouden in het Zijlkwartier. Deze deelnemer was toen benaderd door de voorlichter en geïnformeerd door de voorlichter.

Verslag  
Als eerste is er aan de deelnemers gevraagd hoe zij de buren-bingo hebben ervaren. De twee deelneemsters en de twee vrijwilligsters vonden het beide erg leuk. Ze benoemde dat zij een leuke middag hadden gehad en veel hadden gelachen. Hierna is er aan de deelnemers gevraagd wat volgens hun de reden kon zijn voor de lage opkomst. Een deelneemster vertelde dat het voor sommige oudere mensen op vrijdag boodschappen dag is. Ook kon het zijn dat mensen in de middag een dutje deden zei ze. Hiernaast vertelde zij dat zij vroeger altijd het idee had dat bingo moeilijk was. Als tip gaf zij aan om voor een volgende keer op de poster en flyers te zetten dat het gaat om een eenvoudige bingo.

Een vrijwilligster benoemde dat zij de BUUV-bingo een goed idee vindt voor iedereen die eenzaam is. Om deze reden snapte zei ook niet waarom er zo weinig mensen waren. Hier werd door de andere vrijwilligster op gereageerd, en zij vertelde dat zij het soms best lastig vind om ergens alleen naartoe te gaan. Dit zou volgens haar een reden kunnen zijn waarom eenzame mensen niet snel op activiteiten verschijnen. Dat de bijeenkomst kort-dag is georganiseerd, kon volgens de deelnemers ook bijdragen aan de lage opkomst. Een van de deelneemsters benoemde dat de meeste mensen in Leiderdorp elkaar graag een beetje op afstand houden. Dat de norm ieder voor zich is en dat mensen huiverig zijn voor het dichtbij laten komen van anderen.

Een van de vrijwilligers had aan het begin van de bingo nog gebeld met een bekende om te vragen of zij nog naar de bingo wilden komen. Deze kennis benoemde dat zij niet van bingo hield en dat zij er met anderen mensen in het gebouw over had gesproken, maar dat deze mensen hadden aangegeven niet te willen gaan. Ook dit gaf een reden aan die mogelijk heeft bijgedragen aan de lage opkomst.

Toen de vraag werd gesteld of de deelnemers BUUV een keer willen gebruiken, werd hier niet concreet op geantwoord. Wel benoemden zij dat ze BUUV goed en leuk vonden. De deelnemers benoemden ook dat zij een volgende keer weer zouden komen en dat zij een tweede poging van de BUUV-bingo in het Zijlkwartier zouden aanmoedigen.

Een kanttekening op de evaluatie is dat de personen met wie de evaluatie is gedaan zeer steunend en aanmoedigend waren naar de voorlichter. Hierdoor waren zij in de evaluatie vooral meedenkend met de voorlichter dan dat zij hun eigen mening lieten blijken over welk effect de bingo op hen had gehad. De voorlichtingsdoelen konden hierdoor niet goed geëvalueerd worden.

Evaluatie met de opdrachtgever  
De evaluatie met de opdrachtgever heeft in een gesprek na de voorlichting plaatsgevonden. Ondanks de lage opkomst was de opdrachtgever totaal niet ontevreden over het resultaat van de bingo. Over de organisatie en representativiteit voor BUUV was hij tevreden. De opdrachtgever vond het zeer interessant wat er onder de deelnemers gebeurde tijdens de bingo en de opdrachten. Ondanks de kleine groep, was er een duidelijk verschil in mensen en in opvattingen ten opzichte van het maken van contact met anderen en iets voor elkaar doen. De opdrachtgever suggereerde zelf om de opzet van de bingo te gebruiken, maar dan als introductieronde van BUUV in een bestaande bingo club. De opdrachtgever was niet ontevreden over het handelen van de voorlichter tijdens de bijeenkomst. De opdrachtgever vond de voorlichter professioneel overkomen en duidelijk in de communicatie naar de deelnemers.

Kritische blik op product  
Terugkijkend op de voorlichting zie ik nu beter de risico’s die zijn genomen, die mogelijk hebben bijgedragen, aan de lage opkomst van mensen tijdens de BUUV-bingo. Ten eerste is er voor de bijeenkomst, de bingo, geprobeerd een compleet nieuwe groep mensen samen te brengen. Het vormen en bijbrengen van een nieuwe groep mensen is altijd lastiger dan het bijeenbrengen van een bestaande groep mensen. Ten tweede was de bingo de eerste in zijn soort en week de vormgeving van de bingo sterk af van de traditionele vorm; en hierdoor ook van de verwachtingen van mensen. Het voor de eerste keer organiseren van een relatief nieuwe activiteit brengt op zichzelf al grotere risico’s met zich mee betreffende een lagere opkomst van deelnemers. Ten derde, ook terugkomend in het evaluatie verslag, is de betrekkelijk korte en mogelijk te late promotie die er voor de bingo is gemaakt. Een deel van de promotie, vooral de posters, zijn precies een week van te voren op diverse locaties verspreid. De andere vormen van promotie zijn voornamelijk een aantal dagen voor de bingo verspreid en kenbaar gemaakt. In hoeverre dit nadelig is geweest is naar mijn mening moeilijk in te schatten.

Daar waar naar mijn gevoel de knoop is doorgehakt om het project in gang te houden en de voorlichting vorm te kunnen geven, ligt het zwakste punt van de onderbouwing van de voorlichting. Terugkijkend is deze samenhang niet gek, in het moment zelf was het lastiger om tot dit inzicht te komen en is het mij niet gelukt dit te benoemen of hier actie op te ondernemen.

Dit punt ligt naar mijn idee in stap vier van het sociale marketing model. Het formuleren van de diepe inzichten. Naar aanleiding van mijn vooronderzoek had ik niet dusdanig kenmerkende informatie om een onderwerp te kunnen aanwijzen die de aandacht van de doelgroep trekt. In mijn optiek is dit een oorzaak van het minder succesvol zijn van de BUUV-bingo dan dat vooraf was gepland. Het verkrijgen van deze informatie is naar mijn idee en terugkijkend ook het lastigst. Mogelijk is deze informatie ook pas goed te verkrijgen na een proces van ‘trail and error’.

Krachtenanalyse op product  
Desondanks zie ik ook sterke punten terug in de ontwikkeling van de voorlichting en de uitvoering van de BUUV-bingo. Het vooronderzoek en de voorlichtingsontwikkeling is gedetailleerd ingegaan op gedrag en op de wijze waarop dit gedrag beïnvloed kan worden.

Door middel van de voorlichting is er geprobeerd op een geheel nieuwe wijze de inwoners van Leiderdorp te benaderen. De communicatie over BUUV naar de doelgroep is anders gebracht en de wijze waarop de werking van BUUV wordt uitgelegd is door middel van de bingo compleet interactief. Deze veranderingen leveren nieuwe informatie op over hoe BUUV het beste haar doelgroep kan benaderen.

Opvallend om terug te zien in de bingo is dat wanneer deelnemers weerstand hebben, dit direct in de voorlichting zichtbaar word. Dit bied een kans om met mensen hierover in gesprek te gaan en mogelijk deze weerstand weg te nemen. Wanneer BUUV op een andere manier bekend wordt gemaakt aan bewoners, hebben de bewoners de mogelijkheid om mogelijke weerstand tegenover BUUV niet te uitten, waardoor deze ook niet kan worden opgespoord en weggenomen.

## 6.3 Aanbevelingen

* Wanneer BUUV Leiden Leiderdorp onder haar doelgroep bemerkt dat een bepaald

onderwerp of activiteit populair is, ligt hier een mogelijkheid om de aandacht van de doelgroep te grijpen. Door de diverse mogelijkheden waar het BUUV-platvorm voor ingezet kan worden, is er vaak de mogelijkheid dit onderwerp en deze activiteit te koppelen aan BUUV. Wanneer BUUV de voordelen en positieve gevolgen van het gebruik van BUUV voor dit onderwerp of deze activiteit kan benoemen en overbrengen, liggen hier kansen mensen succesvol te enthousiasmeren over het gebruik van BUUV. Met succesvol enthousiasmeren wordt bedoel dat de personen ook daadwerkelijk overgaan tot het uitproberen of gebruiken van BUUV.

* De bekendheid van BUUV op een interactieve manier vergroten door middel van

een bijeenkomst zorgt voor directe voorbeelden in de praktijk. Deze voorbeelden kunnen gebruikt worden om de voordelen van BUUV te benadrukken en ook om verschillende vormen van weerstand te ontdekken en mogelijk ter sprake te brengen. Een bijeenkomst zorgt ook voor directe ontmoeting. Door fysieke ontmoetingen ontstaan er onderling op een natuurlijke manier matches omdat mensen ontdekken met wie zij een klik hebben en met wie niet.

* Het sociale marketing model kan op elke doelgroep worden toegepast. Wanneer

BUUV Leiden Leiderdorp moeite heeft met het bereiken van een doelgroep, kan een analyse met dit model mogelijk nieuwe uitkomsten geven. Het sociale marketing model kan BUUV Leiden Leiderdorp helpen om het BUUV-platform voor diverse doelgroepen aantrekkelijk te maken in gebruik. Hoofdstuk vier is hiervan een voorbeeld.

# Literatuurlijst

Acherrat, Y., Olgers, S., Volger, B., Vreeswijk, M. & Wal, S. van der. (2016). *Adviesrapport BUUV Slaaghwijk.* Hogeschool Leiden: Leiden.

Beun, M. en Royers, T. (2014). *Ouderen en welzijn van nu*. Bohn Stafleu van Loghum: Houten.

Beuningen, J. van, en Witt, S. de, (2016). *Eenzaamheid in Nederland.* Geraadpleegd van https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2016/38/eenzaamheid-in-nederland

Brug. J., Van Assema, P. & Lechner. L. (2010). *Gezondheidsvoorlichting en gedragsverandering. Een planmatige aanpak.* Assen: Van Gorkum.

CBS. (2016). CBS in uw buurt: *Leiderdorp in cijfers.* Verkregen op 19 maart 2017, van http://www.cbsinuwbuurt.nl/#gemeenten2016\_perc\_personen\_tot\_15\_jaar

CBS. (2017). *65-plusser gezonder maar zwaarder dan 20 jaar geleden.* Geraadpleegd op 25 maart 2017, van https://www.cbs.nl/nl-nl/achtergrond/2017/10/65-plusser-gezonder-maar-zwaarder-dan-20-jaar-geleden

Eijk, G. van (2010). *Unequal networks. Spatial segregation, relationships and inequality in the city*. Delft: TU Delft.

Feldman, S. (2011). *Ontwikkelingspsychologie II Levensloop vanaf de jongvolwassenheid*. Pearson Benelux: Amsterdam.

Gemeente Leiderdorp. (2016*). Maatschappelijke analyse 2016 (Het sociaal DNA van Leiderdorp)*. Geraadpleegd op 15 maart 2017, van <https://www.leiderdorp.nl/bestand/maatschappelijke_analyse_2016_644252>

Houwen, K. en Kloosterman, R. van der, (2014). Frequentie en kwaliteit van sociale contacten. Geraadpleegd op 25 maart 2017, van <https://www.cbs.nl/-/media/imported/documents/2014/08/2014-02-02-b15-art.pdf>

Huibregtsen sociale marketing. (n.d.) Opbrengst sociale marketing. Geraadpleegd op 10 maart 2017, van http://www.socialemarketing.nl/sociale-marketing

Leijenhorst, A. M. van. (2016). *Zin in je leven, positief ouder worden.* Elikser: Leeuwarden.

Libertas. (2017). *Libertas Leiden, sterk in de wijk.* Geraadpleegd op 10 maart 2017, van <https://www.libertasleiden.nl/>

Marketing tribune. (2014). *Vijf tips voor 50-plusmarketing.* Geraadpleegd op 25 maart 2017, van <http://www.marketingtribune.nl/algemeen/nieuws/2014/03/vijf-tips-voor-50-plusmarketing/index.xml>

Mars, G. en Schmeets, H. (2011a). Meer sociale samenhang, meer geluk?. Geraadpleegd op 26 maart 2017, van <https://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/890662C0-D289-4617-95CE-A9B44DA6DB61/0/2011k3p39art.pdf>

Mars, G. en Schmeets, H. (2011b). Vertrouwen in en contacten met buurtgenoten. Geraadpleegd op 26 maart 2017, van https://www.cbs.nl/-/media/imported/documents/2011/13/2011-k1-b15-p68-art.pdf

Movisie. (2014). *Bouwen aan buurthulp.* Geraadpleegd op 18 maart 2017, van https://www.movisie.nl/sites/default/files/alfresco\_files/Bouwen-aan-Buurthulp%20%5BMOV-4268392-1.0%5D.pdf

Overbeek. K, (2011a) *Traditionele en ‘social’ media.* Geraadpleegd op 18 maart 2017, van *www*.55plustoolbox.nl/toolbox\_bestanden/3.5A\_Bereiken\_doelgroep\_V1.pdf

Overbeek, K. (2011b). *Hoe richt je de communicatieboodschap in?* Geraadpleegd op 26 maart 2017, van [www.55plustoolbox.nl/toolbox\_bestanden/5.4A\_Communicatie\_doelgroep\_V1.pdf](http://www.55plustoolbox.nl/toolbox_bestanden/5.4A_Communicatie_doelgroep_V1.pdf)

Riele, S. te, en Schmeets, H. (2010). *Sociale Samenhang: Participatie, Vertrouwen en Integratie.* Geraadpleegd op 25 maart 2017, van <https://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/BFBEA3C6-5CD3-42FE-92CC-BA0A8FA85A9B/0/2010g96pub.pdf>

Schelven, F. van, en Wilson, D. (2017). *Het burgerpanel over de sociale agenda.* Geraadpleegd op 18 maart 2017, van https://www.leiderdorp.nl/bestand/uitkomsten\_burgerpanel\_sociale\_agenda\_640488

Sociaal team Leiderdorp. (n.d.) Loket voor hulp bij zelfstandig wonen en leven. Verkregen op 25 maart 2017, van https://www.sociaalteamleiderdorp.nl.

Sociaal Werk in de Wijk. (2013). *Buurthulp en vraagverlegenheid.* Geraadpleegd op 25 maart 2017, van <http://www.sociaalwerkindewijk.nl/sites/default/files/docs/SWW_Leaflet_vraagverlegenheid.pdf>

50-plusser. (2016). *Ouderen willen blijven leren.* Geraadpleegd op 5 april 2017, van <http://50-plusser.nl/ouderen-willen-blijven-leren/>

## Bijlage 1 Intakegesprek opdrachtgever

Doordat er meerdere malen een opzet is gemaakt voor het aanmeldingsformulier betreffende afstuderen zijn er meerdere gesprekken geweest met de opdrachtgever die informatie hebben opgeleverd over de visie, wensen en mogelijkheden voor een afstudeerproject bij BUUV Leiden Leiderdorp.

Waar loopt BUUV Leiden Leiderdorp tegenaan op het gebied van voorlichting?  
Op het gebied van de bekendheid van BUUV onder bewoners en onder professionals is zeker nog winst te behalen. De meeste bewoners die ik spreek vinden het concept en idee van BUUV leuk, maar zetten dan toch niet de stap tot het gebruiken of uitproberen van BUUV. Ik ben heel erg benieuwd hoe dit komt. Personen met een hulpvraag weten nu BUUV al redelijk te vinden. Personen met een (mogelijke) hulpvraag, die hem niet willen stellen zijn er ook.

Welke groepen zijn voor jullie moeilijker te bereiken?  
Personen waarbij vraagverlegenheid een rol speelt is een groep die voor ons nog moeilijk te bereiken is. Hoe wij vraagverlegenheid kunnen wegnemen is voor ons met betrekking tot voorlichting heet interessant.

Voor BUUV Leiden Leiderdorp is BUUV onder de aandacht brengen of het aanzetten van mensen tot het gebruik van het BUUV-platform in elke vorm dan ook een toevoeging. Wel is het voor ons heel interessant hoe wij dit het beste en het meest efficiënt kunnen doen. Ik ben onder andere benieuwd hoe het komt dat ‘krachtige’ inwoners van Leiden Leiderdorp de weg naar BUUV niet belopen. Het is een doelgroep die zoveel te bieden heeft en het is ook een doelgroep waarvan ik denk dat zij graag iets willen doen voor een ander.

Het bereiken en overtuigen van professionals in de zorg en welzijnssector is daarnaast ook wel een klusje. Dit vergt, zeker op het gebied van veiligheid, nog best wat overtuigingskracht.

Hoe zou ik de doelgroep kunnen verkleinen op een zodanige manier waarop dit voor jullie interessant is?  
Naast de groepen die eerder zijn genoemd is de bekendheid van BUUV vergroten sowieso nog nodig. Leiderdorp is in dat opzicht nog een ondergeschoven kindje in vergelijking met Leiden. Hoe we in communicatie en in voorlichting BUUV het beste neerzetten en aanbieden is heel nuttig, zeker als wij dit in de toekomst in Leiderdorp op een nog effectievere manier kunnen doen.

Een wijk zoals het Zijlkwartier is daarvoor wel heel interessant, omdat daar nog weinig promotie is gemaakt en omdat er naar mijn idee, jong en oud door elkaar wonen en de bebouwing heel afwisselend is. Hoog en laagbouw staan er door elkaar heen.

## Bijlage 2 Interviews bewoners Zijlkwartier

Interviews serie 1

**Bewoner 1**  
Vrouw, 43

*Hoe is contact met elkaar in de wijk?*  
Wij wonen hier al 19 jaar. Het is een rustige wijk, het zijn ook vooral koophuizen. De mensen zijn vriendelijk en ze doen echt wel wat voor elkaar.

Voor hulp of problemen is de wijkagent het makkelijkst om te benaderen, die zie ik hier wel bijna dagelijks en daar kan je op af stappen. Er gebeuren hier geen heftige dingen, er wordt af en toe een fiets gestolen, daar blijft het wel bij.  
  
*Hoe is dit voor u?*Ik werk zes dagen in de week, in onze zaak (Patatzaak in de wijk), op die andere dag doe ik liever even iets anders. Daarom kijk ik ook altijd wijk naar vakantie, dan wil ik ook graag ergens anders zijn, anders kom je toch steeds dezelfde mensen tegen die je tijdens werktijd ook ziet. Op mijn vrije dag wil ik mijn dochters zien of even iets voor mijzelf.

Ik ken hier in de wijk veel mensen, ik heb hier kennissen en contacten, maar het zijn geen echt vrienden of vriendinnen. Burendag, dat is er wel elk jaar. Daar dragen we wel altijd wat een aan bij, een doos met snoep of zoiets.

*Bent u bekend met BUUV?*  
Nee

**Bewoner 2**  
Man, 41

*Hoe is contact wat u heeft met de mensen uit uw wijk en flat?*  
Ik woon hier al 12 jaar, het contact hier in de flat is redelijk goed. Alleen het contact met de allochtonen hier is moeilijker en daardoor slechter. De allochtonen die hier wonen zijn al heel lang in Nederland en zijn toen niet goed ingeburgerd. De taalbeheersing is heel laag en daardoor blijft contact wel echt uit. Die bewoners zijn ook vaak meer teruggetrokken, dat komt soms ook door een andere culturele achtergrond.

*Wat voor contact heeft u?*Ik heb goed contact met een aantal buren hier. Gister zijn er nog buren bij ons komen eten. Maar er zijn ook wat ouderen die ik hier een daar af en toe help. Maar dat lukt mij ook niet altijd, ik moet af en toe nee zeggen, ik heb ook een drukke baan en mijn eigen leven.

*Krijgen deze mensen dan ook nog hulp van anderen mensen op de flat?*  
Nee eigenlijk niet, ik ben een van de weinige die een handje helpt. Voor mij is dat normaal, we wonen hier, de flats zijn al niet goed, we zijn op elkaar aangewezen. Als je er dan niet iets van maakt…

*Bent u bekend met BUUV?*  
Nee. *(Na de uitleg)* Voor mij gaat het wel om het contact wat ik met iemand heb, dat bepaalt of ik contact zoek/heb of hulp bied.

*Wanneer helpt u de mensen in de flat?*Voor mij gaat het wel om hoe iemand iets aan mij vraagt of wat voor klik ik heb met iemand. Er zijn hier genoeg mensen met een heel laag inkomen of minimum loon, die nauwelijks rondkomen. Die wil ik best helpen, maar niet als ze klagen dat ze niet uit eten kunnen of zoiets, snap je? Met sommige is er ook snel miscommunicatie, die zijn wat ouder en die nodigen je niet echt uit op de koffie maar zeggen het meer dwingend, daar houd ik niet van. Als ik iemand help die ik dat omdat ik dat wil en omdat de communicatie fijn is.

**Bewoner 3**  
Vrouw, 45

*Hoe is het contact wat u heeft met uw buren in uw wijk en gebouw?*Bij mij in het portiek kennen we elkaar en hebben we vaak contact met elkaar, van andere portieken weet ik dit niet. Maar wij zijn er wel voor elkaar als het nodig is, we lopen niet bij elkaar de deur plat, maar als een computer crasht of iemand wil iets lenen, dan helpen we elkaar wel.

*Hoe ervaart u dit?*Ik vind dit heel fijn, ik woon alleen en het voelt ook veiliger dat contact te hebben. Voor mij is het ook normaal, pas stond er ook een kaarsje te branden bij de overburen in de vensterbank, toen ben ik ook gaan kijken omdat het leek alsof er niemand thuis was. Dat is voor mij gewoon normaal.

*Wat zijn denkt u de voor- en nadelen van op deze manier contact hebben met uw buren?*Sociale controle zie ik echt als voordeel. Maar natuurlijk zijn er ook mensen die dat niet zo prettig vinden, sommige mensen zijn bang dat er geroddeld wordt denk ik. Hier in de flat woont ook een man die alles in de gaten houdt, niet iedereen vind dat prettig maar we weten het allemaal en we laten hem gewoon. Het ligt ook wel gewoon aan het karakter van de mens, sommige mensen houden ervan, andere zijn liever alleen of worden liever met rust gelaten.

*Bent u bekend met BUUV?*Nee

*Op welke manier bereikt informatie, over bijvoorbeeld een platform als BUUV, jouw?*Eigenlijk gewoon door de bus, dat lees ik altijd wel, wat er op de mat ligt. Als het over de wijk gaat, of hier in de buurt, dan vind ik dat ook wel passend.

**Bewoner 4**  
Man, 48

*Hoe is het contact wat buren onderling hebben in uw wijk?*Zie je hier alle huizen met de rode dakpannen? Die zijn gebouwd in 1930, toen de steenfabriek hier dicht ging. Die stenen zijn toen gebruikt voor deze huizen. Iedereen met rode dakpannen kent elkaar en heeft contact in meer of mindere mate. De mensen wonen hier vaak al lang, kinderen spelen met elkaar, sommige buren gaan zelfs samen op vakantie. Het is ook echt een hele populaire wijk om te wonen, erg gewild. Wanneer hier iemand weg gaat is het zo verkocht, de prijs is daar ook wel naar hoor. De mensen zijn hier dus ook wel gelijkgestemd, als in ze hebben een goed betaalde baan, hoog opgeleid, veel gezinnen met kinderen of ouderen die hier al 40 jaar wonen. Het zijn woningen waarin je wil investeren voor lange tijd want het wonen is hier fijn. Ook doordat de buurt en de mensen dus gezellig zijn en leuk met elkaar omgaan. Nieuwe bewoners worden eigenlijk ook gelijk verwelkomt, dan staat er wel iemand met een flesje wijn op de stoep om zich voor te stellen en de mensen welkom te heten.

*Hoe is het contact wat u heeft met uw buren?*Ik ken hier dus iedereen, dus ik maak met iedereen wel eens een praatje. Met de één is het contact wat meer met de ander. *(Persoon wijst naar een huis)* De mensen hier zijn erg gelovig, hele vriendelijke mensen maar daardoor is het contact toch wat oppervlakkiger. De mensen in mijn eigen straat ken ik het beste. We komen ook wel bij elkaar over de vloer, geven of krijgen spullen van elkaar of helpen met het aansteken van de BBQ, dat soort dingen. Dat is echt leuk, het voegt wat toe aan het wonen hier. Jaarlijks doen we ook een buurtfeest, voor de ‘rode dakpannen wijk’. Mijn vrouw helpt dat ook organiseren, dus daardoor ken ik ook wel wat meer mensen. Iedereen wordt dan ook uitgenodigd en mensen kunnen dan zelf beslissen of ze deelnemen. Ik denk dat de mensen die daar geen interesse in hebben gewoon niet die behoefte hebben aan sociale contacten. Dat die behoefte verschillend is komt door verschil in persoonlijkheid denk ik.

*Bent u bekend met BUUV?*Nee

*Op welke manier zou u willen worden ingelicht over BUUV?*Zoiets hoort wel via de gemeente gedeeld te worden, via het krantje of iets dergelijks. Of dat er een folder ligt bij een sportvereniging, school of bij een supermarkt.

**Bewoner 5**  
Vrouw, 46

*Hoe is het contact wat buren onderling hebben in uw wijk?*Ik woon hier nog maar kort maar ik vind het hier leuk. Iedereen begroet elkaar, het voelt een beetje als een volksbuurt. De mensen zijn niet zo afgesloten hier en dat zie je tegenwoordig juist vaak wel. Het voelt hier gewoon, alledaags en ook wel gewoon rustig.

*Hoe belangrijk is voor jou u burencontact en -hulp?*Ik vind het belangrijk om met elkaar overweg te kunnen. Dat je bij elkaar kan aankloppen, iets kan lenen of hulp kan vragen. Ik denk deze zomer als mensen in de voortuin zitten, dat ik er gewoon even bij kan aanschuiven, zoiets zie ik hier wel gewoon gebeuren en normaal zijn.

*Hoe komt het denkt u dat dit niet voor iedereen vanzelfsprekend is?*Dat is toch de tijdsgeest, mensen zijn meer op zichzelf. Er wordt meer online geleefd, op telefoons, maar ook winkels worden ook online. De maatschappij gaat gewoon snel. De generatie nu groeit ook zo op. Er wordt bijvoorbeeld ook geen u meer gezegd, allemaal je en jij, respect ten opzichte van anderen verandert daardoor ook.

*Bent u bekend met BUUV?*Nee  
  
*Op welke manier zou u willen worden ingelicht over BUUV?*In een krantje? Die speciaal voor Leiderdorp. Maar dan wel met een pakkende titel of iets wat opvalt, anders lees je er snel overheen. Gewoon zoiets als: *‘Wie kan mij helpen!?’*

**Bewoner 6**  
Man, 61

*Hoe is buurthulp en burencontact voor u?*Wanneer ik na het sporten naar huis loop, hier door de wijk, dan pak ik zwerfafval op. Dat doe ik nu al een tijdje. Op die manier draag ik mijn steentje bij aan de gemeenschap. Ik had er namelijk wel over nagedacht, ik wilde namelijk wel iets doen. Toen zag ik een groepje mensen hier in de wijk en die waren afval aan het prikken. Toen dacht ik, dat kan ik ook. Maar ik doe het zelf, alleen en wanneer het mij uitkomt. Ik ben ook lid van het buurthuis hier in het Zijlkwartier en ik ontvang mailtjes van een website van Leiderdorp. Hierdoor blijf ik wel een beetje op de hoogte van de wijk.

*Wat maakt het dat u voor deze manier heeft gekozen?*Dit is gewoon heel makkelijk en ik vind het milieu ook gewoon belangrijk. Daarnaast kan ik dit doen wanneer ik wil en het kost geen extra moeite. Owja, ik loop ook collecte, maar dat is niet per se buurthulp.

*Hoe is het contact met uw buren?*Ik heb eigenlijk weinig contact hier met de mensen in de buurt. Wel met mijn directe buren, maar hier zo in de wijk niet. Als ik bijvoorbeeld een boor nodig zou hebben, dan ga ik toch eerder naar de Borent dan dat ik aan mijn buren zou denken om er één te lenen.

*Waardoor zou u makkelijker in contact komen met uw buren?*  
Als je echt een klik hebt met mensen dan gaat het contact vanzelf. In de zomer gaat dat ook wel makkelijker, dan zijn er meer mensen buiten op straat. Er spelen dan kinderen en je ziet elkaar wat vaker en komt sneller in gesprek.

*Bent u bekend met BUUV?*Nee

**Bewoner 7**  
Vrouw, 66

*Hoe is het contact met elkaar in de wijk en deze flat?*  
De mensen die hier in deze flat wonen verschillen heel erg van elkaar. Jong, oud, andere afkomst of taal. In de flat hiernaast is dat anders, daar wonen meer ouderen samen. In deze flat zeggen we hallo tegen elkaar en groeten we, de mensen zijn vriendelijk. Daar blijft het wel bij, iedereen leeft toch zijn eigen leven. De mensen die wat meer op elkaar lijken trekken wel wat meer met elkaar op of hebben wat meer contact. Vroeger woonden er wel een paar mensen die voor overlast zorgde maar die zijn nu weg.

Als hier meer mensen zouden wonen zoals ik, dan zou ik meer contact hebben. Ik ben ouder, maar in deze flat wonen mensen van allerlei leeftijden. Als ik in de andere flat zou wonen zou dat anders zijn denk ik.

*Bent u bekend met BUUV?*Ja, een mevrouw in het biebgebouw stelde dat aan mij voor toen ik liet weten dat ik hulp nodig had. Ik moest er allemaal informatie voor invullen, het voelde een beetje alsof ik moest solliciteren, dat vond ik niet fijn dus ik wilde het niet. Het was voor hulp met mijn verhuizing. Ik wilde eigenlijk ook voor een klein prijsje wat spulletjes verkopen, dus het paste eigenlijk ook niet op BUUV.

**Bewoner 8**  
Man, 67

*Hoe staat het met buurthulp en burencontact in uw wijk?*De sfeer hier is een beetje afstandelijk maar de mensen zijn wel vriendelijk. In principe is er weinig contact, maar als het nodig is wel. Zoals bijvoorbeeld bij een gezamenlijk probleem, bij het omleggen van de weg bijvoorbeeld. Ook bij de Leidse marathon, dan versierd iedereen de straat en er worden bekertjes met water uitgedeeld. Dat wordt dan via de mail aangekondigd, één iemand heeft daar wel de leiding in, die had contacten bij de marathon. Ze hadden aan hem gevraagd of hij wat op poten kon zetten omdat als de renners hier in de straat zijn, ze echt op een zwaar punt zijn en dus wel wat aanmoediging kunnen gebruiken.

*Hoe is uw contact met uw buren?*Dat kan eigenlijk wel wat meer. Wij hebben met één stel buren goed contact en met de anderen eigenlijk wat minder. Er woont een echtpaar hier tegenover, zij zijn beide al erg op leeftijd, ik zou hun best hulp kunnen bieden. De tuin helpen bijhouden of de bak aan de weg zetten. Maar vanaf het begin is het contact met hen al wat gereserveerd en dan krijg je van hun ook niet te horen dat ze hulp kunnen gebruiken en zelf maak je dat contact dan ook niet of bied je het aan. Gek is dat wel, het is een soort sfeer of norm die heerst in de straat. Ik had wel goed contact met de buren hier op de hoek, maar die zijn nu verhuist. Ik kende de man via mijn werk en dan heb je toch een klik. Daar gaat het ook wel om, dat je het goed met elkaar kan vinden.

*Zijn er ook nadelen aan buurthulp en burencontact?*Ik zie er zelf geen nadelen van, van elkaar helpen en contact. Ik denk alleen niet snel dat de behoefte aan hulp of contact wordt uitgesproken. Er is een buurman daar op het hoekje, die is nu al even gescheiden, dan zou je denken dat hij misschien een keer wil praten of zijn hart wil luchten, maar daar hoor je hem dan ook niet over. Mensen willen het idee hebben dat ze het zelf kunnen of willen het zelf regelen, zelfstandig zijn.

*Bent u bekend met BUUV?*Nee, ook al heb ik wel iets soortgelijks zien staan in het plaatselijke krantje. Misschien was dat ook wel BUUV maar dat weet ik niet zeker. Het ging wel over elkaar helpen.

**Bewoner 9**  
Vrouw, 71

*Hoe is het contact met elkaar in de wijk en deze flat?*In mijn flat is het heel gezellig wonen. We doen een borreltje met elkaar, delen de krant en helpen elkaar. Ik woon hier ook al heel lang en ken de meeste mensen. Deze bloemetjes (mevrouw draagt bloemetjes van de auto naar haar huis) komen op mijn balkon en op die van mijn buurvrouw (ze wijst naar de balkons). Dat doen we ook samen, ik help haar met haar balkon, ziet er leuk uit, niet?  
  
*Waardoor is burenhulp en contact voor u zo belangrijk?*  
Ik vind dat heel belangrijk, daarom ben ik ook vrijwilliger bij Radius, op die manier kan ik er ook voor mensen zijn. Ik ben met pensioen. Veel mensen zijn druk met hun werk, ik weet niet of zij dan wel iets kunnen doen. Misschien wel, als mensen elkaar kennen, dan gebeurt dat wel.

*Bent u bekend met BUUV?*Ja, via Radius, daar is het vertelt tijdens een bijeenkomst. *Wat is een goede manier voor BUUV om bekender te worden?*Ik denk dat het helpt als ze in het krantje van Leiderdorp staan, dat bereikt hier wel iedereen.

Interviews serie 2

**Bewoner 1**  
Vrouw, 69

*Bent u bekend met BUUV?*Nee. Ik weet wel dat er tegenwoordig van alles is voor burenhulp, apps enzo, maar BUUV ken ik niet.

*Wilt u BUUV gebruiken?*  
Dat weet ik niet. Ik heb zelf geen behoefte aan hulp, maar je kan wel iets voor iemand anders doen.

*Wat ziet u als voordelen van het gebruik van BUUV?*

Ik heb nu ook een drukke maand achter de rug en aankomende week gaan we op één van de klein kinderen passen. Als het dan weer wat rustiger is denk je, ik kan wel weer wat doen. Maar voor vrijwilligerswerk moet je je opgeven, dan zit je vast aan een vaste dag. BUUV lijkt mij in dat opzicht makkelijker, het is meer incidenteel.

*Wat ziet u als nadelen van het gebruik van BUUV?*Die zijn er niet volgens mij, ook al is het wel makkelijk om elkaar gewoon te spreken en vanuit daaruit iets voor elkaar te doen. Maar mensen gaan niet zo snel naar elkaar toe, we benaderen elkaar daar niet snel voor.

*Hoe is uw contact met uw buren?  
Ik ken mijn buren goed (wijzend naar het huis ernaast).* Een tijdje terug hadden ik en mijn man beide de griep toen was het wel heel fijn dat de buren er waren. We helpen elkaar wel als dat nodig is.

*Hoe kan BUUV mensen enthousiasmeren voor het gebruik van BUUV denkt u?*Door middel van folder, maar ik of dat echt gelezen wordt is maar de vraag. Mond op mond reclame werkt het beste. Anders een artikel in het Leiderdorpse krantje, dat wordt ook goed gelezen volgens mij.

**Bewoner 2**  
Vrouw, 30

*Bent u bekend met BUUV?*Nee

*Zou u BUUV gebruiken?*Het klinkt op zich best heel leuk. Ik zou het zelf niet gebruiken, ik heb dat met mijn buren al.

*Wat is voor u doorslaggevend in die keuze?*  
Wij hebben zelf al veel contact met de buren. Daarmee is het contact rechtstreeks en dat zijn mensen waar je een band mee hebt. Dat vind ik toch heel prettig.

*Wat ziet u als voordelen van BUUV?*Soms zie je mensen over het hoofd, mensen die eenzaam zijn misschien. BUUV kan daar bij helpen.

*Wat ziet u als nadelen van BUUV?*Dat ik de mensen niet ken, dat is toch lastiger om op af te stappen.

*Hoe is het contact met uw eigen buren?*Heel erg goed, er zijn veel jonge gezinnen in de straat net als wij. We passen bij elkaar op of helpen elkaar even uit de brand. Ik heb vier kinderen, als ik iets ben vergeten bij de supermarkt, kan mijn buurvrouw even een oogje in het zeil houden en kan ik toch even weg. Dat is anders best lastig.

**Bewoner 3**  
Vrouw, 37

Bent *u bekend met BUUV?*Nee

*Wat vind u van BUUV?*Ik denk dat het iets goeds doet voor oudere mensen.

*Zou u het gebruiken?*Ik zou er wel naar kijken, maar niet echt doen. Ik ben vrij laks. Het lukt mij niet om dat soort dingen te doen. Ik heb het wel altijd in mijn achterhoofd dat ik wel iets wil doen.

*Wat ziet u als voordelen van BUUV?*  
Dat mensen elkaar gaan helpen. Er zijn altijd mensen die dat graag willen.

*Wat ziet u als nadelen van BUUV?*  
Ik denk niet dat het voor iedereen is. Maar er zijn mensen die dat graag doen, veel mensen hebben dat wel in zich.

*Wat voor rol speelt het contact met buren in uw leven*?  
Ik vind het fijn als je elkaar gedag kan zeggen en elkaar kan helpen als dat nodig is. Maar ik wil niet hele levensverhalen van iemand horen of in een half uur lang alles te weten komen over iedereen op de galerij.

*Hoe zou BUUV mensen het best kunnen enthousiasmeren voor het gebruik van BUUV volgens u?*Mond op mond reclame werkt het beste denk ik. Voor de flats hier werkt het niet, het is hier heel gemengd, sociale huur en in 2020 zijn ze gesloopt. Ik blijf hier niet lang. Maar voor de andere woningen, daar werkt het wel denk ik.

**Bewoner 4**  
Man, 70

*Bent u bekend met BUUV?*Nee

Zou u BUUV gebruiken?  
Misschien. Ik ben zelf niet hulp behoevend maar ik vind het wel goed dat het bestaat. Misschien is het wel wat voor de club, onze jeu de boules club, wij zoeken ook nog leden. De vergrijzing slaat hier ook al in.

*Wat ziet u als voordelen van BUUV?*  
Ik denk dat het vooral voordelen heeft voor mensen die het echt nodig hebben.

*Hoe is het contact met uw buren?*  
Met de directe buren heb ik niet zoveel contact, maar ik woon hier al ongeveer 30 jaar. De mensen die hier ook langer wonen ken ik goed. Er zou wel veel meer kunnen gebeuren, er zijn veel eilandjes.

*Hoe kan BUUV mensen enthousiasmeren om BUUV te gebruiken volgens u?*Er zijn hier veel verenigingen, wanneer deze samenkomen en deze mensen worden benaderd dan heeft BUUV al best een groot bereik. Een verenging heeft een groot netwerk.

**Bewoner 5**  
Man, 64

*Bent u bekend met BUUV?*Nee

*Zou u BUUV gebruiken?*  
Dat vind ik lastig te zeggen. Ik denk dat ik eerst met iemand wil kennismaken. Het is een kwestie van gewoon doen natuurlijk. Maar de eerste keer is wel belangrijk, dat bepaald toch of je het blijft gebruiken. Als dat tegenvalt dan hou je er ook mee op.

*Wat ziet u als voordelen van BUUV?*Tuurlijk heeft de digitale aanpak voordelen, dat zie je nu steeds meer. Steeds meer mensen stappen daar op over, het is wel de toekomst.

*Wat ziet u als nadelen van BUUV?*Dat het digitaal is, dat heeft niet mijn voorkeur. Ik hou van een eenvoudig en makkelijk leven, niet al dat ingewikkelde.  
  
*Hoe is het contact met uw buren?*Het contact met mijn buren ervaar ik als heel prettig. Met de ene kant heb ik heel goed contact met de andere kant minder. Het is toch handig voor het watergeven van de plantjes of wanneer je een lift nodig hebt.

*Hoe kan BUUV mensen enthousiasmeren om BUUV te gebruiken volgens u?*Reclame is lastig, want wat lees je nou echt? Als je iets vaak ziet, dan gaat het wel opvallen, dan wordt je nieuwsgierig. Dus als je het overal terugziet, dan ga ik wel zelf opzoeken wat het nou is. Een gesloten envelop met postzegel, waar op staat: aan de bewoner van dit adres. Naar reclame kijken mensen niet meer, maar zo’n envelop maakt iedereen open.

## Bijlage 3 Tijdsplanning en benodigdheden

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| Onderwerp | Inhoud | Tijd |
| Inloop | - Koffie/thee/drankje  - Deelnemers zoeken een plek uit | 13:45 -  14:00 |
| Intro | - Welkom  - Voorstellen, achterliggende reden benoemen, doel benoemen en uitleg geven over het verloop van de bingo. Zie tekst 1 onder aan de bijlage. | 14:00 –  14:05 |
| Prijzen inventariseren | - Uitleg over het invullen van de prijzen-kaartjes. Zie tekst 2. - Deelnemers de tijd geven hun prijzenkaart in te vullen. | 14:05 –  14:20 |
| Bingo | - Uitleg over de bingo procedure. Zie tekst 3.  - Bingo spelen. | 14:20 –  14:50 |
| Pauze | - Tijd voor een hapje, drankje en de mogelijkheid elkaar beter te leren kennen. | 14:50 –  15:15 |
| Bingo | - Bingo spelen | 15:15 –  15:45 |
| De rest van de prijzen verdelen. | - De prijzen in een waaier, met de neutrale kant naar boven. Iedereen mag een prijs trekken. | 15:45 –  15:55 |
| Afsluiting | - Voordelen van BUUV benoemen. Zie tekst 4. - Terugkomen op de doelen  - Dankwoord aan deelnemers en iedereen die heeft meegeholpen met het mogelijk maken van de bingo.  - Uitleg evaluatie en presentje | 15:55 –  16:10 |
| Evaluatie en presentje | - Schriftelijke evaluatie op bingo & attitude BUUV uitdelen en de deelnemers laten invullen.  - Presentje met flyer BUUV meegeven. | 16:10 –  16:30 |

Materialen

- Stoelen en tafels voor minimaal 20 personen.  
- Een bingo set met bingokaarten voor minimaal 20 personen.  
- BUUV-prikbord.  
- Minimaal 20 prijzenkaartjes (bijlage 5).  
- Minimaal 5 keer het ideeënformulier (bijlage 5).  
- Minimaal 20 keer het evaluatieformulier (bijlage 6).  
- Hapjes voor tijdens de bingo en in de pauze.  
- Minimaal 20 maal een presentjes voor deelname aan bingo met BUUV flyer.  
- Achtergrondmuziek voor om de bingo-rondes heen (optioneel).  
- Een set kaarten of doppelstenen (voor de loting van een dubbele bingo).  
- Reserve prijzen, zoals een fles wijn, minimaal 2 stuks (voor wanneer iemand voor een tweede keer bingo heeft).

Tekst 1

Voorstellen van de bingoleider en vrijwilligers die de bingo medemogelijk maken.  
- Benoem eigen taak en mogelijk de taken van de anderen.  
- Denk aan interactie met de deelnemers.  
Voorbeeld: Zijn er hier mensen die ervaring hebben met bingo?  
- Benoem hoe een bingo in BUUV stijl eruit ziet, waar BUUV voor staat en hoe deze anders is dan een traditionele bingo. (Doe dit zonder de nadruk te leggen op het vraag en burenhulp aspect van BUUV)  
Voorbeeld: BUUV staat voor buuven, oftewel het leuk hebben met je buren, buurtbewoners, en er voor elkaar zijn. Op BUUV, de website, of het BUUV-prikbord in de wijk, kan je zien welke buurtbewoners willen buuven, en kan je zelf ook een berichtje plaatsen. De prijzen van deze bingo zijn dan ook prijzen die met of voor elkaar gedaan kunnen worden.  
- Benoem het doel van de bingo voor de deelnemers.  
Het introduceren van BUUV in de wijk.  
De deelnemers te laten ervaren hoe BUUV werkt.  
Deelnemers enthousiasmeren voor het gebruik van BUUV.

Tekst 2

**-** Enthousiasmeren en uitleggen van wat er op de prijskaartjes geschreven kan worden.  
Voorbeeld: Nu niet denken dat u niks heeft om in te brengen, want een prijs kan heel simpel zijn. Zolang het maar iets is wat u leuk lijkt om met elkaar te doen of iets wat u leuk vindt om te geven of te delen met iemand. Er is vast iemand hier waarmee u blij kan maken met uw prijs. Ideeën nodig!? Zie de kaartjes op tafel! Ik ga u even de tijd geven iets te bedenken. Dan ga ik ze straks verzamelen en komen ze op het prikbord hier naast mij te hangen. Dan zijn dat de prijzen voor onze bingo en kunnen wij van start!

Tekst 3

- Bingo bij een volle kaart.

- In één ronde gaat er twee keer een Bingo uit.  
- Waarschijnlijk twee rondes tot de pauze (Kan veranderen door het verloop van de bingo).  
- Pauze benoemen van 25 minuten.

- Uiteindelijk gaat iedereen met een prijs naar huis. Wie bingo heeft, heeft eerste keus.  
- Bij een tweede maal bingo is er een reserve prijs.

Tekst 4

- Benoem de voordelen van BUUV specifiek voor de doelgroep:  
1. BUUV zorgt ervoor dat je makkelijk met meer mensen kan BUUVEN met buurtbewoners dichtbij of iets verder weg.  
2. Je kan buuven wanneer je wilt, wanneer je tijd hebt of een idee, of benieuwd bent naar een idee van een ander kan je naar BUUV.   
3. Wil je iets doen, maar hebben de mensen in je omgeving geen tijd of geen zin, dan is er misschien wel iemand in de BUURT.  
4. Leuke manier om iets nieuwe dingen te doen of nieuwe mensen te leren kennen.

## Bijlage 4 Promotie BUUV-bingo

Aan de linkerkant staat de poster afgebeeld, aan de rechterkant de flyer. De derde afbeelding onder de poster en flyer, is het krantenartikel met het persbericht ter promotie van de BUUV-bingo.

## Bijlage 5 Benodigdheden BUUV-bingo





## Bijlage 6 BUUV-bingo evaluatie



1. Tijdens het uitleggen van het platform BUUV aan de ondervraagden is gesproken over elkaar helpen via BUUV, maar ook over samen leuke dingen doen en de andere mogelijkheden die BUUV biedt. [↑](#footnote-ref-1)