‘Drie dagen midden in de samenleving’

Evaluatierapport - De Buurtcamping 2015

Foto: Lideweij Bosman (Rembrandtpark)

Onderzoek in opdracht van Stichting De Buurtcamping

Uitvoering onderzoek: Placemakers
Msc Martje van Ankeren
Msc Anna Dekker

Inhoudsopgave

Samenvatting	1
Introductie	2
Organisatie & Principes	3
De Buurten	4
Theoretisch kader	6
Methodiek	8
Doelstelling 1. Een leuke vakantie 'voor iedereen'	9
Doelstelling 2. Een hechtere buurt door meer sociale cohesie	13
Doelstelling 3. Het stimuleren van 'empowerment' en zelfvertrouwen	15
Analyse Opschaling	17
Conclusie & Aanbevelingen	19
Literatuurlijst	22
Onderzoeksteam	23
Bijlage 1 - Vragenlijst	24
Bijlage 2 - Herhaalvragenlijst	32
Bijlage 3 - Betrokken partijen en organisaties	35

Samenvatting

Van 24 tot 26 juli 2015 vormden zeven stadsparken - vijf in Amsterdam en twee in Utrecht - een weekend lang een kleine samenleving waarin iedereen samen kampeert, elkaar helpt en groet. Er waren bijna 400 tentplekken bezet met ongeveer 1100 kampeerders. De zeven Buurtcampings werden georganiseerd door ruim 40 campingbeheerders, samen met meer dan 300 vrijwilligers en 268 lokale organisaties. Ondanks de weersomstandigheden gaven de bevraagde kampeerders de Buurtcamping een gemiddeld rapportcijfer van een 8,3. Bovendien voelde 99% zich op zijn/haar gemak. De Buurtcamping is dus wederom een groot succes te noemen voor de bezoekers.

Daarnaast zijn ook de drie belangrijkste doelstellingen van De Buurtcamping 2015 in grote mate behaald:

1. Een leuke vakantie voor iedereen (inclusief mensen die dat normaal niet kunnen betalen)

- Van de 1100 kampeerders bestaat ongeveer 22% uit geregistreerde minima, 34% is betalende kampeerder en 44% is vrijwilliger.
- Meer dan een kwart van alle kampeerders kwam alleen.
- 80% had het gevoel echt op vakantie te zijn.
- 99% van de respondenten voelde zich op zijn/haar gemak.

2. Een hechtere buurt door meer sociale cohesie

- Meer dan 84% van de respondenten geeft aan veel nieuwe mensen uit de buurt te hebben leren kennen.
- 82% van de respondenten heeft deelgenomen aan de activiteiten.
- Gemiddeld hebben kampeerders tijdens De Buurtcamping 13 nieuwe mensen leren kennen.
- 84% zegt de mensen die ze ontmoet hebben op De Buurtcamping nog wel eens te zien. Hiervan ziet 53% vaker bekende gezichten in de buurt en onderhoudt ongeveer 1/3 contact, waarvan ruim 93% op vriendschappelijke basis.

3. Het stimuleren van 'empowerment' en zelfvertrouwen onder kampeerders en vrijwilligers

- Gemiddeld zijn per park ongeveer 40 lokale organisaties betrokken. 62% van de kampeerders geeft aan nieuwe organisaties te hebben leren kennen.
- Er hebben in totaal 330 vrijwilligers bijgedragen aan De Buurtcamping. 52% van de respondenten heeft zelf een activiteit georganiseerd.
- 43% van de vrijwilligers is normaal gezien niet actief in de buurt.
- Een paar weken na de camping is 21% van de respondenten zich al actiever in gaan zetten voor de buurt en 34% is dit nog van plan dank zij De Buurtcamping.

Ondanks de opschaling sinds het eerste jaar - van een naar drie naar zeven campings - blijven de principes van De Buurtcamping overeind. Voor alle data uit dit verslag geldt dat er geen significante verschillen zijn tussen eerste-, tweede- of derdejaars Buurtcampings. Alle verschillende organisatoren faciliteren een camping waar ontmoeting plaatsvindt, een vakantiegevoel heerst en waar iedereen kan opbloeien.

Introductie

Het KNMI heeft zaterdagochtend een weeralarm afgegeven voor storm met zware windstoten.De code rood geldt voor de kustprovincie Noord-Holland. (KNMI 25 Juli 2015)

Ondanks de weervoorspelling tijdens het derde Buurtcampingweekend 2015 is het gelukt om de opschaling van de eerste editie in 2013 naar zeven Buurtcamping in 2015 succesvol te laten verlopen. Van 24 tot 26 juli 2015 vormden zeven stadsparken - vijf in Amsterdam en twee in Utrecht - een weekend lang een kleine samenleving waar iedereen samen leeft, elkaar helpt en groet. Op De Buurtcamping zijn buurtgenoten gemoedelijk samen, ongeacht achtergrond, inkomen, geloofsovertuiging, óf weersomstandigheden.

De Buurtcamping streeft ernaar haar motto 'leer je buren kennen tijdens een ontspannen vakantie in eigen park' in de praktijk te brengen door het stimuleren van samenwerking en het ontstaan van een saamhorigheidsgevoel (wij-gevoel). Tijdens De Buurtcamping geven mensen samen hun omgeving vorm en hebben daardoor actief contact. Zo biedt de Buurtcamping ' een leuke vakantie voor iedereen'. Door het organiseren van een programma onderdeel, tenten opzetten of andere losse taken, helpen kampeerders de organisatie en elkaar en doen nuttige vaardigheden en contacten op.

De Buurtcamping 2015 richt zich op de volgende sociale doelen:
1. Een leuke vakantie voor iedereen (inclusief mensen die dat normaal niet kunnen betalen)
2. Een hechtere buurt door meer sociale cohesie
3. Het stimuleren van 'empowerment' en zelfvertrouwen onder kampeerders en vrijwilligers

Dit onderzoeksverslag gaat over de vraag van de organisatie (Stichting De Buurtcamping) of, ondanks de opschaling van drie naar zeven campings, ook de drie genoemde doelstellingen van De Buurtcamping in 2015 zijn behaald. Daarnaast levert dit onderzoek nuttige kennis op voor de initiatiefnemers van De Buurtcamping. Kan de organisatie meer worden 'losgelaten' met behoud van de principes? Met deze inzichten kunnen zij hun werkwijze herdefiniëren of aanscherpen om de gewenste effecten te optimaliseren. In de komende hoofdstukken worden eerst de organisatie en principes van De Buurtcamping uitgewerkt, vervolgens zal per doelstelling bekeken worden of deze ook behaald is.

Foto: Melanie van Zweeden (Noorderpark)

Organisatie & Principes

De Buurtcamping wordt gemaakt door de buurt zelf. De Lokale Teams zijn verantwoordelijk voor het opzetten en faciliteren van hun 'eigen' Buurtcamping, oftewel het ruimte bieden aan participatie van de buurt. De Lokale Teams werken volgens het door het Centrale Team (CT) opgestelde Handboek, waarin De Buurtcamping Principes (zie kader) en werkwijze toegelicht worden. Het Centrale Team biedt richtlijnen voor het betrekken en activeren van kwetsbare doelgroepen, openbaarheid van de plek en laagdrempeligheid van de activiteiten en andere producten. Elk lokaal team beschikking over een ervaren coach en was elk organisatorisch onderdeel (van financieën tot vrijwilligerscoördinatie en promotie) gekoppeld aan een expert die workshops organiseerde. Daarnaast organiseerde het CT een media team Buurtcamping Broadcasting met campingverslaggevers voor live Radio Komkomkommer, campingkrant de Pleerol en Buurtcamping TV.

BUURTCAMPING PRINCIPES

Iedere camping is anders, maar elke Buurtcamping heeft in ieder geval als doelstellingen :
de sociale cohesie in de buurt te versterken, een vakantie te bieden aan mensen die hier normaal niet de middelen voor hebben en deelnemers te versterken in hun netwerk en vaardigheden

Om deze doelen te bereiken is een verhouding vastgesteld voor de beschikbare tentplekken:
Eén derde is voor betalende buurtbewoners (tussen €15 en €20 p.p. per nacht en per tent) .
Eén derde gratis/sterk gereduceerde tarieven voor gezinnen met een Stadspas of U-pas.
Eén derde gratis/sterk gereduceerde tarieven voor buurtbewoners die een vrijwillige én substantiële bijdrage leveren aan de camping;

De Buurtcamping is een lokale aangelegenheid: de buurt maakt De Buurtcamping!
Met behulp van postcodegebieden bepalen we wie op welke Buurtcamping kan komen kamperen.

Samen met de buurt organiseren we activiteiten op het gebied van cultuur, natuur, eten, sport en ontspanning. Dit doen we door buurtbewoners en lokale ondernemers mede-organisator en mede-verantwoordelijk te maken voor De Buurtcamping.

De Buurtcamping is altijd kleinschalig, met tussen de 50 en 125 tentplekken per camping, waarop tussen de 150 en 400 buurtbewoners per nacht kunnen overnachten. Er is een verschil tussen 'kleine' en 'grote' campings. Een kleine camping heeft 35-50 tentjes en een grote 50-125 tentjes.

Openbaarheid van De Buurtcamping is een belangrijk uitgangspunt. Het vindt plaats in het park; een openbare ruimte die tijdens het evenement openbaar blijft. Er worden dus geen hekken geplaatst om De Buurtcamping van de publiek toegankelijke ruimte af te scheiden. Wel kunnen de tenten zo opgesteld worden dat er sprake is van een symbolische afscheiding en intieme sfeer.

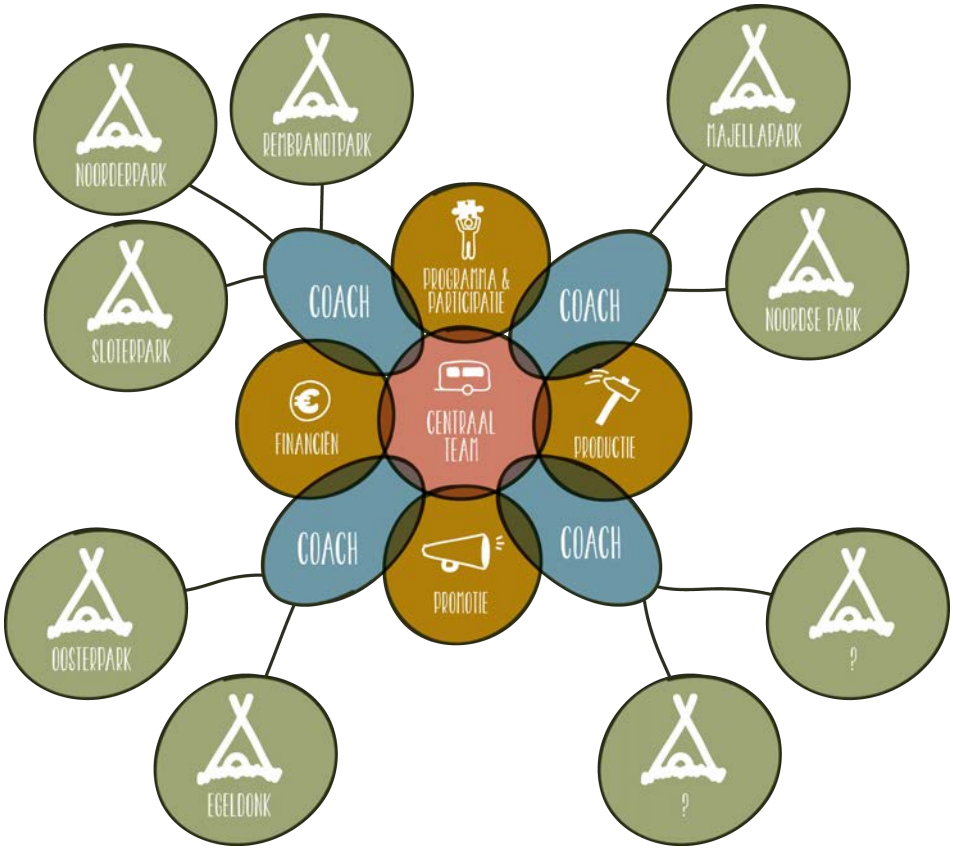
Op De Buurtcamping mag geen alcohol worden verkocht en geen versterkte muziek worden gedraaid. Er wordt rekening gehouden met de buurt en we proberen na 23 uur stil te zijn (o.a. door het vuur uit te doen).

We gaan met respect om met de omgeving in en rondom De Buurtcamping door te werken volgens het 'leave no trace- principe'. Alle sporen van de camping zijn zo snel mogelijk na afloop verdwenen.

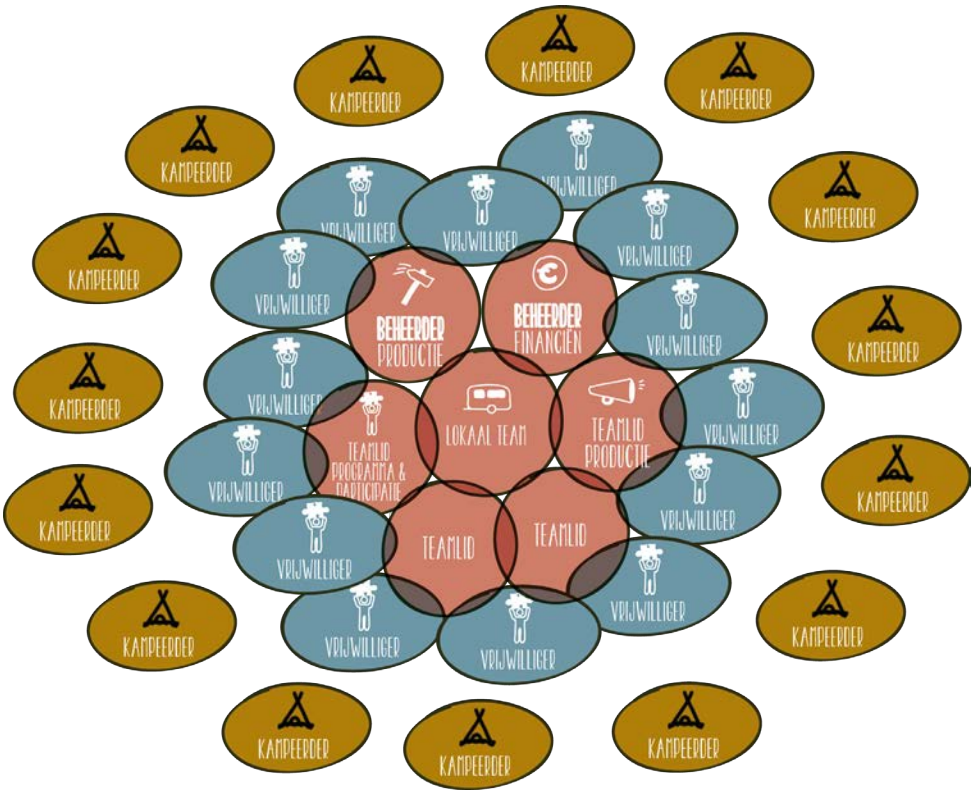
De Buurtcamping is niet bedoeld om commerciële doelen te verwezenlijken. Aangezien een derde van de tentplekken bedoeld is voor mensen met géén of een laag inkomen zorgen we ervoor dat de voorzieningen (eten, koffie, etc.) voor alle kampeerders toegankelijk en betaalbaar zijn.

Iedereen die met De Buurtcamping te maken heeft - van campingbeheerder tot expert en coach - werkt zo veel mogelijk volgens de richtlijnen van het Handboek.

Organogram 1 : Verhouding tussen het Centrale Team en Lokale Teams
Het Centrale Team bestaat uit coaches - één voor elk park - en een aantal experts - één per expertisegebied



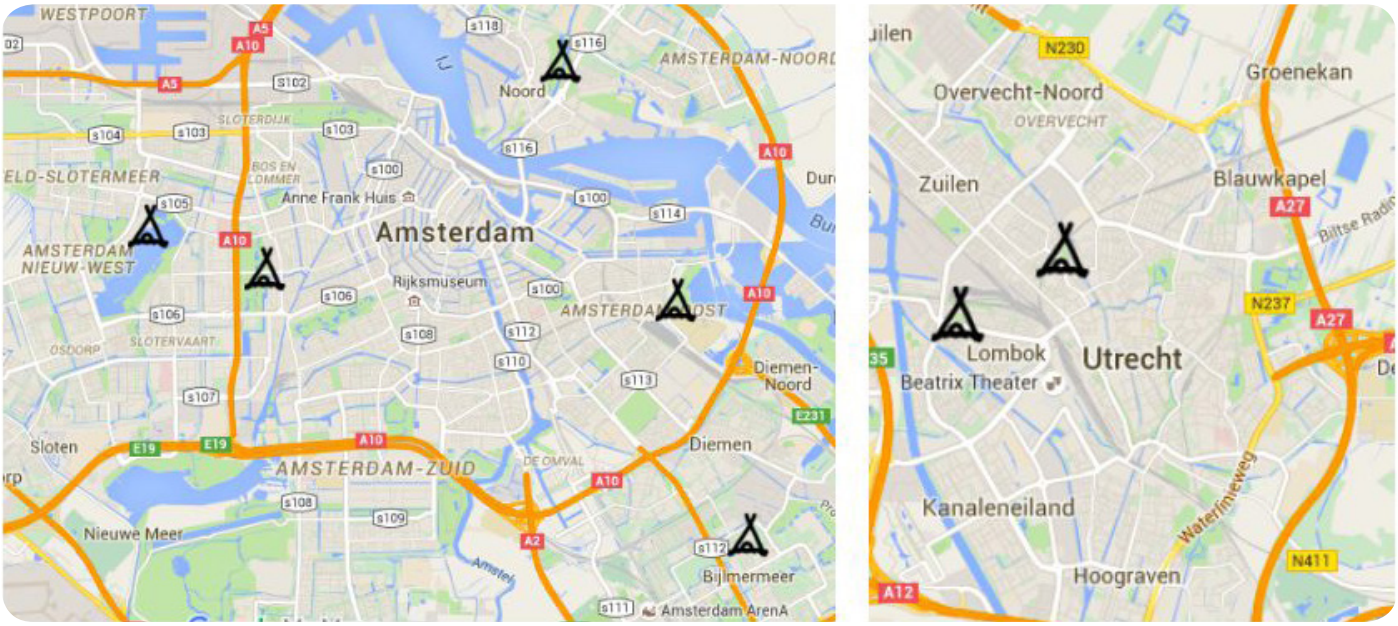
Organogram 2 : organisatie Lokale Teams
Het lokale team bestaat in de kern uit twee verantwoordelijke beheerders en een aantal teamleden. Samen met vrijwilligers wordt De Buurtcamping voorbereid, uitgevoerd en afgebouwd



De Buurten

Er waren bijna 400 tentplekken bezet met ongeveer 1100 kampeerders en ruim 40 campingbeheerders, verspreid over zeven parken. Kort gezegd kennen de buurten rondom de parken in Amsterdam en Utrecht een diverse bevolkingssamenstelling.

- Het Rembrandtpark in Amsterdam-West ligt precies tussen Overtoomse veld en de Baarsjes en vormt daarmee een brug tussen 'binnen' en 'buiten' de ring
- Het Noorderpark verbindt de buurten IJplein/Vogelbuurt/Volewijck/Buikslotermeer /Tuindorp Nieuwendam met elkaar en met de aangrenzende Buikslotermeerdijk. Buikslotermeerdijk is een zeer welvarend gebied in vergelijking met het Amsterdamse gemiddelde en in vergelijking met de eerder genoemde wijken (O+S, 2013).
- Ook de buurten rondom het oostelijke Flevopark kennen naast verschillen in herkomst verschillende inkomensniveaus. Zo heeft de Indische buurt-Oost een percentage van 26,3% minima huishoudens, tegenover 16,9% in de Nieuwe Diep en 9,1% in de Middenmeer (Stadstat, 2012).
- Het plantsoen in Amsterdam Zuidoost, omgedoopt tot Buurtcamping Egeldonk, kent een unieke menging van culturen en achtergronden en een relatief hoog percentage minima-huishoudens in de omliggende buurten (D,F,H buurt: 25,8% en de E,G,K buurt 23,9%, O+S 2012).
- Ook de buurten rondom het Sloterpark kennen veel minima huishoudens: 21,7% in Geuzenveld en 17% in Osdorp Oost. Daarnaast is het een zeer multiculturele wijk: Bijna zes van de tien inwoners (59%) van Stadsdeel Geuzenveld Slotermeer zijn van niet-westerse afkomst.
- Het Noordse Park in Utrecht is omgeven door Pijlsweerd en Ondiep. Ondiep is in 2007 benoemd tot een van de zogenaamde krachtwijken met gebrek aan sociale samenhang (Gemeente Utrecht, 2009). Ook de wijk Pijlsweerd kent sociaal-economische problematiek met bijna de helft lage inkomens (Gemeente Utrecht, 2014).
- In Utrecht ligt de wijk Lombok vlakbij het Majellapark. In de jaren '80 was dit een verloederde arbeiderswijk, maar de afgelopen jaren hebben gemeentelijke ingrepen geleid tot een toestroom van jonge autochtone gezinnen. Desondanks wonen er ook nog steeds veel lage inkomens (40%) en niet-westerse allochtonen in de wijk (Gemeente Utrecht, 2013).



Figuur 1: Locaties Buurtcampings 2015

Theoretisch Kader

Uitgangspunt van De Buurtcamping is dat op een camping iedereen gelijk is en er gemakkelijk ontmoetingen ontstaan. Een eerste stap in de richting van het bereiken van een hechtere buurt - een belangrijke doelstelling van De Buurtcamping - is het bieden van mogelijkheden om 'de ander' te ontmoeten. Er kan namelijk geen binding ontstaan tussen verschillende lagen van de bevolking, wanneer bepaalde groepen door economische omstandigheden niet mee kunnen doen. Het bieden van een leuke vakantie 'voor iedereen' is dus zowel een belangrijke doelstelling van De Buurtcamping op zichzelf, als een voorwaarde voor het versterken van de sociale cohesie, waarbij er ook daadwerkelijk sprake is van interactie tussen buren. Bovendien is de ervaring van het kamperen in eigen park erop gericht een echt vakantiegevoel los te maken: iedereen verdient vakantie en volgens De Buurtcamping hoeft deze niet ver te zoeken te zijn.

1. een leuke vakantie 'voor iedereen'
Door te kamperen in eigen park leven buurtgenoten een paar dagen intensief naast elkaar en hebben daadwerkelijk op een vrolijke en ongedwongen manier contact.Op de camping is iedereen gelijk en juist daarom kan hier ontmoeting plaatsvinden. Dit is nodig aangezien de kloof tussen arm en rijk de afgelopen jaren is gegroeid en ook die tussen hoog en laag opgeleiden en tussen allochtone en autochtone bewoners (SCP, 2014). Het wordt dus steeds minder vanzelfsprekend om mensen uit een andere leefwereld te ontmoeten. Door haar doelstelling om een leuke vakantie te bieden 'voor iedereen' probeert De Buurtcamping voorwaarden te scheppen waardoor iedereen mee kan doen. Om De Buurtcamping inclusief en laagdrempelig te houden, worden zoveel mogelijk financiële en psychologische barrières weggenomen.De Buurtcamping probeert mensen uit verschillende lagen van de buurt samen te brengen door betaalde plekken aan te bieden en sterk gereduceerde kampeerplekken te verzorgen voor minima. Kinderen en vrijwilligers kamperen (bijna of geheel) gratis.

2. een hechtere buurt door meer sociale cohesie
Het faciliteren van nieuwe en niet-alledaagse ontmoetingen die blijvend impact hebben kan ook gezien worden als het versterken van de 'publieke familiariteit', het vertrouwd raken met bekende gezichten in de buurt zonder dat er sprake is van intensieve of langdurige interactie dit versterkt het thuisgevoeld in een wijk (Blokland, 2009). Daarbij geeft 'de sfeer' van de camping een 'wijgevoel' zonder dat dit verplichtend voelt of anderzijds opgedrongen wordt. De Buurtcamping voldoet aan de door de Amerikaanse socioloog Randal Collins' geformuleerde voorwaarden voor het ontstaan van een saamhorigheidsgevoel doordat mensen actief contact hebben en hun omgeving samen vormgeven (Collins, 2014).

Bij actief burgerschap geldt veelal dat actieve burgers homogene burgers zijn, qua opleiding, etniciteit, leeftijd enzovoort. Anders gezegd is actief burgerschap vooral een zaak van hoger opgeleide stedelingen en van inwoners van hechte kleine dorpen (Tonkens, 2014). Ondanks deze claim zijn op De Buurtcamping mensen van verschillende lagen van de bevolking ontvankelijk voor (verdere) activering.

3. Het stimuleren van "empowerment" en zelfvertrouwen onder kampeerders en vrijwilligers
De Buurtcamping verbindt mensen en geeft hen het gevoel en de mogelijkheid deel uit te maken van een groter geheel. Door het ontstaan van betrokkenheid en solidariteit tussen mensen onderling wordt sociaal kapitaal versterkt. Het gaat hierbij niet zozeer om het creëren van een sterke mate van vertrouwen, maar juist om 'zwakke bindingen'. Zwakke bindingen zijn essentieel voor het vergroten van je netwerk (Granovetter, 1973) en Völker

stelt dat juist laagdrempelige en inclusieve activiteiten of bijeenkomsten die niemand uitsluiten en gezamenlijk worden geproduceerd, goed zijn voor het functioneren van de groep in haar geheel (2008). Doelstelling van De Buurtcamping die bij deze effecten aansluit is 'empowerment'; een proces van versterking waarbij individuen, organisaties en gemeenschappen greep krijgen op de eigen situatie en hun omgeving. Volgens van Regenmortel wordt empowerment bereikt door het verwerven van controle, aanscherping van kritisch bewustzijn en het stimuleren van participatie (2009). 'Empoweren' hangt hiermee dus niet alleen af van het vermogen van het gezin of individu, maar ook van de mogelijkheden en kansen die de omgeving biedt.

De derde doelstelling m.b.t. 'empowerment' is nieuw toegevoegd voor 2015: doordat de programmering, de maaltijden, sponsoring en het grootste deel van de organisatie onder de verantwoordelijkheid valt van betrokken bewoners en lokale organisaties wordt De Buurtcamping gecreëerd dóór de buurt. Kampeerders, vrijwilligers en organisatoren denken en beslissen allen mee, wat leidt tot een ervaring van eigenaarschap en verantwoordelijkheid. Hierdoor doet men tijdens de organisatie van De Buurtcamping op elk schaalniveau - van de individuele vrijwilliger tot leden van het Lokale of Centrale Team - veel ervaring en kennis op en werkt aan uitbreiding van zijn/haar netwerk. Alle deelnemers – en met name de kwetsbare groepen – hebben baat bij nieuwe ontmoetingen en actieve deelname. Door vrijwilliger te zijn of een activiteit te organiseren ontwikkelen mensen hun netwerk, ofwel 'sociaal kapitaal' en organisatie vaardigheden.

Hoewel De Buurtcamping geen structurele aanpassing van omstandigheden biedt waarbinnen mensen kunnen participeren, biedt ze op individueel niveau een bijdrage aan empowerment door het netwerk van haar deelnemers zo veel mogelijk uit te breiden en mensen aan te spreken op hun eigen kracht. Iedereen - van vrijwilligers tot leden van het Lokale Team - kan meedoen op zijn/haar eigen tempo binnen de eigen mogelijkheden als vuurmeester, door sportles te geven of vrijwilligerscoordinator te zijn. Ze doen dingen die ze normaal gesproken niet zouden doen. Meedoen in de sfeer van collectief enthousiasme en doelgerichtheid maakt dat mensen zichzelf krachtiger en vrijer voelen dan anders (Collins, 2005).

Door mogelijkheden voor actieve deelname te faciliteren biedt De Buurtcamping een (tijdelijke) omgeving die aanzet tot participatie en ondersteunt in het verwerven van meer controle over levensomstandigheden of leven(skwaliteit). De laagdrempeligheid van het mee-organiseren, het vergroten van het sociaal én professioneel netwerk, het actiever worden in de buurt en een mogelijke toename van zelfvertrouwen van betrokken individuen zijn belangrijke pijlers van De Buurtcamping. Daarnaast leidt het tot meer eigenaarschap van de buurt. Dit heeft op haar beurt weer een grote impact op de lokale omstandigheden.

Foto: Cathelijn de Reede (F;evopark)

Methodiek

Het doel van dit onderzoek is om vast te stellen in welke mate De Buurtcampings van 2015 de drie sociale doelstellingen hebben behaald. De onderzoekscases zijn De Buurtcampings in het Noorderpark, Flevopark, Sloterpark, Rembrandtpark en Zuidoost (Egeldonk) in Amsterdam en De Buurtcampings Noordse Park en Majellapark in Utrecht. Alleen bewoners rondom de verschillende parken kunnen een plek reserveren, deze selectie vond plaats op basis van postcodegebied. De respondenten zijn daarom de bewoners van de buurten rondom het park, die als kampeerder, vrijwilliger of anderszins deelgenomen hebben aan De Buurtcamping.

Enquêtes
Het onderzoek is gefaseerd opgebouwd. Tijdens De Buurtcamping zelf (24-26 juli 2015) heeft een onderzoeksteam enquêtes afgenomen onder gemiddeld 30 kampeerders, vrijwilligers en dagbezoekers per park. Vervolgens zijn deze enquêtes nagestuurd naar de personen in het aanmeldingenbestand (N=252). De enquête bestond uit gesloten vragen, open vragen en een aantal stellingen (zie bijlage 1). De enquêtevragen zijn gebaseerd op theoretische en empirische uitgangspunten van de drie hoofddoelstellingen van De Buurtcamping. Een maand later is - per email - een herhalingsvragenlijst aan de respondenten gestuurd, om langere termijn effecten van De Buurtcamping te analyseren (zie bijlage 2). Respons van deze herhaalenquête is N=62.

Participerende Observatie
De leden van het onderzoeksteam hebben zelf ook op verschillende Buurtcampings gekampeerd en hebben als zodanig tevens participerend observerend onderzoek uitgevoerd. De onderzoekers zijn gedurende de drie dagen van De Buurtcamping in gesprek gegaan met allerlei kampeerders, vrijwilligers en bezoekers. Dit waren ongestructureerde gesprekken, waar dieper ingegaan kon worden op thema's die ook in dit verslag beschreven zijn. Hun observaties en gesprekken zijn aldus ook onderdeel van dit onderzoeksverslag en geven verdieping aan de veelal kwantitatieve enquêtedata.

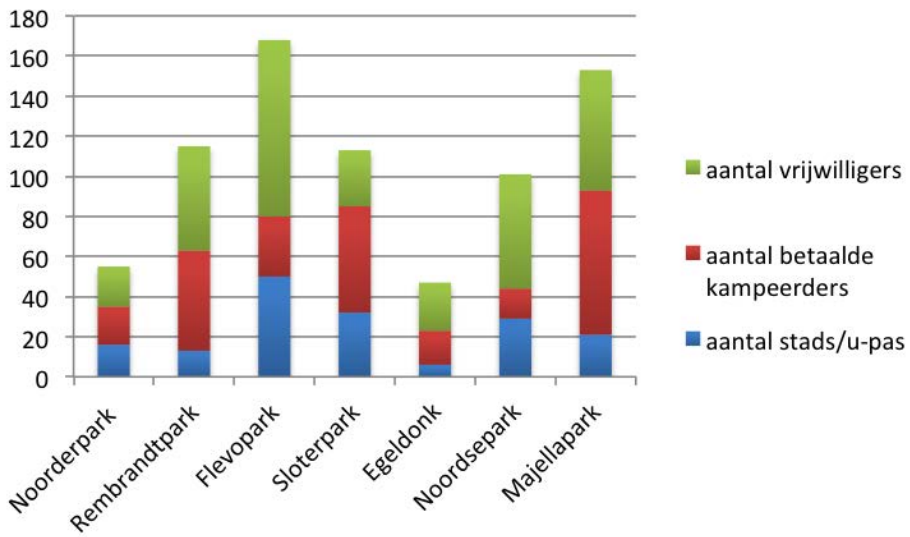
Inschrijfgegevens
Tot slot gelden inschrijvingsgegevens zoals administratie van de parken en de registratie bij de online aanmelding voor De Buurtcamping als data voor het onderzoek.

IN EEN OVERZICHT:	
Tijdens de Buurtcamping:	**Na afloop van de Buurtcamping:**
• Observaties • Ongestructureerde interviews • Eerste enquête	• Herhalingsenquête • Analyse op de centrale inschrijvings - gegevens

Doelstelling 1: Een leuke vakantie voor iedereen

De Buurtcamping wil een leuke vakantie bieden aan iedereen, ongeacht geslacht, leeftijd, inkomen of etniciteit. De opgave bij de verschillende Buurtcampings was dan ook om verbindend en toegankelijk te zijn, breed kampeerders te werven en extra aandacht te besteden aan het bereiken van minima huishoudens. In dit hoofdstuk staat de vraag centraal: *in hoeverre is er sprake van inclusiviteit bij De Buurtcamping?*

Inclusiviteit qua samenstelling
Kerngedachte van De Buurtcamping is het samenbrengen van verschillende doelgroepen om mensen met elkaar in contact te laten komen. Door het 1/3 doelgroepenbeleid (zie De Buurtcamping Principes in de Inleiding) is door alle Lokale Teams veel aandacht besteed aan het wegnemen van financiële drempels en het actief betrekken van mensen met lagere inkomens, onder meer door werving bij supermarkten, scholen en samenwerking met partijen die zich inzetten voor minima inkomens, zoals de Voedselbank, Stadspas en buurthuizen: *"Ik ben hier voor het eerst. We gaan dit jaar niet op vakantie dus dan ga je activiteiten in de buurt zoeken. Ik heb er van gehoord via het buurthuis"* (Flevopark).



Figuur 2 : Verdeling tentplekken per park

Inkomen
Er waren bijna 400 tentplekken bezet met ongeveer 1100 kampeerders en ruim 40 campingbeheerders (het aantal dagbezoekers is niet gemeten). Ongeveer 22% hiervan bestaat uit geregistreerde minima, 34% is betalende kampeerder en 44% is vrijwilliger. De 325 kinderen zijn in deze verdeling buiten beschouwing gelaten. Ondanks de ligging van parken tussen buurten met lagere inkomens en de inspanningen van beheerders om minima te werven is deze groep in de statistiek iets lager uitgevallen. Hier kunnen verschillende oorzaken aan ten grondslag liggen. Ten eerste is onduidelijk hoe veel van de kinderen en vrijwilligers in de lagere inkomenscategorie vallen. Aannemelijk is dat het hierbij gaat om een relatief hoog percentage, gezien de groepen kinderen die via organisaties zijn komen kamperen die zich inzetten voor kwetsbare kinderen, zoals Minima Kidsclub de Florakokkies (Noorderpark), maatjesproject Big Brothers Big Sisters (Rembrandtpark) of Speeltuin Batavia (Flevopark). Bovendien was een aantal van de vrijwilligers dak- of thuisloos. Tot slot is er in Utrecht niet samengewerkt met U-pas (dit gebeurt vanaf volgend jaar), waardoor de Utrechtse minima niet altijd binnen deze categorie zijn aangemerkt.

Iedere camping bood betaalbare maaltijden, goedkope of gratis filterkoffie en gesponsorde producten voor het ontbijt en eten voor vrijwilligers. Daarnaast hielpen Lokale Teams met het verzamelen van kampeerspullen voor mensen die hier niet over beschikten: *"Eerder op de dag kwam een vader met zijn twee zoons langs de camping, hopend op een kampeerplek. Die plek was er wel, alleen hadden zij geen tent of luchtbedden. Met De Deelkelder hebben we een tent, twee matjes en slaapzakken geregeld. Nu kunnen ook zij kamperen"* (Majellapark). Het niet-commerciele karakter wordt hoog gewaardeerd: *"Alles wordt gedeeld. In tegenstelling tot hoe de samenleving nu is geregeld"* (Majellapark).

Culturele diversiteit

Hoewel er in de eerste plaats is geworven op inkomen waren De Buurtcampings divers qua culturele samenstelling. "Het was leuk om allemaal verschillende mensen te zien genieten van de camping. Mijn Chinese buurman, de Somalische familie, de vader met zijn dochtertje" (Sloterpark). Veel campingbeheerders hebben (op eigen initiatief) nog extra aandacht besteed aan het betrekken van verschillende culturen via lokale organisaties en instellingen. Zo heeft Majellapark via het asielzoekerscentrum positieve en actieve inzet van een groepje Syrische jongens bewerkstelligd. Deze culturele diversiteit tijdens De Buurtcamping is bijzonder, aangezien het voor veel culturen niet vanzelfsprekend is om te kamperen: *"We zijn met 23 Marokkaanse kinderen. We hebben de ouders echt opgetrommeld van kom nou, want het zit niet in onze aard, weet je. [...] De meeste ouders gingen 's avonds wel naar huis, het is toch nog gek. Maar een paar zeiden wel: is goed, de kinderen mogen blijven"* (Flevopark). In de afgelopen jaren is het aandeel van niet (oorspronkelijke) Nederlandse deelnemers gegroeid, zowel onder kampeerders als vrijwilligers. De kans is groot dat door het succes van dit jaar vrienden en familieleden van etnische minderheden worden geactiveerd om te komen kamperen of op een andere manier bijdragen.

Foto: Shody Careman (Noorderpark)

Foto's v.l.n.r.: Jurre Rompa (Egeldonk), Kim Brouwers (Sloterpark)

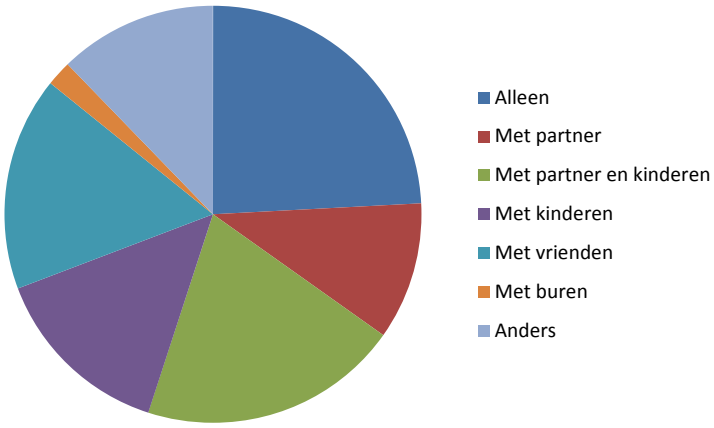
Leeftijden
De organisatie richt zich in eerste instantie op het aantrekken van gezinnen, mede omdat kinderen een goede verbinder zijn. Desondanks waren er mensen van alle leeftijden (van 8 weken tot 83 jaar oud). Belangrijk resultaat is ook dat meer dan een kwart (27%) van alle kampeerders alleen kwam. Jonge kinderen of ouderen bleven niet slapen, maar waren er overdag bij: "*We wonen al veertig jaar hier in Lombok. Nog nooit zoiets als dit meegemaakt. Heel professioneel vind ik het, ze hebben zelfs beveiliging ingehuurd! Ik blijf alleen niet slapen, daar ben ik te oud voor*" (Majellapark). Ouderen die niet meer met alles mee kunnen doen genieten van de levendigheid en het bekijken van activiteiten: "*Ik zou wel willen, maar ik heb een kunstbeen! Met mijn 80 jaar gaat het niet meer zo soepel*" (Majellapark).

Soms levert de diversiteit lichte botsing op, sommige mensen storen zich aan gewoontes van anderen als alcohol drinken of lawaai maken. Het kampvuur gaat om 23 uur uit en dan moet het ook stil zijn, maar niet iedereen houdt zich hieraan. Toch is bijzonder dat intieme dingen als eten, slapen en opstaan gebeuren in dichte nabijheid van mensen die - dan wel buurtgenoten - toch anders zijn. Een zeer succesvolle uitkomst is dat 99% van de respondenten zich hierbij op zijn gemak voelt. "'*Iedereen op de camping is leuk. Bescheiden'*" (Egeldonk).

De meerderheid van de deelnemers spreekt waardering uit over dat De Buurtcamping zo een divers publiek aanspreekt: "*Goed dat allerlei soorten mensen met verschillende achtergronden en van verschillende leeftijden er een echte buurtcamping van kunnen maken*" (Rembrandtpark). Onder de deelnemers waren ook veel mensen die voor het eerst kampeerden en voor wie een nieuwe wereld open ging. "*Ik zou dit soort dingen nooit doen toen ik nog geld had. Maar het maakt me zo veel gelukkiger. Kijk mijn kinderen nou, helemaal zorgeloos*" (Rembrandtpark). Ze deden allerlei dingen voor het eerst, zoals het opzetten van een tent. Respondenten geven aan "*dat er mensen kwamen kamperen die dat nog (bijna) nooit hadden gedaan, die ik moest uitleggen wat een scheerlijn was*" (Flevopark).

Vakantiefeer
Net als vorig jaar wordt 'de sfeer' op de campings het meest gewaardeerd. Stichting De Buurtcamping beschouwt 'openbaarheid' als belangrijk onderdeel voor de sfeer en laagdrempeligheid: ze moet toegankelijk zijn voor alle gebruikers van de openbare ruimte. Ze pleit er dan ook bewust voor om geen hekken te plaatsen. In Utrecht dienden de twee campings echter hekken te plaatsen van de gemeente, maar dit bleek voor kampeerders soms juist een veilig gevoel op te leveren, omdat de kinderen niet zomaar de straat op konden lopen. Ook de locaties die min of meer natuurlijk afgebakend waren werden hoog gewaardeerd, zoals het nieuwe hoekje achter de heuvel in Rembrandtpark: "*Het is een gesloten veldje. Echt die campingsfeer, de mensen zitten meer bij elkaar*".

Mensen hebben er het gevoel dat "*iedereen een is, en het niet uitmaakt wie of wat je bent*". Bepalende elementen voor de sfeer zijn de onderlinge verbondenheid en de aankleding van de camping. Mensen zijn gek op de lampjes, versiering, het kampvuur en gezamenlijke activiteiten als tango, kubb en schminken: "*Ik ben niet zo'n kampeerder, maar jullie idee van de sauna en de hottub en het kampvuur maakte het voor mij comfortabeler*" (Sloterpark). Ondanks de grote zomerstorm heeft 80% dan ook het gevoel gehad op vakantie te zijn:



Figuur 3: 'met wie was u op De Buurtcamping?'

"*Even echt weg vijf minuten van mijn huis. Het park even niet als doorgangsroute maar als verblijfplaats*" (Rembrandtpark) en "*Dit heb ik dus al maanden niet gedaan, gewoon zitten en een boekje lezen. Zo lekker zeg*" (Flevopark). De zomerstorm werd als nadeel ervaren, maar ook als overmacht. Er werd over het algemeen ontspannen mee omgegaan: "*Ik blijf! Regen heb je nou eenmaal als je in Nederland op vakantie gaat*" (Noordse Park).

Deelconclusie
- Van de 1100 kampeerders bestaat ongeveer 22% uit geregistreerde minima, 34% is betalende kampeerder en 44% is vrijwilliger.
- 80% heeft dan ook het gevoel echt op vakantie te zijn.
- 99% van de respondenten voelt zich hierbij op zijn gemak.
- Meer dan een kwart van alle kampeerders kwam alleen.

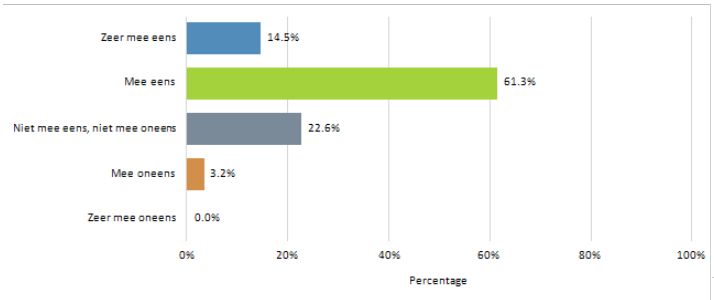
Doelstelling 2: Een hechtere buurt door meer sociale cohesie

Stadsparken liggen veelal tussen wijken met een uiteenlopende bevolkingssamenstelling. De Buurtcamping richt zich op ontmoeting in de buurt en het versterken van de publieke familiariteit - het vertrouwd raken met bekende gezichten in de buurt zonder dat er sprake is van intensieve of langdurige interactie - en hoopt zodoende een versterkende werking te hebben op de sociale cohesie. In dit hoofdstuk wordt nagegaan *in hoeverre De Buurtcamping bijdraagt aan een hechtere buurt*.

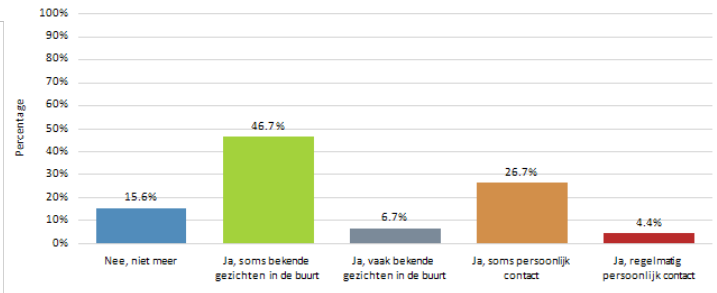
Ubuntu
Meer dan 84% van de respondenten geeft aan veel nieuwe mensen uit de buurt te hebben leren kennen. "*Het leukst vond ik de ongedwongen sfeer waarbij je ongemerkt ontzettend veel contacten legt*" (Noordsepark). Het aanbod van een gevarieerd, laagdrempelig programma kan bijdragen aan ontmoeting. 82% van de respondenten heeft dan ook deelgenomen aan de activiteiten. "*Ik heb het gevoel dat iedereen elkaar al kent. Ik voel me thuis. Die mevrouw daar, al haar problemen ken ik nu ook*" (Noordse Park). Gemiddeld hebben kampeerders tijdens De Buurtcamping 13 nieuwe mensen leren kennen. Dit is meer dan voorgaande jaren (tegenover 9 in 2014). De zomerstorm tijdens het weekend zorgde voor evacuatie van de campings en voortzetting van het programma binnen (in buurthuis, speeltuin of café). Juist deze situatie werkte verbroederend: "*Het leven bestaat uit stormen. Deze storm geeft dat mensen elkaar alleen maar meer helpen*" (Sloterpark).

Ook dragen de gezamenlijke activiteiten en de ontmoetingsplekken als het kampvuur, Bingo en de grote tent bij aan ontmoeting. "*[...] dat mensen vanzelf naar elkaar toe trekken. Als iemand begint met lezen komen er vanzelf mensen. En iedereen wordt vanzelf actief, als het gaat regenen gaan mensen vanzelf dingen droog zetten van anderen. Zag ook mensen dingen opruimen zonder dat ze vrijwilliger waren*" (Rembrandtpark). Een van de kampeerders omschrijft dit principe als 'Ubuntu': "'*ik ben omdat wij zijn'. Dat je jezelf beter leert kennen door om te gaan met anderen.*" (Flevopark).

Publieke familiariteit
Naast de ontmoetingen op De Buurtcamping zelf is het voor het ontwikkelen van publieke familiariteit belangrijk dat deze blijft bestaan ook na De Buurtcamping. Om dit te onderzoeken is er na een maand een herhalingsvragenlijst gestuurd met als doel de langdurige buurteffecten van De Buurtcamping te meten. In deze vragenlijst zijn vragen gesteld als 'ziet u vaker bekende gezichten in de buurt sinds De Buurtcamping?' en 'heeft u nog contact met mensen die u tijdens De Buurtcamping hebt ontmoet?' In figuur 5 is te zien dat 76% van de respondenten aangeeft mensen uit de buurt beter te hebben leren kennen: "*We elkaar weten te vinden als er een aanleiding voor is*" (Majellapark). 84% zegt de mensen die ze ontmoet hebben op De Buurtcamping nog wel eens te zien. Hiervan ziet 53% vaker bekende gezichten in de buurt, onderhoudt 31% contact. Het gaat hierbij met name vriendschappelijk, maar ook buurtgericht (14%) en zakelijk (14%) contact. "*Ik vond het contact met mensen leuk. Kon praten met elkaar. Heb zelfs hopelijk een blijvende vriendschap gesloten*" (Noorderpark).



Figuur 4 : 'Heeft u dankzij De Buurtcamping mensen uit de buurt beter leren kennen?'



Figuur 5 : 'Ziet u de mensen die u op De Buurtcamping hebt ontmoet nog wel eens?

Ook online zijn er veel mensen enthousiast. Ze liken Buurtcamping (gerelateerde) posts, hebben een Buurtcamping profielfoto en/of zoeken contact met elkaar. Daarnaast organiseert iedere camping een reünie waar kampeerders elkaar weer kunnen ontmoeten. Campingbeheerders geven aan dat kampeerders en vrijwilligers elkaar ook los van De Buurtcamping opzoeken in de buurt. In Rembrandtpark komt een groepje wekelijks samen bij de Buurtkamer om activiteiten te doen en een beheerder van het Majellapark vertelt over een ter plekke ontstane vriendschap: "*Onze BBQ man is goed bevriend geraakt met een buurtbewoner, Sam van het receptie busje. Ze hadden meteen een gedeelde passie voor koken en zijn daarna meteen samen op vakantie gegaan. Ze belden ons nog op vanuit Zweden!*"(Majellapark).

Deelconclusie

- Meer dan 84% van de respondenten geeft aan veel nieuwe mensen uit de buurt te hebben leren kennen
- 82% van de respondenten heeft deelgenomen aan de activiteiten
- Gemiddeld hebben kampeerders tijdens De Buurtcamping 13 nieuwe mensen leren kennen
- 84% zegt de mensen die ze ontmoet hebben op De Buurtcamping nog wel eens te zien. Hiervan ziet 53% elkaar in de buurt, heeft 27% soms en 4% regelmatig contact, waarvan ruim 93% op vriendschappelijke basis

Foto: Cathelijn de Reede (Flevopark)

Doelstelling 3 - Het stimuleren van “empowerment” en zelfvertrouwen

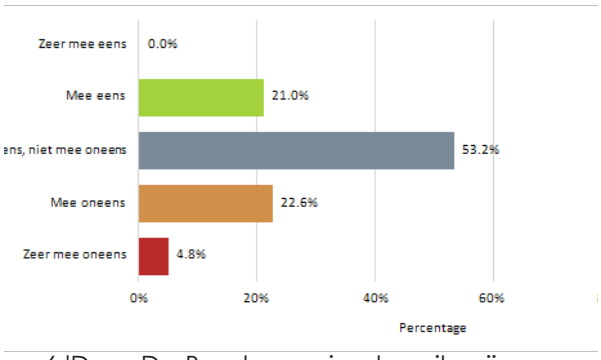
In het vorige hoofdstuk is aangetoond dat De Buurtcamping door nieuwe ontmoetingen met buurtgenoten gelegenheid biedt om de zogenaamde ‘zwakke bindingen’ uit te breiden (Granovetter, 1973). Samenwerken aan een gemeenschappelijk doel leidt tot onverwachte sociale netwerken (Sampson, 2012). Nieuwe ontmoetingen op allerlei niveaus - van debuterende kampeerders tot spontane vrijwilligers of ervaren beheerders - geven mensen een zetje en bieden nieuwe aanknopingspunten voor persoonlijke en competentie ontwikkeling . De vraag in dit hoofdstuk is: *in hoeverre biedt De Buurtcamping een aanzet voor empowerment onder de betrokkenen?*

Uitbreiding netwerk
De Buurtcamping wordt georganiseerd door de buurt, mensen leren elkaar kennen en helpen elkaar. Er hebben in totaal 330 vrijwilligers bijgedragen aan het organiseren van activiteiten, op- en afbouwen en het draaiende houden van de camping als receptiedame of omroeper. 52% van de respondenten heeft zelf ook een activiteit georganiseerd: van een speurtocht tot jam maken, van een yogacursus tot een kunstwerk van dopjes die een vrijwilliger de afgelopen drie jaar heeft verzameld. Mensen vinden het leuk zélf iets te doen: *“Dat ik zelf dansles heb gegeven”of “Zelf de bar bouwen [...] was erg leuk en zou ik zo volgend jaar weer doen”(*Sloterpark). Onder hen waren ook veel minima die (al dan niet samen met de organisatie) activiteiten hebben ontplooid. Stadspas Amsterdam heeft hier op ingespeeld door materiaalkosten te vergoeden van Stadspassers die een activiteit organiseerden. Op de campings waren ook veel mensen actief die normaal aan huis gebonden zijn volgens beheerders: *“Die vrouw weegt 160 kilo en zit normaal thuis op de bank. Nu zit ze hier op de camping achter een knutseldoos. Je moet niet onderschatten hoe bijzonder dat is”* (Noordse Park).

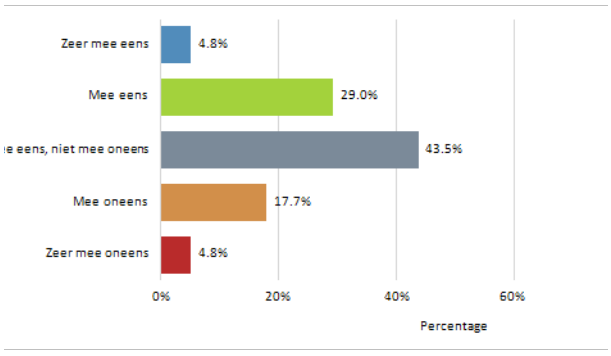
Het leren kennen van mensen en ontplooien van activiteiten dragen bij aan zelfvertrouwen en activatie. *“Ik heb contacten opgedaan [met mensen die] die ik nog steeds spreek.”* Dit leidt niet alleen op privé, maar ook op professioneel vlak tot voordelen: *“Ik ken nu meer mensen in Noord dicht bij mij, die goed kunnen organiseren en iets doen op sociaal vlak. Dat kan ooit nog eens van pas komen voor mijn netwerk als zelfstandig ondernemer”* (Noorderpark). Naast nieuwe mensen geeft 62% aan nieuwe organisaties te hebben leren kennen, die op De Buurtcamping hun werk of waar presenteren. Gemiddeld zijn er per park ongeveer 40 organisaties betrokken die nieuwe mogelijkheden of ingangen kunnen bieden: *“Farid is in februari werkloos geworden en sindsdien op zoek naar werk. Hier is hij voor het eerste jaar en heel actief. Hij heeft nu, ‘as we speak’, een sollicitatiegesprek bij ‘t Landje”* (Rembrandtpark).

Foto's v.l.n.r.: Robert-Jon Eckhardt (Noordsepark), Shody Careman (Noorderpark)

Aanzet tot actief burgerschap
De Buurtcamping bestaat bij de gratie van vrijwilligers. Sommigen van de deelnemers (24%) zijn normaal gezien ook al actief als vrijwilliger. 26% zet zich op een andere manier actief in de buurt (bijvoorbeeld als zzp'er). 50% is dus nog niet actief, maar 15% hiervan wil dit meer worden. *"Ik heb architectuur gestudeerd maar ben altijd erg geinteresseerd geweest in dit soort projecten voor de buurt en stad. [...] Ik vind dat De Buurtcamping een enorme impuls geeft aan de buurt. Ook inspireert het me om zelf initiatieven te bedenken voor bewoners met als doel een buurt te versterken"* (Noorderpark). Van de vrijwilligers tijdens De Buurtcamping doet 30% normaal gezien ook vrijwilligerswerk. 43% van hen is niet actief in de buurt.



Figuur 6 'Door De Buurtcamping ben ik mij actiever gaan inzetten voor de buurt'



Figuur 7 'Door De Buurtcamping ben ik van plan mij actiever te gaan inzetten voor de buurt'

Door nieuwe contacten worden mensen niet alleen individueel maar ook gezamenlijk actief: *"Leuke contacten met mensen, we hebben als groepje [na De Buurtcamping] al eens afgesproken"* (Sloterpark). Ook in Majellapark is een clubje actief geworden die samen buurtprojecten op wil zetten en in Rembrandtpark onderneemt een groepje naar aanleiding van De Buurtcamping gezamenlijk activiteiten, zoals wildplukken (wat ook een activiteit was op de camping).

Veel kampeerders geven aan volgend jaar een actieve rol aan te willen nemen bij het organiseren van De Buurtcamping : *"Ik zou meer van het begin betrokken willen zijn, om het op een hoger plan te tillen"* (Egeldonk). De Buurtcamping heeft dus een activerend karakter, ze nodigt uit om eraan bij te dragen. De mogelijkheden hiervoor verschillen wel enigszins per camping. Niet alle beheerders geven van te voren duidelijk aan hóe mensen kunnen helpen: *"Ik had meer over het eten willen weten, om te doneren bijvoorbeeld. [...] We wilden best mee helpen, maar begrepen niet hoe precies"* (Rembrandtpark). Aan de andere kant biedt het organisatiemodel mogelijkheden om 'door te groeien' en mensen op langere termijn te activeren. Kampeerders van vorig jaar zijn dit jaar actieve vrijwilliger geworden en vrijwilligers van vorig jaar zijn doorgestroomd naar het lokale team of als beheerder. Daarnaast hebben verschillende ervaren beheerders een rol gekregen in het Centrale Team, als coach of productie expert.

Deelconclusie
- Gemiddeld zijn er per park ongeveer 40 organisaties betrokken. 62% geeft aan nieuwe organisaties te hebben leren kennen.
- er hebben in totaal 330 vrijwilligers bijgedragen aan De Buurtcamping. 52% van de respondenten heeft zelf een activiteit georganiseerd
- 43% van de vrijwilligers is normaal gezien niet actief in de buurt.
- een paar weken na de camping is 21% van de respondenten zich al actiever in gaan zetten voor de buurt en 34% is dit nog van plan dank zij De Buurtcamping

Analyse Opschaling

Van één in 2013, drie in 2014, naar zeven in 2015; De Buurtcamping is sinds haar ontstaan exponentieel gegroeid en de ambitie is om de komende jaren nog meer stadsparken in Nederland om te toveren tot gemoedelijke camping voor de buurt. Dit vraagt om organisatorische aanpassingen, maar ook om feedback van kampeerders, vrijwilligers en beheerders over de mate waarin De Buurtcamping doelstellingen behaald zijn. In dit hoofdstuk wordt nagegaan of De Buurtcamping opgeschaald kan worden met behoud van haar principes.

Bezoekers waardering
Sommige campings beleefden deze zomer hun tweede of zelfs derde editie, vier Buurtcampings werden voor het eerst georganiseerd. In het Flevopark bijvoorbeeld, waar de camping voor de derde keer plaatsvond, was 33% van de respondenten eerder geweest. Over het geheel was 83% van de kampeerders nog niet eerder op De Buurtcamping geweest.

Uitgangspunt bij opschaling van Stichting De Buurtcamping is 'loslaten met behoud van de principes'. Uit de resultaten blijkt dat bij opschaling niet alleen de principes behouden blijven, maar ook de kwaliteit. De algehele waardering van De Buurtcamping is gelijk aan vorig jaar, met een gemiddeld rapportcijfer van 8,3 ondanks de zware windstoten en regenbuien. Bovendien zegt 92% van de respondenten volgend jaar weer naar De Buurtcamping te willen komen. Bij deze (en alle overige) data is geen signifcant verschil te vinden tussen de campings. Bovendien is er weinig verschil te vinden met de onderzoeksresultaten van voorgaande jaren. Zowel het ietwat afnemende vakantiegevoel als het groot aantal ontmoetingen is met name te wijten aan de weersomstandigheden.

	2013	2014	2015
Aantal campings	1	3	7
Gemiddeld rapportcijfer	9	8,4	8,3
Aantal nieuwe mensen ontmoet	9	9	13
'Ik kom volgend jaar weer'	--	90%	92%
'ik voel me op mijn gemak'	--	96%	99%
' ik heb mensen uit de buurt beter leren kennen'	--	74%	76%
' ik heb een vakantiegevoel'	100%	90%	80%
'ik zie mensen van De Buurtcamping nog wel eens'	--	87%	84%

Figuur 8 : data door de jaren heen

Campingbeheerders
De Lokale Teams, inclusief vrijwilligers, worden alom geprezen: '...veel waardering voor de 4 hoofdorganisatoren die tot 's avonds laat en weer 's ochtends *vroeg uit de veren waren en constant bezig waren met dingen regelen/verhelpen en er een hele geslaagde Buurtcamping van hebben gemaakt!'* (Flevopark) en "Was zeer onder de indruk van de professionaliteit, enthousiasme en motivatie van het *'leading team' van deze camping, maar ook van dat van de andere vrijwilligers. En bijzonder was dat het qua leeftijd, achtergrond, opleiding ed. echt uit een dwarsdoorsnede van de buurt bestond. Dat maakte het meedoen extra leuk"* (Sloterpark). De campingbeheerders zelf zijn trots en hebben De Buurtcampings met veel plezier georganiseerd. Het honorarium staat volgens sommigen echter niet in verhouding tot de genomen tijd, moeite en verantwoordelijkheid.

Uit de resultaten van dit jaar blijkt dat De Buurtcamping erin geslaagd is te groeien en los te laten, met behoud van principes. Met behulp van een centrale ondersteunende structuur hebben autonome Lokale Teams succesvolle Buurtcampings kunnen organiseren. Het systeem met handboeken, experts en plenaire bijeenkomsten is goed bevallen en zal de komende jaren voortgezet worden. Naarmate De Buurtcamping opschaalt, groeit ook de poel van ervaren organisatoren én het aantal mensen met aangewakkerde ambitie om zelf een Buurtamping te organiseren. Professionaliteit van lokale beheerders en het extra lokaal werven van fondsen zijn belangrijke voorwaarden voor een succesvolle verdere opschaling.

Foto: Robert-Jon Eckhardt (Majellapark)

Conclusie

Ondanks de opschaling blijven de principes van De Buurtcamping overeind. Voor alle data uit dit verslag geldt dat er geen significante verschillen zijn tussen eerste-, tweede- of derdejaars Buurtcampings. Alle verschillende organisatoren faciliteren een camping waar ontmoeting plaatsvindt, een vakantiegevoel heerst en waar iedereen kan opbloeien. Hieronder volgen kort conclusies per doelstelling en een lijst met aanbevelingen om de doelstellingen mogelijk nog meer te optimaliseren.

1. Een leuke vakantie voor iedereen
Kamperen in eigen park geeft mensen een echt vakantiegevoel, buren leven een paar dagen intensief naast elkaar en hebben daadwerkelijk op een vrolijke en ongedwongen manier interactie: *"Ik heb hier het gevoel dat het eigenlijk heel goed gaat met de samenleving"* (Flevopark). Het faciliteren van ontmoeting is een eerste voorwaarde voor het behalen van de verschillende doelstellingen op het gebied van inclusiviteit, sociale cohesie en empowerment. Het gevoel van eenheid wordt versterkt doordat er een situatie is waar iedereen met z'n allen in zit en waarbij mensen zich niet anders voor hoeven of kunnen doen: "*je kan er jezelf zijn*" (Noordse Park). Succesvol is dat 99% van de respondenten aangeeft zich hierbij op z'n gemak te voelen.

Door het nastreven van het 1/3 doelgroepenbeleid slagen alle Buurtcampings er in om mensen uit verschillende sociaal-economische lagen van de buurt samen te brengen op een plek, waar iedereen dichtbij elkaar is, een plek waar *"makkelijke babbels spontaan tot stand kwamen tussen verschillende soorten mensen"* (Flevopark). Daarnaast is een voorwaarde voor ontmoeting tussen alle lagen van de bevolking het rekening houden met de bestedingsmogelijkheden van minima inkomens door het aanbod van laagdrempelige producten en activiteiten waardoor geen onderscheid bestaat tussen de deelnemers: *"iedereen is gelijk. Of je nou hier of daar bij hoort"* (Noorderpark).

Foto: Robert-Jon Eckhardt (Majellapark)

Foto's v.l.n.r. : Cathelijn de Reede (Egeldonk), Marius Torenga (Rembrandtpark)

2. Een hechtere buurt door meer sociale cohesie

Het gemiddelde van 13 nieuwe kennismakingen tijdens De Buurtcamping draagt bij aan een hechtere buurt doordat 'publieke familiariteit' voortleeft in de buurt. "*[Ik heb] mensen leren kennen die ik normaal gesproken niet zou aanspreken op straat*" (Rembrandtpark). Mensen breiden hun netwerk uit, wat ook impact heeft in de periode na De Buurtcamping, zowel op privé als op professioneel vlak.

3. Het stimuleren van "empowerment" en zelfvertrouwen

Doordat een groot deel van de organisatie van De Buurtcamping onder de verantwoordelijkheid viel van betrokken bewoners en lokale organisaties werd De Buurtcamping gecreëerd door de buurt. Mensen hebben het gevoel zélf iets bij te dragen: "[...*] het is allemaal van onszelf uitgegaan*" (Flevopark). Doordat kampeerders, vrijwilligers en organisatoren al in een vroeg stadium meedenken en meebeslissen, ervaren ze eigenaarschap en verantwoordelijkheid. Bovendien doen ze hierdoor nieuwe kennis en zelfvertrouwen op. Bijzonder is dat actief burgerschap tijdens De Buurtcamping opgaat voor verschillende lagen van de bevolking en door mensen die normaal gezien niet actief zijn in de buurt. Ook is gebleken dat bijdragen aan het organiseren van De Buurtcamping aanzet tot actief of actiever worden in de buurt. Daarnaast zien we dat kampeerders het volgende jaar vrijwilliger worden, vrijwilligers het volgende jaar campingbeheerders.

Een term als 'empowerment' is wellicht te zwaar om deze effecten te benoemen. Desondanks kan geconcludeerd worden dat De Buurtcamping bijdraagt aan het opbouwen van zelfvertrouwen, en netwerk: *"Ik voel me sterker in deze wijk doordat ik weet dat er mensen in mijn buurt zijn die elkaar helpen"* (Sloterpark). Door het versterken van verschillende (extensieve en intensieve) relaties tussen mensen uit de buurt die elkaar niet kenden, kan De Buurtcamping gezien worden als een van de 'collectieve goederen' waardoor mensen het gevoel krijgen onderdeel te zijn van een groter geheel in de buurt.

Aanbevelingen

● Het aantal Buurtcampings kan de komende jaren groeien, echter het formaat van elke individuele camping dient beperkt te blijven om een vertrouwde, informele en sociale sfeer te behouden.

● Het huidige aantal deelnemers kan op sommige campings nog iets omhoog. Om meer deelnemers te werven kan De Buurtcamping beter tijdens de eerste of laatste weekenden plaatsvinden in plaats van midden in de vakantie, wanneer veel mensen weg zijn. Bovendien kan het eerder verspreiden van het Buurtcamping programma leiden tot meer deelnemers.

● Om minima inkomens te werven zijn Lokale Teams zelf de wijk in gegaan. Aangezien dit een belangrijke voorwaarde vormt voor het slagen van De Buurtcamping dient hier in een vroeg stadium mee te worden begonnen. Om het aantal minima deelnemers te faciliteren en te verhogen dient de samenwerking met Stadspas (Amsterdam) te worden voortgezet en de samenwerking met de U-pas (Utrecht) tot stand te komen. Aangezien niet elke stad over een soortgelijke instelling beschikt dient inkomen op een andere manier te te kunnen worden aangetoond, bijvoorbeeld i.s.m. de Voedselbank. Het Centrale Team kan helpen met een overzicht van organisaties en bijbehorend wervingsplan.

● Het blijven wegnemen van financiële barriéres vraagt ook om een voortzetting van het aanbieden van gratis, te lenen of goedkope producten en diensten.

● Het werven onder etnische organisaties, zoals vluchtelingenorganiaties en/of asielzoekerscentra leverde positieve uitkomsten op en zou dus kunnen worden meegenomen bij het wervingsplan voor volgend jaar.

● Verschillende mensen gaan gemoedelijk met elkaar om. Om kleine conflicten uit de weg te gaan kan een camping ervoor kiezen om 'stiltevakken' te maken voor degenen die veel waarde hechten aan goede nachtrust.

● In de uitgangspunten staat 'openbaarheid' centraal en afsluiting met hekken lijkt hier niet bij te passen. In Utrecht heeft het behalve hogere kosten geen problemen opgeleverd. Het zou aan de camping zelf gelaten kunnen worden of ze hekken passend vinden.

● Het organiseren van reünies kan aangevuld worden met andere manieren om blijvend contact onder kampeerders en vrijwilligers te ondersteunen. Dit kan zowel on- als offline, bijvoorbeeld door het te koppelen aan een bestaand en/of doorlopend platform (zoals een buurthuis), (bewoners)initiatief of cursus.

● Campingbeheerders hebben zeer belangrijke en waardevolle kwaliteiten en dienen gekoesterd te blijven. Naast hun commitment zijn ze professioneel en sociaal. Het Centrale Team kan volgende jaren, naast workshops voor productionele, communicatie en financiele zaken, een workshop organiseren rondom het betrekken van vrijwiligers. Veel beheerders stimuleren dit, maar het is belang om dit onder de aandacht te (blijven) brengen zodat vrijwilligerswerk in goede banen wordt geleid.

● Het organiseren van een Buurtcamping is en blijft een voornamelijk lokale aangelegenheid. Voor behoud van kwaliteit en principes worden Lokale Teams ondersteund door het Centrale team. Ervaring van campingbeheerders blijft van belang, extra nadruk zal komen te liggen op het lokaal werven van fondsen.

Literatuurlijst

Blokland, T. (2009). *Oog voor elkaar: veiligheidsbeleving en sociale controle in de grote stad*. Amsterdam: Amsterdam University Press.

Bureau Dienst Onderzoek en Statistiek (2013) 'Amsterdam in cijfers 2014'

Bureau Dienst Onderzoek en Statistiek (2012) 'Woonvoorkeuren van Amsterdam'

Collins, R. (2005), '*Interaction Ritual Chains*', Princeton University Press

Dekker, A. (2011), '*Encountering difference*'. Formative essay Cities by Design

Gemeente Utrecht (2009) 'Monitor Krachtwijken - meting 2009(1)'

Gemeente Utrecht (2013) ' Wijkambities West 2014 - 2018'

Gemeente Utrecht (2014) 'Sociale Index 2014 - De sociale kwaliteit van Utrecht en haar (sub)wijken in beeld gebracht'

Granovetter, M. S. (1973). "The Strength of Weak Ties". *The American Journal of Sociology* 78 (6): 1360–1380

O+S Amsterdam (2013) 'Stadsdelen in cijfers'

Regenmortel T. van (2009). *Empowerment als uitdagend kader voor sociale inclusie en moderne zorg.* Journal of Social Intervention: Theory and Practice – 2009 – Volume 18, Issue 4, pp. 22–42.

Sampson, R. (2012), *Great American City: Chicago and the Enduring Neighborhood Effect,* University Chicago Press

Stadstat Amsterdam (2015) Thema 'werk, inkomen en economie'

Tonkens, E. (2014) Vijf misvattingen over de participatiesamenleving. Afscheidsrede Evelien Tonkens, Uitgesproken bij haar afscheid als Bijzonder Hoogleraar Actief Burgerschap aan de Universiteit van Amsterdam.

Völker, B. (2008). In ieders belang. Sociologische determinanten voor de productie van collectieve goederen. Oratie uitgesproken op 3-7-2008, Universiteit Utrecht.

Wetenschappelijke Raad voor Regeringsbeleid (2014) 'Hoe ongelijk is Nederland'

Onderzoeksteam

Martje van Ankeren (1984) BA en MA sociologie (UvA) is werkzaam bij de opleiding Urban Management aan de HvA en presenteert het radioprogramma 'Amsterdam leeft' op Amsterdam FM. Sinds 2013 is Martje betrokken bij Placemakers, vooral om mensen de mogelijkheid te bieden om elkaar te ontmoeten in een inspirerende stedelijke omgeving, waarbij creativiteit, zelforganisatie en samenwerking centraal staan.

Anna Dekker (1987) BA Sociologie (UvA), MA Planologie (UvA), en MA City Design and Social Science (LSE) werkt freelance op het gebied van stedelijk-maatschappelijke ontwikkeling. Haar werkzaamheden variëren van onderzoek tot het uitvoeren van sociaal-ruimtelijke experimenten. Anna is onderdeel van het kernteam van Placemakers en tevens medeoprichter van stichting Thuismakers Collectief, een platform ter analyse en bevordering van thuisgevoel in de stad.

Dataverzameling:

• Laurie Kos	Flevopark
• Marthe Ligtenberg	Majellapark
• Jan Oedse	Noordsepark
• Floor Overgauw	Noorderpark
• Elvira Scholten	Sloterpark
• Katusha Sol	Egeldonk
• Malou Swart	Noordsepark, Majellapark
• Ester Velimir-Mangnus	Rembrandtpark
• Hiske Versprille	Flevopark
• Mariska van Zanten	Majellapark

De Buurtcamping 2015

Om De Buurtcamping volgend jaar nog beter te kunnen maken zijn wij erg benieuwd naar uw ervaringen. Alvast heel veel dank voor het invullen van deze enquête.

1) Welke Buurtcamping heeft u bezocht?

- Noorderpark
- Rembrandtpark
- Flevopark
- Plantsoen E buurt
- Sloterpark
- Majellapark (Utrecht)
- Noordse park (Utrecht)

2) Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?

- Kampeerder
- Vrijwilliger
- Dagbezoeker

- (
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Vrijwilliger"
-)

3) Wat heeft u voor De Buurtcamping als vrijwilliger gedaan?

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- (
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Vrijwilliger"
-)

4) Hoe heeft u uw vrijwilligersactiviteiten ervaren?

5) Bent u in het bezit van een stadspas of U-pas?

- Ja
- Nee

6) Bent u eerder op De Buurtcamping geweest?

- Ja, in 2013 en 2014
- Ja, in 2013
- Ja, in 2014
- Nee

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- (
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Dagbezoeker"
-)

7) Denkt u dat u volgend jaar wel komt kamperen?

- Zeker weten
- Waarschijnlijk wel
- Misschien
- Waarschijnlijk niet

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- (
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Dagbezoeker"
-)
- en (
  - Als "Denkt u dat u volgend jaar wel komt kamperen?" *gelijk aan* "Misschien"
  - of
  - Als "Denkt u dat u volgend jaar wel komt kamperen?" *gelijk aan* "Waarschijnlijk wel"
-)

8) Waar hangt dit van af?

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- (
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Dagbezoeker"
-)
- en (
  - Als "Denkt u dat u volgend jaar wel komt kamperen?" *gelijk aan* "Waarschijnlijk niet"
-)

9) Waarom niet?

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- (
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Vrijwilliger"
  - of
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Kampeerder"
-)

10) Met wie was u op De Buurtcamping?

- ☐ Alleen
- ☐ met partner
- ☐ met partner en kinderen
- ☐ met kinderen
- ☐ met vrienden
- ☐ met buren
- ☐ Anders _____

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- (
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Kampeerder"
  - of
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Dagbezoeker"
  - of
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Vrijwilliger"
-)

11) Hoe kent u De Buurtcamping?

- ☐ Via vrienden
- ☐ Via mijn buren
- ☐ Van vorig jaar
- ☐ Via sociale media
- ☐ Via andere media
- ☐ Via een lokale organisatie
- ☐ Anders _____

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- (
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Vrijwilliger"
  - of
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Kampeerder"
-)

12) Geef antwoord op de volgende stellingen:

	zeer mee eens	mee eens	mee oneens	zeer mee oneens
Op De Buurtcamping voel ik mij op mijn gemak	☐	☐	☐	☐
Ik heb het gevoel echt op vakantie te zijn	☐	☐	☐	☐
Ik heb veel nieuwe mensen uit de buurt leren kennen	☐	☐	☐	☐
Door De Buurtcamping heb ik het park beter leren kennen	☐	☐	☐	☐
Door De Buurtcamping heb ik nieuwe organisaties uit de buurt leren kennen	☐	☐	☐	☐
Dankzij De Buurtcamping ga ik dit park vaker bezoeken	☐	☐	☐	☐
Ik kom volgend jaar weer naar De Buurtcamping	☐	☐	☐	☐

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- (
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Kampeerder"
  - of
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Dagbezoeker"
  - of
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Vrijwilliger"
-)

13) Wat vond u het leukste aan De Buurtcamping?

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- (
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Vrijwilliger"
  - of
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Kampeerder"
-)

14) Wat vond u het minst leuk aan De Buurtcamping?

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- (
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Vrijwilliger"
  - of
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Kampeerder"
-)

15) Met welk rapportcijfer waardeert u De Buurtcamping?

- 1
- 2
- 3
- 4
- 5
- 6
- 7
- 8
- 9
- 10

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- (
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Vrijwilliger"
  - of
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Kampeerder"
-)

16) Hoeveel nieuwe mensen heeft u ongeveer leren kennen op De Buurtcamping?

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- (
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Vrijwilliger"
  - of
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Kampeerder"
-)

17) Heeft u meegedaan aan activiteiten op de buurtcamping?

- Ja
- Nee

- (
  - Als “Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?” *gelijk aan* “Kampeerder”
  - of
  - Als “Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?” *gelijk aan* “Vrijwilliger”
-)
- en (
  - Als “Heeft u meegedaan aan activiteiten op de buurtcamping?” *gelijk aan* “Ja”
-)

18) Hoeveel activiteiten ongeveer?

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- (
  - Als “Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?” *gelijk aan* “Vrijwilliger”
  - of
  - Als “Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?” *gelijk aan* “Kampeerder”
-)

Alle niet betaalde activiteiten voor de buurt vallen onder vrijwilliger.

19) Bent u actief in de buurt?

- Nee
- Nee maar ik wil dit wel meer worden
- ja, werkzaam bij lokale stichting/ vereniging
- Ja, als vrijwilliger
- Ja, als zzp'er
- Ja, werkzaam bij stadsdeel/ gemeente
- Anders

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- (
  - Als “Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?” *gelijk aan* “Vrijwilliger”
  - of
  - Als “Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?” *gelijk aan* “Kampeerder”
-)
- en (
  - Als “Bent u actief in de buurt? ” *gelijk aan* “Nee maar ik wil dit wel meer worden”
-)

20) Heeft De Buurtcamping er aan bijgedragen dat u actiever wil worden?

- Ja
- Nee
- Misschien
- Anders

deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- (
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Vrijwilliger"
  - of
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Kampeerder"
-)

21) Wat is uw leeftijd?

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- (
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Kampeerder"
  - of
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Dagbezoeker"
  - of
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Vrijwilliger"
-)

22) Wat is uw nationaliteit?

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- (
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Vrijwilliger"
  - of
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Kampeerder"
-)

Indien dit mag graag emailadres noteren

23) Zouden wij u na ongeveer twee weken per mail nogmaals een vragenlijst mogen sturen

Deze tekst wordt alleen in het voorbeeld getoond. Respondenten zien deze tekst niet.

Deze vraag wordt alleen getoond als aan de volgende criteria is voldaan:

- (
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Kampeerder"
  - of
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Dagbezoeker"
  - of
  - Als "Bent u kampeerder, vrijwilliger of dagbezoeker geweest op De Buurtcamping?" *gelijk aan* "Vrijwilliger"
-)

24) Ruimte voor opmerkingen/ vragen

De Buurtcamping Fase 2 - 2015

Beste kampeerder,

Bedankt dat u aangegeven heeft nog één keer een korte vragenlijst in te willen vullen over uw Buurtcamping deze zomer. Invullen duurt maximaal 5 minuten. Alvast bedankt!

1) In welk park heeft u deze zomer gekampeerd?

- Noorderpark
- Rembrandtpark
- Flevopark
- Plantsoen E buurt
- Sloterpark
- Majellapark (Utrecht)
- Noordsepark (Utrecht)

Volgende >>

2) Geef antwoord op de volgende stellingen:

	Zeer mee eens	Mee eens	Niet mee eens, niet mee oneens	Mee oneens	Zeer mee oneens
Ik heb mensen uit de buurt (beter) leren kennen dankzij De Buurtcamping	☐	☐	☐	☐	☐
Ik zie sinds De Buurtcamping vaker 'bekende' gezichten in de buurt	☐	☐	☐	☐	☐
Ik ben mij meer thuis gaan voelen in de buurt dankzij De Buurtcamping	☐	☐	☐	☐	☐
Door De Buurtcamping ben ik mij actiever gaan inzetten voor de buurt	☐	☐	☐	☐	☐
Door De Buurtcamping ben ik van plan mij actiever te gaan inzetten voor de buurt	☐	☐	☐	☐	☐

3) U geeft aan dat u zich actiever bent gaan inzetten voor de buurt. Hoe doet u dat?

- ☐ Mantelzorg voor buren
- ☐ Vrijwilligerswerk
- ☐ Aangesloten bij organisatie / stichting
- ☐ Buurtactiviteiten organiseren
- ☐ Anders _____

4) Ziet u de mensen die u ontmoet heeft op De Buurtcamping nog wel eens?

- ○ Nee, niet meer
- ○ Ja, soms bekende gezichten in de buurt
- ○ Ja, vaak bekende gezichten in de buurt
- ○ Ja, soms persoonlijk contact
- ○ Ja, regelmatig persoonlijk contact

5) Wat voor soort contact heeft u met de mensen die u ontmoet heeft op De Buurtcamping?

- ☐ Vriendschappelijk
- ☐ Buurtgericht (we zetten ons samen in voor de buurt)
- ☐ Zakelijk
- ☐ Anders _____

6) Waaruit bestaat dit zakelijke contact? Kunt u dit toelichten?

7) Waaruit bestaat dit buurtgerichte contact? Wat doen jullie voor de buurt?

8) Heeft u een activiteit georganiseerd en/of bent u vrijwilliger geweest op De Buurtcamping?

- Ja
- Nee

9) Heeft u hier - het organiseren van een activiteit en/of meedoen als vrijwilliger - iets aan gehad, ook na De Buurtcamping?

10) Denkt u dat u volgend jaar weer naar De Buurtcamping komt?

- Ja, zeker
- Ja, misschien
- Misschien wel, misschien niet
- Waarschijnlijk niet
- Zeker niet

11) Heeft u nog tips of ideeën voor de volgende Buurtcamping?

Bijlage 3 - Betrokken personen en organisaties

Nationale / lokale fondsen
Stichting Doen
Oranjefonds
Skanfonds
VSBfonds
Rabobank
Prins Bernard Cultuur Fonds
Gemeente Amsterdam
Gemeente Utrecht

Betrokken organisaties - overkoepelend
Stadspas Amsterdam, LOXAM, Bosjuweel, Chubb Fire & Security, DIXI, Waternet, Loenatix, Peerby, Voorjebuurt, Arteffects, Ernst Yperlaan, MADE by PR, Walter Groenen, Harmen van Doorn, Pieter H. Smit, Naomi Hoogervorst, Ernst Yperlaan, Julian Schönfeld, Marco Fuchs, Patrick Praaning, Anna Dekker, Roderik Rotting, Hester Huitema, Peerby, Voor je Buurt, Salto FM, Echo, Vrienden van de Parken, de Witte Raaf, de Voedselbank, Dutchband, de Regenboog Groep, Tante Leen en de lokale politie en brandweerdiensten.

Noorderpark
Campingteam
Nadja Cohen, Danielle Chang, Richard Lie en Liza Mulder.

Vrijwilligers
Debora, Philippa, Laica, Yadira, Esmeralda, Petra, Rooitske, Yuba, Bea, Marieke, Imane, Elien, Hanneke, Lina, Opa Rob, Gerard, Peter, Bjorn,Roel, Magda, Irmgard.

Organisaties
Karwei Amsterdam Noord, Rien de Wolf, IJzerwaren Burger & Zonen Meeuwenlaan, Kringloopbedrijf De Lokatie, Ymere, Dirk van den Broek, Broodjeszaak Nick Bos, Voedselbank, EYE Filminstituut, Bed&Breakfast Welcome2Amsterdam, Loket5, Eigen Haard, Zomer DOE BOEK Amsterdam Noord, Rita Gemerts - Noord in Beweging,Thera - Regenbooggroep, Farnoosh - Noorderparkkamer, Kees - Noorderparkkamer, Joop - Cees de Lange timmerwerken.

Rembrandtpark
Campingteam
Beatrice Puijk, Hedwig van der Geer, Bert Kramer, Marius Torenga, Nils Lenstra

Vrijwilligers
Malve, Vural, Peter, Bas, Peter, Alex, Tessa, Farid, Jin, Marie-José, Jordy, Karin, Ayeesha, Daniëlle, Henk, Julissa, Edith, Patricia, Lydia, Hilde, Willy, Amir, Viktoria, Jowesta, Paul, Dieuw, Sara, Rafiq, Tim, Boaz, Dieuw, Rico, Mark, Marie, Simon, Ewout, Anna, Samira, Marianne, Cristel, Dimitra, Sabine, Alicia, Bram, Rein, Dennis, Thalien, Sabine, Vera, Mieke, Thomas en de kinderen van Bouwspeelplaats het Landje.

Organisaties
Stadsdeel Nieuw West, Regiegroep Rembrandtpark, De Buurtzaak, ABC West, Buurtcoördinatoren, Brandweer, Politie Wijkteam Overtoomse Sluis Amsterdam District West, Ara Cora, Vrienden van het Rembrandtpark, 't Landje, Kinderboerderij Uylenburg, Schooltuin Blijdestijn, VoorleesExpress, Juttersdok Kringloopwinkel, West Beweegt, de

Voedselbank, BaarsjesBorrel, BoLoBoost, In West met Mik, Impuls, Tatteljee, Foor El-Qaar, Hotel Ramada Apollo, White Label Coffee, Café Cook, Frits, Zurich, Eetwinkel Buurman en Buurman, Albert Heijn, Podium Mozaïek, Eethuis Vatan, Frank & Lydia's Ijssalon, Etos, Apino Baby & Kinderwaren, Kesbeke, Knotsknetter, Nieuwe Boekhandel, Bagels & Beans

Flevopark
Campingteam
Ganna Verhoeven, Annemarie van der Veen, Luca van der Putten en Feye van Olden.

Vrijwilligers
Andrea, Aissa, Asma, Ash, Ap, Carlos, Carol, Catelijne, Catherine, Cato, Chi Hin, Conchita, Diane, Dieuwer, Dineke, Dorien, Ephraim, Esmeralda, Francesca, Fred, Geert, Geke, Giovanni, Hanane, Hanneke, Hannan, Harro, Hedy Jane, Helena, Hella, Hiske, Huibert, Iggy, Irina, Ivy, Janine, Janni, Jannie, Jennie, Jesper, Joke, Jonas, Jorien, Jose Manuel, JP, John, Juanita, Karen, Karima, Klazien, Lars, Laura, Laura Haverman en familie, Laurie Kos, Liduine, Lucretia, Malika, Maarten, Mark, Malika, Marco, Mirella, Simona, Marit, Marthe, Marvin, Mirjam, Nico, Noud, Pien, Pien, Quirine, Ramfis, Reinout, Remko, Rijna, Rob, Roberto, Sacha, Sanne, Siggy, Sigrid, Suna, Sjoerd, Yomi, Stella, Thiandi, Verity, Wendy, Wim, Wouter, Ymke.

Organisaties
De Alliantie, Albert Heijn Celebesstraat, Bakkerij Hartog, Germieco, Milieuservice Amsterdam, Heman, Spectral Utilities Metabolic, Vrienden van het Flevopark, Camping Zeeburg, Stadsdeel Oost, Fonds voor Oost, Eigen haard, Macbike, De Meevaart, Het Park, GHV Bouw Amsterdam, Gunters en Meuser, van Gelder, Heim in Transvaal, Flevoparkbad, Studentenvereniging Congo, Instroomhuis Leger des Heils en HvO Querido, Jeugdland & Maakland, VIIA, Bar Joost, ZelfDesign, Brandweer Oost, Looveren, Voedselbank, Het Danspaleis.

Sloterpark
Campingteam
Karin Arendsen, Mara-Joy Elfring, Vincent Jacobs, Dorèndel Overmars, Esther Tienstra en Kinga Visser

Vrijwilligers
Bettien, Harmien, Zaza, Kim, Yiemtida, Amaury, Matteo, Warner, Dirk, Hugo, Rudy, Halima, Carolien, Nancy, Carolien, Jan Albert, Elizabeth, Jeroen, Josje, Marc, Jan, Abegail, Dieuwertje, Glenda, Marjan, Graeven, Therese, Michiel.

Organisaties
Eigen Haard, Eigenwijks, Stadsdeel Nieuw-West, Deco Home Brandeis, Kantoor Karavaan, Flexa, Gamma Hemweg, Bruna Plein '40-'45, Primera Dijkgraafplein, Buurtjes V.O.F. Horeca leverancier, Supermarkt Nieuw-West, Supermarkt Yakhlaf, Restaurant Meram Osdorp, Bakkerij Kara Firin, Erom Kledingreparatie De Gouden Schaar, Hotel Buiten, Buurtwerkplaats Noorderhof, Broedplaats De Vlugt, Enorm Jan van den Broek, Mizza Hendrix, Victor Sams, Yinske Silva, Grey Vibes, Street Art Museum Amsterdam, Salsa Rolf, De Natureluur, Sport Stadsdeel Nieuw-West, Vrienden van de Sloterplas, Go Ahead, make my hair, De Koele Kachels, Huis van de Wijk Slotermeer in De Honingraat, Watersportcentrum Slotermeer.

Egeldonk
Campingteam
Jeroen Kruisheer, Yvonne Kruisheer, Bianca Hamstra, Ellen Jansen, Ester Zerbo, Marjon van Dijken, Margriet Valkman

Vrijwilligers
Thijs, Karim, Joost, Djanida, Erna, Frits, Siska, Saskia, Jeroen, Daniel, Thea, John, Marjoleen, Sarah, Ricardo, Shomara, Sandy, Patrick, Ingeborg, Radjiv, Leo, Heidi, Gerswin, Marcia, Jetty, Adjai, Rona, Isebelle, Jessica, Ernest, Lars, Bas de G., Alex, Bas de V., Rene

Organisaties
Kinderboerderij Gliphoeve, Voedselbank Hoop voor Morgen, Sab di Hatti, Islamitische Slagerij Rashied, Fruitman 'Staartje' van de Ganzenhoefmarkt, Changoer - Khoen Khoen van de Ganzenhoefmarkt, Spakenburger Vishandel Bram Muys & Zonen, Bakkerij Pizzeria Ganzenpoort, Wijk7, Hockeyclub VVV, Kids Mix Food, Uniek nagels en schoonheid, Atouli Sea food & tropical Food, Gemeente Amsterdam, Stadsdeel Zuidoost, BAM-huis "bewoners" Elsrijkdreef, Eigen Haard, Rochdale, Dura Vermeer, Bloei en groei, Gall & Gall Diemen Centrum, Gamma Zuidoost, Sjakie Knakie, Toko Kai Hing, Habib Bijouteriën (Dappermarkt), Op=Op, Jumbo (Diemen Kruidenhof), Eben Haëzer, La Duquesa, Buurttelevisie Zuidoost, Swazoom, Cordaan, Afdeling beheer Stadsdeel ZO, Politie, No-Limit, Ferrero Rocher, Verpleeghuis De Venser

Noordse Park
Campingteam
Eva Leen, Rachella Dubbeldam en Suzan Verdonschot.

Vrijwilligers
Sven, Bas, Ben, Irene, Rico, Rafael, Louise, Lex, Jeffrey, Michelle, Michael Angelo, Verena, Christian, Marijke, Aida, Meittie, Rik, Ron, Cybille, Babbe, Sonja, Jan, Henk, Eva, Murna, Fleur, Jessica, Ellen, Alinde, Joska, Jolanda, Jasper, Mieke, Natasja, Malou, Caithlyn, Hans, Henri, Hennie, Olga, Dylano, Ans, Thijs, Mitchel, Martin, Jan, Wendy, Lauren, Melissa, Louise, Mariska, Sonja, Rita, Astrid, Lotte, Anita, Ayse, Robbert, Ellen, Robert-Jon, Wendy, Evert, Joop, Jos, Jurjen, Claudia, Anne, Evert, Joop, Dinie en alle andere helden!

Organisaties
De Gemeente Utrecht, Het Wijkbureau Noordwest, Ondernemersfonds Utrecht, Stichting Elise Mathilde fonds, Stichting Boschuysen, Jij Maakt Het Mee, het Initiatievenfonds Utrecht en de Sint Ludgerusparochie, Stichting Mohuka, Le'zzet, Speeltuin Noordsepark, Stichting JoU, Victas, Leger des Heils, De Deelkelder, De Waarde, Stichting de Goede Winkel, Jongerentheater LINK, Me'kaar, Bakker Boonzaaijer, Albert Heijn Willem van Noortplein, Albert Heijn Oudenoord, Fietsenwinkel Huijssen, Cheap Bikes, AWB Computing, Jonas dagopvang, Sarah Mini Market en De Buurtkerk.

Majellapark
Campingteam
Marith Hameter, Roos Polman, Mark Polman, Maurits Logtenberg, Miriam Frantzen, Suzanne van Luijn

Vrijwilligers
Abder, Abubakar, Ali, Alla, Angeline, Anita, Anja, Anja vG, Anja vA, Anne, Annelies, Arjen,

Arne, Astrid, Bart, Bas, Bert, Bethany, Bob, Bouraqba, Bram, Carolien, Channah, Dawit, Diane, Edward, Ellen, Erik, Ernesto, Eva, Floor, Jos, Frank, Greet, Hadj, Hanna, Hans, Heddy, Heleen, Hester, Ibrahim, Iek, Inge, Irma, Ivar, Jacco, Jan, Jan Willem, Jelmer, Jeroen B, Jurjen, Jeroen J, Jeroen v E, Jess, Jo, John, Johan, Joost, Julia, Julia M, Lies, Liesbeth, Lisanne, Lora, Maarten, Maike, Malinde, Marcel, Margriet, Marieke, Marja, Marthe, Mathea, Michiel, Milou, Miranda, Mirre, Mohamad, Mohammed, Moustafa, Obadh, Omar, Paboy, Peter, Pien, Thomas, Pim, Rachella, Jon, Rene, Robbert-Jon, Robbie, Roos, Rudolf, Sam, Samson, Serge, Shizoeka, Suzanne, Taco, Watan, Yulia

Organisaties
AH Lombok, BAST, Beeldkrant Oase, Beeldkrant Rosa, Buurthuis Rosa, Centrum Emma, COA Azc Utrecht, CGK Utrecht-west, de oranje man, de Vergroening van Utrecht, de Wijkplaats, Doe Lombok, Dreefnieuws, de Deelkelder, DUIC, Emma Peace-organisation, Emmaus, Gamma, gemeente Utrecht (armoede beleid), gezonde ademhaling (buteyko), Gowiththeyogaflow, Harten voor Sport, Hadj Ontwerpt, Het wilde westen, Houtzaagmolen de Ster, Join the pipe, jopie's bloemenhuis, Jongerentheater Link, JP Coenhof, Kanaalstraat leverancier, KEES, Kers koken ervaren spelen, Kopi Susu, Koffie en Ik, Kringloop de Arm, Liefs uit Utrecht, Lombox, Ludens, Maanzaad, Me'kaar, MCD Supermarkt. Molen erf, Parc388, de Plantenfabriek, Rollende resto Utrecht, Schimmelpleinfestival, State of tango, Stichting Jou, Stichting de Vrolijkheid, Team Anoniem bbq Cremerstraat, Thuisafgehaald, U-pas, Ubuntu, Utrechtse armoede coalitie, Voedselbank Lombok, VWC Utrecht, Wijkagent, Wijkbureau West, wijkraad West, Young Voedingsadvies.

De Buurtcamping Omroep
Jesper Buursink, Gerben WIllers, Heleen Hummelen, Kika Booy, Meis Francken, Julia Feller, Bobby Schinkel.

Stichting de Buurtcamping
Roderik Schaepman, Katusha Sol, Daan Hofman, Renet Ponsen, Cathelijn de Reede, Jesse Jop Jorg, Feye van Olden, Mariska van Zanten, Jeroen Pieterse, Luca van der Putten, Floor Overgaauw, Lianne van Westrhenen.