



December 1996, 15e jaargang nummer 143

# Samenlevingsopbouw

**Activering van  
ondernemers  
in de wijk**

**Mooi Zo, Goed Zo**

**Werk maken van  
wijkeconomie**

**Katern**



- 3 Met MO op conferentie in Zürich  
Schets van de opbouwwerk-traditie in  
Nederland, Fenny Gerrits
- 7 Studiedag opbouwwerk en gezondheid
- 9 Activering van ondernemers in de wijk,  
Fenny Gerrits

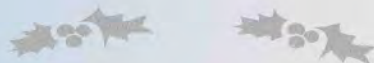
### **Katern MO/Samenlevingsopbouw:**

Mooi Zo, Goed Zo

- 12 Kiosk, Norbert Broenink
- 14 Met het oog op de cliënt, sDG
- 15 Werk maken van wijk economie, Theo  
Hagendoorn, Ministerie van Binnenlandse  
Zaken
- 18 Huisvesting in relatie tot armoede, EAPN
- 19 Beleid bijstandsmoeders per gemeente ver-  
schillend, Vrijbaan  
Migranten actief betrokken bij de eigen  
buurt, ASW
- 20 Advertentie

In deze laatste MO van dit jaar veel informatie over een onderwerp dat de meeste opbouwwerkers na aan het hart ligt: **de samenwerking met het bedrijfsleven in de buurt**. Het is in de praktijk niet zo eenvoudig om bedrijven te betrekken bij leefbaarheid, maar op verschillende plekken worden er plannen gemaakt en uitgevoerd om bedrijven ook op hun sociale verantwoordelijkheid te wijzen. Wij hopen dat hier een inspirerende werking vanuit gaat. Tevens bevat deze MO een lezersonderzoek. Wij willen u dringend verzoeken de enquête ingevuld te retourneren; het is belangrijk voor ons.

*Prettige feestdagen toegewent.*



**MO/Samenlevingsopbouw** is een vakblad van, voor en over de samenlevings- en opbouwwerkpraktijk. Het verschijnt tenminste acht maal per jaar.

**Samenstelling en redactie:** Fenny Gerrits (eindredactie), Greet Heltinga, Wil van de Leur, Chris Veldhuysen en Kees stuurrop.

**Administratieve ondersteuning:** Patty Schellekens en John Struiken.

**Foto/illustratie omslag:**

**DTP:** John Struiken

**Omslag en druk:** Stimio Meteren.

De jaarabonnementsprijs bedraagt f 72,50 voor het eerste en f 69,50 voor het tweede en verdere abonnementen. Losse nummers kosten f 12,50. (Prijzen exclusief portokosten.)

Opzegging van abonnementen dient schriftelijk vóór 1 december te geschieden. ISSN 0929-2187.

**Redactie en administratie:**

Prinsegracht 51, 2512 EX Den Haag.

Telefoon: 070-380 4431, faxnummer: 070- 380 9973.

e-mail Internet: lcopbouw@xs4all.nl



Een uitgave van :  
het Landelijk Centrum Opbouwwerk

# Met MO op conferentie in Zürich

Begin 1996 kwam een Zwitserse collega, Ueli Troxler samen met Charles Landert op bezoek bij het LCO. Zij kwamen vragen om suggesties voor het organiseren van een conferentie later in het jaar. Ueli Troxler is MO-abonnee en het leek hem een goed idee om eens bij ons te vragen welke onderwerpen zich zouden lenen voor presentatie op 'zijn' conferentie. In Zürich is welzijn een aangelegenheid van de gemeente. Er wordt daar niet gewerkt als van oudsher in Nederland, via het particulier initiatief. Via MO hadden zij echter een aardige indruk gekregen hoe hier wordt gewerkt en het leek hen een leerzame ervaring voor hun Zwitserse collega's om eens een kijkje in de keuken bij een aantal Nederlandse collega's te nemen.

In september was het dan zover. De conferentie 'Strategien zur integrierten Lösung sozialer Probleme in Stadt, Agglomeration und Gemeinde' vond plaats op 19 september in de Paulus-Akademie te Zürich. Na veel voorbereiding waren de lezingen inmiddels klaar en vertaald en kon de zaak 'los gehen'. In samenspraak met de Zwitserse collega's waren de volgende onderwerpen op de agenda gezet: de traditie van het Nederlandse opbouwwerk, reïntegratie van werklozen, ouderondersteuning, veiligheid in de buurt, kwaliteitspanelen en de rol van de gemeente bij de uitvoering van opbouwwerkprojecten.

De lezing over de traditie van het Nederlandse opbouwwerk is (hierna) in deze MO afgedrukt omdat de redactie hoopt dat de collega's hun voordeel zullen kunnen doen met dit historische 'doorkijkje' met betrekking tot hun beroepsgroep. De daarin vermelde feiten zijn niet voor iedere lezer 'gesneden koek'.

Om iets te vertellen over reïntegratie van werklozen was Frank Pavius, directeur van Buurtbeheerbedrijf Hillesluis (Rotterdam) uitgenodigd. Hij moest echter door omstandigheden op het allerlaatste moment verstek laten gaan. Zijn verhaal is wel aan de congresbundel toegevoegd. Het onderwerp

'Ouderondersteuning' werd uit de doeken gedaan door Folkert Bouma en Tina Kraai van St. De Ploeg uit Beetsterzwaag, Friesland. Folkert belichtte meer de algemene werk-principes die opbouwwerkers zijn aangeleerd en die voor iedere thematek bruikbaar kunnen zijn. Tina spitste haar verhaal meer toe op het thema.

Onder de titel 'Mehr Sicherheit durch Zusammenarbeit' verzorgden Reint Meier, Geni Horstink en Henk Pierik een voordracht over het project Zelfredzaamheid dat het LCO uitvoert in samenwerking met de SMVP. Als 'case' was hier het Deventerse koppel Horstink/Pierik genomen, dat iets uitgebreider kon ingaan op de (Deventerse) details. Met name dit onderwerp nep veel vragen op bij de Zwitserse collega's. Men verbaasde zich over het gemak waarmee de opbouwwerkster en de wijkagent gezamenlijk de schouders er onder zet-

ten. Zoiets is in Zwitserland, vanwege de afstand tussen de verschillende werkculturen (nog) niet mogelijk.

Daarna volgde een lezing over het Kwaliteitspanel Rotterdam, door ondergetekende. Vele Zwitserse werkers waren geïnteresseerd in dit instrument om overheidsdiensten te beoordelen. Bovendien achtte men het direct toepasbaar. Maar 's middags in de workshop bleek wel dat er toch een aantal haken en ogen kleven aan een Zwitserse uitvoering, aangezien er in Zwitserland niet voldoende vrijwillig kader op wijkniveau bestaat om tot een verantwoorde (= zo representatief mogelijke) peiling te komen. Bovendien had men twijfels over de reactie van de politiek op mogelijke uitkomsten. In Rotterdam is het Kwaliteitspanel 'omarmd' door de politiek, zover zijn ze in Zwitserland nog niet, vreesde men. Hierna kwam Berrie Schattenberg, werkzaam bij de gemeente Nijmegen aan het woord. Zijn verhaal over de gemeentelijke inspanning ten aanzien van de integrale wijk aanpak moet voor de Zwitsers verbazingwekkend hebben geklonken, aangezien dit ver af staat van wijze waarop in Zwitserland met welzijn wordt omgegaan. Het was, kortom, een geslaagde conferentie, volgens de aanwezigen en organisatoren. De Zwitserse collega's hadden het idee dat ze een dergelijke oppepper goed konden gebruiken. Wij wachten af op vervolgontwikkelingen, want het zou toch aardig zijn indien men het aangeboden om zou zetten in daden. (Fenny Gerrits)

## Schets van de opbouwwerk-traditie in Nederland

door Fenny Gerrits

[Dit is de Nederlandse versie van een tekst die op 17 september in Zürich, in het Duits is uitgesproken.]

In 1993 hebben wij de naam van het vakblad Mededelingen Opbouwwerk veranderd in MO/Samenlevingsopbouw. Dit had alles te maken met de veranderde context van het werk. Aan de hand van een historische schets zal ik u proberen enigszins duidelijk te maken waarom die verandering

geboden was. Tevens is het mogelijk dat u dan een beter inzicht zult hebben omtrent de plaats die opbouwwerk in heden en verleden heeft ingenomen in het totaal van de Nederlandse welzijnssector.

### Het begin

Aanzetten tot opbouwwerk kwamen in Nederland voor het eerst voor in de periode tussen de twee wereldoorlogen, en wel voornamelijk in de provincie Drenthe. Dit

was in die tijd een zeer armoedig gebied waar grote behoefte bestond aan ondersteuning die zich richtte op het aanpakken van problemen in de leef- en woonsituatie. De voorlopers hielden zich met name bezig met activiteiten op het gebied van buurt- en clubhuiswerk, in de stad en op het platteland. Opbouwwerk is ontstaan uit het maatschappelijk werk, dat zich richtte op het individu met problemen. Vanuit dit werk ontstond toen de behoefte om naast het individu ook de sociale omgeving als

onderwerp te nemen. Vele problemen zijn immers sociaal bepaald en laten zich niet op individueel niveau beïnvloeden. Ten aanzien van de aard van de veel voorkomende sociale problemen kan men hier een relatie leggen met de economische crisis van de dertiger jaren. In die tijd heerste massa-werkloosheid en werd er veel armoede geleden, zowel in de stad als op het platteland. In het land waar de methode opbouwwerk (community development and community organization) vandaag komt, Amerika, was het ook in die tijd ingezet als middel om allerlei crisisverschijnselen het hoofd te bieden. Nog tijdens de Tweede Wereldoorlog leefde bij de Nederlandse regering het besef dat er veel aandacht zou moeten worden geschonken aan de wederopbouw van het land, waarbij niet alleen de economische aspecten van levensbelang waren maar ook de sociale verbanden speciale aandacht nodig zouden hebben. Oorspronkelijk was het sociaal werk een taak geweest van het particulier initiatief, in Nederland vooral organisaties van kerkelijke signatuur. Na de Tweede Wereldoorlog zou er moeten worden geïnvesteerd in betere afstemming en coördinatie van de inzet van het sociaal werk in de verschillende gebieden, door de diverse actieve organisaties. Daartoe werd al in 1943 Nederlands Volksherstel opgericht door de regering in Londen. Na de oorlog had deze organisatie tot taak om de behoefte aan ondersteuning van de bevolking bij de oplossing van hun problemen in kaart te brengen en het ondersteuningsaanbod te organiseren. Parallel aan de economische wederopbouw, waarbij met Marshall-gelden diverse regio's in Nederland economisch werden ontwikkeld, werd er een structuur in het leven geroepen die sociale problemen van de bevolking moest helpen oplossen. Uit de Provinciale atdelingen van Nederlands Volksherstel ontstonden geleidelijk aan de Provinciale Opbouworganen. De Opbouworganen beoefenden opbouwwerk op provinciale en regionale schaal, dat betekent dat de opbouworganen als taak kregen om in de ontwikkelingsgebieden de bevolking te betrekken bij de economische (industriële en agrarische) planning. Het is gemakkelijk voor te stellen dat dergelijke ingrijpende processen als industrialisatie en agrarische herverkaveling ook grote consequenties met zich meebrachten op sociaal terrein. De Opbouworganen kregen

als taak de bevolking te betrekken bij de stimuleringsprogramma's via de diverse particuliere organisaties waarin een groot deel van de bevolking was georganiseerd. Dit betekent dat de organisaties die voor de oorlog actief waren op welzijnsterrein, de veelal kerkelijke verbanden, ook na de oorlog actief bleven. De opbouworganen hadden echter tot taak gekregen om namens de overheid die activiteiten te coördineren. Het opbouwwerk in die tijd vervulde een belangrijke functie die echter het welzijn van de mensen ondergeschikt maakte aan het economische streven. Doel was versterking van het algemeen belang, er moest immers hard worden gewerkt. Het opbouwwerk richtte zich in die tijd vooral op 'onmaatschappelijkheidsbestrijding' en op het inpassen van 'moeilijke groepen' in de maatschappij.

In 1952 was het Ministerie van Maatschappelijk Werk ingesteld. Nederland was bezig een verzorgingsstaat op te bouwen. Naast allerlei sociale inkomensregelingen zoals een ouderdagsvoorziening, arbeidsongeschiktheidsuitkering en later een algemene bijstandsuitkering als sociaal vangnet voor de allerarmsten, werd er ook hard gewerkt aan een stelsel van welzijnsvoorzieningen die door de overheid werden gesubsidieerd. Naast de Provinciale Opbouworganen, werden later ook nog Raden voor Overleg en Advies ingesteld in de grote steden. De ideeën uit de Amerikaanse vakliteratuur over 'community organisation' raakten verder verspreid. Dit leidde er mede toe dat het Ministerie van Maatschappelijk Werk de opbouwwerkmethode ging beschouwen als de kern van een nieuwe werksort, die een eigen subsidieregeling rechtvaardigde. Men noemde het destijds 'Maatschappelijk opbouwwerk'.

Historisch gezien had het opbouwwerk dus drie taken:

- \* het bestrijden van armoede en onmaatschappelijkheid, het helpen aanpassen van moeilijke groepen; het inspelen op nieuwe ontwikkelingen en problemen. Dit is de hulp- en ontwikkelingsstaak van het opbouwwerk.
- \* het ontplooiën van nieuwe initiatieven; het coördineren van (particuliere) instellingen en (overheids)instanties, het democratiseren van welzijnsbeleid. Dit is de sociale planningstaak.

\* het ondersteunen van de eigen initiatieven van bevolkingsgroepen. Het bevolkingsondersteuningstaak.

(In werkelijkheid lopen deze drie taken door elkaar, het onderscheid is puur analytisch.)

## Bloei tijd

Het Nederlands overheidsbeleid ging zich vanaf omstreeks 1960 steeds meer richten op het welzijn van de burger. Dit was mogelijk door de toenemende welvaart van de samenleving. Het opbouwwerk groeide sterk in de periode 1965-1974. Er werd veel geld door de overheid geïnvesteerd in de participatie van de bevolking. Het opheffen van sociale achterstanden, samen met de bewoners werd ook beschouwd als een belangrijk middel ter versterking van de democratie. Ook wordt in deze periode de methode opbouwwerk door vele andere welzijnswerkers, zoals buurtwerkers, vrouwenwerkers, minderhedenwerkers en emancipatiewerkers overgenomen. Daarmee wordt opbouwwerk een bestanddeel van andere typen van welzijnswerk. In deze periode zie je op lokaal niveau een 'traine', die wordt gevormd door overheid, bevolking en particulier initiatief. De landelijke overheid, die het opbouwwerk direct subsidieerde, gebruikte in die tijd het opbouwwerk als intermediair (vertegenwoordigend) kader in de lokale setting. Hiermee werd het opbouwwerk een soort 'extra' kader dat ter plekke mee vorm gaf aan het welzijnsachterstandsbeleid, met de landelijke overheid als (ondersteunende) 'achtervang'. Dit verleende het opbouwwerk een comfortabele positie van waaruit veel goeds is ingebracht in de lokale verhoudingen. De opbouwwerker functioneerde hier bijna als een organisatie-adviseur, gezien zijn onafhankelijke positie ten aanzien van de andere lokale uitvoerders van het welzijnswerk.

Ook de in gang gezette Stadsvernieuwing bood het opbouwwerk veel kansen tot ontwikkeling. Na de oorlog was er lange tijd woningnood in Nederland, het bestaande huizenbestand was ook slecht onderhouden en verouderd. Opbouwwerkers hebben zich op allerlei plaatsen in Nederland verdienstelijk gemaakt door het opbouwen van bewonersorganisaties die als gesprekspartner van de lokale overheid konden dienen. Dit was nodig omdat het bouwen of ver-



nieuwen van grote woonwijken alleen maar succesvol uit kan pakken als de toekomstige bewoners ook instemmen met hun nieuwe woonplek. De periode van de Stadsvernieuwing heeft een onuitwisbaar stempel gedrukt op de beroepsmatige oriëntatie van de opbouwwerker. Helaas kunnen we stellen dat hier niet alleen veel goeds uit voort is gekomen; het heeft ook in een aantal wijken geleid tot grote eigenmachtigheid van opbouwwerkers die zich radicaal opstelden tegenover het lokale gezag. Er is toen een reactie gekomen vanuit het landelijke welzijnsbeleid, enerzijds vanuit deze negatieve ervaringen, anderzijds vanuit bezuinigingsoverwegingen. In 1973 werd Nederland immers (net als de rest van West-Europa) geplaagd door de Oliecrisis. Dit genereerde sombere economische perspectieven.

### Decentralisatie

In 1974 werd de Knelpuntennota gepresenteerd, waarin voorstellen werden toegelicht om de relatie tussen het landelijke en lokale welzijnsbeleid te veranderen. In het kort komt dit neer op het stopzetten van directe landelijke financiering van het opbouwwerk. De lokale overheid moest in het vervolg zelf volledig verantwoordelijk zijn voor het lokale welzijnsbeleid. Dit houdt in dat het opbouwwerk onder druk kwam te staan. De werkers stonden voor de moeilijke taak om de eigen prestaties meetbaar en inzichtelijk te maken volgens de regels van allerlei nieuwe en technologisch getinte budgetteringssystematieken die de lokale overheid nu ook op het opbouwwerk ging toepassen. Dit is een moeilijke taak omdat door de werker veel tijd en aandacht wordt besteed aan het goed doen verlopen van processen. Er is vaak een lange, procesmatige aanloop nodig om tot een concreet project te komen, dat laat zich moeilijk uitdrukken in geld.

Op plaatsen waar het opbouwwerk altijd goed heeft gefunctioneerd heeft het zich gehandhaafd, op plaatsen waar de relaties tussen het opbouwwerk en de gemeentelijke overheid verstoord waren is flink op opbouwwerk bezuinigd. Omdat deze tendens van afbrokkeling van het opbouwwerk te keren is in 1982 het Landelijk Platform Opbouwwerk opgericht. Deze organisatie is op initiatief van een aantal opbouwwerkers, verspreid over het hele land in het leven geroepen om de overgebleven vitale krachten te bundelen. Een belangrijk mid-

del hertoe was de uitgave van een vakblad, speciaal voor opbouwwerkers: Mededelingen Opbouwwerk. Dit blad heeft veel bruikbare informatie en beleidsanalyse onder opbouwwerkers verspreid. Dit tijdschrift heeft eraan bijgedragen het eigen gezicht van de werksort in stand te houden. Het decentralisatiebeleid heeft naast verandering van de verhoudingen op lokaal niveau, ook geleid tot herstructurering van de landelijke en provinciale 'hulpstructuur' van het welzijnswerk als geheel, en dus ook van het opbouwwerk, die na de oorlog zo'n belangrijke rol had vervuld in de sociale Wederopbouw van Nederland. De Provinciale Opbouworganen (op een paar na) zijn opgeheven, evenals de Raden voor Overleg en Advies en de Nationale Raad voor Maatschappelijk Welzijn. Rond 1990 is de hele operatie voltooid. Het opbouwwerk heeft uiteindelijk een eigen landelijke organisatie weten te handhaven: het Landelijk Centrum Opbouwwerk.

Het decentralisatiebeleid heeft geleid tot een andere organisatie van het welzijnswerk op lokaal niveau, en heeft dientengevolge ook invloed gehad op werkwijzen en visie op het beroep. Vanuit het LCO zijn de ontwikkelingen in de praktijk op de voet gevolgd. De aldus verzamelde informatie is gebruikt om een beroepsprofiel samen te stellen (1990), inmiddels is er al een tweede (bijgewerkt) Beroepsprofiel verschenen. Uitgever is de Dr Gradus Hendriksslichting, een dochterstichting van het LCO die 1990 ook een leerstoel heeft ingesteld op het gebied van de Wetenschappelijke Grondslagen van het Opbouwwerk. Inmiddels is de tweede hoogleraar deze zomer aan de Erasmus Universiteit in Rotterdam aangetreden. De stichting die de leerstoel onderhouden is genoemd naar Gradus Hendriks, oud-directeur Maatschappelijke Ontwikkeling van het ministerie van Cultuur. Recreatie en Maatschappelijk Werk die zich in de na-oorlogse tijd in Nederland zeer heeft ingezet voor de ontwikkeling van het opbouwwerk.

### Vernieuwing

Onder invloed van het decentralisatieproces is er veel opbouwwerk wegbezuinigd in de Nederlandse samenleving. In de jaren 1970 waren er ongeveer 3.000 opbouwwerkers in Nederland actief, in 1990 waren dat er ongeveer 1000. Dit heeft grote gevolgen gehad voor de positie van het werk op alle niveaus in de

samenleving. Tegelijkertijd kunnen we echter constateren dat er vanaf die datum ook sprake is van een opleving van het werk, ditmaal weer onder invloed van landelijk beleid.

In 1990 werd de Sociale Vernieuwing in Nederland geïntroduceerd door het Ministerie van Binnenlandse Zaken. Al eerder was het in gang gezet door de gemeente Rotterdam, in 1989. Rotterdam mag als 'uitvinder' en bakermat van de 'Sociale Vernieuwing' worden beschouwd. Het ministerie heeft het overgenomen en er is een speciale projectgroep voor in het leven geroepen. Sociale Vernieuwing is een poging om de problematiek vooral in de grotere steden in het land te keren. Het is voortgekomen uit het Probleem-Cumulative-Gebieden-beleid (PCG-beleid), dat in de jaren tachtig, ook door het ministerie van Binnenlandse Zaken, al werd ontwikkeld. PCG-beleid is een poging om in duidelijke achterstandswijken, waar problemen zich opstapelen, de negatieve spiraal te keren. Het zou een integraal beleid hebben moeten zijn, waaraan verschillende ministeries zouden deelnemen, zowel financieel als beleidsmatig. Dit is niet gelukt, vanwege de verkokering van het bestaande beleid en de onwil om daar iets aan te doen. In 1990 probeer ze het weer met Sociale Vernieuwing.

Sociale Vernieuwing richt zich op het bestrijden van achterstanden via een integrale beleidsstrategie. Ditmaal lukt het wel om vanuit het landelijke beleidsniveau een proces aan te sturen dat leidt tot hervorming van de lokale bestuurspraktijk. Wellicht speelt hier ook een rol dat de decentralisatie inmiddels voltooid was, waardoor er op lokaal niveau minder weerstanden bestonden tegen programma's van de rijksverheid. Feit is echter, dat Sociale Vernieuwing in ieder geval heeft geleid tot een opwaardering van het opbouwwerk in vrijwel alle steden van het land. Dit is niet in de laatste plaats te danken aan het landelijke opbouwwerk, zoals dat was geconcentreerd in en rond het LPO (het huidige LCO).

Naar aanleiding van het PCG-beleid is in de tachtiger jaren vanuit het LPO het Landelijk Samenwerkingsverband Achterstandsgebieden (LSA) opgericht, dat als intermediair kader kon fungeren tussen het ministerie van Binnenlandse Zaken en de gemeentelijke beleidskaders en het lokale uitvoerende werk. Het LSA

heeft die rol voortgezet ten aanzien van Sociale Vernieuwing en het huidige Grote Steden-beleid. Ook nu nog is het LSA een belangrijk samenwerkingsverband voor opbouwwerkers, gemeentebesturen en bewoners die gezamenlijk vorm moeten geven aan het GS-beleid in de 19 steden.

Sociale Vernieuwing is in essentie een (magere) rijkssubsidie-regeling, volgens welke alle gemeenten extra geld kunnen ontvangen om investeringen te plegen op het gebied van achterstandsbestrijding en welzijn in de lokale samenleving. Hierbij staat de bevordering van de participatie van de bevolking centraal. Sociale Vernieuwing richt zich op drie levensgebieden, in de nota 'Opdracht en Handreiking' van het ministerie van Binnenlandse Zaken 'cirkels' genoemd.

\* arbeid, inkomen en scholing; werk;

\* kwaliteit van de dagelijkse leefomgeving; wonen;

\* innovaties op sociaal en cultureel terrein; welzijn.

Er moet geen 'top down'-beleid meer worden geïmplementeerd door gemeenten, maar 'bottom-up'-beleid, dat wil zeggen beleid dat is gevormd vanuit de bevolking zelf, met gebruikmaking van informatie die afkomstig is van de mensen zelf. In 1994, als er weer gemeenteraadsverkiezingen zijn, en er dus weer nieuwe bestuursprogramma's worden opgesteld, neemt de Bestuurlijke Vernieuwing dan ook een belangrijke positie in. 'Om Sociale Vernieuwing goed tot stand te kunnen brengen moet het lokale bestuur ook anders met de burgers omgaan', is dan de boodschap. In vele gemeenten zijn het de opbouwwerkers die concreet met Sociale Vernieuwing en later ook met Bestuurlijke Vernieuwing aan de slag gaan.

In 1995 wordt er door het ministerie van Binnenlandse Zaken een nieuw programma geïntroduceerd in de Nederlandse steden: het Grote Steden-beleid. Het Grote Steden-beleid richt zich voorlopig op 19 steden in Nederland waarvan de 'grote vier' Amsterdam, Rotterdam, Utrecht en Den Haag een speciale behandeling ontvangen. Dit laatste is nodig vanwege de omvang van de problematische wijken in die steden, waarvan er een aantal ongeveer even groot zijn als een gemiddeld Nederlands stadje. Het GS-beleid bouwt voort op de ervaringen van het PCG-beleid en de SV-

beleid en heeft ook als doelstelling om in de achterstandswijken van de steden via gericht beleid de sociale problemen op te lossen. Er is ook extra geld voor vrijge-maakt. De vier grote steden ontvangen daarnaast nog Europese ondersteuning in de vorm van URBAN-gelden.

In de Nederlandse beleidprogramma's is het ministerie van Binnenlandse Zaken de initiatiefnemer geworden ten aanzien van een aanzienlijk deel van het achterstandsbeleid. Dit heeft te maken met de missie van dat ministerie om meer samenwerking tussen verschillende beleidssectoren tot stand te brengen op landelijk niveau. Op dat niveau is men ook bezig om wetgeving aan te passen aan de nieuwe manier van werken. Natuurlijk wordt hiermee ook de samenwerking (tussen verschillende beleidsgebieden op lokaal niveau verder gestimuleerd. Op lokaal niveau wordt op twee manieren aan Sociale Vernieuwing gewerkt:

- de gebundelde strategie - Sociale Vernieuwing is naast welzijn niet (meer) als apart beleidsterrein te herkennen; beide beleidsterreinen zijn dusdanig met elkaar versmolten (geraakt) dat van een aparte prioriteitsstelling en aanpak geen sprake is. Deze strategie treft men vooral aan in kleinere gemeenten en in deelgemeenten van de grote steden.
- de complementaire strategie - Sociale Vernieuwing en welzijn worden daarbij binnen gemeente als apart beleidsterrein onderscheiden. Er wordt wel onderkend dat er raakvlakken zijn tussen beide beleidsterreinen; ze vullen elkaar aan. Dit treft men vooral aan in sterk verstedelijkte gemeenten. De taakverdeling die is ontstaan tussen welzijn en Sociale Vernieuwing maakt dat welzijn zich meer op structurele aspecten van achterstandsbestrijding richt (voorwaarden). Sociale Vernieuwing meer op acute probleemsituaties.\*\*

### Samenlevingsopbouw

Zoals ik al eerder vertelde is de naam van het vakblad van opbouwwerkers in 1993 veranderd van Mededelingen Opbouwwerk naar MO/Samenlevingsopbouw. Hiermee grijpt de uitgever terug naar de periode waarin in Nederland over samenlevingsopbouw werd gedacht als een functie in de maatschappij. Met name aan het eind van de jaren zestig, onder invloed van de verdere professio-

naliseren van het opbouwwerk is het onderscheid tussen functie, proces en methode ontstaan. Ik citeer een toonaangevend handboek dat in die tijd is geschreven:

"Samenlevingsopbouw is een functie in de maatschappij; deze functie houdt in alle streven naar verhoging van het welzijn (levensvoldoening) van de leden van de maatschappij. De functie van samenlevingsopbouw kan zich op twee manieren voltrekken:

- in spontane of gestimuleerde democratische processen, waarin de bevolking door participatie en zelfwerkzaamheid de samenleving naar een situatie van groter welzijn brengt. Deze processen worden verder aangeduid met 'maatschappelijke opbouw'
- door een reeks activiteiten van deskundigen, speciaal geïnteresseerden of andere geselecteerde groepen, zonder dat dit door brede groepen van de bevolking begrepen en gedragen wordt. 'Opbouwwerk' is een specifieke sociaal-agogische methode om de bevolking te activeren op democratische wijze tot zelfwerkzaamheid te komen. Opbouwwerk is dus een methode, aan te wenden in het proces van de maatschappelijke opbouw. Samenlevingsopbouw, maatschappelijke opbouw en opbouwwerk; verhouden zich tot elkaar als functie, proces en methode".\*\*\*

Sinds 1971 werd in Nederland opbouwwerk gesubsidieerd onder de Rijkssubsidie-regeling Samenlevingsopbouw. Na de Knapuntennota en het daaropvolgerde decentralisatie-proces is de naam 'samenlevingsopbouw' enigszins in onbruik geraakt. In 1994, toen de decentralisatie reeds lang voltooid was en dus de lokale overheid zelf verantwoordelijk was geworden voor de vormgeving van het welzijnsbeleid, trof ik de term weer eens aan in een aantal bestuursprogramma's. Het was echter de gemeente Rotterdam, de bakermat van de Sociale Vernieuwing, die het landelijke beleidsprogramma van 1990 zwaar heeft beïnvloed, die in het bestuursprogramma voor de periode 1994-1998 als doelstelling had opgenomen: als gemeente zorgdragen voor een gunstige beïnvloeding van de Samenlevingsopbouw. Samenlevingsopbouw wordt door gemeente Rotterdam opgevat als een ijkpunt ten aanzien van de woon- en leefsituatie van mensen. Als er evenwicht



bestaat in de Samenlevingsopbouw zijn er geen speciale maatregelen nodig in de wijk of buurt. Als er onevenwichtigheden optreden (die zich uiten via sociale spanning), zijn er wel speciale maatregelen nodig. De gemeente houdt dus de vinger aan de pols en baseert het beleid op de communicatie met de partijen die samenwerken aan de samenlevingsopbouw: gemeenteambtenaren, vertegenwoordigers van voorzieningen en opbouwwerkers en bewoners.

Hiermee wordt duidelijk dat opbouwwerk een belangrijke, maar beperkte rol speelt in het gehele krachtenspel dat gezamenlijk aan de samenlevingsopbouw gestalte geeft. Het aantal actoren in dit proces is groeiende onder invloed van de verdere ontkokering van bestuurlijke apparaten en de invloed van bewoners. Beperkte zich de ontwikkeling van de samenlevingsopbouw zich vroeger tot de vertegenwoordigers van de overheid die zich exclusief met welzijn bezighielden, welzijnswerkers en de bevolking (al of niet georganiseerd in het particulier initiatief), tegenwoordig zijn bijna alle overheidssectoren betrokken via een keur van gemeente-ambtenaren die zich met aller-

lei overheidsdiensten bezighouden. Ook andere betrokkenen, zoals woningbouwverenigingen, bedrijven, gezondheidsdiensten, maatschappelijk werkers kunnen in dit netwerk deelnemen.

Het is daarom een goede stap geweest om het vakblad om te dopen tot Samenlevingsopbouw, omdat dit de ontwikkeling van het opbouwwerk en de context waarin dit werk wordt gedaan weerspiegelt. In de artikelen die het blad publiceert ligt de nadruk tegenwoordig meer op het samen vervullen van de functie samenlevingsopbouw (en het proces) dan op de methode van het opbouwwerk.

#### Bronvermelding:

\* Theo Schuyt, Opbouwwerk en lokaal welzijnbeleid; modellen van lokaal welzijnsbeleid en de rol van het gesubsidieerde opbouwwerk. Den Haag/Utrecht, 1985. (p. 37)

\*\* Welzijn en sociale vernieuwing. Een onderzoek naar de bijdrage van het lokale welzijns en sociale vernieuwingsbeleid aan achterstandsbestrijding. Sociaal en

Cultureel Planbureau. Rijswijk, 1996 (p. 145)

\*\*\* A.J.M. van Tienen en W.A.C. Zwanikken, Opbouwwerk als sociaal-agogische methode. Deventer 1969 (p. 62)

- Adviescommissie Onderzoek Minderheden. Achterstandsgebiedenbeleid: Een voorstudie naar grondslagen en implementatie. (auteur: Vincent Smit) Leiden, 1988.

- Samenlevingsopbouw - met recht en reden? , Publikatie nr.44, Nationale Raad voor Maatschappelijk Welzijn. Den Haag, 1975.

- De wetenschappelijke grondslag van het opbouwwerk. Introductie van Dr. Gradus Hendriks Stichting. Reeks Opbouwteksten nr. 1. Den Haag, 1989.

- MO/Samenlevingsopbouw, Trends in lokaal beleid (deel 1), nummer 125, juli/augustus 1994.

# Studiedag opbouwwerk en gezondheid

vrijdag 7 februari 1997

**Thema: Opbouwwerk en mensen in de marge**

#### Mensen in de marge

Onze samenleving kent twee uitstotingsmechanismen, die elkaar versterken. Aan de ene kant een maatschappelijk proces van individualisering dat mensen meer vrijheden en ontplooiingskansen heeft gebracht, maar tegelijkertijd de sociale cohesie in de samenleving aantast. Aan de andere kant het politieke proces van een terugtrekkende overheid waarbij uitgegaan wordt van voldoende sociale veerkracht in de samenleving om tot zelfzorg te komen. Voor het overgrote deel van de Nederlanders gaat dit laatste op, voor een klein maar aanzienlijk deel niet.

In elke wijk zijn ze te vinden. Mensen die zichzelf verwaarlozen, in een sociaal isolement verkeren, in de war zijn of overlast veroorzaken voor omstanders. Vaak is er sprake van complexe problemen: problemen met de gezondheid, huisvesting, financiën en psychosociale problemen. Signalen hiervan bereiken weliswaar de hulpverlenende instanties in de wijk, maar de complexiteit maakt dat hulpverleners alléén hier moeilijk mee uit de voeten kunnen. De verwevenheid van de problemen maakt bovendien dat mensen moeilijk de weg weten te vinden naar de juiste hulpverlenende instantie. Met als gevolg dat ze van het kastje naar de muur worden gestuurd. Indien niet tijdig ingegrepen wordt, kan een opeenstapeling van derge-

lijke problemen leiden tot uithuiszetting, opname in de geestelijke gezondheidszorg of dak- en thuisloosheid. Mensen komen terecht in de marge van de samenleving. We treffen deze mensen in vele gedaanten en in toenemende mate aan in de maatschappelijke opvang.

#### Maatschappelijke opvang

Tot de doelgroep van de maatschappelijke opvang behoren de dak- en thuislozen, mensen in (tijdelijke) crisissituaties en slachtoffers van seksueel geweld. De maatschappelijke opvang fungeert voor deze gedifferentieerde groep als vangnet en wordt geconfronteerd met steeds nieuwe doelgroepen. Het aantal dak- en thuis-



lozen in Nederland wordt geschat op 10.000 tot 30.000 personen op dagbasis. Per nacht slapen ongeveer 3000 mensen buiten.

Anderen vinden onderdak in kraakpanden, garages, pensions, nachtopvangvoorzieningen en loogeradressen. Bij deze groepen mensen is vaak sprake van psychiatrische problematiek, verslaving en ook het aantal zwakbegaafden is sterk oververlegenwoordigd. Daarnaast melden zich zo'n 10.000 volwassenen in een crisissituatie per jaar bij voorzieningen als vrouwenopvang en crisisopvang. Deze voorzieningen kunnen zo'n 7.000 mensen opvangen. Hierbij zijn ook nog eens zo'n 5.000 kinderen bij betrokken. Kinderen die marginaliteit erven en een nieuwe generatie opvang-klanten gaat worden.

Maatschappelijke opvang heeft een signaalfunctie naar (nieuwe) uitstolingsmechanismen van onze samenleving.

### Het veld

Het veld van de maatschappelijke opvang is een rijk geschakeerd veld. Zo is er crisisopvang, vrouwenopvang, thuislozenzorg, straathoekwerk, jongerenopvang, verslaafdenzorg, illegale zorg. Inherent aan de complexe problematiek bestaat er een nauwe samenhang met werkelden eromheen: algemeen maatschappelijk werk, verslavingszorg, sociale thuiszorg, psychiatrie, ambulante geestelijke gezondheidszorg, kindbescherming, politie, woningbouwvereniging etc. Omdat het totale traject van maatschappelijke opvang zich - naast opvang - richt op het (weer) leren leven, wonen en werken bestaan raakvlakken met organisaties voor huisvesting, educatie, arbeid en dagbesteding.

### Preventie en nazorg

Naast opvang vormen preventie en nazorg een belangrijk vraagstuk voor de toekomst. Vroegtijdig en dichtbij signaleren waar uitstoting en marginalisering dreigt en ter plekke met inzet van direct betrokkenen er wat aan doen. Integratie bevorderen van nieuwkomers in buurten en wijken als gevolg van de de-institutionalisering: (ex)psychiatrische patiënten, demente ouderen, verstandelijke gehandicapten. Bevorderen dat mensen met beperkingen weer deel kunnen nemen aan het leven in de buurt waar ze wonen. Nodig hiervoor is het versterken van de sociale cohesie in buurten en wijken: een

appel doen op de sociale potentie in de samenleving.

Mogelijkheden creëren voor doorstroming van mensen uit het circuit van de maatschappelijke opvang naar een reguliere woonplek en dagbesteding. Lichte vormen van begeleid wonen met het leggen van contacten en invullen van een dagbesteding in de eigen omgeving. Buurthuizen en sociaal cultureel werk vinden hiernee een nieuwe taak.

### Raakvlak

In de praktijk lijkt het opbouwwerk (nog) niet zo veel directe contacten te hebben met de instellingen van maatschappelijke opvang. Wel is het opbouwwerk actief op terreinen die preventie en nazorg van de doelgroepen van de maatschappelijke opvang raken, zoals:

- \* aandacht voor overlast in buurtbeheerprojecten
- \* netwerken jeugdhulpverlening
- \* buurtpreventieprojecten waarin aandacht bestaat voor mensen die 'over de rand' dreigen te raken
- \* opvangprojecten van (ex)psychiatrische patiënten en stimulering van vriendenkringen.

De uitdaging van de toekomst is om het sociale vermogen tot vreedzame co-existentie, tot samenleven naast en met elkaar in wijken en buurten te vergroten. Stimuleren dat mensen met beperkingen en dreigende marginalisering een plek vinden, die voldoende houvast biedt om niet over de grens te raken. Samenwerkingsverbanden creëren die nieuwe kansen bieden aan mensen uit de maatschappelijke opvang, zodat ze weer een plaats in de samenleving vinden.

Het opbouwwerk is op dit terrein niet de enige actor. Ook GGD-en, woningbouwverenigingen, RIAGG's en politie beginnen met activiteiten in buurten en wijken op dit vlak.

### Knelpunten:

Een knelpunt waarmee opbouwwerk in buurten en wijken geconfronteerd wordt, is het gegeven dat instellingen als GGD, woningbouwvereniging en politie tijdelijke preventie-activiteiten opzetten. Projecten die soms een roemloos einde vinden na afloop van de projectactiviteit. Een ander knelpunt vormt de exclusieve gerichtheid op de specifieke doelgroep, op de 'mensen in de marge'. Door de

exclusieve aandacht lijkt een tegenstelling te worden gecreëerd met de overige buurtbewoners. Er is nog weinig ervaring met het benutten van de kwaliteiten van buurtbewoners met betrekking tot signalering, ondersteuning en opvang bij activiteiten gericht op mensen in de marge. Om daadwerkelijk sociale cohesie in buurten en wijken te versterken - ook naar mensen in de marge - zijn niet alleen tijdelijke projecten nodig. Het is werk van vele jaren, waar beroepskrachten die verankerd zijn in een wijk bij betrokken moeten zijn. Opbouwwerk zou hierbij een belangrijke functie kunnen vervullen.

### Een studiedag

Deze studiedag biedt nieuwe inzichten en ideeën voor het opbouwwerk ten aanzien van de 'mensen in de marge'. Gedurende de studiedag staan twee al langer lopende projecten centraal: de lokale zorgnetwerken uit Rotterdam en het project bijzondere huisvestingssituaties uit Tilburg. Van beide projecten wordt een analyse geboden, waarin ingegaan wordt op werkwijze, resultaten, knelpunten, samenwerkingsvormen en de relatie tot de methoden van het opbouwwerk. In Rotterdam is de wijkgerichte aanpak uitgangspunt: lokaal een sluitend en samenhangend hulpverleningssysteem creëren opdat mensen met complexe problemen beter en in een vroegtijdig stadium bereikt worden door de hulpverlening. In Tilburg komt de integrale en directe benadering van cliënten aan bod: intensieve bemoediging soms gekoppeld aan dwang om uithuiszettingen te voorkomen.

In het tweede deel van de studiedag zullen twee deskundigen uit wetenschappelijke kring de analyses commentariseren en met de aanwezigen in discussie te gaan.

De studiedag biedt inspiratie om te werken met mensen, die geen reden hebben om in te stemmen met hun bestaan. De mensen, waarvoor 'de streep is getrokken, de vloek is gelegd' (Bob Dylan)



# Programma

## Studiedag opbouwwerk en gezondheid

### Thema: Opbouwwerk en mensen in de marge

- 10.30 - 10.45:** ontvangst en koffie/thee.
- 10.45 - 11.00:** Welkom en toelichting op het thema door Manet Paes, dagvoorzitter.
- 11.00 - 11.45:** Presentatie 'Lokale zorgnetwerken in de regio Rotterdam' door Hilde Poodt, beleidsmedewerker/onderzoeker GGD/GGZ en Loes van Delft, opbouwwerker. Aansluitend gelegenheid voor vragen.
- 11.45 - 12.30:** Presentatie 'Bijzondere huisvestings-situaties in Tilburg' door Jan Willem van Berkel, coördinator project Bijzondere Huisvestings-situaties en Henk Kuys, woonbegeleider. Aansluitend gelegenheid voor vragen.
- 12.30 - 13.30:** Lunchpauze.
- 13.30 - 13.45:** Commentaar door professor dr. Jan Willem Duyvendak, hoogleraar Wetenschappelijke Grondslagen van het Opbouwwerk, Erasmus Universiteit Rotterdam.
- 13.45 - 14.00:** Commentaar door Leon Deben, wetenschappelijk medewerker aan de Universiteit van Amsterdam, vakgroep Sociologie.
- 14.00 - 14.45:** Discussie.
- 14.45 - 14.50:** Afsluiting door de dagvoorzitter en gelegenheid om informeel na te praten.

Nadere informatie en aanmelding bij: Netwerk Opbouwwerk en Gezondheid, LCO, Postbus 1004, 8001 BA Zwolle.  
Telefoon: 038-4232112. (Deelnamekosten: f 65,-, inclusief lunch, koffie en thee, gaarne inschrijven voor 15 januari.)

## Activering van ondernemers in de wijk

door Ferry Gernts

Verslag van de Lokatiedag in het kader van het Grote Stedenbeleid, gehouden op 8 november jl. in het Jeugdhofplein-theater te Rotterdam. De dag stond in het teken van de ontwikkeling van de wijkeconomie en hoe je dit moet aanpakken, en vooral met wie. De voorzitter van het Landelijk Bewonerscomité Aandachtsgebieden, mw. Judith Stokhof sprak de openingswoorden. In haar verhaal stond zij vooral stil bij de betekenis van bewonersparticipatie: "Bewonersparticipatie ... een woord dat zeker nu in het kader van het Grote Steden Beleid veelvuldiger geuit wordt dan ooit. Bewonersparticipatie bij werkgele-

genheidsprojecten, bewonersparticipatie bij de verbetering van de veiligheid, bewonersparticipatie bij het optimaliseren van de educatie, bewonersparticipatie bij de verbetering van de leefbaarheid .. ga zo maar, er zijn legio voorbeelden te bedenken. Bewoners zijn mondige patiënten geworden, die niet langer in hun lichaam laten snijden zonder dat zij precies weten wat er gebeuren gaat en wat de gevolgen daarvan zullen zijn. De heren doctoren kunnen krampachtig trachten, met allerlei kunstgrepen een kwijnende patiënt in leven te houden, maar als de patiënt zelf niet wil dan zullen de pogingen vergeefs zijn. Het is niet meer van deze tijd, nee ik

zeg het fout ... het heeft nooit in de tijd gepast, dat een probleem-wijk vanachter het bureau door architecten, stedenbouwkundigen, landschapsontwerper en stadsbestuurders tot goudkust werd omgetoverd, zonder de wensen van de direct betrokkenen, de bewoners in het traject op te nemen. Als bewoners niet willen, dan zullen ook deze kunst grepen jammerlijk mislukken. Het oordeel, de ervaring, de ideeën en de medewerking (betrokkenheid) van bewoners zijn essentiële ingrediënten tot het welslagen van elk recept voor sociale en ruimtelijke vernieuwing."

Daarna kwam de dagvoorzitter aan het woord, de heer Gerard Smulders. In het dagelijks leven als ambtenaar van de gemeente Rotterdam belast met de coördinatie van processen van sociale vernieuwing, legde hij eerst iets uit omtrent de lokatie. Het Jeugdhofplein-theater is op initiatief van een aantal burgers tot jeugdtheater omgebouwd. Er bleek in Rotterdam een geweldige behoefte te bestaan aan een soort van 'jeugdtheaterschool' waar jongeren allerhande cursussen kunnen volgen en kunnen meedoen aan uitvoeringen. Dit initiatief stond model voor diverse gelijksoortige initiatieven in de regio. Daarna kondigde hij de eerste spreker aan.

Hans Beekman, werkzaam bij de Bestuursdienst van de gemeente Rotterdam legde in een uitvoering betoog een aantal hoofdlijnen van het GSB in Rotterdam uit. Hij begon met een terugblik. In het verleden is er al meer aandacht voor de ontwikkeling van steden geweest in het overheidsbeleid, bijvoorbeeld het Probleem-Cumulatie-Gebieden beleid en Sociale Vernieuwing. Volgens hem was dit ingegeven door de achterblijvende ontwikkeling van steden ten opzichte van de rest van Nederland, hogere werkloosheid, grotere onveiligheid, jeugdproblematiek etc. Nu kun je de grote steden eenvoudig 'meer van het zelfde' geven aan middelen en mogelijkheden ten opzichte van de rest van Nederland, maar volgens Beekman werkt dat dus niet. Voor de grote steden moeten speciale maatregelen worden getroffen die de speciale problemen moeten helpen oplossen. Het GSB heeft veel aandacht voor de economische ontwikkelingen van de stad, en wanneer de economische ontwikkelingen een positieve wending nemen, zal ook het sociale klimaat verbeteren. Het GSB biedt een methode van werken, uitgaande van de samenhang van problemen. Hij gaf een voorbeeld: ondernemers gaan pas banen maken in de buurt als het vestigingsklimaat goed is. Dat betekent dat de omgeving er een beetje prettig uit moet zien en dat er voldoende goed geschoolde mensen in de buurt rondlopen die die banen kunnen bezetten. Als je dus een buurt economisch wilt ontwikkelen zitten daar ook een hoop aspecten aan die samen hangen met hoe de mensen zich opstellen.

Voor Beekman zijn de sleutelwoorden ten aanzien van de aanpak van de wijkce-

nomie: draagvlak en integraliteit. Dit betekent dat de buurtbewoners er achter moeten staan en dat problemen niet in stukjes worden gehakt, maar in samenhang worden aangepakt. Bewoners weten vaak heel goed wat er mis is en kunnen ook zelf verantwoordelijk dragen voor de oplossing, de gemeente moet de bewoners hierbij helpen.

Rotterdam is verdeeld in vijf gebieden die zullen worden verbeterd via de 'gebiedsgerichte aanpak'. Daarnaast zijn er ook nog stedelijke projecten. De vijf gebieden zijn: Charlois, Delfshaven, Hoogvliet, Hillesluis en Noord. Alle wethouders adopteren één gebied, ook alle gemeentelijke diensten adopteren één gebied. De bedoeling hiervan is dat deze gebieden speciale aandacht zullen krijgen van die ene wethouder en die ene gemeentelijke dienst. Hiermee hoopt men voor alle gebieden voldoende aandacht en besluitkracht te hebben geregeld. Verder is er een coördinerende raadscommissie die onder voorzitterschap van wethouder Hans Simons staat. Door deze overlegstructuur, speciaal gericht op de ontwikkeling van de gebieden hoopt Rotterdam succesvolle projecten te ontwikkelen. Het is nieuw dat er een dergelijk beleid wordt gevoerd, dat niet eindig is. Dat wil zeggen het is geen tijdelijk beleid, maar in principe moet het permanent de werkwijze van de gemeente beïnvloeden. Dit is ook de enige manier om resultaten te boeken, als je nu al weet dat je over drie jaar moet ophouden, stimuleert dat ook niet echt om je best te doen.

De stand van zaken is dus dat:

1. de organisatorische kant goed geregeld is.
2. de plannen zijn opgesteld en goedgekeurd.
3. de financiën rond zijn.

Sommige projecten zijn al van start gegaan, zoals de Notekraker in Hoogvliet, een basisschool waarin een politiepост is ondergebracht. Volgens Beekman had dit project al Europese aandacht getrokken, het had in de Franse krant Le Monde gestaan. Volgens Beekman kun je niet in alle gebieden op dezelfde manier te werk gaan. Ieder gebied heeft zijn eigen charmes en tekortkomingen: je moet het concurrentievoordeel van de gebieden uitbuiten. Voor Het Oude Noorden (wijk in deelgemeente Noord) betekent dat dat de winkelfunctie verder moet worden

ondersteund en ontwikkeld. "We hoeven niet te discussiëren over wat er moet gebeuren, dat kun je ter plaatse vaststellen, maar meer over het hoe." Daarover wordt dan ook nog gediscussieerd, de 'kansenzones' zijn nog niet volledig vormgegeven. Het kabinet heeft in het GSB de mogelijkheid geschapen om 'kansenzones' in te stellen, maar de wijze waarop is nog niet helder. Volgens Beekman moet dat wijkbewoners en gemeente niet belemmeren: je kunt alvast klein beginnen met allerlei stimuleringsinitiatieven. Een voorbeeld hiervan is de City Safari, die in Afrikaanderwijk is opgezet. Mensen uit heel Rotterdam worden aangespoord op City Safari te gaan in die wijk en krijgen een speciaal programma aangeboden en consumptiebonnen die op allerlei plekken kunnen worden ingewisseld. Hiermee hoopt men op den duur meer mensen in de wijk te mogen ontvangen die komen winkelen, uitgaan of anderszins recreëren.

Samenvattend komt GSB er op neer dat de neerwaartse spiraal in een gebied moet worden omgebogen, dit via een aanpak met voldoende draagvlak en een integrale manier van werken waarbij vooral veel ruimte is voor initiatieven van onderop.

## Klimaatverbetering

Hierna kwam Henk Huitink, de programmaleider van het Oude Noorden aan het woord.

Hij begon zijn verhaal met een reactie op het verhaal van Beekman, met te zeggen dat Beekman had gezegd dat de gemeente minder ambtelijk en meer op bewoners gericht moet opereren. Huitink maakt zich zorgen of er wel genoeg met bewoners gepraat wordt, er zijn altijd veel initiatieven hiertoe geweest in de afgelopen 20 jaar, vanuit de gemeente, maar nu hebben we weer een GSB nodig om bewoners er bij te kunnen betrekken. Volgens Huitink zijn de belangen van bewoners en ondernemers in oude wijken veelal gelijk gestemd, beiden streven naar klimaatverbetering in de wijk. "Een wijk, en ook onze wijk, heeft twee gezichten, met een sombere bril bekeken zie je vooral de hoge werkloosheid, hoge criminaliteit, het vuil, de armoede en de hoge verhuisgevoeligheid. Als je door een vrolijke bril kijkt zie je dat het leuk gebied is, met veel bedrijfsruimte, leuke winkels, pleinen en komen er toch veel mensen op eigen verzoek hier wonen."

*m*

Samenlevingsopbouw

# Katern

*Mooi Zo, Goed Zo*



## Inhoudsopgave

- 3: Mooi Zo, Goed Zo als bijdrage aan 'community development'
- 4: Het onderzoek
- 5: De 'Mooi Zo, Goed zo'-pioniers
- 8: De rol van de media in 'Mooi Zo, Goed Zo', Theo Zeldenrust
- 9: Mooi Zo, Goed Zo in Delft, Gert-Jan Masselink
- 12: Bericht uit Brabant en Zeeland, Jan Poort, Isa Schipper, Peet Veldhuizen en Addy Backs
- 14: Mooi Zo, Goed Zo in Zeist, Hein Visser

## Colofon

Dit katern is samengesteld in samenwerking met het landelijk projectteam van het JWF dat de Mooi Zo, Goed Zo-projecten aanstuurt:  
Theo van Oosten,  
Theo Zeldenrust,  
Jan Klumper  
en Bert Smit  
Eindredactie: Fenny Gerrits,  
MO/Samenlevingsopbouw,  
Prinsegracht 51  
2512 EX Den Haag

## Memo

In dit katern kunt u een indruk opdoen van de 53 **Mooi Zo, Goed Zo**-projecten in Nederland. Vooral de werkwijze van de MZ, GZ-coördinatoren is interessant voor de beoefenaren van opbouwwerk. Zoals in het Ronde Tafel-gesprek tot uiting komt, is de vergelijking zinvol. MZ, GZ-coördinatoren hebben expliciet de opdracht om het **bedrijfsleven in te schakelen bij realisering van bewoners-initiatieven**. Iets dat in het reguliere opbouwwerk vaak een vrome wens blijft. Maar misschien wordt u door dit katern wel op ideeën gebracht.

# Mooi Zo, Goed Zo als bijdrage aan 'community development'

Het landelijk project Mooi Zo, Goed Zo is een initiatief van het Juliana Welzijn Fonds om de leefbaarheid in steden te bevorderen. Veel bewoners hebben goede ideeën om hun buurt verbeteren en veel bedrijven willen graag iets voor hun buurt doen. Maar wegens gebrek aan coördinatie vinden vraag en aanbod elkaar vaak niet. Mooi Zo, Goed Zo brengt daar verandering in. De essentie van het project is dat een door het Juliana Welzijn Fonds gesubsidieerde coördinator de plannen van buurtbewoners inventariseert en daar vervolgens de benodigde financiers bij zoekt. Er blijkt dan inens veel mogelijk te zijn.

Het Juliana Welzijn Fonds is in 1948 opgericht<sup>1</sup>. voortgekomen uit het besef dat er een algemeen fonds noodzakelijk was dat permanent aandacht kon schenken aan de financiële ondersteuning van het maatschappelijk werk. Dat besef kwam op een moment dat Nederland in puin lag door de oorlog en de bestaande particuliere en kerkelijke hulpverleningsorganisaties niet toegerust waren om adequate hulp te bieden, ontmaneld of geplunderd als zij door de bezetter waren. Tegen deze achtergrond ontstond tegen het einde van de oorlog de algemene hulporganisatie Nederlands Volksherstel. En het was in de boezem van Volksherstel dat onderkend werd dat de eerste nood dan wellicht gelenigd werd, maar dat de taken op maatschappelijk welzijnsterrein uitgeoefend moesten blijven worden. En dat vroeg dan om organisaties die daartoe bij machte waren, ook in financiële opzicht. Het JWF kreeg van Volksherstel veel geld tot 1949. Toidat in 1957 de voetbalpool werd opgericht leerde het JWF in feite in op het vermogen. Het JWF collecteerde niet, omdat van begin af aan de opvatting gold, dat daarmee met die organisaties geconcurrerd zou worden, welke juist door het JWF ondersteund dienden te worden. Bovendien was het JWF uit op structurele inkomsten om de continuïteit van financiële steunverlening te kunnen garanderen. Het functioneren van het JWF tot in het midden van de jaren zestig kan alleen begrepen worden uit de ontwikkeling van de organisaties op het terrein van het maatschappelijk welzijn zelf. In de fase van de opbouw van zowel het welzijnswerk, als van het JWF was het bundelen van krachten in wat wij kunnen noemen de pioniersfase van groot belang. Tot in het begin van de jaren zestig heeft het JWF dan ook eigenlijk geen eigen bestedingsbeleid gekend. Er was een bestuur dat zorgdroeg voor verantwoorde besteding en beoordeling van de aanvragen, dat wel. Maar de bestuurders van het JWF vertegenwoordigden gezamenlijk het particulier en kerkelijk initiatief. Zij waren levens bestuurders van de Nederlandse Vereniging voor Maatschappelijk Werk. De secretaris van de vereniging was secretaris van het JWF. Zo was het in het algemeen eigenlijk zo dat de bestuurders van het JWF de bestuurders waren van organisaties die werden ondersteund. Heel lang werd dat niet als bezwaarlijk ervaren. In 1968 werd er een andere bestuursstructuur ingevoerd waarbij ook onafhankelijke personen zitting konden nemen in het bestuur, mits deskundig genoeg. Een onafhankelijker besluitvorming ten aanzien van het verlenen van bijdragen werd gewenst. Deze verandering vond tegelijkertijd plaats met de toename van de overheidsbemoediging op het terrein van het 'maatschappelijk welzijn'. Het JWF echter heeft niet op dezelfde wijze hoeven afbouwen in de jaren tachtig, zoals het opbouwwerk dat bijvoorbeeld wel heeft moeten doen. Het Fonds is altijd 'in positie' gebleven en heeft zich geleidelijk aan kunnen ontwikkelen. Dit is vooral te danken aan de

onafhankelijkheid die het Fonds heeft kunnen behouden ten aanzien van het veld.

"In mijn visie heeft het welzijnswerk niet zozeer gebrek aan betaalde vrijgestelden gehad, wel een gebrek aan echte 'professionals', die gestalte konden geven aan de betrokkenheid van vrijwilligers, cliënten en gebruikers. In feite heeft het welzijnswerk in de beginjaren zeventig een veel te snelle groei doorgemaakt. Men besefte nauwelijks dat het terrein van maatschappelijk welzijn een snelle groei niet kon verwerken. Illustratief zijn de opleidingen. In het eerste decennium na de oorlog werd aan sociale academies gedoopt door docenten die lange tijd in het werk hadden gestaan. Zij droegen zorg voor wat genoemd kan worden de 'cultuurverdracht'. Met de enorme toeloop van studenten werden ook docenten aangelrokken, die nauwelijks of zelfs helemaal niet in het werk hadden gestaan. Tegelijkertijd voltrok zich een democratiseringsproces, waarbij de vergissing werd gemaakt, dat democratie ook betekent dat men alles feitelijk al weet en aan kan. In die periode nam de vraag naar welzijnswerkers tegelijkertijd sterk toe en voltrok zich de spiraal, dat meer en meer vooral jonge mensen in het werk kwamen die daar feitelijk niet voor waren toegerust" (Mr. W.J. Geertsema, in: Maatschappelijk welzijn als prioriteit, 1948-1988, p.20.)

"De betrokkenheid van het Fonds bij het maatschappelijk welzijnsterrein is dat het Fonds 'mogelijk' of beter mogelijk wil maken'. Het JWF komt voort uit de opvatting, dat 'de nood van mensen' vraagt om middelen om die mens toe te rusten zijn eigen weg in de samenleving te vinden, die het hem of haar mogelijk maakt zich te handhaven en zich te ontwikkelen. Dat vereist de aanvaarding van een gemeenschappelijke verantwoordelijkheid. Dat vereist respect voor het initiatief van burgers. Vooral in het begin van de jaren zeventig werd het welzijnswerk ontdekt als een mogelijkheid bij uitstek burgers een handreiking te geven te participeren met eigen inzet aan de samenleving." (idem, p. 21)

Het is grappig om te zien dat het JWF in de jaren negentig met het Mooi Zo, Goed Zo-project aan de gang is gegaan. Zoals uit het vervolg van dit katern wel zal blijken, vormt dit project een aanvulling op het reguliere opbouwwerk, en volgens sommigen kan het de werkwijze van de traditionele opbouwwerker ingrijpend vernieuwen. Het ziet er naar uit dat het JWF via dit project een belangrijke bijdrage levert aan de modernisering van het werk.

<sup>1</sup> In dit artikelje is consequent gesproken van Juliana Welzijn Fonds, omdat dit de huidige benaming van het Fonds is. Het werd echter lange tijd Koningin Juliana Fonds genoemd, en statutair heet het fonds nog steeds zo.

Bron:

Maatschappelijk welzijn als prioriteit, 1948-1988. Bunnik, 1988. Redactie: drs. Andries de Jong.

# Het onderzoek

"Mooi Zo, Goed Zo" is een ontwikkelingsproject. Dat wil zeggen: er ligt geen blauwdruk waarin van a tot z vastligt welke stappen er precies gezet moeten worden. Het project, en dat zijn in de eerste plaats de lokale "Mooi Zo, Goed Zo" projecten, zal zich voor een groot deel 'al werkende weg' en met vallen en opstaan moeten ontwikkelen. Aan het eind van het project zullen alle betrokkenen ongetwijfeld veel geleerd hebben. Om optimaal lering uit het project te trekken is aan de Faculteit voor Sociaal Culturele Wetenschappen van de VU, opdracht gegeven het project te ondersteunen met (extern) onderzoek. Het onderzoek moet informatie opleveren hoe "Mooi Zo, Goed Zo" zich ontwikkelt, wat goed gaat en wat niet en op welke punten bijstelling nodig is. Deze informatie wordt tijdens het project teruggekoppeld naar de landelijke en lokale projectleiding. Het onderzoek zal worden afgesloten met een uitvoerig eindrapport. Inmiddels is de rapportage over het eerste jaar gereed.

Een aantal bevindingen:

Evensal het project, is het onderzoek naar het verloop van Mooi Zo, Goed Zo inmiddels een jaar bezig. Het is daarom tijd voor de eerste jaarevaluatie.

## Over de aanpak

De meeste coördinatoren hebben in de beginfase van het project prioriteit gelegd bij het samenstellen van een stuurgroep en/of toetsingscommissie, en eventueel van een comité van aanbeveling. De zitting hebbende leden worden tevens ingezet voor promotie van MZGZ bij hun achterban. In het algemeen functioneren deze commissies inmiddels goed.

De PR stond bij vrijwel alle coördinatoren als tweede punt op de agenda. De media hebben over het algemeen wel de intentie uitgesproken te publiceren indien er nieuws te melden is.

De op bewoners gerichte activiteiten bleken redelijk succes te hebben. Veel bewoners (groepen) hebben naar aanleiding van de ontvangen informatie contact gezocht met de betreffende coördinator en aanvragen ingediend. Activiteiten waarbij het bedrijfsleven de doelgroep vormde, leidden minder vaak tot resultaten.

Enkele uitzonderingen daargelaten, zijn spontane aanbiedingen tot medewerking door bedrijven uitgebleven.

Inventarisatie en uitwerking van bewonerswensen is de derde stap in het plan van aanpak. De meeste coördinatoren hanteren een continue mogelijkheid tot het indienen van aanvragen, hoewel een aantal van hen inmiddels heeft besloten de actieve werving van aanvragen stop te zetten.

Informatieve mailingen naar het bedrijfsleven hebben veelal weinig spontane reacties opgeleverd. Hetzelfde kan worden gezegd van in de media geplaatste algemene oproepen tot medewerking. De meeste coördinatoren zijn er dan ook toe overgegaan gericht te zoeken naar sponsorbedrijven, wier producten passen bij de aangevraagde benodigdheden. Enkel en anderszins hierbij de zogenaamde 'adopte-aanpak'.

De gemeente, tenslotte, speelt voornamelijk een rol als dienst- en faciliteitenverlenende instantie. In de meeste plaatsen zijn goede contacten met relevante afdelingen, zoals Wijkbeheer, Welzijn, Openbare Werken en Groenvoorzieningen. Bewonersaanvragen worden regelmatig gerealiseerd met behulp van door deze afdel-

gen ter beschikking gestelde menskracht en goederen. Vooral bij opruimacties, de herinrichting van pleinen en speelplekken en de aanleg van planten en struiken worden vaak gemeente-ambtenaren betrokken.

Anderzijds spelen kenmerken van de stad en haar bewoners een rol, evenals het bestaande gemeentebestuur ten aanzien van leefbaarheid en tradities ten aanzien van sponsoring.

## De resultaten

Van 41 steden zijn gegevens bekend over ingediende en gerealiseerde bewonersaanvragen. In al deze plaatsen hebben bewoners inmiddels wensen kenbaar gemaakt. Per stad varieert het aantal aanvragen van 6 tot 139, met een totaal van 1063.

Speelgelegenheden vormen hierbij nog steeds een favoriet thema, waarbij het enerzijds gaat om nieuwe speelplekken en anderzijds om herinrichting of verplaatsing van bestaande gelegenheden. In enkele plaatsen heeft dit er zelfs toe geleid dat binnen het gemeentebestuur discussies op gang zijn gekomen over het huidige beleid en eventuele wijzigingen hierin.

In totaal zijn 229 aanvragen verwezenlijkt. In totaal zijn 1069 sponsors betrokken bij MZGZ, per plaats in aantal uiteenlopend van 5 tot 103.

Drukkerijen, aannemersbedrijven en doe-het-zelf-zaken nemen een belangrijke plaats in, maar ook de gemeente en woningbouwverenigingen dragen regelmatig een steentje bij. Ook banken blijken bereid tot sponsoring, en wel in de vorm van geld of gebruikte kantoorbenodigdheden. Vooral de Rabobank wordt in dit verband genoemd.

Daarnaast zijn horeca-ondernemingen (hotels of cateringbedrijven) geregeld betrokken bij de organisatie van bijvoorbeeld recepties voor sponsors.

## De media

Eerder is al vermeld dat dag- en huis aan huisbladen in het algemeen bereid zijn regelmatig te publiceren over MZGZ, onder voorwaarde dat de berichten een bepaalde mate van nieuwswaarde hebben.

Van 35 steden is bekend hoeveel berichtgevingen over MZGZ zijn verschenen. In totaal zijn hier 1164 publicaties verschenen, in aantal variërend van 4 tot 93.

## Ter afsluiting

Globaal kan worden vastgesteld dat het eerste projectjaar in de meeste plaatsen redelijk tot zeer goed is verlopen. In andere steden was sprake van een moeizame start, maar begonnen de gedane inspanningen nu vrucht op te leveren. Desondanks zijn ook enkele waarschuwendende kanttekeningen op zijn plaats.

(Letterlijk geciteerde passages uit het Verslag oktober 1995-oktober 1996, door dr. S.J.M. Hoff & dr. Th.N.M. Schuijt, VU Amsterdam. De citaten zijn door het landelijk projectteam gekozen.)

# De 'Mooi Zo, Goed Zo'-pioniers

MOOI ZO  
GOED ZO

Onlangs kwamen enige 'Mooi Zo, Goed Zo'-coördinatoren en bestuursleden bijeen bij de St. Opbouwwerk Amstelveen om gezamenlijk te praten over hun werk. Op uitnodiging van de MO-redactie, die gezorgd had voor een aantal gesprekspunten, nam ook een vertegenwoordiger van het JWF, Theo van Oosten, deel aan het gesprek. Het was de bedoeling om iedereen aan het praten te krijgen over de positie van de 'Mooi Zo, Goed Zo'-coördinator in de lokale setting, de samenwerking met de landelijke coördinatie vanuit het JWF, en de verhouding met het 'traditionele' welzijns- of opbouwwerk.



Team van buurtbewoners bij de feestelijke opening van hun "Amstelveen Arena" aan de Schweitzerlaan in Westwijk

Will van Schendel, projectcoördinator te Almere, beet de spits af met een beschrijving van de relatie tussen het wijkbeheer en Mooi Zo, Goed Zo. Will: "In Almere is het wijkbeheer gestart vlak voordat 'Mooi Zo, Goed Zo' van start ging. Het wijkbeheer is ambitieus opgezet, de betrokkenen beschikken over alle faciliteiten die je maar nodig kunt hebben. In de praktijk richtte men zich vooral op allerlei fysieke aspecten. Wat je zou kunnen noemen 'het sociale wijkbeheer' kwam vooral op het bordje van 'Mooi Zo, Goed Zo'. Van meet af aan heb ik samenwerking gezocht met het wijkbeheer en dat is niet onopgemerkt gebleven. Onlangs hoorde ik de wethouder nog zeggen dat hij zo blij was dat er in het wijkbeheer ook oog bestaat voor de sociale aspecten, maar dat is niet de verdienste van het wijkbeheer, maar van 'Mooi Zo, Goed Zo'." Karin van der Gaast (projectcoördinator Voorburg): "Maar ben je dan niet blij dat je toch zo'n belangrijke rol speelt?" Els Meijer (projectbegeleider Amstelveen): "Ik begrijp haar gevoel wel want als er door bewoners projecten worden ingediend, dan zegt de wethouder: klop maar aan bij 'Mooi Zo, Goed Zo'. Men doet net alsof het een fonds is. Maar dat is niet zo, het gaat wel om meer dan subsidieverzoeken indienen." Karin: "Natuurlijk zegt de gemeente dat, dat komt de gemeente het beste uit. Maar vormgeven aan een 'Mooi Zo, Goed Zo'-project doe je zelf."

Will van Schendel: "In Almere wordt 'Mooi Zo, Goed Zo' door het wijkbeheer ingeschakeld. Met verwaarloost de sociale aspecten van wijkbeheer en dat laten ze door 'Mooi Zo, Goed Zo' opknappen."

Wim van der Kooij (De Schoor, Almere): "Fysieke mankementen signaleren is gemakkelijker dan sociale. De bemensing van het wijkbeheer is vooral gericht op dat fysieke, de spreekwoordelijke 'losse stoeptegel'. Wijkbeheer in Almere moet zich waarmaken, het was nog maar net start toen 'Mooi Zo, Goed Zo' begon. 'Mooi Zo, Goed Zo' is naast sociaal ook fysiek gericht, net als het wijkbeheer. Wijkbeheer is niet voor niets ondergebracht bij Openbare Werken, en niet bij Welzijn. Maar 'Mooi Zo, Goed Zo' kent een onafhankelijker positionering. Uiteindelijk komen ze vanuit de gemeente toch wel op die sociale aspecten uit. Dit kan ik illustreren aan de hand van een anecdoten: Komt er iemand bij het Wijkbeheer langs met een stapel handtekeningen gericht tegen een aanwezige zandbak die niet meer wordt gebruikt en niet meer wordt schoongemaakt. Kortom, de ondertekenaars vinden dat de zandbak weg moet. De volgende dag komt er iemand anders langs bij het Wijkbeheer, ook met een stapel handtekeningen, maar nu om actie te voeren voor het behoud van de zandbak. Wat moet je dan doen als gemeentebambenaar? Je zult dan toch in de onderlinge verhoudingen tussen (groepen van) bewoners moeten duiken om uit te vinden wat nu het meeste draagvlak heeft: zandbak weghalen of niet."

Via dit onderwerp komt het gezelschap op de vraag naar de zelfwerkzaamheid van bewoners en hoe je die moet stimuleren. Vervolgens vragen we ons af wat de rol van een 'Mooi Zo, Goed Zo'-coördinator in deze is.

André (projectleider Mooi Zo, Goed Zo Amstelveen): "Ik zie mezelf als 'welzijnsmakelaar'.

De term 'Mooi Zo, Goed Zo' is op zich leeg, het betekent eigenlijk niets. Je moet altijd uitleggen wat je doet en wilt. De gemeente is je samenwerkingspartner."

Will van Schendelen: "In Almere wordt er goed samengewerkt met de gemeente, het Wijkbeheer wordt verplicht ingeschakeld als het de openbare ruimte betreft. Over en weer bestaat er 'goodwill', het wijkbeheer is ons belangrijkste contact bij de gemeente."

Els: "In Amstelveen gaat het heel anders. Wijkbeheer is bij het opbouwwerk ondergebracht. Vanuit de instelling gezien is 'Mooi Zo, Goed Zo' een extra instrument. Dit vinden wij ook wenselijk, dat je vanuit verschillende invalshoeken met de buurt bezig kunt zijn."

Karin: "Zo te horen werk jij niet in de praktijk want in de praktijk loop je nogal eens frustraties op."

André: "Nou dat klopt wel, de werkwijze is toch anders. Ik heb geen budget waar ik vanuit kan gaan. Als 'Mooi Zo, Goed Zo'-coördinator moet je benodigde middelen steeds bij elkaar sprokkelen. En dat valt niet altijd mee."

Will: "In Almere hebben we expres 'hotemetoten' uit het bedrijfsleven in bestuur gezet. Dat helpt bij de 'fund-raising'. Het resultaat is niet alleen middelen maar ook 'goodwill' naar het welzijnswerk toe. Maar het blijft moeilijk om geld los te peuten. Ik heb niks en moet om geld vragen. Als je niks hebt onderhandel je toch moeilijker. Ik heb liever heel weinig zeker geld dan dat ik zo moet bedenken."

Theo van Oosten, JWF: "Mag ik hier even op in gaan? Het is de bedoeling dat projecten primair lokaal bekostigd worden. Het JWF doet dat aanvullend. Dit betekent niet dat de JWF-bijdrage in de tijd een sluitpost moet zijn. Je kunt dat ook als breekijzer gebruiken om anderen over de streep te halen."

André: "Ik zou liever geld hebben bij de start van het project, dan sta ik sterker in de onderhandelingen met het bedrijfsleven."

Will: "Het effect is dat ik geen geld heb, maar dat de betrokken mensen vaak toch zelf aan de slag gaan."

Karin: "Dat is dus de kern van 'Mooi Zo, Goed Zo'."

Will: "Wat ik een hangijzer vindt is dat ik willekeurig mensen activeer. Als ik het een leuke ploeg vind doe ik meer m'n best. Als ik het niet zo'n leuke ploeg vind zeg ik: ga maar naar het opbouw-werk. Het opbouwwerk moet iedereen ondersteunen die daarom vraagt. Ik kan niet iedereen ondersteunen die daar om vraagt, maar dat leidt tot een vorm van selectiviteit die ik wel eens moeilijk vind."

Wil Rabels: "Ik heb m'n hele leven gewerkt in het bedrijfsleven, in een PR-functie. Wat ik me nu in toenemende mate ga afvragen is: Uit welke buurten komen nu de meeste initiatieven bij 'Mooi Zo, Goed Zo', de zogenaamde betere of mindere buurten? Is het zo dat de 'zwakkere' hulp nodig heeft en dat de beter gesitueerde zich zelf wel helpt?"

André: "Ach, dat varieert. Neem nou het mestprobleem in de villawijk. Men had daar last van paardemest, een variant op de hondepoep in gewone wijken. Bij 'Mooi Zo, Goed Zo' heb je geen last van het stigma dat je alleen maar voor achterstandswijken zou 'moeten' werken."

Els: "Er is geen verschil tussen meer welgestelde wijken en minder welgestelde wijken qua betrokkenheid, alleen het gebruik van de woonomgeving is bepalend voor de betrokkenheid. Mensen die altijd werken bijvoorbeeld, zijn minder bezig met hun woonomgeving dan mensen die veel tijd thuis doorbrengen."

Als het gaat om de beoordeling van de positie van Mooi Zo, Goed Zo-coördinatoren stellen de aanwezigen de discussie over het budget centraal. "Geld vooral of achterat, is volgens mij de discussie", volgens Wim van der Kooij. Dit wordt van harte ondersteund door André van Dijk, volgens hem is Mooi Zo, Goed Zo geen suikeroompje. Inmiddels begrijpen de betrokkenen volgens hem dat de financiering aanvullend is, het is een soort 'startfonds'. Volgens Karin van der Gaast kun je ook middelen genereren door overgebleven materiaal uit te ruilen of opnieuw te gebruiken. Er ging nog een stem op in het gezelschap om dat 'uitruilen' via internet tussen diverse plaatsen te laten geschieden. Karin was echter resoluut tegen: "Het moet lokaal blijven, anders krijg je te veel administratie. En er valt al zo veel te doen op het gebied van administratie vanwege dat gedoe met sponsors."

Naast fondswerving is ook de bemiddelingsfunctie een belangrijke component van het werk:

André: "Je signaleert wensen en brengt ze bij het wijkbeheer of de gemeente of een andere relevante instantie."

Theo van Oosten: "Die bemiddelingsfunctie is belangrijk en hoort erbij, eigenlijk is dat een soort opbouwwerk. Sociaal beheer is een

kwestie van lange adem. Opbouwwerk wordt ondermijnd door de gemeentelijke wens om projectmatig te werken."

Will: "Het opbouwwerk zal meer op Mooi Zo, Goed Zo moeten gaan lijken. Het moet meer vraaggericht werken."

Wim van der Kooij: "Opbouwwerk moet toch niet op de kwantiteit gaan zitten, dan zeg ik m'n werk op."

Will: "Maar ik werk ook procesmatig!"

Theo van Oosten: "Ik denk dat Mooi Zo, Goed Zo een opbouw-werkmethodiek is, gewoon ouderwets opbouwwerk."

Wim: "Ik hoop dat die andere kant toch wel zal blijven bestaan, Mooi Zo, Goed Zo is aanvullend. Het is heel expliciet op het bedrijfsleven gericht."

Tineke Hanssen, ondernemersvereniging Amstelveen: "Bedrijven willen iets terug voor sponsoring, dat is zakelijk en op zich prima."

Wim: "Qua thematiek gaat de vergelijking tussen opbouwwerk en Mooi Zo, Goed Zo mank, als een bedrijf bijvoorbeeld zelf geen allocatien nodig heeft zullen ze nooit meedoen aan een op allocatien gericht project. Bedrijven opereren niet vanuit het algemeen belang. Het algemeen gevoel is dat bedrijven vooral



Een beklade muur van een voormalig buurthuis wordt samen met de kinderen weer mooi gemaakt

meedoen vanuit het 'voor wat, hoort wat'-principe. En dat is logisch want een bedrijf heeft als doel winstmaken."

Tineke: "Pardon, de continuïteit van de onderneming waarborgen, dat is de centrale doelstelling van bedrijven."

Els: "Ik zie het bezwaar van sponsoring niet: als je met een andere gesubsidieerde instelling iets samen doet moet je die toch ook noemen?"

#### De relatie met het JWF

Al snel komt het gesprek op de naamgeving van het project: Mooi Zo, Goed Zo. Er wordt gesuggereerd dat deze is ontleend aan een tv-uitzending van het programma Taxi, waarin iemand te zien was die zijn buurt schoonhield, in de taxi van Maarten Spanjer. En die persoon riep alsmaar: mooi zo, goed zo.

Theo van Oosten: "Laten we het daar maar op houden, dat is wel een aardig verhaal. In feite is de naam via allerlei deskundigen tot



ons gekomen. Het advies luidde echter: Goed Zo, Mooi Zo. Dat hebben we toen maar omgedraaid, dat ligt goed in het gehoor." Will: "Ik vind het echt een vreselijke naam, maar iedereen onthoudt 'm."

André: "In het begin dacht ik dat Mooi Zo, Goed Zo een soort filiaalbedrijf was, maar het is uiteindelijk meer een franchisebedrijf. Dit is wel prettig, want dan is er meer maatwerk mogelijk. Op PR-gebied heeft het JWF volgens mij wel een kans gemist. Op 11 oktober zou er een landelijke Mooi Zo, Goed Zo-dag worden gehouden, die is afgeblazen. Dat vind ik jammer."

Will: "Geld is voor mij het belangrijkste punt, het budget. Dat zou ik willen aankaarten in de relatie met het JWF. Verder vind ik ook dat er meer landelijke publiciteit moet zijn. Als ik bijvoorbeeld in Almere een landelijk werkend bedrijf benader dan moet er ook op landelijk niveau iets aan te bieden zijn. Daar moet het JWF voor zorgen, volgens mij. Als je op landelijk niveau een goede infrastructuur creëert, kunnen de lokale werkers makkelijker op lokaal niveau bij een aantal instanties en bedrijven terecht."

Karin: "Heeft het JWF ook redenen om dit niet te doen?"

Karin: "Wat ik wel eens zou willen weten is: wat doen wij wel en niet goed?"

theo: "Het is moeilijk om de formule zowel als de doelstelling tegelijkertijd goed uit te voeren. Wij vinden de doelstelling het belangrijkste, deze is het activeren van de zelfwerkzaamheid van bewoners ten aanzien van hun eigen wijk. De werkwijze is een bepaalde formule waar de coördinatoren zich aan moeten houden. De doelstelling staat in onze ogen centraal, maar het is moeilijk en dat levert voor ons de vraag op hoe streng we moeten zijn. Er bestaat een zekere spanning tussen de landelijke regie en de lokale uitvoering. Verder zijn we er mee bezig om de landelijke publiciteit aan te pakken en ook willen we meer informatie-uitwisseling tot stand brengen. Maar de tijd is ook krap voor de lokale werkers."

Er werd een vraag gesteld over de mogelijkheid mensen enigzins te scholen op de Mooi Zo, Goed Zo-methode.

Theo van Oosten: "Ik vind dat deskundigheidsbevordering moet worden gehaald bij de instellingen die de Mooi Zo, Goed Zo-coördinatoren in huis hebben gehaald. Daar zit de kennis. In dit stadium moeten we met elkaar gaan kijken hoe dat verloopt want dat verschilt nogal van plaats tot plaats, bij de opzet van het geheel gingen wij uit van die bestaande kennis-infrastructuur."

Els: "Ik heb het idee dat coördinatoren meer onderling kennis uitwisselen dan bij de eigen instelling."

Will: "Dat idee heb ik ook. Was het niet de coördinator van Deventer die had geschreven dat haar mantelpakje in de kast hing voor voorkomende gevallen? Dat ervaar ik ook zo. Er zitten een aantal methodische kanten aan de wijze waarop je het bedrijfsleven moet benaderen die ik in de instelling niet kan bespreken. Zoals dat mantelpakje bijvoorbeeld, daarvoor ondervind ik weinig begrip vanuit de instelling. Maar ook hoe je letterlijk moet praten met ondernemers. Bijvoorbeeld als ik hout nodig heb, kan ik niet naar een bedrijf stappen en om een paar planken vragen. Nee, dan moet ik zeer precies formuleren wat ik wil, bijvoorbeeld: drie planken van 2,20 bij 30 cm en 10 cm dik. Je moet je aanpassen aan de cultuur en dat gaat verder dan men denkt. Ik heb vaak behoefte om hierover uit te wisselen, maar bij mij in de instelling wordt dat een beetje onderschat."

André: "Ik probeer toch vooral om mezelf te zijn en me bijvoorbeeld niet te vermommen."

Tineke: "Toch is het wel belangrijk om jezelf goed te verdiepen in die andere cultuur, het kan beslist onnodige drempels opwerpen als je op het verkeerde moment nonchalant gekleed gaat of niet goed hebt nagedacht over wat je precies aan een bedrijf wilt vragen."

De conclusie was dat vanuit de instellingen meer begrip zou moeten zijn voor de aspecten die het werk van de Mooi Zo, Goed Zo-coördinator onderscheiden van het reguliere opbouwwerk, zoals: de kwestie van het budget en de omgang met een andere cultuur, die van het bedrijfsleven. Hierna werd de zitting opgeheven en ging eenieder zijns weegs.



De andere muur van de doorgang

Theo van Oosten: "We hebben onze handen er vol aan, er is niet voor niets iemand aan de staf toegevoegd, zoals jullie weten."

Toch is collectieve en gecoördineerde landelijke publiciteit moeilijk op gang te krijgen, ook omdat we er veel voor moeten betalen. Als we de nationale omroepen benaderen dan kost dat al gauw een halve ton om bijvoorbeeld in een programma als Koffietijd te komen. Ook hebben we de provinciale omroepen, die toen in de maak waren benaderd, voor de zomer. Na de zomer bleek dat deze niet tot stand waren gekomen, het plan was afgeblazen. Wij zitten met het probleem dat onze formule moet worden bewaakt. Wij vervullen een soort platform-functie en de lokale verschillen zijn erg groot. Dan is het zoeken naar de gemeenschappelijke noemer, een manier om naar buiten te treden."

Will: "Eigenlijk zou je een soort 'kroon-leveranciers' moeten instellen op landelijk niveau, dan krijgen coördinatoren op lokaal niveau meer en gemakkelijker korting. Zo kan een bedrijf ook landelijk 'in the picture' komen."

# De rol van de media in "Mooi Zo, Goed Zo"

door Theo Zeldendrust, landelijk projectleider "Mooi Zo, Goed Zo"

In de "Mooi Zo, Goed Zo" formule spelen de media een belangrijke rol; "Mooi Zo, Goed Zo" kan niet bestaan zonder publiciteit. De bedoeling van het project is immers om een 'beweging' op gang te brengen: burgers nemen (weer) verantwoordelijkheid voor hun directe woon- en leefomgeving en het bedrijfsleven helpt daarbij met steun in natura en/of geld; we 'gaan' er met z'n allen voor.

## Lokale publiciteit

Nieuwe ideeën moeten ingang vinden, er moet dus over worden gecommuniceerd. De bescheiden budgetten van de lokale projecten bieden geen ruimte voor betaalde publiciteitscampagnes. De communicatie zou dus gestalte moeten krijgen in de vorm van 'free publicity'. Wij hebben daarom als voorwaarde gesteld voor toelating als lokaal "Mooi Zo, Goed Zo" project dat medewerking was toegezegd door lokale en regionale media. In concreto gaat het om wijkkranten, huis aan huisbladen, dagbladen en de lokale omroepen.

Over het algemeen kan gezegd worden dat het voor de lokale "Mooi Zo, Goed Zo" projecten niet moeilijk was de medewerking van de media te krijgen. Niet toevallig is een van de voorlopers van "Mooi Zo, Goed Zo", het Rotterdamse "Doe wat voor je stad", opgezet door het Rotterdamse Dagblad.

Vanuit het standpunt van de media is "Mooi Zo, Goed Zo" om een aantal redenen interessant:

- Lokaal nieuws scoort goed bij de lezers van lokale en regionale media. Als je als krant interessant lokaal nieuws brengt, maak je je product aantrekkelijker.
- Een aantrekkelijk product verkoopt beter; meer abonnees, meer advertenties. Zeker als er een lokale concurrentiestrijd gaande is, is dit een belangrijk argument.
- Met name huis aan huisbladen zijn primair advertentiebladen. Dit soort bladen is daarom blij met alle kopij die al min of meer klaar wordt aangeleverd; zeker als het om positief nieuws gaat.

De wijze waarop samengewerkt wordt met de media verschilt van plaats tot plaats. In sommige steden hebben (vertegenwoordigers van) de media een officiële plaats binnen "Mooi Zo, Goed Zo", bijvoorbeeld als lid van de stuurgroep. In andere plaatsen is alleen de afspraak gemaakt dat de krant veel aandacht aan "Mooi Zo, Goed Zo" zal besteden. Een punt dat in de beginfase nogal eens bleek te spelen was de journalistieke onafhankelijkheid. Redacties stellen zich op het standpunt dat de krant volledig vrij dient te zijn waarover de krant schrijft en wat zij daar over schrijft. Dit staat op gespannen voet met het maken van afspraken over het promoten in de krant van "Mooi Zo, Goed Zo".

In de praktijk blijkt dit geen obstakel zijn. De "Mooi Zo, Goed Zo" projecten erkennen dat de media hun eigen verantwoordelijkheid hebben maar feitelijk krijgen zij veel (positieve) aandacht mits de berichten een bepaalde mate van nieuws waarde hebben.

In enkele steden heeft de coördinator de publiciteit in eigen hand doordat hij/zij in de gelegenheid is gesteld via radio-uitzendingen of een vaste kolom in de geschreven pers aandacht te schenken aan het project.

Soms is de relatie met de media moeizaam. In één plaats weigert de belangrijkste lokale krant aandacht te besteden aan "Mooi Zo, Goed Zo", behalve als men denkt negatief nieuws te hebben.

Indien dan één medium feitelijk een lokale monopoliepositie heeft,

wordt het moeilijk om "Mooi Zo, Goed Zo" publicitair over het voetlicht te krijgen.

Omgekeerd storren in situaties van hevige onderlinge concurrentie de media zich gretig op "Mooi Zo, Goed Zo".

De inhoud van de artikelen had in de beginfase vooral betrekking op "Mooi Zo, Goed Zo" als zodanig; de formule en de bijdrage van het Fonds' nu ook in onze stad.

Later kregen de benoeming van de projectcoördinator en de start van het lokale project veel aandacht. In dit stadium staan in de artikelen de plannen van de bewoners, die zij via "Mooi Zo, Goed Zo" willen realiseren, centraal. Een voorbeeld: buurt X wil het verwaarloosde speelplaatsje nu eindelijk eens opknappen, bedrijf Y stelt nieuw zand beschikbaar en bedrijf Z zorgt voor tegels, zo krijgen we met z'n allen iets voor elkaar.

"Mooi Zo, Goed Zo" is publicitair nu stevig geworteld in de lokale media. Volgens onze gegevens, die betrekking hebben op 35 steden, zijn er inmiddels 1164 artikelen gepubliceerd. Daarbij zijn de huis aan huisbladen koplopers met 353 publicaties.

Onze schatting is dat er eind 1996 een kleine 2000 maal aandacht besteed zal zijn aan "Mooi Zo, Goed Zo".

## Landelijke publiciteit

"Mooi Zo, Goed Zo" zou je kunnen typeren als een franchise-constructie met het Fonds als franchise-gever die formule, naam, logo en financiële middelen beschikbaar stelt, en de lokale organisaties als franchise-nemers. Daarmee kunnen de lokale projecten laten zien dat zij deel uitmaken van een Nederland-brede beweging waar een groot fonds achter staat. Als franchise-gever rekenen wij tot onze taak de lokale projecten te ondersteunen met landelijke publiciteit.

Verder vinden wij het belangrijk om aandacht te vragen voor maatschappelijke sponsoring, het steunen van projecten in de sociale sfeer door het bedrijfsleven is een interessante nieuwe ontwikkeling die het bedrijfsleven niet alleen geld kost maar ook wat op kan leveren.

Tot dusver hebben wij met "Mooi Zo, Goed Zo" landelijk weinig aan de weg gelimmerd. Dit is uiteindelijk een bewuste keus geweest. Het heeft geen zin om de publiciteit te zoeken met mooie verhalen over een aanpak die zich nog moet bewijzen. Het bestaansrecht van "Mooi Zo, Goed Zo" ligt immers in de resultaten die op lokaal niveau bereikt worden. Inmiddels zijn we echter in het stadium gekomen dat er resultaten te melden zijn: het project loopt in 53 steden en de formule blijkt te werken.

We werken daarom aan de voorbereiding van een landelijke publiciteitscampagne. In de campagne zullen de resultaten uit het VU-onderzoek dat "Mooi Zo, Goed Zo" begeleidt, centraal staan.

In grote lijnen ziet het plan er als volgt uit:

- We onderscheiden drie doelgroepen: "het grote publiek", "het" bedrijfsleven en "de" politiek. Elk van deze doelgroepen wordt gericht benaderd.
- Het grote publiek willen we benaderen via de landelijke media. De boodschap zal zijn: betere leefbaarheid doordat men als buurt, wijk of stad samen aan de slag gaat.
- Het bedrijfsleven willen wij bereiken via de huisorganen van de ondernemersorganisaties en de managementbladen. We willen bij deze doelgroep naar voren brengen dat ondernemers een maatschappelijke verantwoordelijkheid hebben maar dat het ook productief kan zijn om mee te doen.
- De politiek willen we benaderen via de wetenschappelijke instituten van de politieke partijen. De boodschap zal zijn: er is een nieuwe

ontwikkeling gaande die interessant en relevant is voor de politieke beslissers; eigen initiatief van bewoners staat centraal en het bedrijfsleven helpt daarbij.

In het eerste jaar is "Mooi Zo, Goed Zo" er redelijk tot goed in geslaagd op plaatselijk en regionaal niveau publiciteit te krijgen

voor het project. De komende tijd willen we daar ook op landelijk niveau aandacht voor vragen.

## Mooi Zo, Goed Zo in Delft

De tijd dat de gemeente uitsluitend verantwoordelijk was voor het leefklimaat in de woonomgeving ligt al weer een tijdje achter ons. Onder invloed van onder andere de Sociale Vernieuwing werden bewoners aangespoord om ook een steentje bij te dragen. Deze bewonersparticipatie gebeurde niet louter uit bezuinigingsdrang maar zeker ook om het draagvlak in de buurt te vergroten. Het Juliana Welzijn Fonds ging in deze participatiegedachte nog één stap verder.

Volgens een Rotterdams voorbeeld, 'Doe wat voor jet Stad', moesten niet alleen burgers en instellingen hun steentje aan projecten bijdragen, maar ook het bedrijfsleven en de lokale media. Onder de naam Mooi Zo, Goed Zo startte het Juliana Welzijn Fonds zo'n 53

projecten in het land. De aangestelde projectleiders werden uitgedaagd om leefbaarheidsprojecten op te zetten met traditionele en niet-traditionele partners; respectievelijk (welzijns)instellingen, gemeente en anderzijds bedrijfsleven, woningbouwverenigingen, lokale media en het onderwijs. Een kijkje in de nieuwe keuken van Mooi Zo, Goed Zo in Delft; werkzaam vanaf augustus '95.

### De lokale media

'Domeinen van Welzijn', een onderzoek naar welzijnsbeleving uit Dordrecht toonde aan dat bewoners zich op verschillende manieren tot hun omgeving verhouden. Waar de één zijn welzijnsbevor-



Actie's tegen hondenoep in Delft

derende factoren uit de directe woonomgeving haalt is een ander meer georieëteerd op de stad, het land of op de wereld. De doelgroep van het opbouwwerk en het sociaal cultureel werk bestaat voor een belangrijk deel uit bewoners die zich op hun directe omgeving oriënteren. Lokale kranten hebben grotendeels diezelfde doelgroep. Daar lag een kans voor samenwerking van Mooi Zo, Goed Zo met de lokale media. De Haagsche courant, waaronder de Delftsche Courant ressorteert, was al in een vroeg stadium bereid om een samenwerkingscontract met Mooi Zo, Goed Zo te sluiten. Mooi Zo, Goed Zo zou op een nieuwe manier aan welzijnsproblemen werken, en de Delftsche Courant zou zorgen voor de nodige publicitaire begeleiding. Het enthousiasme voor de samenwerking was zo groot dat de Haagsche/Delftsche Courant bereid bleek een puzzelactie ten behoeve van Mooi Zo, Goed Zo te organiseren. Deze puzzelactie zou niet alleen ten bate van alle Mooi Zo, Goed Zo-Delft worden georganiseerd, maar ten bate van alle Mooi Zo, Goed Zo projecten in het verspreidingsgebied van de Haagsche Courant. De toezegging van de puzzelactie zou in financiële en publicitaire zin een steun in de rug voor Mooi Zo, Goed Zo zijn. De Delftsche Courant bleek eveneens bereid om de sponsors van de Mooi Zo, Goed Zo-projecten bij naam in een redactioneel stuk te plaatsen. Met deze troef kon Mooi Zo, Goed Zo onderhandelen met bedrijven over sponsoring. Sponsoring was niet langer een charitatieve daad, maar een normale transactie waarbij beide partijen baat hebben. Met de Delftsche Courant zijn overigens geen afspraken gemaakt over het alleenrecht van publicatie, andere media zijn, na de Delftsche Courant, nog altijd inzetbaar.

### Comité van aanbeveling

Nadat het uitvoeringsplan van Mooi Zo, Goed Zo gereed was presenteerde Mooi Zo, Goed Zo zich in het Delftsche. Verschillende kranten en omroepen maakten gewag van de nieuwe organisatie met haar nieuwe werkmethode. De aandacht van de media voor deze nieuwe vorm van welzijnswerk was zo groot dat dit de weg vrijmaakte om Delftse koopstukken voor het Comité van Aanbeveling te interesseren, het balletje was gaan rollen. De Burgemeester, de voorzitter van de Kamer van Koophandel, het College van Bestuur van de TU-Delft, grote bedrijven en het hoofd van politie verbonden hun naam aan het project. Op het briefpapier waren hun namen inclusief 'Mission Statement' bijgedrukt. Kwalitatief hoogwaardig presentatiemateriaal moest, naar de mening van de projectleider, deuren kunnen openen. Al snel kon een toetsgroep in het zadel worden geholpen. Deze groep werd belast met het beoordelen van projectaanvragen, als klankbord zou de toetsgroep meedenken over de te voeren strategie van Mooi Zo, Goed Zo; een ex-wethouder, directeurs van een oude-



Het ingebruik nemen van de schooltuinjes

reninstelling en een woningbouwvereniging, de vestigingsdirecteur van IKEA en een beleidsmedewerkster van de gemeente zijn de leden van de toetsgroep. Deze toetsgroep werd zo breed samengesteld dat het bij het nomineren van projecten de wind uit de zeilen van de projectleider zou halen. In tegenstelling tot het Comité van aanbeveling is de toetsgroep dus een meewerkende club van vrijwilligers. Nog maar net was het Comité van Aanbeveling en de toetsgroep geïnstalleerd of Mooi Zo, Goed Zo mocht zich gratis presenteren op de Delftse ondernemersbeurs

### Nieuwe paden

In samenwerking met de Delftsche Courant organiseerde Mooi Zo, Goed Zo een telefonade. De telefonade hield in dat lezers werden opgeroepen kleinschalige projecten aan te melden die de woonomgeving doet verbeteren. Voorwaarde was dat de aanmelders bereid moesten zijn om 'de handen uit de mouwen te steken'. Enkele dagen voor de telefonade werd hieraan ruim aandacht besteed in diezelfde krant. Via deze telefonade kwamen er interessante projecten binnen.

Bij de gemeente Delft hebben amtenaren wel even moeten wennen aan de werkmethode van Mooi Zo, Goed Zo. Om de motivatie van projectaanvragers vast te houden was de filosofie om niet meer dan een half jaar te laten verstrijken tussen projectaanvraag



De wijk is van ons allemaal

en oplevering. De gemeentelijke procedures waren daar niet op ingericht. Getracht werd om op het niveau in te steken waarbij besluiten snel konden worden genomen, ook werd er gelobbyd. In veel gevallen heeft Mooi Zo, Goed Zo de besluitvorming kunnen versnellen, in enkele gevallen niet. De Deltse ambtenaren hebben moeten wennen aan Mooi Zo, Goed Zo. Per slot van rekening begaf Mooi Zo, Goed Zo zich vaak op 'hun' werkterrein, de openbare ruimte. Inmiddels is de gemeente een beetje gewend aan Mooi Zo, Goed Zo en werkt zij redelijk mee. De goede samenwerking met de plaatselijke pers lijkt hieraan bijgedragen te hebben.

### Projecten

De landelijke campagne 'De wijk is van ons allemaal' werd in Delft door Mooi Zo, Goed Zo uitgevoerd. Doel van deze campagne was om Nederlanders en buitenlanders met elkaar in contact te laten treden. In dit kader heeft Mooi Zo, Goed Zo onder andere 16 schooltuintjes bij een basisschool gerealiseerd, een multicultureel wijkfeest georganiseerd en brouwen uit verschillende windstreken een foto-expositie over hun kijk op de wijk laten maken. Alle activiteiten in dit kader zijn samen met wijkbewoners, bedrijven, scholen en (welzijns) instellingen gerealiseerd. Onderzoeksbureau OCU uit Utrecht zal onderzoeken in hoeverre de activiteiten een

bijdrage hebben geleverd aan verdergaande integratie. De medewerkers van genoemde partners kijken echter met plezier op de activiteiten terug (zie illustratie).

Om de overlast van hondepoep tegen te gaan heeft Mooi Zo, Goed Zo samen met bewoners een campagne georganiseerd onder de 'Opgeruimd st(r)aat netjes'. Naast bewoners waren er ook een tweetal woningbouwverenigingen, de gemeente en een psychiatrisch ziekenhuis betrokken. De bewonersgroep ervaart de campagne als geslaagd. Er is met name getracht om een discussie over hondepoep in de straat op gang te brengen. Hoewel deze discussie scherpe randjes had heeft het er wel toe geleid dat het gedrag van hondenbezitters is veranderd. Naast deze discussie hebben de organisatoren hondenbezitters handvatten gegeven om daadwerkelijk mee te kunnen werken aan een schone straat. Hondentrainingen in de straat, Paxbakken en verwijfsborden zijn daar voorbeelden van (zie illustratie).

### Het tweede jaar

Voor Delft zit het eerste jaar Mooi Zo, Goed Zo er al weer op. Het tweede jaar zal met name geconcentreerd zijn rond twee campagnes, te weten: 'Premie op Actie in de Buurt' en de 'Puzzelactie' van de Haagsche/Deltsche Courant. Naast deze twee campagnes worden er nog een aantal 'losse' projecten uitgevoerd. Een voorbeeld van 'losse projecten' is het opknappen van een viaduct onder een snelweg met buurtbewoners, Rijkswaterstaat, de gemeente, het energiebedrijf en een jongeren-centrum. De muurschilderingen zullen, na een ontwerpwedstrijd, door buurtbewoners ter hand worden genomen

### Premie op actie

Samen met drie Deltse Rotaryclubs spoort 'Premie op Actie in de Buurt' bewoners aan om langdurig een bijdrage te leveren aan een betere buurt. Naast de te winnen premies, die voor een beter leefklimaat in de straat worden ingezet, maken bewonersgroepen kans op één van de vele ballonvaarten met één van de hete luchtballonnen. De ballonnen zijn op 7 december jl. vanaf de Markt van Delft opgestegen.

### De puzzelactie

Samen met de plaatselijke krant draait er vanaf 16 november de genoemde puzzelactie. Vanuit Delft zijn er vier projecten voorgedragen waarvoor gepuzzeld wordt. Voor twee projecten wordt er eind 1996 gepuzzeld, de twee andere projecten zijn begin 1997 aan de beurt. Puzzelaars moeten de puzzel inzenden met f 3,-. Omdat de prijzen gesponsord worden gaan alle opbrengsten naar Mooi Zo, Goed Zo projecten.

Gert-Jan Masselink, Delft, tel.: 015-212 5589.

# Bericht uit Brabant

In deze twee provincies zijn sinds dik anderhalf jaar diverse coördinatoren aan de slag om als projectleider Mooi Zo Goed zo in de lokale samenleving een vaste plek te geven.

Wat opvalt is dat er diverse achtergronden, zoals opbouwwerkers, communicatiemensen, kunstmakelaars gezamenlijk werken aan de implementatie van Mooi Zo Goed Zo in Brabant en Zeeland. Het geheim van ons succes is dat de diverse achtergronden en werelden van de projectleiders op elkaar afgestemd worden in een tweemaandelijks overleg met ondersteuning van de provinciale ondersteuningsinstelling van Prisma. Addy Backs is als consulente betrokken bij de projectuitwisseling en geeft tips bij de aanpak in de diverse steden.

Bij Mooi Zo Goed Zo staat de verbetering van de leefbaarheid in straat, buurt, wijk en stad centraal. Het Juliana Welzijn Fonds wil gedurende drie jaar voor elkaar krijgen dat de projectleiders werken aan een structurele inbedding van de projectaanpak. De projectleiders in Brabant en Zeeland hebben daar vraagtekens bij. Immers na een jaar werken blijkt dat de aanpak niet overal geaccepteerd wordt. Veel collega opbouwwerkers die niet bij de projecten zijn betrokken kijken vreemd aan tegen deze andere manier van werken.

Immers stadsvernieuwing, wijk en buurtbeheer behoren toch tot het domein van de opbouwwerker! 'Mooi niet!', zeggen de projectleiders van Mooi zo Goed zo. Samenwerking en het liefst zo integraal mogelijk is het devies.

Nieuw bij Mooi Zo Goed Zo is de rol van "sociale makelaar" en het plegen van acquisitie. Vijf jaar geleden was het bedrijfsleven in de ogen van de meeste opbouwwerkers een doelgroep die alleen maar aan zich zelf dacht. Enkele opbouwwerkers zijn hiervan uitgezonderd! Daar tegenover stond dat het bedrijfsleven dacht dat opbouwwerkers, als ze het woord al kenden, dachten: dat zijn maatschappijhervormers op kosten van de belastingbetaler. Bij Mooi Zo Goed zo zijn we ineens partners met gezamenlijke belangen.

Immers bij Mooi Zo Goed Zo werken burgers, overheden, woningbouwcorporaties en bedrijfsleven samen aan de verbetering van het woon- en leefklimaat. De aanpak en stijl is in de diverse steden in Brabant en Zeeland best verschillend. De een legt meer het accent op "sociale makelaardij", de andere meer op het indienen van concrete projecten.

Het mooie van onze contacten is dat we van elkaars werelden en benadering veel leren.

We noemen dat een vorm van "kruisbestuiving".

De projectleiderster uit Helmond Isa Schipper is een mediaspecialiste en leert ons softies

hoe om te gaan met PR. Anderzijds leert zij van ons opbouwwerkers hoe te onderhandelen en om te gaan met collega opbouwwerkers en aanvragen van bewoners. Strategisch werken naar de lokale overheid en woningbouwcorporaties is ook een van de sterk ontwikkelde kanten van het opbouwwerk.

Isa Schipper uit Helmond: "Het is inderdaad waar dat in iedere 'Mooi Zo, Goed Zo' stad het project verschilt, omdat de coördinatoren heel duidelijk hun eigen stempel op hun project drukken. Veel projectcoördinatoren hebben het welzijnswerk of opbouwwerk als achtergrond. Ikzelf heb Nederlands Communicatie gestu-

deerd en heb veel duidelijker een pr-achtergrond. Dat is heel duidelijk terug te vinden in mijn project.

Ik zie mijn taak meer als het zijn van een makelaar voor de aanvragers dan als projectontwikkelaar. Ik help inwoners van Helmond die een plan hebben om de leefbaarheid in hun omgeving te verbeteren met financiering te zoeken bij hun initiatief. Dit kan gebeuren door het vinden van bedrijven die willen sponsoren, maar ook door hen te begeleiden bij een aanvraag doen voor subsidie of bij een fonds. Als ze wel begeleiding nodig hebben bij de opzet en uitvoering van hun initiatief, dan stuur ik ze (in zoverre dat dat mogelijk is) door naar de Welzijnsorganisatie in Helmond voor de nodige begeleiding van welzijns- en opbouwwerkers. Daarnaast is het mijn taak om bekendheid te krijgen voor 'Mooi Zo, Goed Zo' als concept voor maatschappelijke betrokkenheid. Alleen daardoor lukt het om bedrijven mee te krijgen om deel te nemen aan een 'Mooi Zo, Goed Zo' project. Ook aanvragers weten daardoor wat 'Mooi Zo, Goed Zo' inhoudt en welke aanvragen ze kunnen doen. Ik heb al meerdere presentaties gehouden bij buurthuizen en wijkverenigingen. Het feit dat ik aangeef dat hun idee in aanmerking komt om door 'Mooi Zo, Goed Zo' bemiddeld te worden, en het feit dat ik heel enthousiast reageer op hun idee, stimuleert hen om door te gaan met hun initiatief.

Voor bedrijven geldt weer een geheel andere aanpak. Bedrijven doen eigenlijk meestal alleen mee omdat ze publiciteit krijgen. 'Mooi Zo, Goed Zo' probeert dat zoveel mogelijk te realiseren. Speciaal daarvoor organiseren we een receptie waar bedrijven een certificaat uitgereikt krijgen. Hier kunnen bedrijven zich naar elkaar te profileren. Daarnaast hebben we sinds kort ook een 'Mooi Zo, Goed Zo' krant en grote advertentie wat ook veel bedrijven over de streep trekt. Eigenlijk is 'Mooi Zo, Goed Zo' een bureau dat publiciteit verkoopt voor bedrijven die sponsoren. Dat is dus een geheel ander product dan welzijnsprojecten. Maar het verkoopt wel beter.

Het is duidelijk dat mijn aanpak veel meer marketing gericht is. Hoe verkoop ik mijn product het beste? Ook al is dat product een goed doel. En in andere gevallen is de publiciteit zelf het product. Het product moet op de markt gebracht worden, onder de aandacht gebracht worden. En daarvoor is publiciteit belangrijk. Aldus Isa Schipper uit Helmond

In Breda leert Lex van Buitenen, als oud kunstmakelaar, ons hoe je sponsor trajecten moet opzetten om het bedrijfsleven actief te benaderen. Vanuit Bergen Op Zoom komt Peter Veldhuizen met zijn achtergrond uit arbeidsmarktprojecten weer met de sterk ontwikkelde makelaardijfunctie. Zoals je begrijpt is er veel kennis, ervaring en vooral enthousiasme in onze groep. Dat we als eerste begonnen zijn met praktisch overleg en uitwisseling van gegevens en ontwikkelde producten, toont sterk onze voorkeur voor de teamwork-benadering.

Na de laatste terugkomst bij het Juliana Welzijn Fonds te Bunnik zijn inmiddels meerdere projectleiders zo'n regionaal overleg begonnen.

## De inhoud

In het drijfjaar project staat de aanpak van de leefbaarheid in de stad centraal.

Allerlei concrete ideeën en suggesties worden met behulp van de projectleider opgepakt en beoordeeld aan de hand van criteria van het JWF. Deze criteria waren in het begin van het project nog vaag en vormden een te strak keurslijf.

Na anderhalf jaar ervaring opgedaan te hebben in de praktijk, zijn wij van mening dat

het JWF meer de gelegenheid moet bieden om van "onderop" te werken dan "top-down". De discussie met het JWF en de projectleiders is daarover nu gaande. We hebben goede hoop dat het JWF inziet dat de sterkte van de projecten aan de basis in de 50 steden in Nederland ligt en niet in Bunnik (hoofdkantoor JWF). Ik denk dat als we van elkaar willen blijven leren, dit een van de grootste successen wordt van de laatste jaren.

Immers sociale vernieuwing is een bestuurlijke dood gestorven en het grote stedenbeleid lijkt soms meer een rituele dans om de centen. Sociale cohesie, sociale integratie, sociaal cement, specie of "twee componentenlijm", mogelijkerwijs nog meer termen, zijn sleutelbegrippen, in de markt van welzijn en geluk in de BV Nederland.

Wat wij merken is dat sociale makelaardij via Mooi Zo Goed Zo een product is dat het bedrijfsleven een compacte mogelijkheid biedt om via Maatschappelijke sponsoring hun "zorgzaam kapitalisme" te uiten. Via concrete projecten kan het bedrijfsleven keuzes maken welk project het best past bij zijn of haar bedrijfsfilosofie. Door afspraken met de lokale en regionale media ziet de sponsor zijn inspanningen beloond in duidelijke publicaties in de kranten. Dat is compacter en goedkoper dan zelf dure PR te betalen. Plus is deze manier van sponsoring er eenje met een duidelijk sociaal doel. Sommige media vergelijken ons met de Angela Groothuizen-aanpak. Misschien is dat wel zo, alleen zijn wij Zuiderlingen wat bescheidener en meer op de inhoud gericht. Banken, Groothandels, Detailhandel, Automatiseringsbedrijven, Winkeliers, Verzekeringsmaatschappijen en zelfs Autodealers sponsoren gericht projecten van Mooi Zo Goed Zo. Daarvoor ontvangen ze certificaten van het JWF die ze apetrots in hun bedrijf ophangen. Mooi Zo Goed Zo is in anderhalf jaar tijd een begrip geworden, in ieder geval voorover onze waarneming strekt in Brabant en Zeeland.

Er zijn twee projectleiders die met een auto rondrijden waarop belettering staat van het logo van Mooi Zo Goed Zo en de bedrijfsnaam van de sponsor. (Volkswagen en Citroen) Dat heet in ons jargon "Kwaliteit". Dat is niet vies en onethisch, maar een logisch gevolg van de manier van werken in de Mooi Zo Goed Zo-methodiek. Immers partners in leefbaarheid zijn naast de traditionele, overheid, woningbouwcorporaties, bewoners, nu ook de mensen uit het bedrijfsleven. Van hen kunnen wij met z'n allen nog veel leren. De zachte kern krijgt een hardere kern en blijft daarmee misschien beter overeind in de kaalslag die de afgelopen jaren in het opbouwwerk heeft plaatsgevonden.

## Tot slot

In overleg met het NIZW, (Paul Vlaar) en het JWF, (Bert Smit) en Prisma (Addy Backs) zijn wij aan het onderzoeken in hoeverre de door ons bedachte Mooi Zo Goed Zo aanpak een vernieuwende aanpak is in Welzijnsland. Zonder arrogant te zijn denken wij van wel.

We houden U op de hoogte.

## Internet en Mooi Zo Goed Zo:

Via sponsoring van een Multimedia bedrijf, Integrated Concepts zijn nu drie lokale projecten met hun eigen homepage's en email adressen te vinden op Internet.

Het adres is: [Http://Baronie.concepts.nl/org/mooizo](http://Baronie.concepts.nl/org/mooizo)

Hierna volgden de Rabobanken ook met het aanbieden van hun diensten via Trefpunt op Internet. Als laatste stelde het NIZW zijn homepage open voor Mooi Zo Goed Zo met een aparte link.



## Voor meer informatie:

Jan Poort,  
projectleider Oosterhout,  
telefoon 0162-454208,

Isa Schipper, projectleider Helmond,  
telefoon 0492-553530,

Peet Veldhuizen,  
projectleider Bergen Op Zoom,  
telefoon 0164-241268,

Addy Backs,  
consulente Prisma,  
013-5441440,

# Mooi Zo, Goed Zo in

In Zeist is het Mooi Zo, Goed Zo-project ondergebracht bij de St. Opbouwwerk Zeist. De coördinator, of 'actie-leider' zoals hij zichzelf bij voorkeur aanduidt, aldaar is Hein Visser. Hij heeft de gewoonte om met de inwoners van Zeist te communiceren via een regelmatig verschijnende column. In die column vertelt hij over de gerealiseerde projecten en over de reacties van betrokkenen. De redactie vond de columns dermate opmerkelijk en ook geschikt als medium in de lokale setting dat Hein op ons verzoek vijf columns voor ons heeft uitgezocht. Hieronder volgen de teksten.

## Aflevering 1 in de "Nieuwsbode" van 13-10-1995

Elke twee weken zal het bovenstaande zonnetje u vanuit deze kolommen toeschijnen met een opbeurende boodschap uit de actie "Mooi Zo, Goed Zo". Deze leuze is bedacht - en wettig gedeponeerd, inclusief de zon - door het Juliana Welzijn Fonds. Dit betaalt het salaris van de actie-leider (van mij dus) mits er in Zeist overall mooie projecten groeien die niet ten koste gaan van de gemeentelijke subsidiepoten. De gedachte aan sponsoring is dan al bijna een "open deur", maar wie die intrapt ziet erachter nog allerlei andere mogelijkheden opdoemen om gelden, goederen en immateriële ondersteuning te werven.

De projecten in Zeist worden "mooi" en moeten bovendien de saamhorigheid tussen buurtbewoners versterken. Ik geef een voorbeeld.

Zeist heeft nogal wat buurthuizen, speeltuingebouwen en wijckentra. Hoeveel mensen zouden daarheen gaan op de televisie-voetbalavonden, als zij weten dat de uitzending daar op een scherm van drie vierkante meter wordt vertoond? We denken bijvoorbeeld aan ouderen die moeite krijgen om thuis op hun eigen scherm (tien keer zo klein) de bal in het vizier te houden. Of aan al die mensen die 'n voetbalwedstrijd bij voorkeur in een wat groter gezelschap volgen, met alle onderlinge commentaren vandien. De moderne techniek staat voor niets. Voor nog geen 3000 gulden kan iedereen een apparaatje kopen dat - mits op de goede manier aan de TV gekoppeld - het beeld bijna kamerbreed en haarscherp projecteert. Op ons verzoek heeft een Zeister televisiewinkel zo'n projector ingekocht om het apparaat te demonstreren. Buurtcomité's die het wel eens willen zien, kunnen "Mooi Zo, Goed Zo" opbellen (6963864) om er samen naartoe te gaan. Wie enthousiast terugkomt van zo'n demonstratie, nodigen we graag uit om een plannetje te maken voor een veelvuldig gebruik van de projector - niet alleen voor voetbalwedstrijden maar ook voor andere programma's met een educatieve boodschap - en voor de werving van de nodige financiën.

Tot de volgende zonsopgang over twee weken.

## Aflevering 7 in de "Nieuwsbode" van 2-1-1996

Gelukkig Nieuwjaar, lieve lezer van deze rubriek, en een welgemeend "mooi zo, goed zo" voor alle voornemens die u voor 1996 maakte. Goede voornemens hebben we ook met onze MozoGoZo-actie: samen met bewonersgroepen willen we dit jaar minstens zes projecten aanzwengelen waarmee hun buurten fraaier en gezelliger worden, zonder dat het gemeentebestuur daarvoor behoeft te betalen. In het Zeister Staatsledenpark is bewezen dat dit heel goed mogelijk is. Want toen daar op 21 december - op die kortste dag van 1995 - de avond was gevallen, schenen plotseling twee gloednieuwe schijnwerpers in de duister-

nis. Ze zijn helemaal betaald door sponsors. De namen van de geldgevers staan te lezen op een lichtmast van tien meter hoog. De floodlights ontbrandden met een korte ceremonie. Die werd voltrokken door de twee dames die het meeste hebben gedaan aan dit allereerste MozoGoZo-project. Ze werden daarbij gadegeslagen door tientallen genodigden. Mevrouw Van den Dolder (als bestuurslid van de buurtvereniging vroeg zij drie maanden geleden wat extra licht rondom het buurthuis in het park) scheen met haar zaklampje door het luikje van de lantaarnpaal. En toen daarbinnen de knoppen zichtbaar werden, kon mevrouw De Rooy (die het meeste sponsorgeld inzamelde) de schijnwerpers ontsteken. Het wonderde toeval wilde dat het een uurtje eerder al was gaan sneeuwen, zodat het park wittig begon op te lichten. Heel geleidelijk, want het zijn van die lampen die langzaam op krachten komen. Maar toen ze twee minuten later hun volle vermogen bereikten, lieten de omstanders spontaan een enthousiast applaus horen.



Skaters verzamelen zich voor het stadhuis

Hoe belangrijk het gemeentebestuur het vindt dat bewoners op eigen krachten de leuke buitenkansen van hun buurten uitbuiten, bleek wel uit het feit dat er maar liefst twee wethouders kwamen opdagen. Ondanks dat zij pas te eildder ure waren uitgenodigd. Wethouder Bauer knikte instemmend toen hij collega Van Apeldoorn hoorde zeggen: "de contacten tussen gemeentebestuur en bewonersgroepen verlopen vaak te stroef doordat we geen geld hebben om alle wensen te vervullen. Laten we daarom maar proberen om wat enthousiaster te worden over de mooie dingen die nog wel mogelijk zijn; we mogen dat enthousiasme niet laten overschaduwen door teleurstelling over het feit dat sommige



andere dingen nu eenmaal onmogelijk zijn." Van Apeldoorn riep ook de andere buurtorganisaties van Zeist op om nieuwe ideeën ontwikkelen die dermate origineel zijn dat er makkelijk sponsors voor kunnen worden gevonden.

De bijeenkomst werd besloten met drankjes en gebak in het buurthuis, dat voor deze gelegenheid prachtig was getooid met kerstversieringen.

#### Aflevering 10 in de "Nieuwsbode" van 13-2-1996

Zelf woon ik niet in Zeist maar in Amersfoort. En dat is óók een van de vijftig gemeenten waar de actie "Mooi Zo, Goed Zo" enthousiast is ontketend. Dus ik was niet verbaasd toen ik onlangs het stadhuis bezocht - voor een nieuw paspoort - en plotseling bij de leestafel in de hal een dik pak folders zag liggen met het bekende gele zonnetje (dat grijs is afgedrukt bij deze column) en met de bekende Mozogozo-leuze. "Amersfoort scoort" stond er

buurt te bedenken. Dacht ik. Maar ik zit nu al een uur te staren naar de achterkant van dat folder. En met name naar die eerste vraag die ik daarop moet beantwoorden: "wat is uw idee?" Aan de volgende vragen die daaronder worden gesteld (hoeveel kost het? wie willen er meedoen met de uitvoering? wie zouden er bezwaren tegen kunnen hebben? etc.) kom ik niet eens toe.

Waarom lukt het me nog steeds niet om die allereerste vraag te beantwoorden? Heb ik te weinig fantasie? Of is mijn eigen buurt echt helemaal perfect en super-leefbaar?

Zuchtend schuif ik het formulier terzijde en begin dit artikelje te schrijven. Het blijkt dus echt lastig om goede ideeën te verzinnen. Vooral voor de buurt waarin je zelf woont, want daaraan ben je gewend geraakt zodat je de witte vlekken en de onbenutte buitenkantsjes eigenlijk niet goed meer ziet. De onbevangen vreemdeling die hier op bezoek komt heeft vaak een scherper oog voor die dingen.

Daarom geef ik - als onbevangen vreemdeling - graag gehoor aan uitnodigingen van buurtcomités om eens samen met hen rond te

## Skaters willen schans of box

Zeist - Jongeren willen skaten op een eenvoudig schansje of een "box". dinsdagmiddag trokken zo'n veertig jongeren op skateboard en inline-skates van de Jagerlaan naar het gemeentehuis om daar ruim vierhonderd handtekeningen aan Theo Ruys, wethouder Sportzaken te overhandigen.

Onder leiding van Hein Visser, actieleider van 'Mooi Zo, Goed Zo' togen zij over fietspad en stoep richting 't Rond. Nagestaard door vele mensen en twee maal aangehouden door de Stadswacht. De honderden handtekeningen gaan gepaard met een verzoek om enkele goedkope, verplaatsbare skate-voorzieningen in Zeist op te richten. Van de zeventuizend tieners in de gemeente hebben duizend skaten als liefste buiten-bezigheid. Een voorziening voor hen hoeft niet duur te zijn. Met enkele honderden gulden kan al veel gedaan worden. De gedachten gaan uit naar onder meer de Voorheuvel, op dagen dat er geen markt is en de entree van Vollenhove naast het cafetaria.

Nu al wordt bijna dagelijks op het nieuwe marktterrein een provisorisch schansje gebouwd van enkele pallets en spaanplaten.

lopen door hun straten en vrijblijvend te fantaseren over de onbenutte buitenkantsjes die om de hoek liggen. Zoals ik bijvoorbeeld al deed in Nijenheim, de Dichterswijk, Vollenhove en Mamejoh.

En deze week begin ik met de sponsoring voor de televisie-projectoren die drie Zeister speeltuin-verenigingen hebben aangevraagd: projectoren waarmee ze de uitzendingen kamerbreed op de muren van hun clubhuizen kunnen vertonen.

Kinderprogramma's, voetbalwedstrijden, films uit de videotheek, neem maar op. Zou dit dan misschien toch ook een leuk idee kunnen zijn voor het stukje Amersfoort waar ik zelf woon? Waar heb ik dat aanmeldingsformulier gelaten? Maar nee, wij hebben helemaal geen speeltuin of clubhuis in onze buurt.



in iets kleinere letters op te lezen. Want alle actieleiders in heel Nederland hebben de dichtelijke vrijheid om hun affiches met een "pakkend rijm" te versterken.

Toen ik het folder wat nauwkeuriger las bleek het een formulier te zijn om goede ideeën in te zenden voor de actie; ideeën om de leefbaarheid van de buurten te vergroten en waarvoor kleine groepen buurtgenoten warm lopen zodat zij schouder-aan-schouder ook zelf de handen uit de mouwen steken.

Ik nam direct drie aanmeldingsformulieren mee naar huis, want voor mij - als Zeister actieleider - zou het toch wel een koud kunstje zijn om tenminste drie Goede Ideeën voor mijn eigen

# Katern-Einde

## 11, 27-02-96 Raadscommissie en filosofie over leefbaarheid

Toen ik onlangs in het gemeentehuis was om iets over onze actie "Mooi Zo, Goed Zo" te vertellen aan een gezelschap van raadsleden, zag ik allemaal tevreden gezichten. Vooral toen ze hoorden dat we de leefbaarheid van de buurten vergroten zonder een cent subsidie te vragen. Dat klinkt de volksvertegenwoordigers - die altijd geldgebrek hebben en diep nadenken over nieuwe bezuinigingen - natuurlijk als muziek in de oren. Maar er werd toch nog een kritische vraag gesteld: "wat beschouwen we eigenlijk als de 'leefbaarheid' van de buurten?"

Leefbaarheid is een lastig woord, want mensen denken daarbij aan heel verschillende dingen. De stedebouwkundige die een nieuwe wijk op de kaart tekent denkt bijvoorbeeld aan zoveel mogelijk tuinen, plantsoenen en ander groen. Daarna komt de architect om de afzonderlijke woningen te ontwerpen; die tilt nogal zwaar aan de geluidsisolatie om klachten over burengerucht te voorkomen. En als de buurt eenmaal is voltooid - en sinds kortere of langere tijd wordt bewoond - gaat het weer over heel andere dingen. De wijkagent denkt aan de bestrijding van inbraken en vandalisme, zodat gevoelens van onveiligheid en angst verminderen. Ouders denken aan speeltoestellen voor hun kinderen en aan veilige routes om naar school te lopen. Zo pakt iedereen een eigen graantje mee van dat allesomvattende woord "leefbaarheid". In onze actie betekent een leefbaarder buurt dat er veel meer contacten ontstaan tussen de buurtbewoners; meer mensen moeten elkaar leren kennen, elkaar groeten op straat en 'n praatje kunnen maken. Niet alleen over klachten, maar ook en vooral over de mooie dingen die in de buurt (zouden kunnen) gebeuren. Ook met ons allereerste project - de schijnwerpers die sinds december in het Staatsliedenpark branden - werden zulke contacten versterkt. Want een bewonerscomité en een clubhuisbestuur werkten eendrachtig samen; het comité zorgde voor het meeste sponsorgeld en het clubhuis betaalt de electriciteit; samen sterk dus.

Terug naar die avond met acht gemeenteraadsleden. Om te laten zien hoe we sponsors werven, vertelde ik dat we de schijnwerpers al feestelijk ontstaken toen we 90% van de investering in kas hadden: 400 gulden te weinig. En ik vroeg de dames en heren politici of zij nog een idee hadden waar we dat bedrag alsnog zouden kunnen vinden? Enkele mensen begonnen enthousiast te berekenen dat Zeist wel 39 raadsleden heeft en dat het probleem dus is opgelost als die allemaal persoonlijk 'n tientje geven. Maar hoe organiseren we dat? Zullen we een "bedel-brief" schrijven naar hun 39 huisadressen? Voordat die vraag beantwoord was, bleek het tekort alweer opgelopen te zijn tot 500 gulden. Want iemand uit een Vollenhove-flat vond dat de nieuwe lampen hinderlijk zijn woning binnenschoven, ondanks dat ze een halve kilometer verderop staan. Ik ben prompt op bezoek gegaan om het ongerief zelf te bekijken. En toegegeven, als je gewend bent om 's avonds over een schemerdonker Zeist uit te kijken en als daar dan plotseling zo'n felle vonk in het oog springt dan zou je je daaraan kunnen storen. Gelukkig blijkt de lampenfabrikant daarvoor een oplossing te hebben: voor honderd gulden is een metalen schermje te koop dat aan een schijnwerper kan worden gehangen, zodat het licht niet meer zo ver opzij wegstraalt. Dat schermje hebben we dus direct besteld. Want een kenmerk van onze Mozogozo-projecten is dat we ook een goede nazorg plegen; als mensen nodeloos hinder mochten ervaren dan proberen we daar iets aan te doen.

## 30e Mozogozo-aflevering voor "De Nieuwsbode" van 26 november

Mijn vorige artikeltje was zwartgallig. In sombere toonaarden schreef ik hoeveel moeite ik deed om bij twintig bedrijven een bedrag van honderd gulden te vragen voor onze Mozogozo-actie; die actie om in de Zeister woonbuurten allerlei mooie, gezellige dingen te doen zonder dat ze gemeentelijke subsidies kosten. Via sponsoring dus. En ik was helemaal in mineur omdat ik twintig keer bot ving. Maar deze week tap ik uit een ander vaatje. Want plotseling kwam een mevrouw uit Kersbergen ons girnummer vragen omdat ze wel 200 gulden wil bijdragen aan het skater-sparkje dat we in Crosesstein opbouwen. Bovendien hebben woning-corporaties K'86 en De Seyster Veste zich vorige week samen garant gesteld om een eventueel verlies van 2000 gulden te betalen dat we onverhoopt kunnen lijden op de sportavonden die we in Vollenhove organiseren, op verzoek van de Multiculturele Activiteiten-Groep (MAG) aldaar. Deze serie van dertig woensdagavonden begon in september en kan nu dus doorlopen tot mei volgend jaar. En het derde lichtpunt wordt het gesprek dat ik aanstaande donderdag voer met twee directeurs van een zeer groot bedrijf, dat belangstelling heeft voor andere activiteiten om in Vollenhove wat meer contacten te leggen tussen Nederlandse bewoners en de vele mensen van buitenlandse komaf of cultuur.

Over geld hoef ik nu dus niet meer te schrijven. Maar ik wil eens een boekje opendoen over de gemeentelijke medewerking. Misschien komt het wel doordat de burgemeester hoogstpersoonlijk zit in het "Comité van Aanbeveling" voor onze actie en misschien zijn er nog andere oorzaken. Maar feit is dat ik voor al onze ideeën en initiatieven (hoe pril of gewaagd ze ook zijn) direct alle gemeentelijke vergunningen, toestemmingen en zelfs aanmoedigingen krijg.

Ik noemde al die sportavonden. Daarvoor moeten we natuurlijk de normale huur van de gemeentelijke gymzaal betalen. Maar daarnaast krijgen we gratis spellen om volleybal, badminton, tafeltennis en basketbal te spelen.

De vergunning om in het Staatsliedenpark een hoge mast met sterke schijnwerpers te zetten werd in een handomdraai verleend. Het idee om de 22 witte polyester sculpturen in Vollenhove nu eens fraai, multicultureel te beschilderen - in overleg met kunstenaar Frans Peeters die ze er 22 jaar geleden neerzette - kreeg instemming van het gemeentebestuur. Instemming en alle medewerking ook voor het plan om deze winter een serie volkstuinten aan te leggen in de Verzetswijk; op de voormalige speelplaats van een gemeentelijk schoolgebouw. Ik vind een open oor voor 't plan om ergens in Zeist een experiment te doen met een van die honderden betonnen huisvuil-containers; we willen aan een of twee kanten van zo'n ding een heuveltje van goede tuintaarde oerwerpen om erop struweel groeit en bloeit, zodat zo'n betonblok wat beter in het straatbeeld wordt ingepast. En onlangs kreeg ik alle vergunningen om voor de MAG-Vollenhove een dag-terras te stichten - middenin de wijk - waarop we multiculturele thee gaan schenken (minstens tien soorten uit alle windstreken) en om dit terras te verlevendigen met enorme muurschilderingen op de blinde gevels die er links en rechts van staan.

Letterlijk alles wat ikzelf of buurtbewoners tot nu toe bedachten, werd welwillend overwogen en goedgekeurd. En dat mag ook best wel eens gezegd worden.

Hein Visser, actieleider van "Mooi zo, goed zo"  
telefoon: 030- 6963864.



In het Oude Noorden is in de afgelopen 20 jaar veel stadsvernieuwing gepleegd. Hierbij is veel gewerkt vanuit de maatwerk-gedachte. Dit betekent dat er veel variatie aan bebouwing in de wijk zit en dat maakt het lastig de wijk te beheren. Daarnaast heeft het wel steer: Het Oude Noorden is volgens kenners een soort Montmartre van Rotterdam.

Er zijn 10.000 adressen in de wijk, 1.000 van niet-woonhuizen. Het Oude Noorden is dus niet alleen een woongebied en dat is een kans voor de wijk. Inmiddels is de stadsvernieuwing bijna afgerond en zijn alle huizen qua comfort op het niveau van de na-oorlogse woningen gebracht. De eerste opgeknapt huizen zijn ook al weer bijna afgeschreven, daar moet dus weer opnieuw aan gesleuteld worden. Maar daar is geld voor: er is in Het Oude Noorden 750 miljoen aan stadsvernieuwing opgemaakt en nu is er maar 12,5 miljoen in het kader van GSB beschikbaar.

De programmaleider denkt dat er vooral veel geld is gaan zitten in het opknappen van de binnenterreinen, die veelal verslond zijn. Verder zijn er vier pleinen in de wijk die verder moeten worden heringericht. Het gebied wordt op allerlei manieren gestimuleerd: veiligheidsassistenten, preventiepakketten, een steunpunt van ondernemers en bewoners, verbetering van de verlichting. Ook krijgen de hoekpanden een extra beurt. Volgend jaar zal er 50% meer geveegd worden, er is een hecht ondernemersnetwerk gevormd.

### Spoorbogen

Na deze bijdrage werd er gepauzeerd en daarna gingen de groepen op excursie door de wijk. Na de aansluitende lunch was Andries van der Wal, portefeuillehouder Werk en Economie van de deelgemeente Rotterdam-Noord aan het woord. Hij begon zijn verhaal met de constatering dat Noord een leuke deelgemeente is. Hij is part-time portefeuillehouder om invulling te geven aan het beleidsonderdeel Werk en Economie. "De opdracht luidde om hiervoor een Actieplan te maken, maar daar waren we in de wijk al mee bezig. Bijvoorbeeld de Proveniersstraat, die was volledig verpauperd. Maar dank zij een actieve bewonersorganisatie, ondersteund door een goede opbouwwerker konden we er tegenaan gaan, met de deelgemeente. Seinpost heeft een onderzoek gedaan naar de wijk, inmiddels zijn we vier jaar

verder en kun je de verbetering zien voortschrijden." En wat heeft de gemeente gedaan volgens Van der Wal? "De gemeente zorgde voor koffie en/of thee tijdens de vergaderingen en ook voor verwarming en verlichting. Verder zijn er veel mensen uitgenodigd om mee te praten over de oplossing."

Van der Wal wilde in de rest van zijn betoog een aantal voorbeelden over het voetlicht brengen, omdat dat volgens hem de beste manier is om uit te leggen wat er in Noord gebeurt. Het eerste voorbeeld dat hij noemde was de Katshoek, een strook langs de spoorbogen met vele kleine (horeca-)bedrijfjes die hun ruimte van de NS huurden. Die ruimten werden vaak onderverhuurd, er was onvoldoende toezicht en het was een onveilige boel ('sex, drugs and rock & roll'). Er werd contact opgenomen met de NS, maar die lag in reorganisatie, waardoor het juiste aanspreekpunt niet werd gevonden. De bewoners gingen actievoeren, onder andere door het blokkeren van de rails en toen zat de NS weer aan tafel als gesprekspartner. De bewoners vonden dat de NS de verhuur van de ruimten moest uitbesteden aan de gemeente bijvoorbeeld. Bovendien moest een aantal pandjes worden ontruimd en gesloopt. Men maakte een ontwikkelingsplan, waarbij het (door de bewoners al eerder) gewenste bedrijfsverzamelgebouw kon worden ingetekend, langs de spoorbogen. Werkloze jongeren zijn door het schilderbedrijf ingeschakeld om de nieuwbouw op te schilderen. Een geslaagde actie.

Een ander probleem werd gevormd door het gegeven dat het gros van de 230 winkeliers in Het Oude Noorden niet in de wijk woont. Hoe mobiliseer je die groep, om hun medewerking te krijgen bij de ontwikkelingsplannen? De winkeliers zijn een aantal malen bij elkaar geweest om te praten over de door hen benodigde dienstverlening van de Kamer van Koophandel en de gemeente. Hieruit kwam de wens voort om één loket in de buurt in te stellen waar de ondernemers terecht kunnen. Dit is bij wijze van experiment door de gemeente in samenwerking met de KvK ingesteld en loopt goed.

Toch liggen winkeliers regelmatig overhoop met de gemeente. Vaak kun je van onderop dan beter vaststellen wat er moet gebeuren, ambtenaren hebben die blik niet. Bewoners en ondernemers hebben samen naar de winkelstructuur gekeken en een plan gemaakt. Inmiddels was

toen het GSB ingesteld. Winkeliers en bewoners waren al een jaar bezig, maar vanaf dat moment was er geld en wordt er voortgang geboekt. De drie afzonderlijke winkeliersverenigingen zijn zelfs bezig om één federatie te vormen. Er wordt dus goed samengewerkt.

Een ander mooi voorbeeld van hoe je invulling kunt geven aan de wijk-economie is het verhaal van de grafische bedrijven in Noord. "Op een gegeven moment kwamen we tot de ontdekking dat er 24 grafische bedrijven in de deelgemeente zaten. Ook kent Nederland 2 grafische lycea, waarvan er één in Rotterdam Noord is gevestigd. We dachten: hier kunnen we iets mee doen."

Vertegenwoordigers van de KvK en ondernemersverenigingen gingen op bezoek bij de bedrijven. Er werd al samengewerkt, men besteedde onderling werk uit op momenten waarop dat nodig was. Het contact onderling werd versterkt door de organisatie van een etentje met de grafische ondernemers, de KvK, de gemeente en de ondernemersvereniging. Het resultaat hiervan is dat de grafische ondernemers nog nauwer met elkaar gaan samenwerken om werkgelegenheid in de wijk te behouden, onder andere door de gezamenlijke inkoop van papier. Er is dus veel mogelijk, als je maar goed inventariseert waar de kansen liggen in de wijk.

(Daarna werd er nog enige tijd gediscussieerd tussen de panelleden en de zaal en sloot Judith Stokhof de bijeenkomst af.)

# KIOSK

*Uitbreiding van kinderopvang 1990-1995: tussen overheid en markt.*

**(Drs. A.J.F. van Tongeren)**  
**Beleidsanalyse nr. 2, 1996.**

In dit artikel wordt het kinderopvangbeleid en de gevolgen daarvan van de afgelopen 6 jaar weergegeven. Omdat Nederland in 1989 ten opzichte van andere landen een lagere arbeidsdeelname van vrouwen en een lagere beschikbare kinderopvang had, is er een stimuleringsbeleid gevoerd. Doel van dit beleid was onder andere een netto-uitbreiding van de capaciteit met 50.000 plaatsen (in 6 jaar). Ongeveer 17.000 plaatsen daarvan waren bestemd voor bedrijven. Dit moest ook een positief effect op de arbeidsdeelname van vrouwen opleveren. In 1989 is er een nul-meting gehouden van de capaciteit om concreet te kunnen bepalen of de doelstellingen gehaald werden (en om tussentijds bij te kunnen sturen indien nodig). In 1994 bleek het aantal voorzieningen gestegen van 900 naar 2.200 en de capaciteit van 20.400 naar 68.000. Kortom de doelstelling zou gehaald worden. Na onderzoek bleek dat in 1995 ten opzichte van 1991 de arbeidsdeelname van vrouwen met jonge kinderen is gestegen van 43% naar 51% en het aantal werkende uren is ook substantieel gestegen.

Dit uitbreidingsprogramma van de beschikbare plaatsen vond plaats tijdens de kabinetten Lubbers II en III. Het beleid was 'doortrokken van no nonsense en profijtbeginsel'. Behalve rijkssubsidie verwachtte de overheid ook een bijdrage van gebruikers, ouders en bedrijven. Om aan de gigantische taakstelling te kunnen voldoen moesten de gemeenten voldoende bewegingsvrijheid hebben. Dit had tot gevolg dat de klassieke subsidieregel niet voldeed en dat deze na een jaar deze grondig aangepast is. Er kwam één projectsubsidie en met gemeenten werden alleen afspraken gemaakt over het eindresultaat. De relatie met, en de subsidiëring van de gemeenten naar instellingen veranderde ook. De kinderopvang heeft zich ontwikkeld van een gesubsidieerde welzijnssector naar een sector die zijn inkomsten uit verschillende marktsegmenten krijgt. Ondanks dat het overheidsaandeel is toegenomen met 250 miljoen gulden is het in relatieve zin afgenomen van 55% naar 41%. Deze verandering heeft ook tot gevolg dat de sector onder bestaande (wettelijke) kaders wegschuift. Salariëring wordt afhankelijk van het bedrijfsresultaat en

recht op wachtgeld gaat niet meer automatisch op. Deze nieuwe context heeft tot gevolg dat zowel de overheid als het kinderopvangveld opnieuw hun positie moeten bepalen. Gaat het om een gesubsidieerde sector en welke regelgeving moet daar op van toepassing zijn? Om duidelijkheid te scheppen en de bedrijfsvoering te kunnen verbeteren kunnen gemeenten een groot deel van hun subsidiërelaties omzetten in privaatrechtelijke overeenkomsten. Zoals het inkopen van diensten (bijvoorbeeld plaatsen voor bijstandsgerechtigden).

*Overheid en gezin*  
**(jr. M.J.J.M. Malmberg)**

**Justitiële Verkenningen, nr. 6, 1996.**

De auteur geeft in dit artikel zijn visie over de relatie burgers-instellingen-overheid met betrekking tot de inbreng in de opvoeding van kinderen. Meer en meer wordt voor de opvoeding een beroep gedaan op externe deskundigen. Opvoeders zouden wel vaker een beroep willen doen op een informeel netwerk, maar steeds vaker is dit niet voor handen. De problematiek wordt op micro-niveau (opvoeders) vaak veroorzaakt door het verdwijnen van sociale verbanden, en het feit dat de samenleving ingewikkelder wordt. Op meso-niveau krijgen voorzieningen steeds ingewikkelder vragen en deze worden door de overheid gedwongen tot schaalvergroting. Op macro-niveau worstelt de overheid met een algemeen beleidskader. Specifiek beleid heeft naast voordelen ook nadelen zoals stigmatisering van de doelgroep, competitie tussen doelgroepen, afhankelijkheid van groepen en ook roept het een coördinatie behoefte op. Beleidsmakers als Hortulanus zijn van mening dat er naast specifiek beleid ook een algemeen beleid nodig is. Dit resulteert in een beleid gericht op domeinen, een beleid gericht op groepen en een beleid dat corrigeert en integreert. Vaak echter ontstaat concurrentie tussen deze vormen van beleid.

Als in de tijd gekeken wordt naar het beleid gericht op jeugd en gezinnen zien we een ontwikkeling waarin altijd wel een overheidsbemoeienis meespeelt. Na de tweede wereldoorlog lag het accent op de maakbaarheid van de samenleving. In 1965 gingen gemeenten zich meer structureel met het welzijnswerk bemoeien. Onder andere vanwege de invoering van de algemene bijstandswet. Van '70 tot '82

is geprobeerd de burgers zoveel mogelijk via inspraak bij de planvorming te betrekken. In de periode 1982-1990 staan sanering, decentralisatie en doelmatigheid centraal. En vanaf 1990 begint stilaan een herwaardering van het welzijns-werk. Er is inmiddels een evenwicht ontstaan in wie het beleid moet vormgeven en hoe dit moet worden ingericht. De preventieve jeugdzorg is de laatste jaren sterk gericht op een gezinsgerichte benadering. Maar toch lukt het niet echt om 'de kwetsbaarheid van gezinnen en de uitval van kinderen uit die gezinnen sterk terug te dringen'. De aanpak van dergelijke problemen vraagt om zowel een categoriale benadering en als om een specifieke benadering. Het gaat én om 'bemoeizorg' en om een aanpak met de betrokkenen zelf. Dit maakt het vraagstuk heel lastig.

De auteur pleit daarom voor meer debat. Er moeten - normatieve, ethische - keuzes gemaakt worden. De overheid moet beter aangeven welke problemen van welke groepen opgelost moeten worden. Kortom, "nu waarheen, hoe en wie-vragen meer en meer beantwoord zijn is de wat-vraag meer dan ooit aan de orde".

*Naar een sociale koopsector. Gewaagd, een verbeterd plan Duivensteyn/Van der Ploeg*

**(Jim Schuyt & Rik Blom)**

**Socialisme & Democratie, Nr. 9, 1996.**

Dit artikel heeft betrekking op het plan van Duivensteyn en Van der Ploeg om sociale huurwoningen te verkopen aan mensen met een bescheiden inkomen. De auteurs analyseren de reacties op dit plan en willen vooruit kijken hoe het verbeterd kan worden. Het doel van het oorspronkelijke plan is om mensen uit de lagere inkomensgroepen de mogelijkheid te bieden een huis te kopen. Dit pakt op termijn voordeliger uit voor de bewoner. Doordat een eigenaar-bewoner meer hart heeft voor zijn huis levert dit ook een positieve bijdrage aan de leefbaarheid. De woningcoöperaties krijgen in dit plan een verkoopplicht voor alle huizen die niet tot de kernvoorraad behoren. Om het onderhoud te waarborgen worden de kopers verplicht zich te organiseren in een coöperatieve vereniging. De auteurs pleiten na een analyse van de gevolgen van dit plan voor een verbeterde versie. Zo is de afgedwongen eigendomsvorm, de coöperatieve vereniging die het onderhoud moet waarbor-

# KIOSK

gen, in strijd met het punt dat eigenhuisbezitters meer betrokkenheid hebben met de omgeving. Ook vinden ze dat de bedenkers van het plan zich beter niet af hadden kunnen zetten tegen de woningcoöperaties. (De relatie tussen woningcoöperaties en de sociaal-democratie is momenteel gespannen.) Beter is het gezamenlijk aan het plan te werken. Zo kunnen woningcoöperaties een belangrijke rol spelen bij het onderhoud. Zij beschikken over de expertise en ervaring om dit op grote schaal te doen. Ook kan de koopsubsidie in plaats van periodiek aan de bewoners uit te keren, direct ingezet worden voor het onderhoud van de woning. De verkoopwinsten kunnen ingezet worden om de huren te verlagen en betaalbare nieuwbouwwoningen te realiseren. Dit heeft het dubbele voordeel van een aantrekkelijke sociale koopsector en betaalbare sociale huurwoningen. De auteurs van dit artikel zijn dus positief over het plan, maar vinden dat het verbeterd kan worden door de woningcoöperaties meer te betrekken. Hun rol zou dan enigszins verschuiven waardoor ze anders, maar niet minder invulling kunnen geven aan hun sociale doelstelling. Het plan heeft tevens een ander, maar voor de auteurs zeer belangrijk voordeel. Het schiept het heilige huisje van de PvdA omver dat 'huren a priori beter is dan kopen'.

*De speelplaats, een ruimte om te groeien.*

(Greet Caminada)

Het jonge Kind, nr. 9, 1996.

'Kleuters ontwikkelen zich door interactie met hun omgeving'. Daarom is de speelplaats een unieke aanvulling op het klaslokaal. Belangrijk is wel dat de speelplaats goed is ingericht. Goed betekent, dat het voldoende ruimte biedt voor avontuurlijke spelletjes, maar ook veilige hoekjes biedt waar kinderen zich kunnen terugtrekken. Het eerste vooral om de ervaringswereld te verruimen en het verkennen en verleggen van de grenzen. Het tweede om te kunnen kijken, praten met elkaar, of uit te rusten. Dit leidt tot een aantal voorwaarden die soms in tegenspraak lijken:

- veiligheid maar ook uitdaging bieden
- ruimte voor intimiteit maar ook voor avontuur
- mogelijkheid tot bewegen maar ook voor rustig spel

- structuur maar ook vrijheid bieden
- overzichtelijk voor toezicht maar ook geheimzinnige plekje voor de kinderen.

Om deze voorwaarden te verenigen moet de speelplaats opgedeeld worden in verschillende zones. Een open ruimte om te rennen, te fietsen, met karren te rijden of voor groepsspelletjes. Rustige hoekjes voor een time-out of om te knikkeren, Zandbakken met uitdagende elementen, bijvoorbeeld een rond plateau waar zandtaartjes 'gebakken en gegeten' kunnen worden. Om groot-motorische activiteiten (springen) en klein-motorische activiteiten (elkaar niet te laten verstoren) kan een tweede zandbak een oplossing bieden. Een experimenteeruimte met natuurlijke materialen (dode boomstammen) en enigszins afgeschermd. Klim- en klauteruimte met verschillende moeilijkheidsgraden. En een groene ruimte bestaande uit een grasveld voor spel, kindertuintjes en afscheidingsgroen.

Het is daarom aan te bevelen de speelplaats regelmatig te beoordelen of het nog aan de criteria voldoet. Zo niet dan kan dit via een inventarisatie en plan van aanpak verbeterd worden. Uit een praktijkvoorbeeld blijkt dat dit nut heeft en een bijdrage levert aan de ontwikkeling van (jonge) kinderen.

*Measuring Poverty using income and deprivation indicators: alternative approaches*

(Brian Nolan & Christopher T. Whelan)  
Journal of European Social Policy, nr. 3 1996.

Dit artikel behandelt twee manieren om armoede te meten aan de hand van inkomens en armoede-criteria. Beide manieren worden uitgebreid beschreven. Aan de hand van gegevens uit een lers bevolkingsonderzoek worden de verschillen en overeenkomsten verklaard. Het geheel is een vrij technisch verhaal over de uitvoering volgens deze methoden. Vooral omdat beide methoden alleen in nuances van elkaar verschillen. Deze nuances zorgen er echter wel voor dat de groep 'echte armen' in beide methoden anders is samengesteld. Tevens geeft dit artikel een goed beeld van factoren die meespelen bij armoede.

De ene methode is ontwikkeld door Halleröd, de andere door bovenstaande auteurs samen met Callen. Beide methoden gebruiken inkomensgegevens en armoede indicatoren. Inkomensgegevens

zijn behalve de hoogte van het inkomen ook de gezinssamenstelling (alleenstaand of samen, het aantal kinderen etc.). Armoede indicatoren worden bepaald door te vragen naar het bezit en de behoefte aan apparaten als televisies, koelkasten, auto, video. En de mogelijkheden om elke dag warm te eten, nieuwe kleren te kopen en op vakantie te gaan. De eerste methode relateert de cijfers aan een vaste grens die armoede bepaalt. Hierbij wordt gekeken of men al dan niet het apparaat heeft. Bij de andere methode is deze grens relatief en kan variëren. Hierbij wordt het hebben van een apparaat gerelateerd aan de behoefte. Via beide methoden valt 16% van de gezinnen (uit deze data-set) aan te wijzen als 'arm'. Bij de ene methode zijn dit vooral oudere één-persoonshuishoudens, bij de andere methode vooral gezinnen met kinderen met een werkloos, of arbeidsongeschikt gezinshoofd. Ook zijn er verschillen in hoeveelheid spaargeld en psychologische stress. Voor een groot deel (70%) worden echter dezelfde gezinnen gemeten door beide methoden. De 'echte armen' zijn vooral werkloos, ziek of arbeidsongeschikt en afhankelijk van sociale uitkeringen. Tevens hebben ze veel persoonlijke financiële problemen en ondervinden ze veel psychische spanning.

*Scholing als voorwaarde voor een baan*  
(Ria Vogels)

Sociaal Bestek, Nr. 6, juni 1996.

Dit artikel vestigt de aandacht op het belang van bij- en omscholing voor het vinden van een betaalde baan. Vooral voor speciale groepen zoals herintredende vrouwen, zijn op maat gesneden scholingstrajecten belangrijk. Dit soort scholing wordt vooral verzorgd door Vrouw en Werkwinkels. Door bezuinigen bij arbeidsvoorziening worden deze in hun voortgang bedreigd. De Vrouw en Werkwinkel Tilburg heeft onlangs noodgedwongen zijn deuren moeten sluiten en daarmee is ook veel expertise voor deze doelgroep verdwenen, aldus de auteur.

Dat scholing belangrijk is voor herintredende vrouwen blijkt uit de loopbaanontwikkelingen. Vrouwen die door blijven werken zijn over het algemeen nog werkzaam in dezelfde beroepstak en op hetzelfde of een hoger niveau. Herintreders wisselen veel vaker van beroepstak en werken vaak op een lager niveau. Deze

wisseling kan vrijwillig zijn of onvrijwillig en kan ook veroorzaakt worden door conjunctuur veranderingen (bijvoorbeeld de textielarbeid die grotendeels verdwenen is). Dat scholing belangrijk is blijkt uit het feit dat vrouwen die tijdens de werkonderbreking echter een bij- of omscholingscursus volgden weer op een vergelijkbaar niveau aan het werk kwamen als toen ze uitstroonden.

Vrouw en Werkwinkels en vrouwenvak-scholen hebben zich in de loop der jaren gespecialiseerd in deze scholing voor herintredende en allochtone vrouwen. In vergelijking met andere opleidingen is er een aanwijsbaar verschil in de begeleiding en praktische ondersteuning. De opleidingen van dergelijke gespecialiseerde organisaties hebben een hogere output dan andere opleidingen die gefinancierd zijn door de arbeidsvoorziening.

Het is voor de auteur daarom des te betreurenswaardig dat deze voorzieningen een onduidelijke toekomst tegemoet gaan.

# Met het oog op de cliënt

'Met het oog op de cliënt, cliënt zijn in een dynamische omgeving' is de titel van een nieuwe brochure die door de stichting Dienstverleners Gehandicapten (sDG) in samenwerking met Woonvoorziening Sonneheerd is uitgegeven.

In de zorg voor mensen met een handicap wint de gedachte dat de vraag het aanbod moet aansturen steeds meer terrein. Om vraaggestuurde zorg te realiseren wordt de profit-sector als model gebruikt voor zorgverlening. De brochure gaat in op de vraag of denken in termen van markt, producten en kwaliteitssystemen er werkelijk toe leidt dat een cliënt beter antwoord krijgt op zijn vragen. Zeker bij langdurige zorgverlening dient de relatie tussen zorgvrager en cliënt, de gewone omgang tussen de ene mens en de andere, centraal te staan.

## Clëntenperspectief

Vanuit verschillende invalshoeken belicht de brochure het perspectief van de cliënt. Prof. Dr. van Houten van de Universiteit voor Humanistiek pleit ervoor te spreken over kwaliteit van leven. De term kwaliteit van zorg is te smal, omdat zorg slechts een deel uitmaakt van iemands leven. De kwaliteit van leven is een te complex begrip om het alleen in objectieve termen te kunnen omschrijven. Mevrouw de Jonge van het netwerk cliëntdeskundigen vertoelt de visie van cliënten. Zij bena-

drukt het belang van luisteren naar en praten met de cliënt. Want alleen de cliënt zelf kan zijn wensen kenbaar maken, iemand anders kan dat niet voor hem of haar doen. Ook Prof. Dr. Van Gemert, betrokken bij de zorg voor verstandelijk gehandicapten, komt in zijn betoog tot de conclusie dat luisteren de kern vormt van de relatie tussen hulpverlener en cliënt. De opvoeding vormt een goed model voor deze relatie, omdat hierin ook de spanning bestaat tussen begeleiden en aanspreken op zelfstandigheid. Hoe inspraak van cliënten en een vraaggestuurde zorg vorm krijgt in de structuur van een organisatie is de vraag die de heer Gerstein van Barliméus beantwoordt.

## Doel en opzet brochure

De brochure is een verslag van een symposium op 13 juni jl., dat werd georganiseerd door Woonvoorzieningen Sonneheerd te Ermelo, een landelijk woon- en zorgcentrum voor blinden en slechtzienden, in samenwerking met de stichting Dienstverleners Gehandicapten (sDG), een landelijk samenwerkingsverband van organisaties van dienstverleners voor mensen met functiebeperkingen. De brochure richt zich op beleidsmedewerkers en managers werkzaam in de gehandicaptenzorg, bij de overheid, ziektekostenverzekeraars en cliëntenorganisaties en heeft tot doel hen kritisch te laten kijken naar de positie van de cliënt en hen te stimuleren die positie te verbeteren.

## BESTELINFO

Met het oog op de cliënt, cliënt zijn in een dynamische omgeving; H. Van Tilburg, stichting Dienstverleners Gehandicapten (sDG), Utrecht en Woonvoorzieningen Sonneheerd, Ermelo.

## Bestellen bij:

sDG  
Postbus 222  
3500 AE Utrecht  
Telefoon: 030-276 99 70  
Fax: 030-271 28 92  
O.v.v. titel en/of bestelnr. 90-85  
Prijs: 7,50 (Exclusief adm. en verz. kosten)

# Werk maken van wijkeconomie

door Theo J.A. Hagendoorn, Ministeria van Binnenlandse Zaken (DGGB/DIB)

(Dit artikel is een bewerking van een inleiding door Theo J.A. Hagendoorn tgv. de workshop "Werk maken van wijkeconomie" voor deelgemeenten, op 23 augustus 1996 te Rotterdam.)

**Het Grote Stedenbeleid van dit kabinet is een vervolg op het Sociale Vernieuwingsbeleid zoals dat in 1989 door het vorige kabinet is ingezet. Werkte Sociale Vernieuwing vooral aan sociale cohesie door het oplossen van maatschappelijke problemen via activering van mensen en stimuleren van de eigen verantwoordelijkheid, het Grote Stedenbeleid zoekt via het ontwikkelen en uitbouwen van economisch potentieel op stads- en wijkniveau naar mogelijkheden om de oplossing van maatschappelijke problemen dichterbij te brengen. Daarbij wordt de sociale aanpak en de economische gecombineerd. Bewoners worden geactiveerd om economisch actief te zijn in de wijk en bedrijven worden via bedrijfsomgevingsbeleid en kanszones verleid om in de wijk werkgelegenheid te scheppen.**

De Amerikaanse econoom Michael Porter heeft ten behoeve van de aanpak van binnenstedelijke gebieden succes- en faalfactoren voor de economische ontwikkeling van de stadswijken geformuleerd. Verderop wordt nader op Porter ingegaan.

Het Grote Stedenbeleid heeft als focus voor het werkgebied de steden gekozen en als wijze van aanpak: integratie en samenwerking. Integratie via het combineren van instrumenten uit de verschillende beleidsterreinen bij de aanpak van de potenties. Samenwerking tussen overheden, maar ook publiek-private samenwerking. Reden waarom in dit beleid bijzondere aandacht wordt gegeven aan het betrekken van het bedrijfsleven bij de gebiedsontwikkeling en de beleidsuitvoering.

In dit artikel staat in verband met het thema "Werk in de wijk" het wijkniveau centraal.

Bij de benadering van het economisch potentieel op wijkniveau komt de vraag naar voren of er zoiets bestaat als wijk-economie en zo ja, wat is dat dan? Hoe pakken we wijkeconomie aan? En waar

kunnen we voorbeelden van aanpakken vinden waarvan we kunnen leren.

## Porter

Voor we ingaan op wat kan worden verstaan onder wijkeconomie lijkt het goed om eerst kennis te nemen van de gedachten van Porter over de economische revitalisering van de binnenstadswijken.

Binnen de Amerikaanse werkelijkheid is de verloedering van de binnenstadswijken veel verder gegaan dan in Nederland. Om te bezien op welke wijze daaraan een keer ten goede kan worden gegeven heeft Porter een beschrijving gegeven van de succes- en faalfactoren van economische ontwikkeling in de binnensteden. Hij heeft bovendien globaal aangegeven op welke wijze de mogelijkheden van de binnensteden op economisch gebied kunnen worden uitgebuit.

Porter geeft in zijn artikel 'Het concurrentievoordeel van binnenstadswijken', mei/juni 1995, een opsomming van succes- en faalfactoren voor de economische ontwikkeling van binnenstadswijken die ook voor Nederlandse steden opgaat. Als succesfactoren worden genoemd: strategische ligging; lokale vraag; mogelijkheid tot integratie met regionale clusters van bedrijven en personele middelen.

De strategische ligging wordt gerelateerd aan de bereikbaarheid van zowel het zakelijke stadscentrum, als de bedrijfstreinen in de buitenwijken. Bij de lokale vraag wordt de absolute koopkracht binnen de wijk genoemd, maar ook de diversiteit van de bevolking, waardoor nieuwe producten en productieprocessen kunnen worden uitgeprobeerd. Binnen de Nederlandse discussie wordt vaak verwezen naar het gebrek aan koopkracht, gemeten per individu, waarbij wordt voorbijgegaan aan de verschillen in bestedingspatronen bij de diverse bevolkingsgroepen. In de stadswijken kunnen bedrijven zich richten op toelevering aan bedrijven gevestigd in nabijgelegen bedrijventerreinen, anderzijds kunnen de bedrijven, gevestigd in de bedrijfstreinen, bij hun afzetbeleid meer zich richten op klanten binnen die nabij gelegen wijken. Op dit punt werkt Porter zijn netwerktheorie verder uit. Het potentieel aan werknemers met bepaalde beschikbare of daartoe te ontwikkelen kwalificaties in de binnenstadswijken biedt kansen voor onderne-

mers die zich in of nabij die wijken willen vestigen. Met een creatieve inzet van daartoe beschikbare opleidingsmogelijkheden is aan de specifieke vraag van ondernemers tegemoet te komen.

Faalfactoren zijn: land en infrastructuur; bouwkosten en kapitaal; beveiliging; personele vaardigheden en managementvaardigheden.

Vanuit deze observaties beschrijft Porter nieuwe rollen voor de private sector, de overheid en wijkgebondenorganisaties (Community-Based Organizations). Bedrijven moeten nieuwe economische activiteiten oppakken en levensvatbare ondernemingen in de binnensteden opzetten. Flankerende diensten worden commercieel geëxploiteerd. Bijvoorbeeld, ondersteuning in ondernemerschap, administratie, veiligheid, personeelsbeheer, opleidingen, huisvestingsvoorzieningen, etc. Functievulling door lokaal personeel kan de kosten van dergelijke diensten aanmerkelijk beperken.

Samenwerking met lokale onderwijsinstellingen maakt potentieel los. Zakelijke relaties van ondernemingen met binnenstadbedrijven kan de economische basis van de binnensteden verder versterken. (Daarbij kunnen we denken aan toeleveringscontracten, voor kleinschalig opererende bedrijven, die zonder bezwaar in woongebieden kunnen opereren.)

Tegemoetkomen aan de lokale kapitaalbehoeften van ondernemingen, door beschikbaarstelling van venture kapitaal, dat kan worden verkregen via fiscale prikkels.

De overheidsinspanningen om met publieke middelen de economie van de steden te versterken hebben niet tot het gewenste resultaat geleid. Te vaak heeft inzet van publiek geld geleid tot marktverstoringen die de economische activiteiten in de binnensteden verder hebben ondermijnd.

De overheid zou zich moeten richten op die activiteiten en infrastructuur die bedrijven en bedrijvigheid ondersteunen. Vier doelstellingen worden daarbij onderscheiden:

1. investeer in gebieden met de grootste economische behoeften;
2. verhoog de economische waarde van de binnenstad als vestigingsplaats;
3. lever economische ontwikkelingsprogramma's en diensten aan via de private sector;

#### 4 pas incentives in overheidsprogramma's aan aan economische prestaties.

De wijkgebondenorganisaties, waaronder ook bewonersorganisaties moeten zich een beeld vormen van de economische mogelijkheden van de wijk, uitgaande van de sterke punten. Daarbij moet gewerkt worden aan verbeteringen in de houding ten opzichte van de wijk bij de bewoners en aan de bereidheid om werk te zoeken, onder meer door job-link systemen. Tenslotte moet gewerkt worden aan lokalieverbeteringen binnen de wijk.

Porter eindigt zijn artikel met de opmerking dat de noodzakelijke veranderingen niet vanzelf tot stand komen, maar dat daarvoor een productieve alliantie tussen bedrijven, overheid, middenveld en bewoners noodzakelijk is. In de Amerikaanse context nemen ondernemers de leidende rol in het proces en bieden overheid, middenveld en bewoners de nodige ondersteuning. In Nederlandse termen vertaald blijkt binnen de stad beschikbare grond veelal te duur om daarop bedrijven te vestigen, terwijl tevens met het autoluik maken van binnensteden de capaciteit van het vervoersstelsel te gering blijkt. De kapitaalbehoefte bij startende ondernemers is vrij groot, terwijl het aanbod als beperkt moet worden gekwalificeerd. Bedrijven zijn gebaat bij een veilige omgeving. Binnen stadswijken zien we vaak een concentratie van drugsgerelateerde criminaliteit, die de veiligheidsbeleving sterk vermindert. Het relatief lage opleidingsniveau van de bewoners van binnenstadswijken is bekend, maar moet niet worden gedramatiseerd, zeker niet als we in de binnensteden juist gebruik maken van de verschillende vaardigheden die de diverse bevolkingsgroepen te bieden hebben. Het gebrek aan managementvaardigheden kunnen we enerzijds vertalen richting gebrek aan ondernemerschap in Nederland in het algemeen, waarbij de verschillende allochtone groepen zich positief onderscheiden, anderzijds zien we ook op bestuurlijk niveau binnen de steden een gebrek aan economische visie die is ontwikkeld vanuit de positie van de stadswijken. Stadsbesturen zijn niet gewend om in termen van kansen de economie van de wijken te bezien. Een dergelijke visie moet bottom-up worden ontwikkeld, terwijl de stadsbesturen vooral bedreven zijn in het

top-down formuleren van strategische visies voor de stad als geheel

### Wijkeconomie

Heeft Porter ons globaal een recept voor aanpak van wijkeconomie gegeven, we zullen die aanpak alsnog moeten vertalen naar de Nederlandse praktijk. Tot nu toe hebben we nog maar weinig nagedacht over de factoren die de economie van de wijk bepalen. In deze paragraaf wordt daartoe een poging gedaan, waarbij met een schuin oog naar de benadering van Porter wordt gekeken.

\* Een poging tot begripsbepaling Wijkeconomie wijst op een bepaalde schaal, net als regionale, nationale en wereldwijde economie. De schaal wordt bepaald door de reikwijdte van de onderlinge transacties. De wijk is een gebied binnen de stad die fysiek, in de gebouwde omgeving als eenheid kan worden gezien. Binnen dat gebied spelen zich allerlei processen af, gericht op continuïteit en verdere ontwikkeling van de wijk, niet altijd alleen maar ten goede.

De wijk is ook een niveau waarop mensen samenleven en samenwerken in organisaties. Binnen de wijk, maar zeker binnen de buurt kennen mensen elkaar, weten ze wat ze aan elkaar hebben en maken ze gebruik van elkaars capaciteiten. Het zijn deze elementen die de sociale structuur van een wijk bepalen. De mogelijkheden van mensen die in de wijk wonen bepalen het potentieel van de wijk dat ontwikkeld moet worden en economisch moet worden geactiveerd. Wanneer we ons richten op stimulering van wijkeconomie, dan richten we ons op het potentieel van de wijk, van haar bewoners en haar bedrijven. In de economie onderscheiden we stuwende en verzorgende activiteiten. Ook deze begrippen zijn weer schaalgebonden.

- \* wijkstuwende activiteiten zijn vooral gericht op de markt buiten de wijk;
- \* wijkverzorgende activiteiten zijn vooral gericht op de markt binnen de wijk.

Het verschil tussen stuwende en verzorgende economische activiteiten is dat bij wijkstuwende activiteiten inkomen van buiten de wijk binnen komt, terwijl de verzorgende activiteiten zorgen voor verdeling van inkomens via het aankoopgedrag.

Een voorbeeld van een kleinschalig stuwend bedrijf in een overigens arme wijk in Minneapolis is "International Botanicals", een bedrijf met zeven medewerkers dat zich toeliet op het bieden van werkervaring aan langdurig werklozen via de productie van kunstplanten (houten stam met textiel bladeren) die niet van echt zijn te onderscheiden. Deze planten worden geëxporteerd over de hele wereld en zijn ook op de Rotterdamse markt te koop.

Een voorbeeld dichterbij is REMI Glasgraveerbedrijf in Delfshaven met drie personen, dat glas bewerkt voor klanten uit geheel Nederland en thans op zoek is naar uitbreiding met een vierde medewerker. Door het unieke product neemt het bedrijf van Jan van Leeuwen zelf de training van nieuwe medewerkers op zich. Een ander uniek aspect van zijn bedrijf is dat de medewerkers geen werknemers blijven, maar vennoot in het bedrijf worden. Hiermee is hij de hele flexibiliseringsdiscussie ver vooruit.

Voor een wijk, ook voor een woonwijk, is een minimum aantal stuwende bedrijven van vitaal belang. Dat vereist echter voldoende aantrekkingskracht van de wijk. Die wordt mede bepaald door de steer van de wijk, waar met name de verzorgende activiteiten een rol vervullen. In het algemeen zullen de wijkverzorgende activiteiten gericht zijn op wijk- en buurtonderhoud, persoonlijke dienstverlening en dagelijkse transacties (b.v. aankoop verse levensmiddelen, reparaties aan apparatuur). Immers binnen de wijken zoals we die in het kader van grote stedenproblematiek selecteren bestaat een gebrek aan economische bedrijvigheid. De markt bestaat dus voor een belangrijk deel uit bewoners en slechts in beperkte mate uit bedrijven. Voor het commercieel (voldoende inkomsten opleverend om van te leven, of het inkomens tot een voldoende niveau aanvullend) verantwoord exploiteren van persoonlijke dienstverlening is voldoende koopkracht nodig. Als iedereen, bij gebrek aan koopkracht, zijn eigen haar knipt, dan zal geen kapper zich een markt kunnen verwerven, idem voor brood en de bakker, etc. Trekken we deze lijn extreem door, iedereen voorziet in de eigen behoeften, dan is er geen sprake meer van economie. Binnen een complexe leefgemeenschap als de stadswijk is dat echter een onmogelijkheid.





Van economie zoals wij die kennen is pas sprake, als we aan taakverdeling gaan doen, gebaseerd op relatieve voordelen voor degene die een dienst levert en voor degene die daarvan gebruik maakt. Voor een groot aantal diensten geldt dat het aanbod zijn eigen vraag oproept. Of die vraag voldoende is voor een gezonde economische activiteit hangt af van de koopkracht en die is weer afhankelijk van de mate van economische activiteit van de bewoners. Groei ontstaat door het inzetten van nieuwe capaciteit op nieuwe activiteiten. Dat leidt tot nieuwe transacties die inkomens genereren. Verdere groei komt op gang door de markt te vergroten. Niet alleen kijken naar de behoeften van de wijk, maar ook naar behoeften daar buiten. De economische activiteiten groeien dan boven het verzorgende niveau uit en worden wijkstuwend. De bijzondere aandacht voor het niveau van de economische activiteiten kan bij verdere integratie van de wijk economie in de economie van de stad overgaan.

#### Wat kunnen we leren?

\* De wijk als basis voor activiteiten. Wijk economie kunnen we, zeker in het begin, alleen maar stimuleren door de aandacht primair te richten op de mogelijkheden van de wijk zelf. Wil een wijk aantrekkelijk zijn voor nieuwe economische activiteiten van buiten, dan zal zij eerst aantrekkelijk moeten zijn voor de bewoners en hun economische activiteiten en bedrijven. We zullen moeten beginnen met een profiel van de wijk, de bedrijven en van de bewoners. Niet alleen in termen van problemen, maar juist ook in termen van mogelijkheden, kansen: opportuniteiten! In dit profiel moeten alle deelnemers zich herkennen. Zij moeten bereid zijn om zich in te spannen. Daar moet wat tegenover staan: inkomens, status, winst. Kortom zij moeten toegevoegde waarde vinden in hun activiteiten. Het aldus gevonden profiel wordt de basis voor een strategische aanpak van de wijk, waarbij de aandacht voor starters en voor aankomende werknemers steeds is afgestemd op de individuele behoeften.

#### \* Voorbeelden en voorwaarden

De Haagse Schilderswijk is een wijk bekend om haar multi-etnische bevolking, hoge werkloosheid, stadsvernieuwing zonder verbetering van de leefomgeving,

Sinds jaar en dag wordt er aan de Schilderswijk gesleuteld, met beperkt resultaat.

Waarom? Omdat bij de aanpak te afstandelijk is gekeken naar de mogelijkheden van de bewoners van de wijk en naar de fysieke mogelijkheden voor het opzetten van economische bedrijvigheid. Willen we van de Schilderswijk een bloeiende wijk maken, dan zullen we moeten uitgaan van de mogelijkheden en capaciteiten die de bewoners hebben. Zij bepalen in welke richting de ontwikkeling succesvol kan worden ingezet.

Planpraktijk een bedrijf dat is gespecialiseerd in schuldhulpverlening, heeft de samenhang gezien tussen de financiële nood van mensen, hun werksituatie en hun perspectief bij het blijvend oplossen van hun schuldenprobleem. De ervaringen hebben geleerd dat veel mensen in de schuld geraken door het wegvallen van werk en het niet tijdig aanpassen van het uitgavenpatroon. De oplossing? Zorg voor werk. Maar dat is er vaak niet!

Laat mensen dan zichzelf te werk stellen. Ga na welk perspectief mensen voor zichzelf zien,

bespreek hoe dat kan worden verbeterd, en stel gezamenlijk een begeleidingstraject op. De kans dat mensen daarmee uit de schulden en tevens uit de kaartenbak van de sociale dienst raken wordt daarmee sterk vergroot. Bij een goede intake wordt de slaagkans richting 100% van de instroom gestuwd. Een noodzakelijke voorwaarde daarbij is echter dat de wijk het potentieel aan activiteiten kan opnemen. Met andere woorden er moet meer koopkracht worden aangelokt. De wijk moet aantrekkelijker worden. Daarvoor biedt de wijk voldoende mogelijkheden. Het multiculturele karakter is een kans. Veel mensen gaan naar het buitenland op vakantie, tegenwoordig naar steeds exotischer bestemmingen. Terug in Nederland denken ze nog met heimwee terug naar de sfeer en de gerechten die zij hebben geproefd. Welnu die sfeer, die hebbedingetjes, die kleurige kleding en die gerechten kunnen worden geproduceerd dicht bij huis. Op strategische plaatsen in de wijk concentraties van dergelijke activiteiten neergezet, kan dat de aantrekkelijkheid van de wijk versterken en de loop beïnvloeden.

Dat vereist concrete medewerking van de overheid, gebaseerd op een gecoördineerde dienstverlening en handhaving. Overheidsdiensten moeten daarbij wel samenwerken. Zij zullen bij de handha-

ving de regelgeving productief moeten toepassen, gericht op het scheppen van ruimte voor de ondernemer en niet primair gericht op het verbieden van activiteiten via rigide regelinstructies. Waarom zou een winkeluitstalling worden verboden die op zich de voetgangers en/of het verkeer niet stoort? Waarom zou een terras beperkt moeten blijven tot twaalf stoelen als zonder bezwaar meer zitplaatsen gecreëerd kunnen worden? Wat is er tegen een artistiek uithangbord? In Oostenrijk zijn dergelijke uithangborden juist een van de attracties in winkelstraten.

Het gaat hier met andere woorden om zaken die op zich ruimte scheppen zonder andere belangen te schaden. Met andere woorden bij de handhaving letten op de doelstellingen van de regelgeving. Goede discussie met gemeentelijke diensten kan veel ellende voorkomen.

In een plot gericht op een gezamenlijke discussie over het potentieel van de wijk, georganiseerd binnen het kader van het Grote Stedenbeleid door de Heidemij Advies in samenwerking met AB-Onderzoek uit Delft en het ministerie van Binnenlandse Zaken november 1995, is gebleken dat de samenwerking tussen gemeentelijke diensten niet optimaal is, dat gezamenlijke beleidsvoorbereiding met ondernemingen niet voorkwam en dat de aansluiting tussen de behoeften van ondernemers en het aanbod van de gemeente verbetering behoeft. Op dit laatste punt neemt nu MKB-Nederland, in samenwerking met het ministerie van Binnenlandse Zaken, initiatieven om via de organisatie van gebiedsgerichte ondernemerskringen de voorwaarden voor betere communicatie tussen beide te scheppen.

De vereniging van Kamers van Koophandel en de Stichting BEO hebben een plan ontwikkeld om extra ondersteuning te geven aan startende ondernemers in bedrijfsverzamelgebouwen die ook een ondersteunende rol kunnen spelen voor (door)startende bedrijven in de omliggende wijken. Inmiddels is een aantal gemeenten benaderd om aan dit initiatief ondersteuning te geven.

Elke wijk is ondanks grote overeenkomsten ook verschillend. Oplossingen en aanpakken kunnen niet zonder meer worden gekopieerd, maar de wijze van analyse en van benadering van de wijk laten zich wel degelijk ook elders gebruiken. Dat kunnen we van elkaar leren.

# Huisvesting in relatie tot armoede

## Bedrijfsbetrokkenheid

" Ervaringen in het buitenland

Zowel in Amerika als in Engeland ligt de nadruk bij stimulering van wijkconomie op het starten en ontwikkelen van bedrijven. Vooral kleinschalig, met een of enkele mensen.

Deze bedrijven worden in zogenaamde "incubators" het Engelse woord voor couveuse, bedrijfsverzamelgebouwen, in de startfase ondersteunt, met afnemende intensiteit. Zo wordt bijvoorbeeld een bijdrage gevraagd gerelateerd aan de omzet, bv. 10%. Groeit de omzet tot boven een bepaald niveau, dan kan het bedrijf voordeliger elders huisvesting en ondersteuning inkopen en maakt daarmee plaats voor nieuwe starters. Een aanpak die door de Vereniging van Kamers van Koophandel thans in een aantal steden wordt voorbereid.

In Londen wordt vooral aandacht gegeven aan "self-employment" (het voor eigen rekening beginnen, wat een voorfase voor het starten van een bedrijf kan zijn).

Wijkorganisaties bieden mensen die daartoe gemotiveerd zijn training en ondersteuning, ook gedurende de eerste periode van zelfstandigheid. Deze wijkorganisaties worden zelf ook weer vooral bedrijfsmatig geëxploiteerd, dat wil zeggen dat ze voor een belangrijk deel zelf voor hun eigen inkomsten moeten zorgen. Dat gebeurt naast het verwerven van een basissubsidie door de overheid, enerzijds door sponsoring van grotere bedrijven, anderzijds door de eigen diensten tegen een prijs aan te bieden. Dergelijke bedrijfsbetrokkenheid bij de wijk wordt onder andere door de Minneapolis Rotterdam Holding nagestreefd.

Zowel in Amerika als in Engeland spelen grote bedrijven een belangrijke rol in de lokale samenleving. Steeds is de kern van de boodschap: "Wat goed is voor de wijk (community) is ook goed voor het bedrijf". Deze bedrijven willen daarvoor ook uitkomen.

Nederlandse bedrijven in Engeland en Amerika zijn daar ook betrokken bij de "community".  
Waarom, omdat zij zijn uitgedaagd. Omdat zij zonder dergelijke betrokkenheid een geringere marktpositie zouden hebben. Met andere woorden het is in hun eigen belang!

United Biscuits, een Britse multinational en eigenaar van onder andere Verkade, is ervan overtuigd dat Verkade aanspreekbaar is op maatschappelijke verantwoordelijkheid. Zelf hebben zij in Liverpool bij de sluiting van een fabriek aan de wijk van vestiging 1 mln Pond ter beschikking van wijkorganisaties gesteld om daarmee vooral goedgekeurde plannen te realiseren die aan de economie van de wijk ten goede komen.

## Activering van bedrijven

In Nederland is een discussie gaande over maatschappelijk verantwoord ondernemen. Daarbinnen past ook een heroriëntering van bedrijven op hun directe omgeving. Aansluiten bij deze discussie betekent een versnelling van betrokkenheid van bedrijven bij de wijk. Maar we kunnen internationaal opererende bedrijven natuurlijk ook aanspreken op het gedrag van hun buitenlandse vestigingen.

ABN-AMRO heeft in zijn kantoor in Chicago een beleid dat wordt geparticipeerd in gezamenlijke actie met andere banken in de vestigingsplaats. Ook zijn met andere Amerikaanse bedrijven vergelijkbare vrijwilligersprogramma's voor het personeel beschikbaar. Waarom maken wij de bank in Nederland daarop niet attent en activeren we haar zo? Hetzelfde geldt voor Shell, verzekeraars en andere Nederlandse multinationals. Hier ligt een bron van mogelijkheden te wachten op ontginning. Zij en Nederlandse bedrijven kunnen langs verschillende lijnen bijdragen aan de ontwikkeling van de wijken in de stad. Direct, door personeel uit de wijk te rekruteren, door loeiveranciers te zoeken in de wijk via hun inkoopbeleid en indirect, door stimulering en ondersteuning van het midden en kleinbedrijf in de wijk via mentoring, management-, facilitaire en financiële ondersteuning van wijkorganisaties. In een groot aantal gemeenten hebben ondernemingen of ondernemers al initiatieven in deze richting genomen. Het is zaak daarop in te spelen. Blijf echter realistisch en vraag alleen wat een bedrijf logisch kan bieden.

Deze maand verscheen een rapport van het Nederlandse verbindingscomité van de European Anti-Poverty Network over huisvesting. Dit Eindrapport Huisvesting bevat de resultaten van een enquête door zelforganisaties van uitkeringsgerechtigden in Nederland. Aan deze enquête hebben dr. H. J. Dirven en de heer A. Gabriëls van de Katholieke Universiteit Brabant hun medewerking verleend. De overwegingen die tot de uitvoering van deze enquête hebben geleid zijn:

- \* een dak boven het hoofd is één van de fundamentele behoeftigheden van de mens en zou een grondrecht voor iedereen moeten zijn.
- \* in Nederland is het hebben van een adres voorwaarde voor het vervullen van andere basisbehoeftigheden zoals inkomen, werk, opleiding, scholing en sociale contacten.
- \* veel gezondheids- en sociale problemen vinden hun oorzaak in slechte of inadequate huisvesting.
- \* de bezuinigingen op sociale zekerheid, werkloosheidsuitkeringen en huursubsidie brengen mensen die al op een minimum leven dicht bij dakloosheid.
- \* 1996 is het jaar van de uitroeping van armoede en van de VN Habitat conferentie. Het is belangrijk de nadruk te leggen op het feit dat ook in een rijk land als Nederland armoede een groeiend probleem is en dat de huisvestings situatie daarin een zwaarwegend element is.

Een greep uit de conclusies van dit onderzoek:

2. Vergeleken met de gemiddelde Nederlander zijn de respondenten veel meer gedepriiveerd met betrekking tot essentiële levenszaken (goed onderhouden woning, winkels, openbaar vervoer, gemeenschapsdiensten) en met betrekking tot levenskwaliteit (adequate huisvesting, speelgelegenheden, theater enz., groenzones)
8. De respondenten geven gemiddeld 43% van het lage besteedbare inkomen uit aan woonlasten (tabel 2); 25% is meer dan de helft van het inkomen kwijt aan woonlasten.

Dit Eindrapport Huisvesting is een onthuld document en kan worden opgevraagd bij: LCO, Prinsegracht 51, 2512 EX Den Haag. Telefoon: 070-3804431.  
Vragen naar Ans van de Scheur.

# Beleid bijstandsmoeders per gemeente verschillend

Sociale diensten blijken er een sterk uiteenlopend beleid op na te houden als het gaat om arbeidsverplichting voor moeders in de bijstand. Dat is een gevolg van het streven naar maatwerk, een van de leidende principes bij de invoering van de nieuwe Algemene Bijstandswet. Terwijl de ene sociale dienst er niet over piekert vrouwen aan het werk te zetten, klinkt uit de andere gemeente gesperde taal.

Sinds de invoering van de nieuwe Algemene Bijstandswet (nABW), per 1 januari van dit jaar, is de vrijstelling van sollicitatieplicht voor bijstandsgerechtigden met kinderen aanzienlijk verkort. Een arbeidsverplichting gold voorheen pas, wanneer de kinderen de leeftijd van twaalf jaar hadden bereikt. Nu moet de werkloze aan het werk, wanneer het jongste kind de leeftijd van vijf heeft bereikt. Volgens het D66-kamerlid Scheltema heeft dat alles te maken met het beleid dat vrouwen economisch zelfstandig moeten zijn. "Wij maken ons er grote zorgen over dat vele vrouwen hun

leven lang aan de zijlijn staan. Wanneer je twaalf jaar of langer buiten het arbeidsproces hebt gestaan, kun je het verder wel schudden", aldus Scheltema in dit Vrijbaan Magazine. "Alleen al het feit dat je in aanmerking komt voor scholingstrajecten vind ik heel waardevol", merkt zij op.

De invulling van dat beleid blijkt per gemeente te verschillen, zo leert een rondgang langs een vijftal sociale diensten in het land. Terwijl bijvoorbeeld de gemeente Dordrecht van geen dwang wil weten, trekt zij wel vijf miljoen gulden uit voor kinderopvang en scholing ten behoeve van deze groep. Ouders die willen werken krijgen ondersteuning, maar er wordt niemand gedwongen.

In Amsterdam-Oost lijkt het precies tegengesteld te gaan: alle 150 vrouwen waarvan het jongste kind ouder is dan vier jaar, werden voor de keuze gesteld: scholing, een baan of aansluiting bij een toeleidingstraject. Als er een oppasprobleem is, past het rayonkantoor daar een mouw aan via de bijzondere bijstand. "Maar als de cliënt er niet zelf mee komt, brengen wij ze ook niet op ideeën. Het

gaat dan om particuliere opvang en dat kost nogal wat. Andere sociale diensten, zoals die van de gemeente Leiden, laten alleen de meest gemotiveerden in een project toe, gedwongen door de macht van het getal.

D66-kamerlid Scheltema zegt bij de evaluatie van de nABW oog te zullen hebben voor eventuele "onverklaarbare grote verschillen in aanpak". Maar vooralsnog vindt zij dat sociale diensten eerst de gelegenheid moeten krijgen een eigen beleid te ontwikkelen.

*Uit: Vrijbaan Magazine, nummer 33 (juni) 1996. Bel voor bestelling: 070-338 1600, telokant 070-338 1751*

## Migranten actief betrokken bij de eigen buurt

In 1994 startte het Amsterdams Steunpunt Wonen een experiment dat tot doel had migrantenvrouwen meer te betrekken bij hun woning en woonomgeving. De ministeries van VROM (Volkshuisvesting Ruimtelijke Ordening en Milieu) en SZW (Sociale Zaken en Werkgelegenheid) financierden het project. Op 30 januari 1997 wordt het experiment afgesloten met een Workshop in Utrecht voor medewerkers van organisaties die geïnteresseerd zijn in het project. Doel van de bijeenkomst is het uitwisselen van kennis en ervaring met betrekking tot participatie van migranten.

Daarnaast brengt het ASW een handleiding uit met behulp waarvan ook andere organisaties het project kunnen uitvoeren. Een project omvat de werving van deelnemers en een uitgebreide cursus en geeft de aanzet om actief te worden in de eigen buurt.

In het kader van het experiment heeft het ASW drie projecten in verschillende stadsdelen in Amsterdam uitgevoerd: Westerpark (Spaarndammerbuurt), Zeeburg (Indische buurt) en Osdorp. De ervaringen in die projecten vormen de basis voor de handleiding. De handleiding is een gedetailleerd hulpmiddel om migrantenvrouwen te betrekken bij de leefbaarheid in hun buurt. De uitgave bevat

onder meer een check-list voor de werving van de deelnemers, een cursusprogramma en een leidraad voor het opzetten en instand houden van organisatievormen van migrantenvrouwen. De handleiding is tegen onkostenvergoeding beschikbaar. De cursus wordt in de buurt en in de eigen taal gegeven. De cursisten krijgen informatie over de gang van zaken en instanties die te maken hebben met woningtoewijzing, woningonderhoud, leefbaarheid van de woonomgeving en over vrijwilligerswerk en participatiemogelijkheden van bewoners.

In de cursusmethodiek is rekening gehouden met de doelgroep. Een video bijvoorbeeld over burenruipe of vandalismebestrijding en foto's om in groepjes over te discussiëren, maken de informatie toegan-

kelijker. Gast sprekers van een corporatie en van een bestaande buurtbeheergroep bijvoorbeeld vertellen over hun activiteiten. De vrouwen zelf gaan ook aan de slag; op de laatste cursusdag maken ze foto's van positieve en negatieve dingen in hun buurt. Na afronding van de cursus wordt de wethouder of een ambtenaar uitgenodigd om de certificaten uit te reiken aan de cursisten.

Vervolgens is het de bedoeling dat er zoveel mogelijk cursisten, met hulp en ondersteuning vanuit de wijkinstellingen, doorstromen naar bestaande bewonerscommissies of leefbaarheids-/buurtbeheergroepen in de wijk of actief worden in een eigen groep. Daarbij blijkt vooral samenwerking tussen diverse instellingen een belangrijke voorwaarde te zijn voor het slagen van de participatie op de langere termijn.  
Workshop Migrantenparticipatie

Een actieve bijeenkomst voor medewerkers van organisaties die ervaringen willen uitwisselen over de participatie van migranten.

**Donderdag 30 januari 1997**

**13.00 tot 17.30 uur**

**CBS-Zalen**

**Kromme Nieuwegracht 39,**

**Utrecht**

Wat is nodig voor een succesvolle werking van migranten? Aan welke voorwaarden moeten de uitvoerende organisaties voldoen en in hoeverre zijn deze voorwaarden te realiseren?

Hoe houd je een groep actief en bij elkaar? Wat is een effectieve aanpak voor een traject op de langere termijn?

Welke voorwaarden zijn zakelijk? Hoe kunnen we waarden scheppen?

**Aanmelden en meer info**

*Oznuur Evert-Sendag  
Amsterdams Steunpunt  
Nieuwzijds Voorburgwal  
1012 HZ Amsterdam  
Tel.: 020 - 523 01 30  
Fax.: 020 - 638 29 76*

**vormgeving & dtp**

**drukwerk**

**public relations  
adviezen**

**tekstschrijven**

**congresorganisatie**

**projectmanagement**

**audio-visuele &  
multimedia producties**

**stimio**

Stimio Communicatie Projecten bv  
Den Bornmal 2 - 4194 TZ / Meters  
Telefoon (0345) 569844  
Telefax (0345) 5698258

## Specialisten in communicatie en presentatie

Stimio Communicatie Projecten is de specialist als het gaat om professionele communicatie en presentatie, niet alleen vanwege het bijzondere concept, maar ook omdat wij een brede ervaring hebben in de non-profit sector.

Stimio verzorgt de complete dienstverlening op het gebied van communicatie en presentatie.

- vormgeving & dtp
- drukwerk
- public relations adviezen
- tekstschrijven / journalistieke producties
- organisatie van congressen / symposia

- management van communicatieprojecten
- audio-visuele en multimedia producties.

Deze aanpak scheelt onze relaties onnodige communicatie, energie, dus geld. Tel hierbij op onze zeer gerichte en flexibele instelling en hoge kwaliteitsniveau. Steeds organisaties in de non-profit sector kelen Stimio in bij de advisering, voering van communicatieprojecten.

Maak eens een afspraak voor een blijvend kennismakingsgesprek.



## Aan de lezers van MO/Samenlevingsopbouw

De uitgever van MO/Samenlevingsopbouw, het Landelijk Centrum Opbouwwerk, is benieuwd wat u als lezer van ons blad vindt. Het zou fijn zijn als u het ons wilt laten weten. Daarom hopen wij dat u mee wilt werken aan ons onderzoek. Wanneer uw voorkeur er naar uit gaat om deze enquête anoniem in te zenden mag dat uiteraard. Maar wij hopen dat u uw naam en telefoonnummer in wilt vullen zodat wij een aantal lezers ook telefonisch kunnen benaderen om hun advies te vragen.

# Enquête

Wanneer u met meerdere personen MO/Samenlevingsopbouw leest, wilt u dan een kopie van dit formulier maken zodat de lezers na u ook hun medewerking aan het onderzoek kunnen verlenen?

Uiterste inzenddatum is 1 februari 1997.

Het juiste adres is:

Landelijk Centrum Opbouwwerk

MO/Samenlevingsopbouw Marktonderzoek

Prinsegracht 51

2512 DX Den Haag

# DEEL A - DE INHOUD VAN MO/SAMENLEVINGSOPBOUW

Graag bij de mogelijkheden het juiste antwoord aankruisen.

1) Hoe intens leest u MO/Samenlevingsopbouw?

- Niet (kunt u hier aan het einde van dit deel een toelichting op geven?)
- Oppervlakkig, alleen doorbladeren
- Ongeveer de helft
- Grotendeels
- Helemaal

2) Hoeveel tijd besteedt u aan het lezen van

MO/Samenlevingsopbouw?

- < 5 minuten
- 5 - 15 minuten
- 15 - 30 minuten
- 30 - 60 minuten
- > 60 minuten

3) Waar leest u het blad?

- Thuis
- Op de werkplek
- Wisselend
- Anders, nl.....

4) Wat vindt u van de lengte van de artikelen?

- vaak te lang
- over het algemeen goed qua lengte
- vaak te kort

5) Wat vindt u van de omvang/aantal pagina's van het blad?

- vaak te veel
- over het algemeen goed qua lengte
- vaak te weinig

6) Wat vindt u over het algemeen van het niveau van de artikelen?

- te hoog niveau, moeilijk leesbaar
- over het algemeen goed qua niveau
- te laag niveau

7) Moeten er meer "luchtige" artikelen in?

- ja
- nee
- geen mening

8) Vindt u vaste rubrieken noodzakelijk?

- ja
- nee
- geen mening

9) Wat vindt u van de vaste rubriek Kiosk ( over literatuur)?

- goed
- matig
- slecht

10) Wat voor rubrieken mist u?

- column
- prijsvraag
- een andere rubriek nl.....

11) Vindt u dat er voldoende praktijkvoorbeelden in staan?

- ja
- nee
- geen mening

12) Zou u daar meer over willen lezen?

- ja
- nee
- geen mening

Bij onderstaande vragen graag zelf uw antwoord formuleren.

13) Heeft u ideeën over hoe u bij het blad betrokken zou kunnen worden?

(denk aan zelf een artikel schrijven, reageren op andermans mening enz.)

14) Over welke onderwerpen wordt naar uw mening te veel geschreven?

15) Over welke onderwerpen wordt naar uw mening te weinig geschreven?

16) Welke onderwerpen mist u?

Het invullen van de vragen van het volgende onderdeel gaat als volgt:

U geeft uw mening over het onderwerp door middel van het aankruisen van een rapportcijfer.

1 = heel slecht, de laagste score

10 = heel goed, de hoogste score

Ik geeft het volgende cijfer voor:

	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
17) Actualiteit van de artikelen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18) Leesbaarheid	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19) Kwaliteit van de artikelen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20) Bruikbaarheid in de praktijk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21) Juistheid van het taalgebruik	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22) Afwisseling in onderwerpen	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23) Frequentie van verschijnen (8xper jaar)	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24) Welk cijfer geeft u MO/Samenlevings- opbouw in z'n totaliteit?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Wanneer u een toelichting of advies wilt geven met betrekking tot de "inhoud", dan kan dat hieronder. Wanneer de ruimte niet voldoende is dan mag u dit uiteraard op eigen briefpapier doen en bijsluiten. Wilt u het nummer van de vraag aangeven?

## DEEL B HET "UITERLIJK" VAN MO/SAMENLEVINGSOPBOUW

Het invullen van de vragen van dit onderdeel gaat als volgt:

Er volgt een bepaalde stelling en u kruist aan wat u er van vindt.

1 = sterk mee eens

2 = mee eens

3 = niet mee eens, niet mee oneens

4 = niet mee eens

5 = helemaal niet mee eens

MO/Samenlevingsopbouw:

	1	2	3	4	5
1) Deze naam geeft exact de inhoud aan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2) De naam ligt prettig in het gehoor	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3) Het formaat, A4, is prettig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4) De cover ziet er aantrekkelijk uit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5) De cover geeft duidelijk de inhoud aan	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6) Het logo past bij het blad	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7) Het blad is rommelig/onduidelijk	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8) Het tijdschrift ziet er goed verzorgd uit	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9) De papiersoort is prettig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10) Het lettertype leest prettig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11) Kolomverdeling (3 per pagina) leest prettig	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12) Er staan voldoende foto's in	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13) Er staan voldoende illustraties in	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Wanneer u een toelichting of advies wilt geven met betrekking tot het onderdeel "uiterlijk", dan kan dat hieronder. Wanneer de ruimte niet voldoende is dan mag u dit uiteraard op eigen briefpapier doen en bijsluiten. Wilt u het nummer van de vraag aangeven?

.....

.....

.....



## DEEL C SAMENWERKING MET ANDERE ORGANISATIES

De laatste jaren verschijnen er - meestal in samenwerking met andere organisaties- regelmatig themanummers en extra katernen over speciale onderwerpen.

S.v.p. aankruisen wat van toepassing is.

Is het u opgevallen dat:

1) Er speciale themanummers zijn verschenen?

ja  nee

Vond u deze over het algemeen interessant?

ja  nee  geen mening

Vindt u dat dit vaker moet gebeuren?

ja  nee  geen mening

2) Er speciale katernen zijn verschenen?

ja  nee

Vond u dat over het algemeen interessant?

ja  nee  geen mening

Vindt u dat dit vaker moet gebeuren?

ja  nee  geen mening

3) Heeft u ideeën voor onderwerpen waar we op deze manier aandacht aan zouden kunnen besteden?

.....  
.....

Wanneer u een toelichting of advies wilt geven met betrekking tot de "samenwerking", dan kan dat hieronder. Wanneer de ruimte niet voldoende is dan mag u dit uiteraard op eigen briefpapier doen en bijsluiten. Wilt u het nummer van de vraag aangeven?

.....  
.....  
.....

Wilt u het juiste antwoord weer aankruisen?

1) Een (eerste) abonnement kost f 72,50 per jaar voor 8 uitgaven.

- Vindt u dat
- te duur, een reëlere prijs zou zijn:.....
  - een juiste prijs
  - te goedkoop, een reëlere prijs zou zijn:.....
  - geen mening

2) Wie betaalt uw abonnement?

- ik
- gedeeltelijk zelf, gedeeltelijk werkgever
- werkgever

3) Geeft u MO/Samenlevingsopbouw wel eens door aan iemand buiten uw organisatie ?

- nee
- ja Zo ja, aan welke beroepsgroep?
  - een opbouwwerker
  - anders namelijk.....

4) Welke kranten leest u (meerdere antwoorden zijn mogelijk)?

- Volkskrant
- NRC
- Telegraaf
- Een plaatselijke/regionale krant, nl.....

5) Hoe komt u aan uw plaatselijke/regionale nieuws over opbouwwerk?

- Een plaatselijke/regionale krant, nl.....
- anders, nl.....

6) Zou u het op prijs stellen wanneer er bij onze redactie een documentatiecentrum zou zijn waar u verschenen artikelen in MO/Samenlevingsopbouw van de afgelopen jaren op zou kunnen vragen?

- ja  nee  geen mening
- Zo ja, zou u daar dan voor willen betalen?
- ja  nee  geen mening

7) Bewaart u MO/Samenlevingsopbouw?

ja  nee  soms

8) Zou u het op prijs stellen wanneer er bij de redactie een documentatie-centrum zou zijn waar u informatie over onderwerpen (anders dan verschenen in MO/Samenlevingsopbouw) die betrekking hebben op het opbouwwerk op zou kunnen vragen?

ja  nee  geen mening

Zo ja, zou u daar dan voor willen betalen?

ja  nee  geen mening

9) Werkt u:

- landelijk
- regionaal
- plaatselijk
- op wijkniveau
- anders nl.....

10) Is uw werkgever

- het rijk
- een gemeente
- een instelling op het gebied van.....
- anders namelijk.....

Wanneer u een toelichting of advies wilt geven met betrekking tot dit algemene gedeelte of onderwerpen die volgens u ontbreken, maar waar u wel graag iets over wilt mededelen, dan kan dat hieronder. Wanneer de ruimte niet voldoende is dan mag u dit uiteraard op eigen briefpapier doen en bijsluiten. Wilt u eventueel het nummer van de vraag aangeven?

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

.....

Persoonlijke gegevens (niet verplicht om in te vullen):

Naam.....  man  vrouw

Adres.....

Postcode en Woonplaats.....

Werkzaam bij:.....

Functie:.....

Leeftijd.....

Telefoon overdag:.....

Telefoon 's avonds:.....

U mag  wel  niet contact met mij opnemen om mijn aanvullende adviezen en ideeën te vernemen.

Bij voorkeur  overdag  's avonds.

HARTELIJK DANK VOOR HET INVULLEN VAN DEZE ENQUETE

Dit formulier s.v.p. zenden aan:

Landelijk Centrum Opbouwwerk

MO/Samenlevingsopbouw Marktonderzoek

Prinsegracht 51

2512 DX Den Haag

*m*

Samenlevingsopbouw

# Katern

*Mooi Zo, Goed Zo*



## Inhoudsopgave

- 3: Mooi Zo, Goed Zo als bijdrage aan 'community development'
- 4: Het onderzoek
- 5: De 'Mooi Zo, Goed zo'-pioniers
- 8: De rol van de media in 'Mooi Zo, Goed Zo', Theo Zeldenrust
- 9: Mooi Zo, Goed Zo in Delft, Gert-Jan Masselink
- 12: Bericht uit Brabant en Zeeland, Jan Poort, Isa Schipper, Peet Veldhuizen en Addy Backs
- 14: Mooi Zo, Goed Zo in Zeist, Hein Visser

## Colofon

Dit katern is samengesteld in samenwerking met het landelijk projectteam van het JWF dat de Mooi Zo, Goed Zo-projecten aanstuurt:  
Theo van Oosten,  
Theo Zeldenrust,  
Jan Klumper  
en Bert Smit  
Eindredactie: Fenny Gerrits,  
MO/Samenlevingsopbouw,  
Prinsegracht 51  
2512 EX Den Haag

## Memo

In dit katern kunt u een indruk opdoen van de 53 **Mooi Zo, Goed Zo**-projecten in Nederland. Vooral de werkwijze van de MZ, GZ-coördinatoren is interessant voor de beoefenaren van opbouwwerk. Zoals in het Ronde Tafel-gesprek tot uiting komt, is de vergelijking zinvol. MZ, GZ-coördinatoren hebben expliciet de opdracht om het **bedrijfsleven in te schakelen bij realisering van bewoners-initiatieven**. Iets dat in het reguliere opbouwwerk vaak een vrome wens blijft. Maar misschien wordt u door dit katern wel op ideeën gebracht.

# Mooi Zo, Goed Zo als bijdrage aan 'community development'

Het landelijk project Mooi Zo, Goed Zo is een initiatief van het Juliana Welzijn Fonds om de leefbaarheid in steden te bevorderen. Veel bewoners hebben goede ideeën om hun buurt verbeteren en veel bedrijven willen graag iets voor hun buurt doen. Maar wegens gebrek aan coördinatie vinden vraag en aanbod elkaar vaak niet. Mooi Zo, Goed Zo brengt daar verandering in. De essentie van het project is dat een door het Juliana Welzijn Fonds gesubsidieerde coördinator de plannen van buurtbewoners inventariseert en daar vervolgens de benodigde financiers bij zoekt. Er blijkt dan ineens veel mogelijk te zijn.

Het Juliana Welzijn Fonds is in 1948 opgericht\*, voortgekomen uit het besef dat er een algemeen fonds noodzakelijk was dat permanent aandacht kon schenken aan de financiële ondersteuning van het maatschappelijk werk. Dat besef kwam op een moment dat Nederland in puin lag door de oorlog en de bestaande particuliere en kerkelijke hulpverleningsorganisaties niet toegerust waren om adequate hulp te bieden, ontmanteld of geplunderd als zij door de bezetter waren. Tegen deze achtergrond ontstond tegen het einde van de oorlog de algemene hulporganisatie Nederlands Volksherstel. En het was in de boezem van Volksherstel dat onderkend werd dat de eerste nood dan wellicht gelenigd werd, maar dat de taken op maatschappelijk welzijnsterrein uitlopend moesten blijven worden. En dat vroeg dan om organisaties die daartoe bij machte waren, ook in financieel opzicht. Het JWF kreeg van Volksherstel veel geld tot 1949. Toldat in 1957 de voetbalpools werd opgericht teerde het JWF in fette in op het vermogen. Het JWF collecteerde niet, omdat van begin af aan de opvatting gold, dat daarmee met die organisaties geconcurrereerd zou worden, welke juist door het JWF ondersteund dienden te worden. Bovendien was het JWF uit op structurele inkomsten om de continuïteit van financiële steunverlening te kunnen garanderen. Het functioneren van het JWF tot in het midden van de jaren zestig kan alleen begrepen worden uit de ontwikkeling van de organisaties op het terrein van het maatschappelijk welzijn zelf. In de fase van de opbouw van zowel het welzijnswerk, als van het JWF was het bundelen van krachten in wat wij kunnen noemen de pioniersfase van groot belang. Tot in het begin van de jaren zestig heeft het JWF dan ook eigenlijk geen eigen bestedingsbeleid gekend. Er was een bestuur dat zorgdroeg voor verantwoorde besteding en beoordeling van de aanvragen, dat wel. Maar de bestuurders van het JWF vertegenwoordigden gezamenlijk het particulier en kerkelijk initiatief. Zij waren tevens bestuurders van de Nederlandse Vereniging voor Maatschappelijk Werk. De secretaris van de vereniging was secretaris van het JWF. Zo was het in het algemeen eigenlijk zo dat de bestuurders van het JWF de bestuurders waren van organisaties die werden ondersteund. Heel lang werd dat niet als bezwaarlijk ervaren. In 1968 werd er een andere bestuursstructuur ingevoerd waarbij ook onafhankelijke personen zitting konden nemen in het bestuur, mits deskundig genoeg. Een onafhankelijker besluitvorming ten aanzien van het verlenen van bijdragen werd gewenst. Deze verandering vond tegelijkertijd plaats met de toename van de overheidsbemoediging op het terrein van het 'maatschappelijk welzijn'. Het JWF echter heeft niet op dezelfde wijze hoeven afbouwen in de jaren tachtig, zoals het opbouwwerk dat bijvoorbeeld wel heeft moeten doen. Het Fonds is altijd 'in positie' gebleven en heeft zich geleidelijk aan kunnen ontwikkelen. Dit is vooral te danken aan de

onafhankelijkheid die het Fonds heeft kunnen behouden ten aanzien van het veld.

"In mijn visie heeft het welzijnswerk niet zozeer gebrek aan betaalde vrijgestelden gehad, wel een gebrek aan echte 'professionals', die gestalte konden geven aan de betrokkenheid van vrijwilligers, cliënten en gebruikers. In teite heeft het welzijnswerk in de beginjaren zeventig een veel te snelle groei doorgemaakt. Men besefte nauwelijks dat het terrein van maatschappelijk welzijn een snelle groei niet kon verwerken. Illustratief zijn de opleidingen. In het eerste decennium na de oorlog werd aan sociale academies gedoopt door docenten die lange tijd in het werk hadden gestaan. Zij droegen zorg voor wat genoemd kan worden de 'cultuuroverdracht'. Met de enorme toeloop van studenten werden ook docenten aangetrokken, die nauwelijks of zelfs helemaal niet in het werk hadden gestaan. Tegelijkertijd voltrok zich een democratiseringsproces, waarbij de vergissing werd gemaakt, dat democratie ook betekent dat men alles feitelijk al weet en aan kan. In die periode nam de vraag naar welzijnswerkers tegelijkertijd sterk toe en voltrok zich de spiraal, dat meer en meer vooral jonge mensen in het werk kwamen die daar feitelijk niet voor waren toegerust." (Mr. W.J. Geertsema, in: Maatschappelijk welzijn als prioriteit, 1948-1988, p.20.)

"De betrokkenheid van het Fonds bij het maatschappelijk welzijnsterrein is dat het Fonds 'mogelijk of beter mogelijk wil maken'. Het JWF komt voort uit de opvatting, dat 'de nood van mensen' vraagt om middelen om die mens toe te rusten zijn eigen weg in de samenleving te vinden, die het hem of haar mogelijk maakt zich te handhaven en zich te ontwikkelen. Dat vereist de aanvaarding van een gemeenschappelijke verantwoordelijkheid. Dat vereist respect voor het initiatief van burgers. Vooral in het begin van de jaren zeventig werd het welzijnswerk ontdekt als een mogelijkheid bij uitstek burgers een handreiking te geven te participeren met eigen inzet aan de samenleving." (idem, p. 21)

Het is grappig om te zien dat het JWF in de jaren negentig met het Mooi Zo, Goed Zo-project aan de gang is gegaan. Zoals uit het vervolg van dit artikel wel zal blijken, vormt dit project een aanvulling op het reguliere opbouwwerk, en volgens sommigen kan het de werkwijze van de traditionele opbouwwerker ingrijpend vernieuwen. Het ziet er naar uit dat het JWF via dit project een belangrijke bijdrage levert aan de modernisering van het werk.

\* In dit artikelje is consequent gesproken van Juliana Welzijn Fonds, omdat dit de huidige benaming van het Fonds is. Het werd echter lange tijd Koningin Juliana Fonds genoemd, en statutair heeft het fonds nog steeds zo.

#### Bron:

Maatschappelijk welzijn als prioriteit, 1948-1988, Bunnik, 1988. Redactie: Drs. Andries de Jong

# Het onderzoek

"Mooi Zo, Goed Zo" is een ontwikkelingsproject. Dat wil zeggen: er ligt geen blauwdruk waarin van a tot z vastligt welke stappen er precies gezet moeten worden. Het project, en dat zijn in de eerste plaats de lokale "Mooi Zo, Goed Zo" projecten, zal zich voor een groot deel 'al werkende weg' en met vallen en opstaan moeten ontwikkelen. Aan het eind van het project zullen alle betrokkenen ongetwijfeld veel geleerd hebben. Om optimaal lering uit het project te trekken is aan de Faculteit voor Sociaal Culturele Wetenschappen van de VU, opdracht gegeven het project te ondersteunen met (extern) onderzoek. Het onderzoek moet informatie opleveren hoe "Mooi Zo, Goed Zo" zich ontwikkelt, wat goed gaat en wat niet en op welke punten bijstelling nodig is. Deze informatie wordt tijdens het project teruggekoppeld naar de landelijke en lokale projectleiding. Het onderzoek zal worden afgesloten met een uitvoerig eindrapport. Inmiddels is de rapportage over het eerste jaar gereed.

Een aantal bevindingen:

Evenals het project, is het onderzoek naar het verloop van Mooi Zo, Goed Zo inmiddels een jaar bezig. Het is daarom tijd voor de eerste jaarevaluatie.

## Over de aanpak

De meeste coördinatoren hebben in de beginfase van het project prioriteit gelegd bij het samenstellen van een stuurgroep en/of toetsingscommissie, en eventueel van een comité van aanbeveling. De zitting hebbende leden worden tevens ingezet voor promotie van MZGZ bij hun achterban. In het algemeen functioneren deze commissies inmiddels goed.

De PR stond bij vrijwel alle coördinatoren als tweede punt op de agenda. De media hebben over het algemeen wel de intentie uitgesproken te publiceren indien er nieuws te melden is.

De op bewoners gerichte activiteiten bleken redelijk succes te hebben. Veel bewoners (groepen) hebben naar aanleiding van de ontvangen informatie contact gezocht met de betreffende coördinator en aanvragen ingediend. Activiteiten waarbij het bedrijfsleven de doelgroep vormde, leidden minder vaak tot resultaten. Enkele uitzonderingen daargelaten, zijn spontane aanbiedingen tot medewerking door bedrijven uitgebleven.

Inventarisatie en uitwerking van bewonerswensen is de derde stap in het plan van aanpak. De meeste coördinatoren hanteren een continue mogelijkheid tot het indienen van aanvragen, hoewel een aantal van hen inmiddels heeft besloten de actieve werving van aanvragen stop te zetten.

Informatieve mailingen naar het bedrijfsleven hebben veelal weinig spontane reacties opgeleverd. Hetzelfde kan worden gezegd van in de media geplaatste algemene oproepen tot medewerking. De meeste coördinatoren zijn er dan ook toe overgegaan gericht te zoeken naar sponsorbedrijven, wier producten passen bij de aangevraagde behoeftigheden. Enkelens hanteren hierbij de zogenaamde 'adoptie-aanpak'.

De gemeente, tenslotte, speelt voornamelijk een rol als dienst- en faciliteitenverlenende instantie. In de meeste plaatsen zijn goede contacten met relevante afdelingen, zoals Wijkbeheer, Welzijn, Openbare Werken en Groenvoorzieningen. Bewonersaanvragen worden regelmatig gerealiseerd met behulp van door deze afdelin-

gen ter beschikking gestelde menskracht en goederen. Vooral bij opruimacties, de herinrichting van pleinen en speelhekkens en de aanleg van planten en struiken worden vaak gemeente-ambtenaren betrokken.

Anderzijds spelen kenmerken van de stad en haar bewoners een rol, evenals het bestaande gemeentebestuur ten aanzien van leefbaarheid en tradities ten aanzien van sponsoring.

## De resultaten

Van 41 steden zijn gegevens bekend over ingediende en gerealiseerde bewonersaanvragen. In al deze plaatsen hebben bewoners inmiddels wensen kenbaar gemaakt. Per stad varieert het aantal aanvragen van 6 tot 139, met een totaal van 1063.

Speelgelegenheden vormen hierbij nog steeds een favoriet thema, waarbij het enerzijds gaat om nieuwe speelplekken en anderzijds om herinrichting of verplaatsing van bestaandegelegenheden. In enkele plaatsen heeft dit er zelfs toe geleid dat binnen het gemeentebestuur discussies op gang zijn gekomen over het huidige beleid en eventuele wijzigingen hierin.

In totaal zijn 229 aanvragen verwezenlijkt. In totaal zijn 1069 sponsors betrokken bij MZGZ, per plaats in aantal uiteenlopend van 5 tot 103.

Drukkerijen, aannemersbedrijven en doe-het-zelf-zaken nemen een belangrijke plaats in, maar ook de gemeente en woningbouwverenigingen dragen regelmatig een steentje bij. Ook banken blijven bereid tot sponsoring, en wel in de vorm van geld of gebruikte kantoorbenodigdheden. Vooral de Rabobank wordt in dit verband genoemd.

Daarnaast zijn horeca-ondernemingen (hotels of cateringbedrijven) geregeld betrokken bij de organisatie van bijvoorbeeld recepties voor sponsors.

## De media

Eerder is al vermeld dat dag- en huis aan huisbladen in het algemeen bereid zijn regelmatig te publiceren over MZGZ, onder voorwaarde dat de berichten een bepaalde mate van nieuwswaarde hebben.

Van 35 steden is bekend hoeveel berichtgevingen over MZGZ zijn verschenen. In totaal zijn hier 1164 publicaties verschenen, in aantal variërend van 4 tot 93.

## Ter afsluiting

Globaal kan worden vastgesteld dat het eerste projectjaar in de meeste plaatsen redelijk tot zeer goed is verlopen. In andere steden was sprake van een moeizame start, maar begonnen de gedane inspanningen nu vrucht op te leveren. Desondanks zijn ook enkele waarschuwendende kanttekeningen op zijn plaats.

(Letterlijk geciteerde passages uit het Verslag oktober 1995-oktober 1996, door dr. S.J.M. Hoff & dr. Th.N.M. Schuijt, VU Amsterdam. De citaten zijn door het landelijk projectteam gekozen.)



# De 'Mooi Zo, Goed Zo'-pioniers

MOOI ZO  
GOED ZO

Onlangs kwamen enige 'Mooi Zo, Goed Zo'-coördinatoren en bestuursleden bijeen bij de St. Opbouwwerk Amstelveen om gezamenlijk te praten over hun werk. Op uitnodiging van de MO-redactie, die gezorgd had voor een aantal gesprekspunten, nam ook een vertegenwoordiger van het JWF, Theo van Oosten, deel aan het gesprek. Het was de bedoeling om iedereen aan het praten te krijgen over de positie van de 'Mooi Zo, Goed Zo'-coördinator in de lokale setting, de samenwerking met de landelijke coördinatie vanuit het JWF, en de verhouding met het 'traditionele' welzijns- of opbouwwerk.



Team van buurtbewoners bij de feestelijke opening van hun 'Amstelveen Arena' aan de Schweitzerlaan in Westwijk

Will van Schendel, projectcoördinator te Almere, beet de spits af met een beschrijving van de relatie tussen het wijkbeheer en Mooi Zo, Goed Zo. Will: "In Almere is het wijkbeheer gestart vlak voordat 'Mooi Zo, Goed Zo' van start ging. Het wijkbeheer is ambitieus opgezet, de betrokkenen beschikken over alle faciliteiten die je maar nodig kunt hebben. In de praktijk richtte men zich vooral op allerlei fysieke aspecten. Wat je zou kunnen noemen 'het sociale wijkbeheer' kwam vooral op het bordje van 'Mooi Zo, Goed Zo'. Van meet af aan heb ik samenwerking gezocht met het wijkbeheer en dat is niet onopgemerkt gebleven. Onlangs hoorde ik de wethouder nog zeggen dat hij zo blij was dat er in het wijkbeheer ook oog bestaat voor de sociale aspecten, maar dat is niet de verdienste van het wijkbeheer, maar van 'Mooi Zo, Goed Zo'." Karin van der Gaast (projectcoördinator Voorburg): "Maar ben je dan niet blij dat je toch zo'n belangrijke rol speelt?" Els Meijer (projectbegeleider Amstelveen): "Ik begrijp haar gevoel wel want als er door bewoners projecten worden ingediend, dan zegt de wethouder: klop maar aan bij 'Mooi Zo, Goed Zo'. Men doet net alsof het een fonds is. Maar dat is niet zo, het gaat wel om meer dan subsidieverzoekjes indienen." Karin: "Natuurlijk zegt de gemeente dat, dat komt de gemeente het beste uit. Maar vormgeven aan een 'Mooi Zo, Goed Zo'-project doe je zelf."

Will van Schendel: "In Almere wordt 'Mooi Zo, Goed Zo' door het wijkbeheer ingeschakeld. Met verwaarloosd de sociale aspecten van wijkbeheer en dat laten ze door 'Mooi Zo, Goed Zo' opknappen."

Wim van der Kooij (De Schoor, Almere): "Fysieke mankementen signaleren is gemakkelijker dan sociale. De bemensing van het wijkbeheer is vooral gericht op dat fysieke, de spreekwoordelijke 'losse stoeptegels'. Wijkbeheer in Almere moet zich waarmaken, het was nog maar net start toen 'Mooi Zo, Goed Zo' begon. 'Mooi Zo, Goed Zo' is naast sociaal ook fysiek gericht, net als het wijkbeheer. Wijkbeheer is niet voor niets ondergebracht bij Openbare Werken, en niet bij Welzijn. Maar 'Mooi Zo, Goed Zo' kent een onafhankelijker positionering. Uiteindelijk komen ze vanuit de

gemeente toch wel op die sociale aspecten uit. Dit kan ik illustreren aan de hand van een anecdotetje: Komt er iemand bij het Wijkbeheer langs met een stapel handtekeningen gericht tegen een aanwezige zandbak die niet meer wordt gebruikt en niet meer wordt schoongemaakt. Kortom, de ondertekenaars vinden dat de zandbak weg moet. De volgende dag komt er iemand anders langs bij het Wijkbeheer, ook met een stapel handtekeningen, maar nu om actie te voeren voor het behoud van de zandbak. Wat moet je dan doen als gemeenteteambtenaar? Je zult dan toch in de onderlinge verhoudingen tussen (groepen van) bewoners moeten duiken om uit te vinden wat nu het meeste draagvlak heeft: zandbak weghalen of niet."

Via dit onderwerp komt het gezelschap op de vraag naar de zelfwerkzaamheid van bewoners en hoe je die moet stimuleren. Vervolgens vragen we ons af wat de rol van een 'Mooi Zo, Goed Zo'-coördinator in deze is.

André (projectleider Mooi Zo, Goed Zo Amstelveen): "Ik zie mezelf als 'welzijnsmakelaar'."

De term 'Mooi Zo, Goed Zo' is op zich leeg, het

betekent eigenlijk niets. Je moet altijd uitleggen wat je doet en wilt. De gemeente is je samenwerkingspartner."

Will van Schendel: "In Almere wordt er goed samengewerkt met de gemeente, het Wijkbeheer wordt verplicht ingeschakeld als het de openbare ruimte betreft. Over en weer bestaat er 'goodwill', het wijkbeheer is ons belangrijkste contact bij de gemeente."

Els: "In Amstelveen gaat het heel anders. Wijkbeheer is bij het opbouwwerk ondergebracht. Vanuit de instelling gezien is 'Mooi Zo, Goed Zo' een extra instrument. Dit vinden wij ook wenselijk, dat je vanuit verschillende invalshoeken met de buurt bezig kunt zijn."

Karin: "Zo te horen werk jij niet in de praktijk want in de praktijk loop je nogal eens frustraties op."

André: "Nou dat klopt wel, de werkwijze is toch anders. Ik heb geen budget waar ik vanuit kan gaan. Als 'Mooi Zo, Goed Zo'-coördinator moet je benodigde middelen steeds bij elkaar sprokkelen. En dat valt niet altijd mee."

Will: "In Almere hebben we expres 'hotemetoten' uit het bedrijfsleven in bestuur gezet. Dat helpt bij de 'fund-raising'. Het resultaat is niet alleen middelen maar ook 'goodwill' naar het welzijnswerk toe. Maar het blijft moeilijk om geld los te peuten. Ik heb niks en moet om geld vragen. Als je niks hebt onderhandel je toch moeilijker. Ik heb liever heel weinig zeker geld dan dat ik zo moet bedelen."

Theo van Oosten, JWF: "Mag ik hier even op in gaan? Het is de bedoeling dat projecten primair lokaal bekostigd worden. Het JWF doet dat aanvullend. Dit betekent niet dat de JWF-bijdrage in de tijd een sluitpost moet zijn. Je kunt dat ook als breekkijzer gebruiken om anderen over de streep te halen."

André: "Ik zou liever geld hebben bij de start van het project, dan sta ik sterker in de onderhandelingen met het bedrijfsleven."

Will: "Het effect is dat ik geen geld heb, maar dat de betrokken mensen vaak toch zelf aan de slag gaan."

Karin: "Dat is dus de kern van 'Mooi Zo, Goed Zo'."

Will: "Wat ik een hangijzer vindt is dat ik willekeurig mensen activeer. Als ik het een leuke ploeg vind doe ik meer m'n best. Als ik het niet zo'n leuke ploeg vind zeg ik: ga maar naar het opbouwwerk. Het opbouwwerk moet iedereen ondersteunen die daarom vraagt. Ik kan niet iedereen ondersteunen die daar om vraagt, maar dat leidt tot een vorm van selectiviteit die ik wel eens moeilijk vind."

Wil Rabels: "Ik heb m'n hele leven gewerkt in het bedrijfsleven, in een PR-functie. Wat ik me nu in toenemende mate ga afvragen is: Uit welke buurten komen nu de meeste initiatieven bij 'Mooi Zo, Goed Zo', de zogenaamde betere of mindere buurten? Is het zo dat de 'zwakkere' hulp nodig heeft en dat de beter gesitueerde zich zelf wel helpt?"

André: "Ach, dat varieert. Neem nou het mestprobleem in de villawijk. Men had daar last van paardemest, een variant op de hondepoep in gewone wijken. Bij 'Mooi Zo, Goed Zo' heb je geen last van het stigma dat je alleen maar voor achterstandswijken zou 'moeten' werken."

Els: "Er is geen verschil tussen meer welgestelde wijken en minder welgestelde wijken qua betrokkenheid, alleen het gebruik van de woonomgeving is bepalend voor de betrokkenheid. Mensen die altijd werken bijvoorbeeld, zijn minder bezig met hun woonomgeving dan mensen die veel tijd thuis doorbrengen."

Als het gaat om de beoordeling van de positie van Mooi Zo, Goed Zo-coördinatoren stellen de aanwezigen de discussie over het budget centraal. "Geld vooraf of achteraf, is volgens mij de discussie", volgens Wim van der Kooij. Dit wordt van harte ondersteund door André van Dijk, volgens hem is Mooi Zo, Goed Zo geen suikeroompje. Inmiddels begrijpen de betrokkenen volgens hem dat de financiering aanvullend is, het is een soort 'startfonds', volgens Karin van der Gaast kun je ook middelen genereren door overgebleven materiaal uit te ruilen of opnieuw te gebruiken. Er ging nog een stem op in het gezelschap om dat 'uitruilen' via internet tussen diverse plaatsen te laten geschieden. Karin was echter resoluut tegen: "Het moet lokaal blijven, anders krijg je te veel administratie. En er valt af zo veel te doen op het gebied van administratie vanwege dat gedoe met sponsors."

Naast fondswerving is ook de bemiddelingfunctie een belangrijke component van het werk:

André: "Je signaleert wensen en brengt ze bij het wijkbeheer of de gemeente of een andere relevante instantie."

Theo van Oosten: "Die bemiddelingfunctie is belangrijk en hoort erbij, eigenlijk is dat een soort opbouwwerk. Sociaal beheer is een

kwestie van lange adem. Opbouwwerk wordt ondermijnd door de gemeentelijke wens om projectmatig te werken."

Will: "Het opbouwwerk zal meer op Mooi Zo, Goed Zo moeten gaan lijken. Het moet meer vraaggericht werken."

Wim van der Kooij: "Opbouwwerk moet toch niet op de kwantiteit gaan zitten, dan zeg ik m'n werk op."

Will: "Maar ik werk ook procesmatig!"

Theo van Oosten: "Ik denk dat Mooi Zo, Goed Zo een opbouwwerkmethodek is, gewoon ouderwets opbouwwerk."

Wim: "Ik hoop dat die andere kant toch wel zal blijven bestaan, Mooi Zo, Goed Zo is aanvullend. Het is heel expliciet op het bedrijfsleven gericht."

Tineke Hanssen, ondernemersvereniging Amstelveen: "Bedrijven willen iets terug voor sponsoring, dat is zakelijk en op zich prima."

Wim: "Qua thematiek gaat de vergelijking tussen opbouwwerk en Mooi Zo, Goed Zo mank, als een bedrijf bijvoorbeeld zelf geen allchtonen nodig heeft zullen ze nooit meedoen aan een op allchtonen gericht project. Bedrijven opereren niet vanuit het algemeen belang. Het algemeen gevoel is dat bedrijven vooral



Een bekladde muur van een voormalig buurthuis wordt samen met de kinderen weer mooi gemaakt

meedoen vanuit het 'voor wat, hoort wat'-principe. En dat is logisch want een bedrijf heeft als doel winstmaken."

Tineke: "Pardon, de continuïteit van de onderneming waarborgen, dat is de centrale doelstelling van bedrijven."

Els: "Ik zie het bezwaar van sponsoring niet; als je met een andere gesubsidieerde instelling iets samen doet moet je die toch ook noemen?"

#### De relatie met het JWF

Al snel komt het gesprek op de naamgeving van het project: Mooi Zo, Goed Zo. Er wordt gesuggereerd dat deze is ontleend aan een tv-uitzending van het programma Taxi, waarin iemand te zien was die zijn buurt schoonhield, in de taxi van Maarten Spanjer. En die persoon nep alsmaar: mooi zo, goed zo.

Theo van Oosten: "Laten we het daar maar op houden, dat is wel een aardig verhaal. In feite is de naam via allerlei deskundigen tot

ons gekomen. Het advies luidde echter: Goed Zo, Mooi Zo. Dat hebben we toen maar omgedraaid, dat ligt goed in het gehoor." Will: "Ik vind het echt een vreselijke naam, maar iedereen onthoudt 'm."

André: "In het begin dacht ik dat Mooi Zo, Goed Zo een soort filiaalbedrijf was, maar het is uiteindelijk meer een franchisebedrijf. Dit is wel prettig, want dan is er meer maatwerk mogelijk. Op PR-gebied heeft het JWF volgens mij wel een kans gemist. Op 11 oktober zou er een landelijke Mooi Zo, Goed Zo-dag worden gehouden, die is afgeblazen. Dat vind ik jammer."

Will: "Geld is voor mij het belangrijkste punt, het budget. Dat zou ik willen aankaarten in de relatie met het JWF. Verder vind ik ook dat er meer landelijke publiciteit moet zijn. Als ik bijvoorbeeld in Almere een landelijk werkend bedrijf benader dan moet er ook op landelijk niveau iets aan te bieden zijn. Daar moet het JWF voor zorgen, volgens mij. Als je op landelijk niveau een goede infrastructuur creëert, kunnen de lokale werkers makkelijker op lokaal niveau bij een aantal instanties en bedrijven terecht."

Karin: "Heeft het JWF ook redenen om dit niet te doen?"

Karin: "Wat ik wel eens zou willen weten is: wat doen wij wel en niet goed?"

theo: "Het is moeilijk om de formule zowel als de doelstelling tegelijkertijd goed uit te voeren. Wij vinden de doelstelling het belangrijkste, deze is het activeren van de zelfwerkzaamheid van bewoners ten aanzien van hun eigen wijk. De werkwijze is een bepaalde formule waar de coördinatoren zich aan moeten houden. De doelstelling staat in onze ogen centraal, maar het is moeilijk en dat levert voor ons de vraag op hoe streng we moeten zijn. Er bestaat een zekere spanning tussen de landelijke regie en de lokale uitvoering. Verder zijn we er mee bezig om de landelijke publiciteit aan te pakken en ook willen we meer informatie-uitwisseling tot stand brengen. Maar de tijd is ook krap voor de lokale werkers."

Er werd een vraag gesteld over de mogelijkheid mensen enigzins te scholen op de Mooi Zo, Goed Zo-methodiek.

Theo van Oosten: "Ik vind dat deskundigheidsbevordering moet worden gehaald bij de instellingen die de Mooi Zo, Goed Zo-coördinatoren in huis hebben gehaald. Daar zit de kennis. In dit stadium moeten we met elkaar gaan kijken hoe dat verloopt want dat verschilt nogal van plaats tot plaats, bij de opzet van het geheel gingen wij uit van die bestaande kennis-infrastructuur."

Eis: "Ik heb het idee dat coördinatoren meer onderling kennis uitwisselen dan bij de eigen instelling."

Will: "Dat idee heb ik ook. Was het niet de coördinator van Deventer die had geschreven dat haar mantelpakje in de kast hing voor voorkomende gevallen? Dat ervaar ik ook zo. Er zitten een aantal methodische kanten aan de wijze waarop je het bedrijfsleven moet benaderen die ik in de instelling niet kan bespreken. Zoals dat mantelpakje bijvoorbeeld, daarvoor ondervind ik weinig begrip vanuit de instelling. Maar ook hoe je letterlijk moet praten met ondernemers. Bijvoorbeeld als ik hout nodig heb, kan ik niet naar een bedrijf stappen en om een paar planken vragen. Nee, dan moet ik zeer precies formuleren wat ik wil, bijvoorbeeld: drie planken van 2,20 bij 30 cm en 10 cm dik. Je moet je aanpassen aan de cultuur en dat gaat verder dan men denkt. Ik heb vaak behoefte om hierover uit te wisselen, maar bij mij in de instelling wordt dat een beetje onderschat."

André: "Ik probeer toch vooral om mezelf te zijn en me bijvoorbeeld niet te vermommen."

Tineke: "Toch is het wel belangrijk om jezelf goed te verdiepen in die andere cultuur, het kan beslist onnodige drempels opwerpen als je op het verkeerde moment nonchalant gekleed gaat of niet goed hebt nagedacht over wat je precies aan een bedrijf wilt vragen."

De conclusie was dat vanuit de instellingen meer begrip zou moeten zijn voor de aspecten die het werk van de Mooi Zo, Goed Zo-coördinator onderscheiden van het reguliere opbouwwerk, zoals: de kwestie van het budget en de omgang met een andere cultuur, die van het bedrijfsleven. Hierna werd de zitting opgeheven en ging eenieder zijns weegs.



De andere muur van de doorgang

Theo van Oosten: "We hebben onze handen er vol aan, er is niet voor niets iemand aan de staf toegevoegd, zoals jullie weten."

Toch is collectieve en gecoördineerde landelijke publiciteit moeilijk op gang te krijgen, ook omdat we er veel voor moeten betalen. Als we de nationale omroepen benaderen dan kost dat al gauw een halve ton om bijvoorbeeld in een programma als Kolfrietijd te komen. Ook hebben we de provinciale omroepen, die toen in de maak waren benaderd, voor de zomer. Na de zomer bleek dat deze niet tot stand waren gekomen, het plan was afgeblazen. Wij zitten met het probleem dat onze formule moet worden bewaakt. Wij vervullen een soort platform-functie en de lokale verschillen zijn erg groot. Dan is het zoeken naar de gemeenschappelijke noemer, een manier om naar buiten te treden."

Will: "Eigenlijk zou je een soort 'kroon-leveranciers' moeten instellen op landelijk niveau, dan krijgen coördinatoren op lokaal niveau meer en gemakkelijker korting. Zo kan een bedrijf ook landelijk 'in the picture' komen."

# De rol van de media in "Mooi Zo, Goed Zo"

door Theo Zeldeneust, landelijk projectteam "Mooi Zo, Goed Zo"

In de "Mooi Zo, Goed Zo" formule spelen de media een belangrijke rol; "Mooi Zo, Goed Zo" kan niet bestaan zonder publiciteit. De bedoeling van het project is immers om een 'beweging' op gang te brengen: burgers nemen (weer) verantwoordelijkheid voor hun directe woon- en leefomgeving en het bedrijfsleven helpt daarbij met steun in natura en/of geld; we 'gaan' er met z'n allen voor.

## Lokale publiciteit

Nieuwe ideeën moeten ingang vinden, er moet dus over worden gecommuniceerd. De bescheiden budgetten van de lokale projecten bieden geen ruimte voor betaalde publiciteitscampagnes. De communicatie zou dus gestalte moeten krijgen in de vorm van 'free publicity'. Wij hebben daarom als voorwaarde gesteld voor toelating als lokaal "Mooi Zo, Goed Zo" project dat medewerking was toegezegd door lokale en regionale media. In concreto gaat het om wijkkranten, huis aan huisbladen, dagbladen en de lokale omroepen.

Over het algemeen kan gezegd worden dat het voor de lokale "Mooi Zo, Goed Zo" projecten niet moeilijk was de medewerking van de media te krijgen. Niet toevallig is een van de voorlopers van "Mooi Zo, Goed Zo", het Rotterdamse "Doe wat voor je stad", opgezet door het Rotterdamse Dagblad. Vanuit het standpunt van de media is "Mooi Zo, Goed Zo" om een aantal redenen interessant:

- Lokaal nieuws scoort goed bij de lezers van lokale en regionale media. Als je als krant interessant lokaal nieuws brengt, maak je je product aantrekkelijker.
- Een aantrekkelijk product verkoopt beter: meer abonnees, meer advertenties. Zeker als er een lokale concurrentiestrijd gaande is, is dit een belangrijk argument.
- Met name huis aan huisbladen zijn primair advertentiebladen. Dit soort bladen is daarom blij met alle kopij die al min of meer en klaar wordt aangeleverd, zeker als het om positief nieuws gaat.

De wijze waarop samengewerkt wordt met de media verschilt van plaats tot plaats. In sommige steden hebben (vertegenwoordigers van) de media een officiële plaats binnen "Mooi Zo, Goed Zo", bijvoorbeeld als lid van de stuurgroep. In andere plaatsen is alleen de afspraak gemaakt dat de krant veel aandacht aan "Mooi Zo, Goed Zo" zal besteden. Een punt dat in de beginfase nogal eens bleek te spelen was de journalistieke onafhankelijkheid. Redacties stellen zich op het standpunt dat de krant volledig vrij dient te zijn waarover de krant schrijft en wat zij daar over schrijft. Dit staat op gespannen voet met het maken van afspraken over het promoten in de krant van "Mooi Zo, Goed Zo".

In de praktijk blijkt dit geen obstakel zijn. De "Mooi Zo, Goed Zo" projecten erkennen dat de media hun eigen verantwoordelijkheid hebben maar feitelijk krijgen zij veel (positieve) aandacht mits de berichten een bepaalde mate van nieuwswaarde hebben. In enkele steden heeft de coördinator de publiciteit in eigen hand doordat hij/zij in de gelegenheid is gesteld via radio-uitzendingen of een vaste kolom in de geschreven pers aandacht te schenken aan het project.

Soms is de relatie met de media moeizaam. In één plaats weigert de belangrijkste lokale krant aandacht te besteden aan "Mooi Zo, Goed Zo" behalve als men denkt negatief nieuws te hebben. Indien dan één medium feitelijk een lokale monopoliepositie heeft,

wordt het moeilijk om "Mooi Zo, Goed Zo" publicitair over het voetlicht te krijgen.

Omgekeerd storten in situaties van hevige onderlinge concurrentie de media zich gretig op "Mooi Zo, Goed Zo".

De inhoud van de artikelen had in de beginfase vooral betrekking op "Mooi Zo, Goed Zo" als zodanig: de formule en de bijdrage van het Fonds 'nu ook in onze stad'.

Later kregen de benoeming van de projectcoördinator en de start van het lokale project veel aandacht. In dit stadium staan in de artikelen de plannen van de bewoners, die zij via "Mooi Zo, Goed Zo" willen realiseren, centraal. Een voorbeeld: buurt X wil het verwaarloosde speelplaatsje nu eindelijk eens opknappen, bedrijf Y stelt nieuw zand beschikbaar en bedrijf Z zorgt voor tegels; zo krijgen we met z'n allen iets voor elkaar.

"Mooi Zo, Goed Zo" is publicitair nu stevig geworteld in de lokale media. Volgens onze gegevens, die betrekking hebben op 35 steden, zijn er inmiddels 1164 artikelen gepubliceerd. Daarbij zijn de huis aan huisbladen koplopers met 353 publikaties.

Onze schatting is dat er eind 1996 een kleine 2000 maal aandacht besteed zal zijn aan "Mooi Zo, Goed Zo".

## Landelijke publiciteit

"Mooi Zo, Goed Zo" zou je kunnen typeren als een franchise-constructie met het Fonds als franchise-gever die formule, naam, logo en financiële middelen beschikbaar stelt, en de lokale organisaties als franchise-nemers. Daarmee kunnen de lokale projecten laten zien dat zij deel uitmaken van een Nederland-brede beweging waar een groot fonds achter staat. Als franchise-gever rekenen wij tot onze taak de lokale projecten te ondersteunen met landelijke publiciteit.

Verder vinden wij het belangrijk om aandacht te vragen voor maatschappelijke sponsoring: het steunen van projecten in de sociale sfeer door het bedrijfsleven is een interessante nieuwe ontwikkeling die het bedrijfsleven niet alleen geld kost maar ook wat op kan leveren.

Tot dusver hebben wij met "Mooi Zo, Goed Zo" landelijk weinig aan de weg getimmerd. Dit is uiteindelijk een bewuste keus geweest. Het heeft geen zin om de publiciteit te zoeken met mooie verhalen over een aanpak die zich nog moet bewijzen. Het bestaansrecht van "Mooi Zo, Goed Zo" ligt immers in de resultaten die op lokaal niveau bereikt worden. Inmiddels zijn we echter in het stadium gekomen dat er resultaten te melden zijn: het project loopt in 53 steden en de formule blijkt te werken.

We werken daarom aan de voorbereiding van een landelijke publiciteitscampagne. In de campagne zullen de resultaten uit het VU-onderzoek dat "Mooi Zo, Goed Zo" begeleidt, centraal staan.

In grote lijnen ziet het plan er als volgt uit:

- We onderscheiden drie doelgroepen: "het grote publiek", "het" bedrijfsleven en "de" politiek. Elk van deze doelgroepen wordt gericht benaderd.
- Het grote publiek willen we benaderen via de landelijke media. De boodschap zal zijn: betere leefbaarheid doordat men als buurt, wijk of stad samen aan de slag gaat.
- Het bedrijfsleven willen wij bereiken via de huisorganen van de ondernemersorganisaties en de managementbladen. We willen bij deze doelgroep naar voren brengen dat ondernemers een maatschappelijke verantwoordelijkheid hebben maar dat het ook profiteel kan zijn om mee te doen.
- De politiek willen we benaderen via de wetenschappelijke instituten van de politieke partijen. De boodschap zal zijn: er is een nieuwe

ontwikkeling gaande die interessant en relevant is voor de politieke beslissers; eigen initiatief van bewoners staat centraal en het bedrijfsleven helpt daarbij.

In het eerste jaar is "Mooi Zo, Goed Zo" er redelijk tot goed in geslaagd op plaatselijk en regionaal niveau publiciteit te krijgen

voor het project. De komende tijd willen we daar ook op landelijk niveau aandacht voor vragen.

## Mooi Zo, Goed Zo in Delft

De tijd dat de gemeente uitsluitend verantwoordelijk was voor het leefklimaat in de woonomgeving ligt al weer een tijdje achter ons. Onder invloed van onder andere de Sociale Vernieuwing werden bewoners aangespoord om ook een steentje bij te dragen. Deze bewonersparticipatie gebeurde niet louter uit bezuinigingsdrang maar zeker ook om het draagvlak in de buurt te vergroten. Het Juliana Welzijn Fonds ging in deze participatiegedachte nog één stap verder.

Volgens een Rotterdams voorbeeld, 'Doe wat voor je Stad', moesten niet alleen burgers en instellingen hun steentje aan projecten bijdragen, maar ook het bedrijfsleven en de lokale media. Onder de naam Mooi Zo, Goed Zo startte het Juliana Welzijn Fonds zo'n 53

projecten in het land. De aangestelde projectleiders werden uitgedaagd om leefbaarheidsprojecten op te zetten met traditionele en niet-traditionele partners; respectievelijk (welzijns)instellingen, gemeente en anderzijds bedrijfsleven, woningbouwverenigingen, lokale media en het onderwijs. Een kijkje in de nieuwe keuken van Mooi Zo, Goed Zo in Delft; werkzaam vanaf augustus '95.

### De lokale media

'Domeinen van Welzijn', een onderzoek naar welzijnsbeleving uit Dordrecht toonde aan dat bewoners zich op verschillende manieren tot hun omgeving verhouden. Waar de één zijn welzijnsbevor-



Actie s tegen hondpoep in Delft

derende factoren uit de directe woonomgeving haalt is een ander meer georiënteerd op de stad, het land of op de wereld. De doelgroep van het opbouwwerk en het sociaal cultureel werk bestaat voor een belangrijk deel uit bewoners die zich op hun directe omgeving oriënteren. Lokale kranten hebben grotendeels diezelfde doelgroep. Daar lag een kans voor samenwerking van Mooi Zo, Goed Zo met de lokale media. De Haagsche courant, waaronder de Delftsche Courant ressorteert, was al in een vroeg stadium bereid om een samenwerkingscontract met Mooi Zo, Goed Zo te sluiten. Mooi Zo, Goed Zo zou op een nieuwe manier aan welzijnsproblemen werken, en de Delftsche Courant zou zorgen voor de nodige publicitaire begeleiding. Het enthousiasme voor de samenwerking was zo groot dat de Haagsche/Delftsche Courant bereid bleek een puzzelactie ten behoeve van Mooi Zo, Goed Zo te organiseren. Deze puzzelactie zou niet alleen ten bate van alle Mooi Zo, Goed Zo-Delft worden georganiseerd, maar ten bate van alle Mooi Zo, Goed Zo projecten in het verspreidingsgebied van de Haagsche Courant. De toezegging van de puzzelactie zou in financiële en publicitaire zin een steun in de rug voor Mooi Zo, Goed Zo zijn. De Delftsche Courant bleek eveneens bereid om de sponsors van de Mooi Zo, Goed Zo-projecten bij naam in een redactioneel stuk te plaatsen. Met deze troef kon Mooi Zo, Goed Zo onderhandelen met bedrijven over sponsoring. Sponsoring was niet langer een charitatieve daad, maar een normale transactie waarbij beide partijen baat hebben. Met de Delftsche Courant zijn overigens geen afspraken gemaakt over het alleenrecht van publicatie, andere media zijn, na de Delftsche Courant, nog altijd inzetbaar.

#### Comité van aanbeveling

Nadat het uitvoeringsplan van Mooi Zo, Goed Zo gereed was presenteerde Mooi Zo, Goed Zo zich in het Delftsche. Verschillende kranten en omroepen maakten gewag van de nieuwe organisatie met haar nieuwe werkmethode. De aandacht van de media voor deze nieuwe vorm van welzijnswerk was zo groot dat dit de weg vrijmaakte om Delftse koopstukken voor het Comité van Aanbeveling te interesseren; het balletje was gaan rollen. De Burgemeester, de voorzitter van de Kamer van Koophandel, het College van Bestuur van de TU-Delft, grote bedrijven en het hoofd van politie verbonden hun naam aan het project. Op het briefpapier werden hun namen inclusief 'Mission Statement' bijgedrukt. Kwalitatief hoogwaardig presentatiemateriaal moest, naar de mening van de projectleider, deuren kunnen openen. Al snel kon een toetsgroep in het zadel worden geholpen. Deze groep werd belast met het beoordelen van projectaanvragen, als klankbord zou de toetsgroep meedenken over de te voeren strategie van Mooi Zo, Goed Zo: een ex-wethouder, directeuren van een oude-



Het ingebruik nemen van de schooltuintjes

reninstelling en een woningbouwvereniging, de vestigingsdirecteur van IKEA en een beleidsmedewerkster van de gemeente zijn de leden van de toetsgroep. Deze toetsgroep werd zo breed samengesteld dat het bij het nomineren van projecten de wind uit de zeilen van de projectleider zou halen. In tegenstelling tot het Comité van aanbeveling is de toetsgroep dus een meewerkende club van vrijwilligers. Nog maar net was het Comité van Aanbeveling en de toetsgroep geïnstalleerd of Mooi Zo, Goed Zo mocht zich gratis presenteren op de Delftse ondernemersbeurs.

#### Nieuwe paden

In samenwerking met de Delftsche Courant organiseerde Mooi Zo, Goed Zo een telefonade. De telefonade hield in dat lezers werden opgeroepen kleinschalige projecten aan te melden die de woonomgeving doet verbeteren. Voorwaarde was dat de aanmelders bereid moesten zijn om 'de handen uit de mouwen te steken'. Enkele dagen voor de telefonade werd hieraan luim aandacht besteed in diezelfde krant. Via deze telefonade kwamen er interessante projecten binnen.

Bij de gemeente Delft hebben amtenaren wel even moeten wennen aan de werkmethode van Mooi Zo, Goed Zo. Om de motivatie van projectaanvragers vast te houden was de filosofie om niet meer dan een half jaar te laten verstrijken tussen projectaanvraag



De wijk is van ons allemaal

en oplevering. De gemeentelijke procedures waren daar niet op ingericht. Getracht werd om op het niveau in te steken waarbij besluiten snel konden worden genomen, ook werd er gelobbyd. In veel gevallen heeft Mooi Zo, Goed Zo de besluitvorming kunnen versnellen, in enkele gevallen niet. De Delftse ambtenaren hebben moeten wennen aan Mooi Zo, Goed Zo. Per slot van rekening begaf Mooi Zo, Goed Zo zich vaak op 'hun' werkterrein, de openbare ruimte. Inmiddels is de gemeente een beetje gewend aan Mooi Zo, Goed Zo en werkt zij redelijk mee. De goede samenwerking met de plaatselijke pers lijkt hieraan bijgedragen te hebben.

### Projecten

De landelijke campagne 'De wijk is van ons allemaal' werd in Delft door Mooi Zo, Goed Zo uitgevoerd. Doel van deze campagne was om Nederlanders en buitenlanders met elkaar in contact te laten treden. In dit kader heeft Mooi Zo, Goed Zo onder andere 16 schooltuintjes bij een basisschool gerealiseerd, een multicultureel wijkleest georganiseerd en brouwen uit verschillende windstreken een foto-expositie over hun kijk op de wijk laten maken. Alle activiteiten in dit kader zijn samen met wijkbewoners, bedrijven, scholen en (welzijns) instellingen gerealiseerd. Onderzoeksbureau OCU uit Utrecht zal onderzoeken in hoeverre de activiteiten een

bijdrage hebben geleverd aan verdergaande integratie. De medewerkers van genoemde partners kijken echter met plezier op de activiteiten terug (zie illustratie).

Om de overlast van hondepoep tegen te gaan heeft Mooi Zo, Goed Zo samen met bewoners een campagne georganiseerd onder de 'Opgeruimd st(r)aat netjes'. Naast bewoners waren er ook een tweetal woningbouwverenigingen, de gemeente en een psychiatrisch ziekenhuis betrokken. De bewonersgroep ervaart de campagne als geslaagd. Er is met name getracht om een discussie over hondepoep in de straat op gang te brengen. Hoewel deze discussie scherpe randjes had heeft het er wel toe geleid dat het gedrag van hondenbezitters is veranderd. Naast deze discussie hebben de organisatoren hondenbezitters handvatten gegeven om daadwerkelijk mee te kunnen werken aan een schone straat. Hondentrainingen in de straat, Paxbakken en verwijfsborden zijn daar voorbeelden van (zie illustratie).

### Het tweede jaar

Voor Delft zit het eerste jaar Mooi Zo, Goed Zo er al weer op. Het tweede jaar zal met name geconcentreerd zijn rond twee campagnes, te weten: 'Premie op Actie in de Buurt' en de 'Puzzelactie' van de Haagsche/Delftse Courant. Naast deze twee campagnes worden er nog een aantal 'losse' projecten uitgevoerd. Een voorbeeld van 'losse projecten' is het opknappen van een viaduct onder een snelweg met buurtbewoners, Rijkswaterstaat, de gemeente, het energiebedrijf en een jongeren-centrum. De muurschilderingen zullen, na een ontwerpwedstrijd, door buurtbewoners ter hand worden genomen.

### Premie op actie

Samen met drie Delftse Rotaryclubs spoort 'Premie op Actie in de Buurt' bewoners aan om langdurig een bijdrage te leveren aan een betere buurt. Naast de te winnen premies, die voor een beter leefklimaat in de straat worden ingezet, maken bewonersgroepen kans op één van de vele ballonvaarten met één van de hete luchtballonnen. De ballonnen zijn op 7 december jl. vanaf de Markt van Delft opgestegen.

### De puzzelactie

Samen met de plaatselijke krant draait er vanaf 16 november de geoemde puzzelactie. Vanuit Delft zijn er vier projecten voorgedragen waarvoor gepuzzeld wordt. Voor twee projecten wordt er eind 1996 gepuzzeld, de twee andere projecten zijn begin 1997 aan de beurt. Puzzelaars moeten de puzzel inzenden met f 3,-. Omdat de prijzen gesponsord worden gaan alle opbrengsten naar Mooi Zo, Goed Zo projecten.

Gert-Jan Masselink, Delft, tel.: 015-212 5589.

# Bericht uit Brabant

In deze twee provincies zijn sinds dik anderhalf jaar diverse coördinatoren aan de slag om als projectleider Mooi Zo Goed zo in de lokale samenleving een vaste plek te geven.

**Wat opvalt is dat er diverse achtergronden, zoals opbouwwerkers, communicatiemensen, kunstmakelaars gezamenlijk werken aan de implementatie van Mooi Zo Goed Zo in Brabant en Zeeland. Het geheim van ons succes is dat de diverse achtergronden en werelden van de projectleiders op elkaar afgestemd worden in een tweemaandelijks overleg met ondersteuning van de provinciale ondersteuningsinstelling van Prisma. Addy Backs is als consulente betrokken bij de projectuitwisseling en geeft tips bij de aanpak in de diverse steden.**

Bij Mooi Zo Goed Zo staat de verbetering van de leefbaarheid in straat, buurt, wijk en stad centraal. Het Juliana Welzijn Fonds wil gedurende drie jaar voor elkaar krijgen dat de projectleiders werken aan een structurele inbedding van de projectaanpak. De projectleiders in Brabant en Zeeland hebben daar vraagtekens bij. Immers na een jaar werken blijkt dat de aanpak niet overal geaccepteerd wordt. Veel collega opbouwwerkers die niet bij de projecten zijn betrokken kijken vreemd aan tegen deze andere manier van werken.

Immers stadsvernieuwing, wijk en buurtbeheer behoren toch tot het domein van de opbouwwerker! 'Mooi niet!', zeggen de projectleiders van Mooi Zo Goed zo. Samenwerking en het liefst zo integraal mogelijk is het devies.

Nieuw bij Mooi Zo Goed Zo is de rol van "sociale makelaar" en het plegen van acquisitie. Vijf jaar geleden was het bedrijfsleven in de ogen van de meeste opbouwwerkers een doelgroep die alleen maar aan zich zelf dacht. Enkele opbouwwerkers zijn hiervan uitgezonderd! Daar tegenover stond dat het bedrijfsleven dacht dat opbouwwerkers, als ze het woord af kenden, dachten: dat zijn maatschappijvormers op kosten van de belastingbetaler. Bij Mooi Zo Goed zo zijn we ineens partners met gezamenlijke belangen.

Immers bij Mooi Zo Goed Zo werken burgers, overheden, woningbouwcorporaties en bedrijfsleven samen aan de verbetering van het woon- en leefklimaat. De aanpak en stijl is in de diverse steden in Brabant en Zeeland best verschillend. De een legt meer het accent op "sociale makelaardij", de andere meer op het indienen van concrete projecten.

Het mooie van onze contacten is dat we van elkaars werelden en benadering veel leren.

We noemen dat een vorm van "kruisbestuiving".

De projectleiderster uit Helmond Isa Schipper is een mediaspecialiste en leert ons softies

hoe om te gaan met PR. Anderzijds leert zij van ons opbouwwerkers hoe te onderhandelen en om te gaan met collega opbouwwerkers en aanvragen van bewoners. Strategisch werken naar de lokale overheid en woningbouwcorporaties is ook een van de sterk ontwikkelde kanten van het opbouwwerk.

Isa Schipper uit Helmond: "Het is inderdaad waar dat in iedere 'Mooi Zo, Goed Zo' stad het project verschilt, omdat de coördinatoren heel duidelijk hun eigen stempel op hun project drukken. Veel projectcoördinatoren hebben het welzijnswerk of opbouwwerk als achtergrond. Ikzelf heb Nederlands Communicatie gestu-

doerd en heb veel duidelijker een pr-achtergrond. Dat is heel duidelijk terug te vinden in mijn project.

Ik zie mijn taak meer als het zijn van een makelaar voor de aanvragers dan als projectontwikkelaar. Ik help inwoners van Helmond die een plan hebben om de leefbaarheid in hun omgeving te verbeteren met financiering te zoeken bij hun initiatief. Dit kan gebeuren door het vinden van bedrijven die willen sponsoren, maar ook door hen te begeleiden bij een aanvraag doen voor subsidie of bij een fonds. Als ze wel begeleiding nodig hebben bij de opzet en uitvoering van hun initiatief, dan stuur ik ze (in zoverre dat dat mogelijk is) door naar de Welzijnsorganisatie in Helmond voor de nodige begeleiding van welzijns- en opbouwwerkers.

Daarnaast is het mijn taak om bekendheid te krijgen voor 'Mooi Zo, Goed Zo' als concept voor maatschappelijke betrokkenheid. Alleen daardoor lukt het om bedrijven mee te krijgen om deel te nemen aan een 'Mooi Zo, Goed Zo' project. Ook aanvragers weten daardoor wat 'Mooi Zo, Goed Zo' inhoudt en welke aanvragen ze kunnen doen. Ik heb al meerdere presentaties gehouden bij buurthuizen en wijkverenigingen. Het feit dat ik aangeef dat hun idee in aanmerking komt om door 'Mooi Zo, Goed Zo' bemiddeld te worden, en het feit dat ik heel enthousiast reageer op hun idee, stimuleert hen om door te gaan met hun initiatief.

Voor bedrijven geldt weer een geheel andere aanpak. Bedrijven doen eigenlijk meestal alleen mee omdat ze publiciteit krijgen. 'Mooi Zo, Goed Zo' probeert dat zoveel mogelijk te realiseren. Speciaal daarvoor organiseren we een receptie waar bedrijven een certificaat uitgereikt krijgen. Hier kunnen bedrijven zich naar elkaar te profileren. Daarnaast hebben we sinds kort ook een 'Mooi Zo, Goed Zo' krant en grote advertentie wat ook veel bedrijven over de streep trekt. Eigenlijk is 'Mooi Zo, Goed Zo' een bureau dat publiciteit verkoopt voor bedrijven die sponsoren. Dat is dus een geheel ander product dan welzijnsprojecten. Maar het verkoopt wel beter.

Het is duidelijk dat mijn aanpak veel meer marketing gericht is. Hoe verkoop ik mijn product het beste? Ook al is dat product een goed doel. En in andere gevallen is de publiciteit zelf het product. Het product moet op de markt gebracht worden, onder de aandacht gebracht worden. En daarvoor is publiciteit belangrijk. Aldus Isa Schipper uit Helmond.

In Breda leert Lex van Buitenen, als oud kunstmakelaar, ons hoe je sponsor trajecten moet opzetten om het bedrijfsleven actief te benaderen. Vanuit Bergen Op Zoom komt Peter Veldhuizen met zijn achtergrond uit arbeidsmarktprojecten weer met de sterk ontwikkelde makelaardijfunctie. Zoals je begrijpt is er veel kennis, ervaring en vooral enthousiasme in onze groep. Dat we als eerste begonnen zijn met praktisch overleg en uitwisseling van gegevens en ontwikkelde producten, toont sterk onze voorkeur voor de teamwork-benadering.

Na de laatste terugkomst bij het Juliana Welzijn Fonds te Bunnik zijn inmiddels meerdere projectleiders zo'n regionaal overleg begonnen.

## De inhoud

In het driejarig project staat de aanpak van de leefbaarheid in de stad centraal.

Allerlei concrete ideeën en suggesties worden met behulp van de projectleider opgepakt en beoordeeld aan de hand van criteria van het JWF. Deze criteria waren in het begin van het project nog vaag en vormden een te strak keurslijf.



Na anderhalf jaar ervaring opgedaan te hebben in de praktijk, zijn wij van mening dat

het JWF meer de gelegenheid moet bieden om van "onderop" te werken dan "top-down". De discussie met het JWF en de projectleiders is daarover nu gaande. We hebben goede hoop dat het JWF inziet dat de sterkte van de projecten aan de basis in de 50 steden in Nederland ligt en niet in Bunnik (hoofdkantoor JWF). Ik denk dat als we van elkaar willen blijven leren, dit een van de grootste successen wordt van de laatste jaren.

Immers sociale vernieuwing is een bestuurlijke dood gestorven en het grote stedenbeleid lijkt soms meer een rituele dans om de centen. Sociale cohesie, sociale integratie, sociaal cement, specie of "twee componentenlijm", mogelijkerwijs nog meer termen, zijn sleutelbegrippen, in de markt van welzijn en geluk in de BV Nederland.

Wat wij merken is dat sociale makelaardij via Mooi Zo Goed Zo een product is dat het bedrijfsleven een compacte mogelijkheid biedt om via Maatschappelijke sponsoring hun "zorgzaam kapitalisme" te uiten. Via concrete projecten kan het bedrijfsleven keuzes maken welk project het best past bij zijn of haar bedrijfsfilosofie. Door afspraken met de lokale en regionale media ziet de sponsor zijn inspanningen beloond in duidelijke publicaties in de kranten. Dat is compacter en goedkoper dan zelf dure PR te betalen. Plus is deze manier van sponsoring er eentje met een duidelijk sociaal doel. Sommige media vergelijken ons met de Angela Groothuizen-aanpak. Misschien is dat wel zo, alleen zijn wij Zuiderlingen wat bescheidener en meer op de inhoud gericht. Banken, Groothandels, Detailhandel, Automatiseringsbedrijven, Winkeliers, Verzekeringsmaatschappijen en zelfs Autodealers sponsoren gericht projecten van Mooi Zo Goed Zo. Daarvoor ontvangen ze certificaten van het JWF die ze apetrots in hun bedrijf ophangen. Mooi Zo Goed Zo is in anderhalf jaar tijd een begrip geworden, in ieder geval voorzover onze waarneming strekt in Brabant en Zeeland.

Er zijn twee projectleiders die met een auto rondrijden waarop belettering staat van het logo van Mooi Zo Goed Zo en de bedrijfsnaam van de sponsor. (Volkswagen en Citroen) Dat heet in ons jargon "Kwaliteit". Dat is niet vies en onethisch, maar een logisch gevolg van de manier van werken in de Mooi Zo Goed Zo-methodiek. Immers partners in leefbaarheid zijn naast de traditionele, overheid, woningbouwcorporaties, bewoners, nu ook de mensen uit het bedrijfsleven. Van hen kunnen wij met z'n allen nog veel leren. De zachte kern krijgt een hardere kern en blijft daarmee misschien beter overeind in de kaalslag die de afgelopen jaren in het opbouwwerk heeft plaatsgevonden.

#### Tot slot

In overleg met het NIZW, (Paul Vlaar) en het JWF, (Bert Smit) en Prisma (Addy Backs) zijn wij aan het onderzoeken in hoeverre de door ons bedachte Mooi Zo Goed Zo aanpak een vernieuwende aanpak is in Welzijnsland. Zonder arrogant te zijn denken wij van wel.

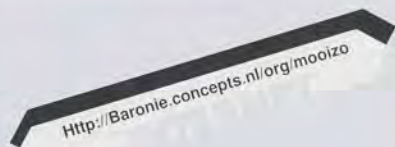
We houden U op de hoogte.

## Internet en Mooi Zo Goed Zo:

Via sponsoring van een Multimedia bedrijf, Integrated Concepts zijn nu drie lokale projecten met hun eigen homepage's en email adressen te vinden op Internet.

Het adres is: [Http://Baronie.concepts.nl/org/mooizo](http://Baronie.concepts.nl/org/mooizo)

Hierna volgden de Rabobanken ook met het aanbieden van hun diensten via Trefpunt op Internet. Als laatste stelde het NIZW zijn homepage open voor Mooi Zo Goed Zo met een aparte link.



#### Voor meer informatie:

Jan Poort,  
projectleider Oosterhout,  
telefoon 0162-454208.

Isa Schipper, projectleidster Helmond,  
telefoon 0492-553530.

Peet Veldhuizen,  
projectleider Bergen Op Zoom,  
telefoon 0164-241268.

Addy Backs,  
consulente Prisma,  
013-5441440.

# Mooi Zo, Goed Zo in

In Zeist is het Mooi Zo, Goed Zo-project ondergebracht bij de St. Opbouwwerk Zeist. De coördinator, of 'actie-leider' zoals hij zichzelf bij voorkeur aanduidt, aldair is Hein Visser. Hij heeft de gewoonte om met de inwoners van Zeist te communiceren via een regelmatig verschijnende column. In die column vertelt hij over de gerealiseerde projecten en over de reacties van betrokkenen. De redactie vond de columns dermate opmerkelijk en ook geschikt als medium in de lokale setting dat Hein op ons verzoek vijf columns voor ons heeft uitgezocht. Hieronder volgen de teksten.

## Aflevering 1 in de "Nieuwsbode" van 13-10-1995

Elke twee weken zal het bovenstaande zonnetje u vanuit deze kolommen toeschijnen met een opbeurende boodschap uit de actie "Mooi Zo, Goed Zo". Deze leuke is bedacht - en wetig gedeponeerd, inclusief de zon - door het Juliana Welzijn Fonds. Dit betaalt het salaris van de actie-leider (van mij dus) mits er in Zeist overall mooie projecten groeien die niet ten koste gaan van de gemeentelijke subsidiepoten. De gedachte aan sponsoring is dan al bijna een "open deur", maar wie die intrapt ziet erachter nog allerlei andere mogelijkheden opdoemen om gelden, goederen en immateriële ondersteuning te werven.

De projecten in Zeist worden "mooi" en moeten bovendien de saamhorigheid tussen buurtbewoners versterken. Ik geef een voorbeeld.

Zeist heeft nogal wat buurthuizen, speeltuingebouwen en wijckentra. Hoeveel mensen zouden daarheen gaan op de televisie-voetbalavonden, als zij weten dat de uitzending daar op een scherm van drie vierkante meter wordt vertoond? We denken bijvoorbeeld aan ouderen die moeite krijgen om thuis op hun eigen scherm (tien keer zo klein) de bal in het vizier te houden. Of aan al die mensen die 'n voetbalwedstrijd bij voorkeur in een wat groter gezelschap volgen, met alle onderlinge commentaren vandien. De moderne techniek staat voor niets. Voor nog geen 3000 gulden kan iedereen een apparaatje kopen dat - mits op de goede manier aan de TV gekoppeld - het beeld bijna kamerbreed en haarscherp projecteert. Op ons verzoek heeft een Zeister televisiewinkel zo'n projector ingekocht om het apparaat te demonstren. Buurtcomité's die het wel eens willen zien, kunnen "Mooi Zo, Goed Zo" opbellen (6963864) om er samen naartoe te gaan. We enthousiast terugkomt van zo'n demonstratie, nodigen we graag uit om een plannetje te maken voor een veelvuldig gebruik van de projector - niet alleen voor voetbalwedstrijden maar ook voor andere programma's met een educatieve boodschap - en voor de werving van de nodige financiën.

Tot de volgende zonsopgang over twee weken.

## Aflevering 7 in de "Nieuwsbode" van 2-1-1996

Gelukkig Nieuwjaar, lieve lezer van deze rubriek, en een welgemeend "mooi zo, goed zo" voor alle voornemens die u voor 1996 maakte. Goede voornemens hebben we ook met onze MozoGozo-actie. Samen met bewonersgroepen willen we dit jaar minstens zes projecten aanzwengelen waarmee hun buurten fraaier en gezelliger worden, zonder dat het gemeentebestuur daarvoor behoeft te betalen. In het Zeister Staatsliedenpark is bewezen dat dit heel goed mogelijk is. Want toen daar op 21 december - op die kortste dag van 1995 - de avond was gevallen, schenen plotseling twee gloednieuwe schijnwerpers in de duister-

nis. Ze zijn helemaal betaald door sponsors. De namen van de geldgevers staan te lezen op een lichtmast van tien meter hoog. De floodlights ontbrandden met een korte ceremonie. Die werd voltrokken door de twee dames die het meeste hebben gedaan aan dit allereerste MozoGozo-project. Ze werden daarbij gadeslagen door tientallen genodigden. Mevrouw Van den Dolder (als bestuurslid van de buurtvereniging vroeg zij drie maanden geleden wat extra licht rondom het buurthuis in het park) scheen met haar zaklampje door het luikje van de lantaarnpaal. En toen daarbinnen de knoppen zichtbaar werden, kon mevrouw De Rooy (die het meeste sponsorgeld inzamelde) de schijnwerpers ontsteken. Het wondere toeval wilde dat het een uurtje eerder al was gaan sneeuwen, zodat het park wittig begon op te lichten. Heel geleidelijk, want het zijn van die lampen die langzaam op krachten komen. Maar toen ze twee minuten later hun volle vermogen bereikten, lieten de omstanders spontaan een enthousiast applaus horen.



Skaters verzamelen zich voor het stadhuis

Hoe belangrijk het gemeentebestuur het vindt dat bewoners op eigen krachten de leuke buitenkansen van hun buurten uitbuiten, bleek wel uit het feit dat er maar liefst twee wethouders kwamen opdagen. Ondanks dat zij pas te elfder ure waren uitgenodigd. Wethouder Bauer knikte instemmend toen hij collega Van Apeldoorn hoorde zeggen: "de contacten tussen gemeentebestuur en bewonersgroepen verlopen vaak te stroef doordat we geen geld hebben om alle wensen te vervullen. Laten we daarom maar proberen om wat enthousiaster te worden over de mooie dingen die nog wel mogelijk zijn; we mogen dat enthousiasme niet laten overschaduwen door teleurstelling over het feit dat sommige

andere dingen nu eenmaal onmogelijk zijn." Van Apeldoorn riep ook de andere buurtorganisaties van Zeist op om nieuwe ideeën ontwikkelen die dermate origineel zijn dat er makkelijk sponsors voor kunnen worden gevonden.

De bijeenkomst werd besloten met drankjes en gebak in het buurthuis, dat voor deze gelegenheid prachtig was getooid met kerstversieringen.

## Aflevering 10 in de "Nieuwsbode" van 13-2-1996

Zelf woon ik niet in Zeist maar in Amersfoort. En dat is óók een van de vijftig gemeenten waar de actie "Mooi Zo, Goed Zo" enthousiast is ontketend. Dus ik was niet verbaasd toen ik onlangs het stadhuis bezocht - voor een nieuw paspoort - en plotseling bij de leestafel in de hal een dik pak folders zag liggen met het bekende gele zonnetje (dat grijs is afgedrukt bij deze column) en met de bekende Mozogozo-leuze: "Amersfoort scoort!" stond er

buurt te bedenken. Dacht ik. Maar ik zit nu al een uur te staren naar de achterkant van dat folder. En met name naar die eerste vraag die ik daarop moet beantwoorden: "wat is uw idee?" Aan de volgende vragen die daaronder worden gesteld (hoeveel kost het? wie willen er meedoen met de uitvoering? wie zouden er bezwaren tegen kunnen hebben? etc.) kom ik niet eens toe.

Waarom lukt het me nog steeds niet om die allereerste vraag te beantwoorden? Heb ik te weinig fantasie? Of is mijn eigen buurt echt helemaal perfect en super-leefbaar? Zuchtend schuif ik het formulier terzijde en begin dit artikelje te schrijven. Het blijkt dus echt lastig om goede ideeën te verzinnen. Vooral voor de buurt waarin je zelf woont, want daaraan ben je gewend geraakt zodat je de witte vlekken en de onbenutte buitenkantsjes eigenlijk niet goed meer ziet. De onbevangen vreemdeling die hier op bezoek komt heeft vaak een scherper oog voor die dingen.

Daarom geef ik - als onbevangen vreemdeling - graag gehoor aan uitnodigingen van buurtcomités om eens samen met hen rond te

## Skaters willen schans of box

Zeist - Jongeren willen skaten op een eenvoudig schansje of een "box". dinsdagmiddag trokken zo'n veertig jongeren op skateboard en inline-skates van de Jagerlaan naar het gemeentehuis om daar ruim vierhonderd handtekeningen aan Theo Ruys, wethouder Sportzaken te overhandigen.

Onder leiding van Hein Visser, actieleider van 'Mooi Zo, Goed Zo' togen zij over fietspad en stoep richting 't Rond, Nagestaard door vele mensen en twee maal aangehouden door de Stadswacht. De honderden handtekeningen gaan gepaard met een verzoek om enkele goedkope, verplaatsbare skate-voorzieningen in Zeist op te richten. Van de zeventien tieners in de gemeente hebben duizend skaten als liefste buiten-bezigheid. Een voorziening voor hen hoeft niet duur te zijn. Met enkele honderden gulden kan al veel gedaan worden. De gedachten gaan uit naar onder meer de Voorheuvel, op dagen dat er geen markt is en de entree van Vollenhove naast het cafetaria.

Nu al wordt bijna dagelijks op het nieuwe marktterrein een provisorisch schansje gebouwd van enkele pallets en spaanplaten,

lopen door hun straten en vrijblijvend te fantaseren over de onbenutte buitenkantsjes die om de hoek liggen. Zoals ik bijvoorbeeld al deed in Nijenheim, de Dichterswijk, Vollenhove en Mamejoh. En deze week begin ik met de sponsoring voor de televisie-projectoren die drie Zeister speeltuin-verenigingen hebben aangevraagd: projectoren waarmee ze de uitzendingen kamerbreed op de muren van hun clubhuizen kunnen vertonen. Kinderprogramma's, voetbalwedstrijden, films uit de videotheek, noem maar op. Zou dit dan misschien toch ook een leuk idee kunnen zijn voor het stukje Amersfoort waar ik zelf woon? Waar heb ik dat aanmeldingsformulier gelaten? Maar nee, wij hebben helemaal geen speeltuin of clubhuis in onze buurt.

in iets kleinere letters op te lezen. Want alle actieleiders in heel Nederland hebben de dichtelijke vrijheid om hun affiches met een "pakkend rijm" te versterken

Toen ik het folder wat nauwkeuriger las bleek het een formulier te zijn om goede ideeën in te zenden voor de actie; ideeën om de leefbaarheid van de buurten te vergroten en waarvoor kleine groepen buurtgenoten warm lopen zodat zij schouder-aan-schouder ook zelf de handen uit de mouwen steken.

Ik nam direct drie aanmeldingsformulieren mee naar huis, want voor mij - als Zeister actieleider - zou het toch wel een koud kunstje zijn om tenminste drie Goede Ideeën voor mijn eigen



### 11, 27-02-96 Raadscommissie en filosofie over leefbaarheid

Toen ik onlangs in het gemeentehuis was om iets over onze actie "Mooi Zo, Goed Zo" te vertellen aan een gezelschap van raadsleden, zag ik allemaal tevreden gezichten. Vooral toen ze hoorden dat we de leefbaarheid van de buurten vergroten zonder een cent subsidie te vragen. Dat klinkt de volksvertegenwoordigers - die altijd geldgebrek hebben en diep nadenken over nieuwe bezuinigingen - natuurlijk als muziek in de oren. Maar er werd toch nog een kritische vraag gesteld: "wat beschouwen we eigenlijk als de 'leefbaarheid' van de buurten"?

Leefbaarheid is een lastig woord, want mensen denken daarbij aan heel verschillende dingen. De stedenbouwkundige die een nieuwe wijk op de kaart tekent denkt bijvoorbeeld aan zoveel mogelijk tuinen, plantsoenen en ander groen. Daarna komt de architect om de afzonderlijke woningen te ontwerpen, die tilt nogal zwaar aan de geluidsisolatie om klachten over burengerucht te voorkomen. En als de buurt eenmaal is voltooid - en sinds kortere of langere tijd wordt bewoond - gaat het weer over heel andere dingen. De wijkagent denkt aan de bestrijding van inbraken en vandalisme, zodat gevoelens van onveiligheid en angst verminderen. Ouders denken aan speeltoestellen voor hun kinderen en aan veilige routes om naar school te lopen. Zo pakt iedereen een eigen graantje mee van dat allesomvattende woord "leefbaarheid". In onze actie betekent een leefbaar buurt dat er veel meer contacten ontstaan tussen de buurtbewoners, meer mensen moeten elkaar leren kennen, elkaar groeten op straat en 'n praatje kunnen maken. Niet alleen over klachten, maar ook en vooral over de mooie dingen die in de buurt (zouden kunnen) gebeuren. Ook met ons allereerste project - de schijnwerpers die sinds december in het Staatsliedenpark branden - werden zulke contacten versterkt. Want een bewonerscomité en een clubhuisbestuur werkten eendrachtig samen; het comité zorgde voor het meeste sponsorgeld en het clubhuis betaalt de electriciteit, samen sterk dus.

Terug naar die avond met acht gemeenteraadsleden. Om te laten zien hoe we sponsors werven, vertelde ik dat we de schijnwerpers al feestelijk betaald ten we 90% van de investering in kas hadden, 400 gulden te weinig. En ik vroeg de dames en heren politici of zij nog een idee hadden waar we dat bedrag alsnog zouden kunnen vinden? Enkele mensen begonnen enthousiast te berekenen dat Zeist wel 39 raadsleden heeft en dat het probleem dus is opgelost als die allemaal persoonlijk 'n tientje geven. Maar hoe organiseren we dat? Zullen we een "bedel-brief" schrijven naar hun 39 huysadressen? Voordat die vraag beantwoord was, bleek het tekort alweer opgelopen te zijn tot 500 gulden. Want iemand uit een Vollenhove-flat vond dat de nieuwe lampen hinderlijk zijn woning binnenschijnen, ondanks dat ze een halve kilometer verderop staan. Ik ben prompt op bezoek gegaan om het ongerief zelf te bekijken. En toegegeven: als je gewend bent om 's avonds over een schemerdonker Zeist uit te kijken en als daar dan plotseling zo'n felle vonk in het oog springt dan zou je je daaraan kunnen storen. Gelukkig blijkt de lampenfabrikant daarvoor een oplossing te hebben: voor honderd gulden is een metalen schermje te koop dat aan een schijnwerper kan worden gehangen, zodat het licht niet meer zo ver opzij wegstraalt. Dat schermje hebben we dus direct besteld. Want een kenmerk van onze Mozogozo-projecten is dat we ook een goede nazorg plegen; als mensen nodeloos hinder mochten ervaren dan proberen we daar iets aan te doen.

### 30e Mozogozo-aflevering voor "De Nieuwsbode" van 26 november

Mijn vorige artikeltje was zwartgallig. In sombere toonaarden schreef ik hoeveel moeite ik deed om bij twintig bedrijven een bedrag van honderd gulden te vragen voor onze Mozogozo-actie; die actie om in de Zeister woonbuurten allerlei mooie, gezellige dingen te doen zonder dat ze gemeentelijke subsidies kosten. Via sponsoring dus. En ik was helemaal in mineur omdat ik twintig keer bot ving. Maar deze week tap ik uit een ander vaatje. Want plotseling kwam een mevrouw uit Kersbergen ons gironummer vragen omdat ze wel 200 gulden wil bijdragen aan het skater-sparkje dat we in Crosestein opbouwen. Bovendien hebben woning-corporaties K86 en De Seyster Veste zich vorige week samen garant gesteld om een eventueel verlies van 2000 gulden te betalen dat we onverhoopt kunnen lijden op de sportvonden die we in Vollenhove organiseren, op verzoek van de Multiculturele Activiteiten-Groep (MAG) aldaar. Deze serie van dertig woensdagavonden begon in september en kan nu dus doorlopen tot mei volgend jaar. En het derde lichtpunt wordt het gesprek dat ik aanstaande donderdag voer met twee directeuren van een zeer groot bedrijf, dat belangstelling heeft voor andere activiteiten om in Vollenhove wat meer contacten te leggen tussen Nederlandse bewoners en de vele mensen van buitenlandse komaf of cultuur.

Over geld hoeft ik nu dus niet meer te schrijven. Maar ik wil eens een boekje opendoen over de gemeentelijke medewerking. Misschien komt het wel doordat de burgemeester hoogstpersoonlijk zit in het "Comité van Aanbeveling" voor onze actie en misschien zijn er nog andere oorzaken. Maar feit is dat ik voor al onze ideeën en initiatieven (hoe prijl of gewaagd ze ook zijn) direct alle gemeentelijke vergunningen, toestemmingen en zelfs aanmoedigingen krijg.

Ik noemde al die sportvonden. Daarvoor moeten we natuurlijk de normale huur van de gemeentelijke gymzaal betalen. Maar daarnaast krijgen we gratis spullen om volleybal, badminton, tafeltennis en basketbal te spelen.

De vergunning om in het Staatsliedenpark een hoge mast met sterke schijnwerpers te zetten werd in een handomdraai verleend. Het idee om de 22 witte polyester sculptureën in Vollenhove nu eens fraai, multicultureel te beschilderen - in overleg met kunstenaar Frans Peeters die ze er 22 jaar geleden neerzette - kreeg instemming van het gemeentebestuur. Instemming en alle medewerking ook voor het plan om deze winter een serie volkstuinten aan te leggen in de Verzetswijk; op de voormalige speelplaats van een gemeentelijk schoolgebouw. Ik vind een open oor voor 't het plan om ergens in Zeist een experiment te doen met een van die honderden betonnen huisvuil-containers; we willen aan een of twee kanten van zo'n ding een heuveltje van goede tuinaarde opwerpen waarop struweel groeit en bloeit, zodat zo'n betonblok wat beter in het straatbeeld wordt ingepast. En onlangs kreeg ik alle vergunningen om voor de MAG-Vollenhove een dag-terras te stichten - middenin de wijk - waarop we multiculturele thee gaan schenken (minstens tien soorten uit alle windstreken) en om dit terras te verlevendigen met enorme muurschilderingen op de blinde gevels die er links en rechts van staan.

Letterlijk alles wat ikzelf of buurtbewoners tot nu toe bedachten, werd welwillend overwogen en goedgekeurd. En dat mag ook best wel eens gezegd worden.

Hein Visser, actie leider van "Mooi zo, goed zo",  
telefoon: 030-6963864.