



foto: jan van hoostraeten



Chiro Buurt!

Er zit meer in je buurt dan je denkt



Inleiding

Is jouw Chirogroep een eiland? Of anders gevraagd: zijn jullie ingebed in de buurt? Ken jij de burens van het Chiroheem en vind jij je weg in de omgeving? Kunnen jullie rekenen op steun van de gemeente, ouders, sympathisanten, het jeugdhuis, de bakker en de frituur? Als het antwoord op die vragen ja is, dat zijn jullie geen eiland, nee. Maar voor veel Chirogroepen is die ja niet zo evident, en wordt er niet echt in interactie gegaan met de buurt. En waar dat wel het geval is, kan het vaak nog beter. Er zit vaak meer potentieel in je buurt dan je zou denken. Daarom dit stappenplan.

Twee Chirogroepen en de stadswerkers uit Brussel werkten mee aan het onderzoeksproject DieGem*. Ze werkten een traject uit waarbij gezocht werd naar manieren om de band met de buurt te versterken en meer werk te maken van buurtsolidariteit. Het traject is opgebouwd uit vier stappen, die elkaar (kunnen) opvolgen. Bij elke stap worden suggesties, ideeën en methodieken opgeworpen waarmee je met je groep zelf aan de slag kunt. Zo leer je bewuster naar je buurt kijken, zowel met je leidingsploeg als met je leden. Probeer je leden er zoveel mogelijk bij te betrekken, want hun inbreng is een absolute meerwaarde. Zij beleven en gebruiken dezelfde buurt vaak op een heel andere manier en bouwen een andere vorm van 'kennis' op over hun wijk.

Ga de uitdaging aan, en probeer de band tussen je Chirogroep en de buurt te versterken. Lukt dat niet meteen, laat dan de moed niet zakken. Sommige acties zullen misschien pas succesvol zijn na een paar keer proberen. Doe ook een beroep op je VB, het gewest en het verbond om je te helpen. Blijven gaan is dus de boodschap. Maar het

loont. Beter een goeie buur dan een verre vriend, weet je wel?

* DIEGEM? ONDERZOEK? CHIRO?

Chiro Buurt! is niet zomaar tot stand gekomen. Het is het resultaat van een onderzoeksproject waaraan de Chiro heeft meegewerkt. In 2012 startten enkele instellingen (onder andere UA, UGent, KULeuven en HoGent) samen een onderzoek naar diversiteit en gemeenschapsvorming, kortweg DieGem. Stilaan verscherpte de focus naar solidariteit in diversiteit. De onderzoekers gingen op zoek naar vormen van solidariteit die goed werken op plaatsen met heel wat diversiteit, en de Chiro was daar één van. Samen met drie Brusselse Chirogroepen en een hele achterban aan geïnteresseerde en geëngageerde Chirovrijwilligers en -medewerkers onderzocht HoGent (vakgroep Sociaal Werk – onderzoeksploeg Verstedelijking en Gemeenschapsvorming) op welke manier Chiro solidariteit mogelijk maakt tussen leden, leiding, ouders en ook met de buurt. Dat laatste bleek lang niet altijd evident, daarom ontwikkelden de onderzoekers **Chiro Buurt!**.

Meer weten over het DieGem-onderzoek? Op solidariteitdiversiteit.be vind je het hele Chiorapport. Vragen? Stuur een mailtje naar diversiteit@chiro.be.



Vier stappen: een schema

STAP 1; BUURTANALYSE

Wat willen we te weten komen?	Wat is het actieterrain van je Chirogroep en in wat voor buurt speel je?
Hoe willen we dat te weten komen?	Door de buurt in kaart te brengen (letterlijk), eropuit te gaan in de buurt en haar een gezicht te geven en een beeld te schetsen van haar plekjes en bewoners.
Wat zijn we nu te weten gekomen?	Welke delen van de buurt je gebruikt en wat je nog niet wist over je buurt.

STAP 2; BUREN ZOEKEN

Wat willen we te weten komen?	Wie is er in je buurt actief?
Hoe willen we dat te weten komen?	Door een tijdlijnoefening, een 'steunmuur', je netwerk in kaart te brengen, en op ontdekking te gaan in de buurt.
Wat zijn we nu te weten gekomen?	Wie je wel en niet goed kent en met wie je (meer) wil samenwerken.

STAP 3; SPEERPUNTEN KIEZEN

Wat willen we te weten komen?

Hoe kun je (nog) meer verbinding maken met de buurt?

Hoe willen we dat te weten komen?

Werkpunten opstellen en bekijken welke prioritair zijn.

Wat zijn we nu te weten gekomen?

Op welke specifieke punten je wilt inzetten, waarom en hoe je dat precies wilt doen.

STAP 4; EN GAAN!

Wat willen we bereiken?

Met welke actie wil je de buurt in trekken?

Hoe willen we dat bereiken?

Door acties die de zichtbaarheid vergroten, de herkenbaarheid van de Chiro, die het netwerk versterken en iets doen voor de buurt.

Wat hebben we nu bereikt?

De actie(s) waarmee je de buurt in trekt, waartoe dat geleid heeft en of het bijgedragen heeft aan de buurtsolidariteit.

1. Buurtanalyse

OFTEWEL: BRENG JE BUURT IN KAART

Wat is je actieterrein?

Met je Chirogroep beweeg je je voort in je buurt. Er zijn plekken waar je vaak komt, waar je met de leiding bijeenkomt, waar je met je leden speelt. Plekken waar je graag komt, en plekken die je links laat liggen. Als je die in kaart kunt brengen, heb je een zicht op je actieterrein.

WAAROM IS HET BELANGRIJK OM DAT TE WETEN?

Dan krijg je een zicht op welke delen van de buurt jullie aandoen en welke jullie onbenut laten. Dan valt het misschien op dat er ook plekken zijn die jullie meer zouden kunnen gebruiken. Je komt verder te weten of je kinderen dicht bij je actieterrein bereikt of net niet, en wat de grenzen zijn van je actieterrein.

HOE KOM JE DAT TE WETEN?

Maak een mental map



Mental maps laten zien hoe mensen hun omgeving zien, gebruiken en beleven. De bedoeling is om een tekening, schets, schema of beschrijving te maken van het actieterrein van je Chirogroep. Start hiervoor vanuit je lokaal en geef van daar uit weer waar jullie spelen, waar jullie langskomen en welke plaatsen jullie gebruiken.

- Duid de plaatsen aan waar jullie veel komen en die je goed kent.
- Zijn er plaatsen waar je niet (graag) komt? Waarom niet? (Duid die bijvoorbeeld aan met een hartje of een bliksemschicht.)
- Welke routes nemen jullie wel/niet? Waarom?

Als je je *mental map* nadien bespreekt, zie je de plaatsen die je veel en die je minder gebruikt. Door erover te vertellen, leer je ook hoe anderen die plek ervaren, en wat ze er wel en niet leuk aan vinden.

Maak je eigen gebruiksk kaart



Je kunt je actieterrein ook op een echte kaart aanduiden, op papier of digitaal (via My Maps op Google Maps, bijvoorbeeld). Denk na over waar je met je groep wel en niet speelt en samenkomt.

Stel jezelf de volgende vragen:

- Op welke plaatsen komen jullie regelmatig?
- Welke plaatsen worden gebruikt voor activiteiten?
- Waar komt de leidingsploeg vaak samen?
- Zijn er plaatsen waar jullie regelmatig langs passeren?
- Zijn er knooppunten in de buurt waar veel dingen samenkomen?

- Op welke plaatsen komen jullie helemaal niet? Waarom niet?
- Wat zijn de grenzen of drempels op die plaats?
- Zie je plaatsen die je misschien meer zou kunnen gebruiken?

Je kunt met je kaart nog verder gaan. Als je aanduidt waar de leden wonen en naar welke school ze gaan, krijg je ook een zicht op de spreiding over de gemeente/stad. Ook de plaatsen waar je gaat werven, zoals de scholen, kun je op de kaart aanduiden.

Maak een belevingskaart



Een derde manier om met kaarten aan de slag te gaan, is een belevingskaart maken. Je kunt voortbouwen op de *mental maps* en op wat leden en leiding over bepaalde plaatsen vertellen.

Vul wat getekend of besproken werd aan op een echte kaart van de buurt. Als je voor een minimale basiskaart kiest, kun je de kaart zodanig 'aankleden' met de info en mening van je leden dat het echt hun eigen (belevings-) kaart wordt. Namen als 'het drakenpark' of 'de straat naar school' komen dan in de plaats van de officiële namen waardoor het echt 'hun' kaart wordt. Hang die kaart op in het lokaal, zo kun je er makkelijk naar teruggrijpen als er bijvoorbeeld nieuwe leden bij komen.

In wat voor buurt speel je?

Het antwoord op deze vraag lijkt simpel: "Wij zijn de Chiro van" Maar wat weet je eigenlijk over je buurt? Misschien wonen er groepen kinderen en jongeren die je nog niet kent of zijn er interessante weetjes over de buurt die je inspiratie kunnen bieden voor activiteiten of die je helpen om nieuwe speelplekken te vinden. (Tip: tik in Google 'speelweefselkaart' in, en zoek naar leuke speelplekken in je buurt)

WAAROM IS HET BELANGRIJK OM DAT TE WETEN?

Elke wijk, gemeente of stad heeft een eigen geschiedenis en een eigen identiteit. Als je die kent, kun je er ook makkelijker op inspelen. Misschien waren er dingen die je nog niet wist, en kijk je nu anders naar de buurt. Bemerkt je kansen waar je op kunt inspelen, of blinde vlekken om te gaan verkennen.

HOE KOM JE DAT TE WETEN?

De buurt door andere ogen



'Geef de stad een gezicht', en verander een saai verkeersbord in een lachend vriendje, een suf paaltje geef je een dwaze blik, en een boompje turn je om in een schriële puber. Dat is een activiteit die je gerust op tussenmomenten kunt uitvoeren met jong en oud.

Je leert de buurt op een andere manier te bekijken en je leert stil te staan bij je directe

omgeving. Het kan ook helpen om zo op een positievere manier naar je buurt te kijken.

Buurtportretten



Maak een praatje met omstanders als de activiteit bezig is. Stel vragen over de buurt, over wie er woont, hoe het is om daar te wonen, wat de goede en minder goede kanten van die buurt zijn, wat de buurt uniek maakt, enz.

Verzamel verhalen en portretten van bewoners van de buurt. Laat je leden in kleine groepjes de buurt in gaan om de verhalen te verzamelen (te filmen of op te schrijven). Die verhalen kunnen gaan over het verleden van de wijk, over hoe het is om daar nu te leven, over de typische kenmerken van de wijk, over festiviteiten die daar plaatsvinden, over wat er in de wijk te beleven valt en over wie er zoal in de buurt woont en leeft. Nadien vertellen ze de verhalen aan elkaar door een toneeltje op te voeren, een tekening te maken, te knutselen, enz. Later kunnen ze daar dan een toonmoment aan koppelen, dat je ergens centraal in de buurt organiseert.

De meerwaarde voor de buurt lijkt in eerste instantie klein, maar de interactie met bewoners is heel waardevol. Zij krijgen de kans om hun verhaal te doen en jullie kunnen er inspiratie uit halen voor verdere acties.

Promofolder maken

Maak met de leden een promofolder over de buurt. Wat maakt bijvoorbeeld Molenbeek een leuke buurt om in te wonen en te spelen? Bouw voort op de beleving van de leden en op wat zij over de buurt weten. Ook leuk: de Chirogroep van de naburige gemeente op sleptouw nemen in je wijk.

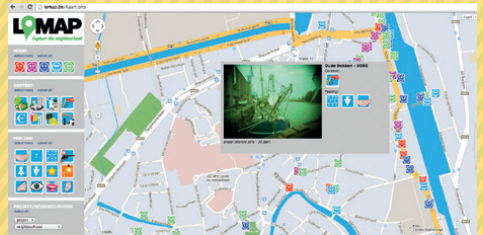
De buurt in beeld



Je kunt met de leden de buurt in trekken en van de belangrijkste plekken foto's nemen. Vraag ook waarom ze juist van bepaalde plekjes een foto maken. Wat zijn de goede en slechte punten van die plaats? Nadien kun je er een collage van maken, of de foto's koppelen aan een kaart.

Je kunt ook zelf eerst foto's gaan maken van plekjes in de buurt, en daarover achteraf de mening van je leden vragen. Geef je leden een aantal symbolen en pictogrammen waarmee ze kunnen aanduiden waarvoor ze de plek gebruiken en welk gevoel ze bij die plek hebben (via smileys, bijvoorbeeld).

Lomap



Lomap is een tool die ontwikkeld werd door JES. Met de app en de tool kunnen je leden op een leuke en intuïtieve manier – door het toevoegen van kleurcodes en icoontjes – hun mening geven over een buurt of stad. Door middel van die fotoapplicatie geven ze in woord en vooral beeld hun visie op wat zij goed vinden aan hun buurt, maar ook wat zij als pijnpunten of problemen ervaren. Check lomap.be.

2. Buren zoeken

OFTEWEL: WIE IS ER IN JE BUURT ACTIEF?

Wie is er in je buurt actief?

Je kent waarschijnlijk al heel wat mensen, handelaars en organisaties in de buurt. Misschien neem je ook deel aan hun activiteiten, en werken jullie samen voor je eeftestijn, je fuif of zelfs je kamp. Maar er zijn misschien nog heel wat anderen in de buurt die je niet kent, aan wie je niet meteen denkt, of met wie een samenwerking op het eerste gezicht absurd lijkt. Als je echt verbinding wilt maken met je buurt, dan is het belangrijk om ook hen te leren kennen.

Sta daarom regelmatig stil bij je netwerk: met wie heb je een band, en met wie kun je die in de toekomst opbouwen? Neem de tijd voor deze fase. Door hier even bij stil te staan, krijg je een duidelijk beeld van hoe het met het netwerk van je groep gesteld is. Door het Netwerkspel te doen met je leidingsploeg (chiro.be/netwerkspel) kun je dat al spelenderwijs doen.

WAAROM IS HET BELANGRIJK OM DAT TE WETEN?

Omdat je zo een zicht krijgt op welke actoren je goed en niet goed kent, en met welke je graag een samenwerking zou aangaan. Als je je netwerk in kaart brengt, zie je ook of het mogelijk (en gewenst) is om meerdere samenwerkingen uit te bouwen, waar de kansen liggen en waar de blinde vlekken.

Als je nadenkt over je netwerk kunnen de volgende actoren interessant zijn:

- Jeugdwerkorganisaties (andere jeugdbewegingen, jeugthuizen, WMKJ's, enz.)
- Sociaal-cultureel volwassenenwerk (Femma, Davidsfonds, enz.)

- Scholen (niet alleen de (basis)scholen waar jullie werven, maar ook secundair onderwijs)
- Welzijnsorganisaties
- Jeugddiensten
- Stadsdiensten
- Gemeenteraadsleden
- Buurtwinkels en andere mogelijke sponsors
- Dienstverleningsactoren
- Kerken/parochies/moskeeën
- De politie
- Buurtbewoners
- Ouders

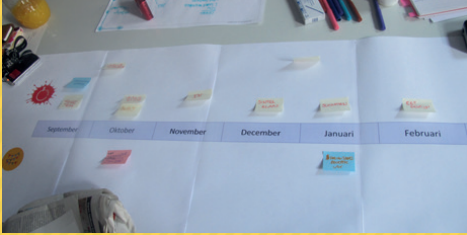
De meeste van die actoren vind je in de buurt zelf. Maar er zijn er ook die minder evident lijken om mee samen te werken, omdat de inhoudelijke link minder duidelijk is. Toch zijn het zeker interessante partners om in je netwerk te hebben. Zo werkt Chiro Sint-Anneke bijvoorbeeld samen met Plan Aid, een jeugdhulpvoorziening, zodat hun jongeren mee kunnen op Chirokamp.

Een aantal bronnen die je kunnen helpen bij je zoektocht naar minder evidente actoren:

- De sociale kaart: daarop vind je de meeste hulp- en dienstverleningsinitiatieven, check socialekaart.be
- Op de site van de gemeente staan meestal lijsten met lokale verenigingen, of vraag ze op bij de jeugd- of cultuurdienst
- De Gouden Gids
- Onderwijskiezer: voor de scholen in de gemeente
- Brochures van bijvoorbeeld de Brede School, de jeugddienst, enz.

Hoe kom je dat te weten?

Tijdslijnoefening



Een goede (eerste) oefening is om alle activiteiten die je op een jaar tijd organiseert en waar je aan deelneemt op een tijdslijn uit te zetten. In een eerste stap zet je enkele Chirorijpalen op de tijdslijn, als referentiepunt (met gele post-its, bijvoorbeeld). Dat zijn zowel activiteiten van jullie Chirogroep als die van het gewest, het verbond en nationaal. Geef ook aan waarom jullie wel of niet meedoen.

Daarna schrijf je in het groen of blauw buurtactiviteiten op waar jullie aan deelnemen. Denk in een derde stap na over activiteiten of evenementen waar jullie *niet* aan deelnemen, noteer die in het rood, en schrijf erbij waarom dat zo is.

Als je de tijdslijn bekijkt, welk kleur overheeft dan? Organiseren jullie zelf veel activiteiten? Gaan jullie vooral naar Chiroactiviteiten? Zijn er buurtactiviteiten bij, die weleens de moeite waard zijn om aan deel te nemen?



Steunmuur

Je kunt ook een 'steunmuur' maken waarbij je in beeld brengt wie je precies kent en met wie je samenwerkt.

- 1. Noteer op post-its de vergaderingen, overlegfora, raden, enz. waar je naartoe gaat. Schrijf ook op welke partners daarbij betrokken zijn.
- 2. Noteer op dezelfde kleur post-its buurtbewoners, ouders, organisaties, handelaars, oud-leiding, enz. met wie je samenwerkt. Schrijf ook op waarvoor je hun hulp inroept of waarvoor zij op jullie een beroep doen.
- 3. Noteer in een andere kleur post-its andere buurtbewoners, ouders, organisaties, enz. die je ook nog kent, maar met wie je nog niet echt samenwerkt. Schrijf er ook bij waarom je dat niet doet.

Denk ten slotte na over goede nieuwe partners. Hou deze post-its apart. In stap 3 kun je dan verder nadenken over hoe je de contacten met hen kunt aanhalen en een samenwerking kunt opzetten.

Op ontdekking in de buurt

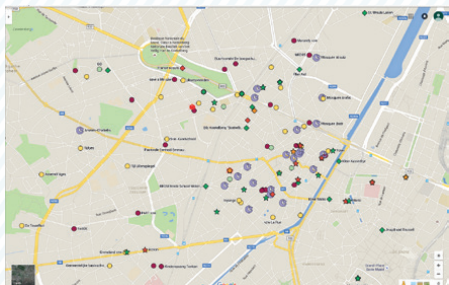
Er zijn waarschijnlijk nog een hele reeks actoren die je niet of minder goed kent. Het is interessant om ook die in beeld te krijgen. Dat kun je op verschillende manieren doen. Door rond te lopen in de buurt bijvoorbeeld, door online zoekwerk te verrichten, door je ogen en oren open te houden als je in de buurt rondloopt of door het te vragen aan kennissen en partners uit je netwerk. Voeg de gevonden organisaties toe aan de kaart of verzamel hun contactgegevens, zodat nieuwe leiding die gegevens kan gebruiken.

Je kunt natuurlijk hier weer een beroep doen op je leden zelf. Werk bijvoorbeeld een speurtocht uit, gelinkt aan concrete plaatsen of actoren in de buurt. "Zoek 2 kappers in de buurt" of "Ga naar de bakker en doe daar

spel x". Ook een fotozoektocht behoort tot de mogelijkheden. Als inkleding kun je er een zoektocht naar een schat van maken, of van je leden detectives maken die een moord moeten oplossen. Op die manier leer je veel van je buurt én heb je meteen een leuke activiteit.

Je kunt daarnaast het sociaal-cultureel beleid dat de verschillende overheden voeren eens onder de loep nemen. Als je weet wat de speerpunten van het lokaal bestuur zijn, kun je daar op inspelen. Je leert op die manier meer over je eigen plaats als jeugdbeweging in de gemeente.

Netwerk in kaart



Je weet nu al met wie je samenwerkt, maar om te weten of het netwerk dat je uitgebouwd hebt ook overeenstemt met jullie buurt, zet je je netwerk best eens uit op een kaart. Via Google Maps, of andere beschikbare kaartapplicaties, kun je die data invoeren en zie je waar de blinde vlekken zitten.

Als je ook je actierrein en je bereik in verschillende lagen op de kaart invoert (zie fase 1), heb je meteen een visueel en duidelijk overzicht van je netwerk in de buurt. Je kunt bovendien de organisaties toevoegen die je nog niet kende, of waarmee je (nog) niet samenwerkt. Vul die kaart regelmatig aan, zodat nieuwe leiding de nodige informatie over je netwerk heeft.

3. Speerpunten kiezen

Of nog: Hoe kun je nog meer verbinding maken met de buurt?

Waarom is het belangrijk om dit te doen?

Probeer de info die je in fase 1 en fase 2 hebt verzameld samen te brengen. Zo krijg je een mooi overzicht van de plaatsen waar je wel en niet komt, met wie je wel en niet samenwerkt en wat de eigenheid is van de buurt. Zo weet je waar de kansen en blinde vlekken liggen. En dat is waarop we in deze fase willen inzetten. Voor je kunt overgaan tot concrete werkpunten en acties moet je namelijk eerst je prioriteiten bepalen.

Hoe bepaal je je prioriteiten?

Stel eerst je werkpunten op. Wat wil je aanpakken, veranderen, verbeteren?

- Zijn er plaatsen die je meer wilt gebruiken of beter wilt leren kennen? Welke plaatsen zijn dat?
- Wil je je netwerk uitbreiden? Of kies je voor

versteving van de bestaande banden? Op wie kun je je daarvoor richten?

- Wat leer je uit de contacten met de buurt? Kennen mensen je voldoende? Doe je zelf genoeg voor je buurt?

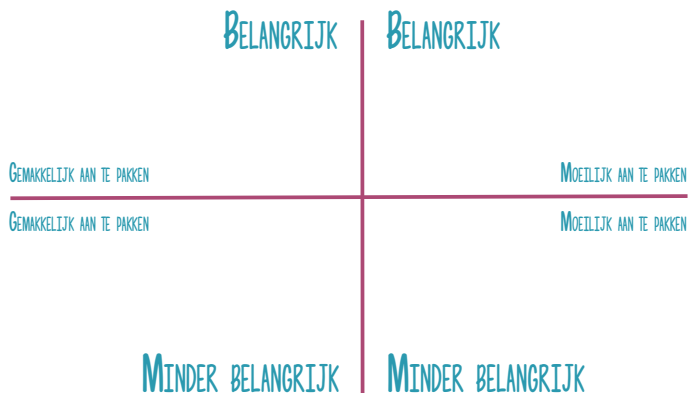
Probeer voor elk werkpunt een antwoord op de volgende vragen te formuleren:

- Waarom willen we hier werk van maken?
- Wat willen we precies doen?
- Met wie willen we hiervoor samenwerken?

In een volgende stap breng je prioriteiten aan in de werkpunten. Waar wil je met je groep eerst werk van maken? Wat is het meest nodig? Wat is haalbaar? Dat kun je doen door ze in een kwadrant te plaatsen.

Kies daaruit de acties die haalbaar zijn binnen de draagkracht van jullie Chirogroep. Vul voor de gekozen acties de drie bovenstaande vragen aan met de volgende:

- Wanneer kunnen we dit doen?
- Hoe pakken we dat het beste aan?





Wat kom je nu te weten?

Na deze derde stap weet je wat de prioritaire punten zijn om aan te pakken. Je hebt ook nagedacht over wat je precies wilt doen, met wie je wilt samenwerken en wanneer je dat het beste doet. Misschien komen hier speerpunten uit die niet alleen te maken hebben met de buurt, of leggen jullie nog andere werkpunten of vragen voor jullie Chirogroep bloot.

In het onderzoek bij de Brusselse Chirogroepen kwamen vier grote doelstellingen naar boven om de band met de buurt sterker te maken.

- Zichtbaar(der) worden in de buurt
- Chiro herkenbaarder maken
- Het netwerk van de groep versterken
- Iets voor de buurt doen

Mochten er bij jullie andere speerpunten naar voren komen, en je weet niet hoe je daarmee aan de slag kunt gaan, contacteer dan je gewest of je verbond. We gaan nu met deze vier doelstellingen verder in de vierde en laatste fase.

4. Inzetten op buurtsolidariteit

OFTEWEL: MET WELKE ACTIE WIL JE DE BUURT IN TREKKEN?

1. Zichtbaar worden in de buurt

PR



Als je de zichtbaarheid van je Chirogroep in je buurt wilt verhogen, sla er dan eerst en vooral de brochure Pie aaRgh eens op na (chiro.be/brochures). Daarin staan goede voorbeelden en praktische tips om je groep meer naar buiten te brengen.

De belangrijkste regel is om op zoveel mogelijk momenten in beeld te komen. Zorg voor voldoende fotomateriaal en nieuwsitems op je website of Facebookpagina. Zorg dat je logo en contactgegevens duidelijk zichtbaar zijn, en oefen met de leden in hoe ze zelf reclame kunnen maken voor de Chiro. Zoek ook een pr-verantwoordelijke in je ploeg, die erop let dat alles wordt vastgelegd op foto, dat er affiches hangen aan de ramen, en dat er regelmatig iets verspreid wordt via sociale media.

ACTIVITEITENBOEKJE

Als je een Chiro- of activiteitenboekje hebt, kun je het ronddelen in de buurt. Het vraagt een (kleine) inspanning, maar levert meteen wel wat bekendheid op. Zeker om leden in de directe omgeving te werven, kan het een goede strategie zijn.

FREE HUGS



Ga op een drukbezochte locatie staan en laat je knuffelen door voorbijgangers. Het is een ludieke actie die van beide kanten weinig engagement vraagt, maar die wel tot ontmoeting en interactie leidt. Eventueel kun je de actie koppelen aan een goed doel, aan een maatschappelijk thema, enz. Typ in op YouTube: 'breng vreemden bij elkaar'.

GUERRILLA-GARDENING EN GUERRILLA-PROMO

Guerrilla-acties zijn onaangekondigde acties, meestal in de publieke ruimte, die een niet-geregeld karakter hebben.

Guerrilla-gardening

Guerrilla gardening is een (stedelijk) fenomeen waarbij burgers op eigen houtje meer groen in de stad proberen te brengen. Zo kun je bijvoorbeeld met je leden een verwaarloosd lapje grond opfleuren. Ideeën en concrete tips vind je op guerrillagardening.be.



(Guerrilla-)promo

Maak op een ludieke manier promo voor je activiteiten. Dat kan door mysterie te wekken of door verschillende acties die op elkaar voortbouwen en naar een climax toe werken. Tijdens de actie Olé Pistolé

werden er bijvoorbeeld een week voor het evenement overall ballonnen gehangen aan huizen, bomen en brievenbussen, met een uitnodiging erbij. De actie bleek een schot in de roos. Meer van die voorbeelden vind je in de brochure Pie aaaRgh.

POSTKAARTJES OF NIEUWJAARSBRIEVEN

Laat je leden zelf postkaartjes tekenen of versieren. Schrijf er vervolgens een leuke boodschap op en deel ze rond in de buurt. Koppel dat aan een concrete feestdag, zoals Nieuwjaar. Voorzie je eigen contactgegevens op het kaartje en eventueel een concrete (maar vrijblijvende) vraag naar ondersteuning. Op die manier maak je jezelf met je groep beter bekend in de buurt. Je kunt natuurlijk ook kaartjes (of andere knutselwerkjes) voorzien specifiek voor de ouders.

FLEUR JE LOKAAL OP

Je Chiroheem is voor een deel een uithangbord. Zorg dus dat het er altijd verzorgd en aantrekkelijk uitziet, binnen én buiten. Grote gebreken kun je waarschijnlijk niet zelf aanpakken, maar je kunt wel een aantal kleinere ingrepen doen om het lokaal op te fleuren.

- Verzorg de buitenkant van je lokaal.
- Zorg voor een duidelijk logo aan de voorkant, dat duidelijk in het oog springt.
- Hang affiches aan de ramen.

Ook het interieur van je lokaal doet veel. Zelfs een oud lokaal kan er sfeervol en gezellig uitzien.

- Verf de muren in warme kleuren.
- Als je niet mag schilderen, hang dan werkjes van je leden aan de muren.
- Zetels of zitzakken geven meteen een gevoel van gezelligheid.
- Probeer de grootste gebreken wat te 'verbergen' door je meubels zo te positioneren dat ze niet opvallen.

Fleur je lokaal op en doe dat met veel tamtam, zodat de buurt weet dat jullie voor een frisse wind proberen te zorgen in het lokaal.

- Doe een oproep in de buurt of via Facebook. Laat weten dat je je lokaal in een nieuw kleedje gaat steken en dat je meubels/verf/helpende handen zoekt.
- Laat je leden helpen bij het opruimen, en betrek ze in het beslissingsproces.

2 Chiro herkenbaar maken

UITLEGGEN WAT CHIRO IS

Als je de herkenbaarheid van je Chirogroep wilt verhogen, volstaat het niet om fysiek aanwezig te zijn in de buurt. Het is daarnaast belangrijk dat je burens en omstanders weten wat Chiro precies is, waarvoor het staat en waarom het belangrijk is. Maak met je groep tijd om hierover na te denken. Probeer de kern van wat jullie doen te vatten in een korte en duidelijke uitleg. Gebruik die in al je communicatie: de website, mails, flyers, affiches, enz. Vind je het moeilijk om kernachtig te zeggen wat Chiro is? Gebruik als leidraad dan wat op de Chiro-site staat bij 'Wat is Chiro?' Je vindt er ook een introductiefilmpje bij.

Wil je het persoonlijker aanpakken, dan kun je de leden en (oud-)leiding interviewen en hun

quotes en uitspraken gebruiken om te laten zien wat Chiro is en wat het voor mensen kan betekenen. Als je het nog ambitieuzer wilt aanpakken, kun je de interviews ook filmen en er een introfilmpje van maken.

VRIENDJESDAG

Je kunt een vriendjesdag organiseren waarop de leden een of twee vriendjes mogen meebrengen naar een activiteit. Wie weet blijven ze wel plakken bij de Chiro. Koppel hier meteen een info- en ontmoetingsmoment aan voor de ouders van je leden en die van hun vriendjes. Op die manier kun je meteen uitleggen wat Chiro is.

3 Je netwerk versterken

NETWERKING

Een goed contact is een eerste basis voor een mogelijke samenwerking. Aanwezig zijn op netwerkmomenten is daarom cruciaal. Dat hoeven geen officiële netwerkmomenten te zijn. Voorbeelden: aanwezig zijn op een activiteit van de jeugdraad, een standje op de kerstmarkt, langsgaan op het eetfestijn van de gepensioneerden of de fuif van een andere jeugdbeweging uit de buurt. Je hoeft daar niet altijd met de hele ploeg te zijn, en het kan soms zelfs in de marge van professionele contacten gebeuren.

Waarschijnlijk ben je al aanwezig op een aantal netwerkmomenten. Bekijk in je ploeg of het de 'juiste' netwerken zijn. Misschien zijn er andere netwerken, of contactpunten die beter aansluiten bij wat jullie doen en wat jullie zelf nodig hebben. Je kunt postkaartjes naar die actoren sturen om de contacten warm te houden.

GERICHT SAMENWERKINGEN ORGANISEREN

Kies een of twee actoren met wie je als eerste wilt gaan samenwerken. Gebruik het materiaal van fase 2 of speel het Netwerkspel om de juiste actoren te kiezen.

Samenwerken kun je ruim zien. Het kan gaan om een kleinschalige wederdienst, maar evengoed om samen een activiteit organiseren. Spreek organisaties, verenigingen of mensen aan die met een gelijkaardig thema bezig zijn of die je al kent. Een samenwerking organiseren lukt het gemakkelijkste als je met een concrete insteek of vraag naar de actoren gaat. Het is belangrijk dat je zelf goed weet wat je wilt en waarvoor je staat. Waarschijnlijk zul je dus eerst een stapje terug moeten zetten en een flyer of document moeten maken over jullie Chirogroep (zie eerder).

OUDERS GERICHT AANSPREKEN

Ouders in het algemeen aanspreken om de groep te ondersteunen, lukt meestal niet. Als je ouders aanspreekt met een concrete hulpvraag zal er een grotere respons zijn. Vraag dus niet: 'Wie wil helpen?', maar vraag: 'Wie kan helpen koken op het eeffestijn?', of 'Wie kan de leden naar het zwembad brengen deze zondag?'. Pols bij je leden wat de sterktes van hun ouders zijn, en spreek hen daar gericht over aan.

Ouders die bij kleine hulpvragen betrokken worden, zullen nadien sterker betrokken raken bij de Chiro als geheel. En mond-tot-mondreclame werkt goed bij ouders, ook nadat de leden geworven zijn. Om het contact te versterken (en verwarmen), zijn post- of nieuwjaarskaartjes een goed idee.

4 Iets doen voor de buurt

Stel: iemand wil met jullie samenwerken, maar je ziet niet meteen wat de *return* is voor je Chirogroep. Dan is het natuurlijk oké om daar niet meteen op in te gaan. Maar stel jezelf ook eens de volgende vraag: welke meerwaarde heeft het voor de buurt als we dat wel doen? Helpen op de Buitenspeeldag of kinderen meenemen in het kader van 'Iedereen Mee' heeft een duidelijke meerwaarde. Bij helpen op een schoolfeest is die meerwaarde minder duidelijk, maar daarom niet minder zichtbaar! Door iets te doen in de buurt versterk je niet alleen je netwerk, maar maak je jezelf ook een pak zichtbaarder.

SOLIDARITEITSACTIES ORGANISEREN



Je kunt meedoen met bestaande acties zoals 11.11.11, Music For Life of Rodeneuzendag. Die acties zijn bekend en kunnen een goed aanknopingspunt zijn om uit te leggen wat Chiro precies is en waarom jullie meedoen met die actie. Op die manier kom je als organisatie beter in beeld én toon je jezelf solidair met anderen. Het kan ook een goede aanleiding zijn om iets te doen voor de buurt (zie hierboven).

KLUSJES IN DE WIJK DOEN



In plaats van een traditionele verkoopactie kun je aanbieden om klusjes te doen in de buurt. Het vraagt wel wat lef en durf om aan te bellen en jezelf te 'verkoppen', maar je kunt de mensen ook naar jullie laten komen en bijvoorbeeld een carwash doen op het Chiroterrein of op de parking van de supermarkt.

Bereid je leden voor op hoe ze zichzelf en de Chiro moeten voorstellen, voorzie eventueel een flyer met wat info op en ga de straat op. Eventueel kun je de actie aankondigen, zodat mensen voorbereid zijn.

KALKTEKENINGEN



Als uitbreiding of vervolg op 'De buurt in beeld' kun je aan de slag met kalkpapier. Dat gaat als volgt: leg een blad kalkpapier op de foto en laat je leden daarop iets tekenen om het beeld aan te vullen. In eerste instantie kunnen dat absurde dingen zijn, maar vraag hen later ook naar aanpassingen die de stad nodig heeft.

Let wel! Vraag naar wat de stad/buurt nodig heeft en niet naar wat de leden in de buurt willen. Op die manier krijg je suggesties en tekeningen die veel verder gaan dan de typische thema's zoals spelen en vrije tijd.

Je kunt de kalktekeningen nadien kopiëren en op hard papier uitsnijden. Met die sjabloontjes kun je dan opnieuw de stad in trekken, om de veranderingen op de 'echte wereld' te projecteren. Link deze activiteit aan een publieksmoment. Het sterkste is als je hiermee naar het gemeentebestuur gaat en je aan beleidsmakers kunt laten zien welke voorstellen de leden hebben om de buurt beter te maken.

Colofon

Deze brochure werd tot stand gebracht door het onderzoeksproject DieGem, een onderzoek naar diversiteit en gemeenschapsvorming van onder andere de UA, UGent, KULeuven en HoGent (de vakgroep Sociaal Werk – onderzoeksgroep Verstedelijking en Gemeenschapsvorming). Ook de onderzoeksprojecten BOTS en KIDS zijn daarbij betrokken.

Auteurs: Jolijn De Haene, Riet Steel & Griet Verschelden
Met medewerking van: Merijn Van de Geuchte, JES (LoMap) en
vzw Horizon (fotomateriaal)
Eindredactie: Claire Gastmans
Taalcorrectie: Bart Boone
Vormgeving: Valerie Vanderlooy
Wettelijk Depot: D/2016/2909/2

Met dank aan Chiro Sint-Anneke, Chiro Jijippeke en
stadswerking Brussel.

Meer info over andere projecten van de onderzoekers vind je op fmw.hogent.be bij de tab 'Expertise', klik door naar 'Onderzoek' en 'Verstedelijking'.

Nog vragen?

Stuur een mailtje naar jolijn.dehaene@hogent.be of griet.verschelden@hogent.be.



