



# LEIDRAAD BUURTANALYSE

Een methodische aanpak om de buurt  
beter te leren kennen

# INHOUD

|                                 |          |
|---------------------------------|----------|
| <b>WAT?</b>                     | <b>2</b> |
| Wijk                            | 2        |
| Buurt                           | 3        |
| Gemeenschap                     | 3        |
| <b>WAAROM?</b>                  | <b>4</b> |
| <b>HOE?</b>                     | <b>4</b> |
| Vorbereiding                    | 5        |
| Wie kan een buurtanalyse maken? | 5        |
| Afbakenen van je buurt          | 5        |
| Methodische aanpak              | 6        |
| Kwalitatief en kwantitatief     | 7        |
| Deskresearch en field research  | 7        |
| Afbakenen en focussen           | 8        |

## **DE BUURTANALYSE IN VIER RONDES..... 9**

### **Ronde 1: Huidige buurtvervlechting door middel van de buurtkaart..... 9**

### **Ronde 2: Bestaande kwantitatieve en kwalitatieve gegevens van de buurt verzamelen via desk research..... 11**

### **Ronde 3: Nieuwe kansen via online desk research..... 13**

### **Ronde 4: Nieuwe kansen via field research ..... 16**

Je eigen beleving van de buurt .....16

De beleving van de ander .....17

Inhaken op wat er al gebeurt .....17

Gestructureerde aanpak.....17

Participatiebeleid .....18

Sleutelfiguren.....19

Leer uit wat er ontbreekt in de buurt.....19

Onbevangen nieuwsgierigheid .....20

## **BEPALEN VAN ACTIES.....20**

## **EVALUATIE EN BIJSTURING.....21**

## **BRONNEN.....22**

## **Referentie.....22**

## WAT?

De leidraad buurtanalyse is een instrument dat kort en krachtig een stappenplan uitzet om als organisatie, op een methodische manier een buurtanalyse uit te voeren. Het kan een handvat zijn om een complexe oefening overzichtelijk en behapbaar te maken. Het biedt een structuur die makkelijk kan herhaald worden in de loop van de tijd. Wij spreken over een buurtanalyse, maar een 'omgevingsanalyse' is ook een veel gebruikte term.

Maar wat is nu precies een wijk, buurt of gemeenschap?

## Wijk

Een **wijk** verwijst naar een [afgeleid administratief gebied](#), ontworpen als stedelijke observatie-eenheid, waarrond statistische gegevens verzameld worden. Deze gegevens zijn gelinkt aan het 'soort' wijk en worden gebaseerd en geanalyseerd op basis van de bebouwing en de functies van een wijk (o.a. hoogbouwwijk, handelskern, aankomstwijk, industriële wijk, ...). [De Brusselse Wijkmonitoring](#) geeft je een gedetailleerde inkijk in de wijken van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest aan de hand van tal van indicatoren (arbeid, huisvesting, inkomen, leeftijd, ...).

*De Wijkmonitor is een interactief instrument voor de opvolging van de [145 wijken van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest](#). De wijken, ontworpen als stedelijke observatie-eenheden, geven een gedetailleerd zicht op het gewestelijk grondgebied, op een fijnere schaal dan de gemeenten. De bedoeling van de Wijkmonitor is het ter beschikking stellen van een selectie aan indicatoren die de dynamiek binnen, en de verschillen tussen de wijken van het Brussels Hoofdstedelijk Gewest aantonen. Interactieve kaarten, tabellen en grafieken illustreren de toestand van de wijken voor verschillende thema's: bevolking, arbeidsmarkt, huisvesting, ...*

## Buurt

Het begrip **buurt** valt moeilijker te definiëren. De buurt is een gebied binnen de bebouwde kom, dat door bewoners als een bij elkaar horend geheel wordt ervaren. Een buurt afbakenen vertrekt vanuit een subjectieve beleving en is voor iedereen iets anders (twee straten, waar familie en vrienden wonen, waar vrijetijd wordt besteed, waar essentiële winkels gelegen zijn, ...). Een buurt kan zich bevinden in een wijk, maar kan zich ook over verschillende wijken bevinden. We spreken in Resokit over netwerken **VAN** de buurt en niet over netwerken **IN** de buurt, omdat netwerken niet altijd gebonden zijn aan een buurt, maar zich over de grenzen van een buurt, wijk, gemeente, stad, land, continent kunnen vertakken. We gebruiken hiervoor de woorden "[glokale](#)" netwerken en [mentale plekken](#).

Wanneer we spreken over de buurt gaat het om de lokale omgeving waarin een organisatie of individu gevestigd is, zich voortbeweegt en participeert. Enerzijds heeft een buurt haar **inwoners**, maar een nog grotere groep zijn de '**gebruikers**' van de buurt (mensen die er wonen, maar ook mensen die er komen werken, winkelen, toeristen, passanten, ...).

De **mentale betekenis** die buurtbewoners en –gebruikers toeschrijven aan een buurt komt niet altijd overeen met de administratieve of statistische indeling. Daarom zal een eigen afbakening van de buurt een eerste startkader zijn voor een buurtanalyse van organisaties. Idealiter gebeurt dat vanuit het (mentale) oogpunt van het doelpubliek.

Zonder het belang van de buurt te willen minimaliseren, is het belangrijk om te beseffen dat de buurt slechts één frame is om de realiteit van een organisatie en haar doelpubliek te vatten en slechts een deelaspect van het netwerk van een organisatie. Door de insteek van Resokit beperken we ons tot de netwerken van de buurt, maar het is uiteraard ook interessant om als organisatie ook je ruimere netwerk in kaart te brengen, te evalueren en uit te bouwen.

## Gemeenschap



Een gemeenschap gaat over een groep individuen die op basis van gemeenschappelijke kenmerken een groep vormen (o.b.v. religie, herkomst, ouderdom, geaardheid, interesse, talent, ...) en een zekere verantwoordelijkheid en solidariteit voelen t.o.v. elkaar. In een buurt zijn verschillende gemeenschappen actief. Als organisatie is het belangrijk dat je daar een zicht op hebt. Want gemeenschappen vormen misschien een poort tot een groep mensen die je nog niet of weinig bereikt.

## WAAROM?

Wellicht lever je al knap werk als het op kennis van, en samenwerking met de buurt aankomt, geen twijfel aan. Vaak ontbreekt echter de tijd om dit **gestructureerd en methodisch** aan te pakken. De leidraad voor de buurtanalyse, die je stapsgewijs tot een buurtbeeld brengt, kan je daarbij helpen.

Een buurtanalyse zorgt ervoor dat je de tendensen van je buurt kan opvolgen, je doelpubliek beter begrijpt en je aanbod beter kan afstemmen op de eigenheid van de buurt en haar bewoners. De buurtanalyse is een **voedingsbodem voor actie**. Vanuit de analyse, kom je tot het opzetten, verfijnen en bijsturen van initiatieven die gericht zijn op de verankering in de buurt en het versterken van sociale netwerken van de mensen die er wonen. Je komt nieuwe formele en informele spelers op het spoor, kent de noden en verwachtingen van de buurtactoren en kan samenwerkingsverbanden uitbouwen.

Een buurtanalyse is **geen eenmalig gebeuren**. Afhankelijk van de aard van haar werking, is een organisatie idealiter constant bezig met het opsnuiven van, zich connecteren met en zich adapteren aan de lokale omgeving. In een grootstedelijke context als Brussel, waar buurten erg 'vloeibaar' zijn en onderhevig zijn aan 'stedelijke transities', is dergelijke buurtanalyse geen overbodige luxe, veeleer een noodzakelijke taak. De tendensen in de buurt opvolgen en daarop aansluiting zoeken, leidt tot een rijker sociaal kapitaal van je organisatie en van je doelpubliek.

Kortom, een buurtanalyse maakt samen met een analyse van je doelpubliek, met je missie, visie, wettelijk kader, personeelsbestand, budget, ... **fundamenteel deel** uit van de noodzakelijke **analyse** van je **werkcontext**. Zonder, kan je eigenlijk geen gerichte doelstellingen of impact realiseren.

## HOE?

De leidraad buurtanalyse bestaat uit **zeven onderdelen**, gaande van de voorbereiding van de buurtanalyse, de vier rondes die de eigenlijke analyse inhouden, en de fasen van het bepalen van acties, evaluatie en bijsturing. Het hoe wordt in de verschillende onderdelen omschreven.

Een buurtanalyse kan je zo **beperkt of uitgebreid** doen als je dat zelf wilt en kan. Ga eerst na of andere buurtactoren geen gelijkaardige oefening deden waar je op kan inhaken.

Kies vervolgens bewust voor een aanpak die aanleunt bij je mogelijkheden i.f.v. tijd, middelen en bronnen.

*Wil je inhoudelijk meer weten? Lees [‘De buurt: goed om weten’](#).*

## VOORBEREIDING

### Wie kan een buurtanalyse maken?

Je kan een buurtanalyse als **organisatie** maken. Dit kan je doen als **leidinggevende**, samen met je eigen *team*, maar ook samen met **andere actoren | partners** uit de buurt. Het wordt pas echt boeiend als je de buurt ook gaat bekijken door de ogen van andere, meer **informele spelers**. Denk aan je bezoekers | gebruikers | cliënten, vrijwilligers of (nog niet betrokken) buurtbewoners. Je kan externen enerzijds betrekken als klankbord of ‘respondent’, anderzijds kan je ze ook een actieve rol geven in het uitvoeren van de buurtanalyse.

*Meer inspiratie kan je ook vinden in de tool: [buurtkaart burger](#).*

### Afbakenen van je buurt

Daar waar een wijk een administratief afgebakend gebied is, is een buurt afbakenen lastiger, omdat het gaat over een **subjectieve beleving en gebruik** van de buurt. Je doet dit dus best **niet alleen**, maar met de medewerkers, vrijwilligers en gebruikers van je organisatie. Je kan dit op **verschillende manieren** doen: op een kaart een gebied aanduiden, foto’s maken van belangrijke plaatsen in de buurt, in gesprek gaan over fysieke grenzen in de buurt (zoals een drukke baan, het kanaal, een metrolijn, ...) of je kan ook samen een wandeling maken.



*Leg deze kaarten samen en bespreek de verschillen en gelijkenissen. Kom overeen wat je ziet als buurt of kom overeen dat de buurt dynamische grenzen heeft.*

Mogelijke kenmerken die helpend zijn bij het afbakenen van de buurt, zijn de volgende:

- **Functionele kenmerken** (naast wonen, ook andere functies als winkels, scholen, parken, ...)
- **Stedenbouwkundig of architecturale kenmerken** (stratenplan, architecturale stijleenheid, straatnamen die geïnspireerd zijn op zelfde thema)
- **Geografische kenmerken** (stratencluster afgebakend door breuklijnen als spoorweg, brug, waterloop, verkeersas, groenzones, ...)
- **Sociale kernmerken** (ongeschreven sociale regels, identificatie woonomgeving)
- **Demografische kenmerken** bevolking (leeftijd, inkomen, tewerkstelling, ...)

Bron: *Tips en Tools Buurtanalyse* (VVSG)

Evenzeer kan je de afbakening baseren op de **dagelijkse praktijk van je organisatie**:

- Zo kan je je baseren op plaatsen en straten, waar **externe activiteiten** doorgaan.
- Of de ligging van de organisaties waar je nauw mee samenwerkt, je **buurtpartners**.
- Ook de **woonplaatsen** van de gebruikers van je organisatie, kunnen een afbakeningsmogelijkheid zijn. Deze kan je via een adressenbestand makkelijk op een kaart ingeven via Google My Maps, om zo een visueel beeld te krijgen, waar mensen zoal vandaan komen (zie tool [buurtkaart organisatie](#)).
- Daarnaast kunnen de **mobilitieitsroutes** van je doelpubliek, van en naar de organisatie ook een interessante benadering zijn.
- Tot slot bieden de **psychologische en reële verbindinglijnen en breuklijnen**, die door je doelpubliek, vrijwilligers en teamleden omschreven worden een andere insteek.

De tool [schatten in de buurt](#), geeft misschien wel extra inspiratie om de buurt af te bakenen.

Er is dus **geen pasklaar antwoord**, je gaat best zelf op zoek naar de afbakening die voor jouw werking het meest relevant is.

## Methodische aanpak

We tonen je de weg in een buurtanalyse doorheen **verschillende rondes**. Deze rondes zijn niet zuiver af te lijnen en vloeien logischerwijze in elkaar over. Het is geen stappenplan dat je lineair zal doorlopen. Zie het als **cyclische bewegingen** waarbij het resultaat uit één ronde, info oplevert die je kan inzetten voor het werk in een volgende ronde of je weer even terug naar



een vorige ronde brengt, enzovoort. Je kan de verschillende rondes **faseren** in de tijd, maar er is ook niks mis mee met elk onderdeel **gelijktijdig** te laten starten.

Je werkt in **verschillende rondes**, waarbij je vertrekt van **het gekende** en op zoek gaat naar het **ongekende met nieuwe mogelijkheden**. Je reflecteert over netwerken van je buurt of lokale omgeving, en wat zij voor jou (kunnen) betekenen, maar ook over wat die verschillende spelers weten over en verwachten van jouw organisatie. Bedoeling is tenslotte om een vruchtbare wisselwerking tot stand te brengen.

## Kwalitatief en kwantitatief

De buurtanalyse berust enerzijds op kwantitatieve gegevens, die bepaalde hypothesen over de buurt kunnen weerleggen of bevestigen en anderzijds op kwalitatieve analyse, die naast het cijfermateriaal ook de beleving van de buurt in kaart brengt en polst naar de kijk van de ander. Cijfers vatten de realiteit nooit helemaal. Een combinatie van (participatieve) observatie en dialoog, om de beleving van de buurt te achterhalen, en cijfers, is belangrijk.

*Meer inspiratie kan je ook vinden in de tool: [de buurt lezen](#) en [Brussel op het net](#).*

## Deskresearch en field research

We gebruiken deze twee Engelse onderzoekstermen om twee bewegingen te vatten die je voor de buurtanalyse zal maken. Heel wat informatie is terug te vinden op het internet. Deze info kan je dus verzamelen **vanachter je bureau (desk)**. Daarnaast zal je je ook **actief voortbewegen in de buurt** om ten velde (**field**) de eigenheid, verwachtingen, noden, ... van de buurt en haar 'gebruikers' i.f.v. de werking van je organisatie te detecteren. We splitsen deze bewegingen wat kunstmatig op in verschillende rondes, maar het spreekt voor zich dat beiden elkaar zullen afwisselen en de ene beweging weer informatie oplevert die je met de andere beweging verder uitdiept en omgekeerd.

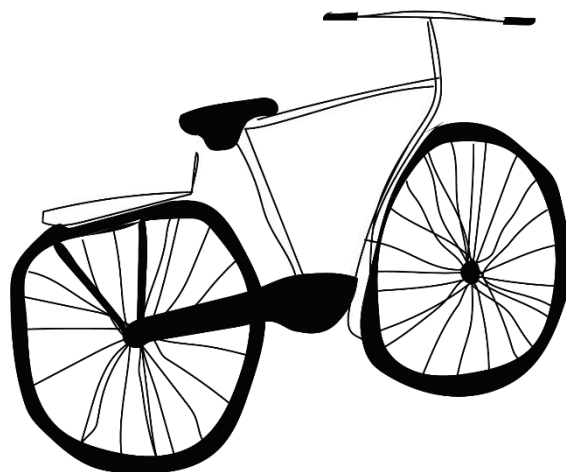


## Afbakenen en focussen

Een buurtanalyse is essentieel voor je werking en ontzettend boeiend, maar kan je ook heel ver leiden. Op voorhand goed afbakenen en focussen is daarom belangrijk. Weeg goed af welke middelen en tijd je in huis hebt om hiermee bezig te zijn en hou de buurtanalyse binnen die mogelijkheden. Neemt niet weg dat het rendement van een buurtanalyse erg groot is en ook in de balans mag gelegd worden. Bovendien kan je gebruik maken van omgevingsanalyses die reeds gebeurden door andere buurtactoren.

### Vragen die je je op voorhand kan stellen:

- Wat wil ik bereiken?
- Welke informatie heb ik daarvoor nodig?
- Wie bevraag ik? Wat zijn andere mogelijke informatie- en databronnen?
- Hoe ga ik bevragen?
- Wat zal ik met de resultaten van de buurtanalyse doen?



# DE BUURTANALYSE IN VIER RONDES

## Ronde 1: Huidige buurtvervlechting door middel van de buurtkaart

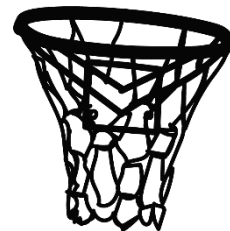
Op de buurtkaart van de organisatie breng je **plaatsen, gebouwen en actoren** in kaart waar je nu al mee geconnecteerd bent, mee samenwerkt, die je nu al bereikt. Je kan daarbij vertrekken vanuit verschillende logica's: (1) per sector of levensdomein: welzijn, sport, jeugd, onderwijs, cultuur, religie, huisvesting, voeding, ... (2) formele en informele contacten, (3) (actoren die zich richten op) groepen of individuele contacten, (4) de vindplaatsen van je doelpubliek, ... Deze indelingen dienen enkel als denkrichting, geen enkel onderscheid is absoluut en de beleving verschilt per individu.

*De tool [buurtkaart organisatie](#) leidt je door deze oefening.*

Je brengt niet alleen formele, maar ook informele netwerken in kaart ([soft en hard structures](#)). Van formele instanties, diensten, organisaties, handelaars tot informele losse contacten, burgerinitiatieven, zelforganisaties, sleutelfiguren en (mentale) plekken in de buurt.

Weet je niet goed waar te beginnen? **Gebruik de tool: [schatten in de buurt en de buurt lezen](#) voor wat extra inspiratie over buurtactoren.**

**Tip: Stop niet bij het in kaart brengen, maar maak ook een evaluatie van de buurtkaart.**



### Mogelijke vragen die je je kan stellen zijn:

- Wat vertelt deze buurtkaart ons?
- Met welke partners werken we intensief samen?
- Wat hebben zij ons te bieden en wat hebben wij hen te bieden?
- Kunnen we spreken over wederkerigheid?
- Vinden we dat nodig?
- Welke partners zijn eerder slapende netwerken geworden?
- Welke zijn de moeite om nieuw leven in te blazen?
- Welke partners brengen ons niet zoveel op? Hoe komt dit?
- Laat we ze los of willen we hier wat aan doen?
- En wat kan dat dan zijn?
- Welke individuen in de buurt kennen we?
- Tot welke netwerken kunnen we via hen toegang krijgen?
- Wat lijkt er nog te ontbreken in ons eigen netwerk?
- Wat lijkt er nog te ontbreken in de buurt?

Ronde 1 geeft je een **huidige stand van zaken** van je buurtvervlochtening. In ronde drie en vier gaan we op zoek naar **nieuwe opportuniteiten en kansen**. Deze kunnen vervolgens toegevoegd worden aan de buurtkaart. De buurtkaart is een **dynamisch instrument** dat vooral als doel heeft visueel en gestructureerd over buurtgerichte netwerken in gesprek te gaan.

Je buurtkaart wordt rijker als je ze laat flankeren door de buurtkaarten van mensen die nauw op je organisatie betrokken zijn (je doelpubliek, vrijwilligers, buurtbewoners, ...).

Hiertoe ontwikkelden we de tool: [buurtkaart burger](#). In ronde 4 wordt het ook belangrijk om de stem te horen van mensen die nog niet bij je werking betrokken zijn. Wat hebben zij te vertellen en wat leer je daarvan over de buurt en over je eigen werking?

## Ronde 2: Bestaande kwantitatieve en kwalitatieve gegevens van de buurt verzamelen via desk research

In ronde 2 blijf je nog even binnen de muren van je organisatie en start je met een **deskresearch**, waarbij je gebruik maakt van de bronnen die je op het internet vindt. Tegenwoordig vind je massa's informatie op het internet en geraak je met je computer al een heel eind ver. Het gaat dus over websites, online databanken, kaarten, ... die je een beter beeld geven op de **eigenheid van de buurt**. De zoektocht naar specifieke plaatsen en mensen komen pas in ronde 3 aan bod.

Je start met het **formuleren van een aantal hypotheses** over de buurt, die je hebt opgebouwd vanuit de ervaringen binnen de werking, contacten met de buurt en haar partners. De hypotheses houden meteen ook een wens in om een ongekend, meer divers, meer geïsoleerd publiek aan te spreken en houden rechtstreeks verband met jouw werking.

Het bepalen van deze hypotheses op maat van je werking is niet onbelangrijk. Je kan je immers eindeloos verliezen in dit materiaal. Baken goed af tot waar het voor jouw organisatie relevant is.

Vanuit de hypotheses die je formuleert, ga je op zoek naar **kwantitatief en kwalitatief materiaal** dat die hypotheses kan bevestigen of weerleggen. Klopt je beeld over de buurt en wat leren deze (cijfer)gegevens je over de buurtbewoners? Bereiken we de groepen die we zouden willen | moeten bereiken? Waarom lukt ons dat wel | niet?

### Enkele voorbeelden van hypotheses:

- In onze buurt is een grote gemeenschap van Armeniërs.
- In onze buurt zijn er meer huurders dan eigenaars.
- In onze buurt halen bewoners hun inkomsten eerder uit een leefloon dan uit arbeid.
- Onze buurt heeft veel groenzones.
- Onze buurt heeft een overwegend oude | jonge bevolking t.o.v. het Brussels gemiddelde.

Geïsoleerde gegevens over je buurt zeggen iets, maar boeiender is het **vergelijken van deze cijfers** met enkele andere buurten of gemeenten of met de Brusselse gemiddelden. Op die manier heb je een referentie en kan je de gegevens over jouw buurt beter beoordelen.

In de tool: [Brussel op het net](#) ontdek je allerlei websites en databanken waar je massa's informatie vind op niveau van je gemeente of buurt. De meeste zijn kwantitatieve databanken, maar je vind er ook historische foto's, kaarten, geografische informatie, en websites van media | instanties terug, die zich specifiek op Brussel richten.

### ***Tip: vermijd dubbel werk***

De Gemeente | het Gemeenschapscentrum | de Brede School | Buurtsport | Wijkantenne | Bibliotheek | ... zijn lokale actoren die i.f.v. hun lokaal beleid vaak ook een omgevings- of buurtanalyse maken. Denk ook aan de Wijkcontracten die in Brussel lopen en waarvoor ook heel wat gegevens verzameld worden. Tracht geen dubbel werk te doen en vraag de gegevens op die voor jullie werking bruikbaar zijn of maak samen afspraken om de taken voor de buurtanalyse te verdelen.

#### **Mogelijke aanpak:**

1. Formuleren van hypothesen met het team.
2. Welke gegevens kunnen die hypothesen bevestigen of weerleggen?
3. Welke omgevingsanalyses gebeurden er al door andere actoren in de buurt?  
Kan je daar gebruik van maken?
4. Welke online databanken leveren de (resterende) nodige info op?
5. Wie zoekt wat op? Wie neemt welke databank onder de loep?
6. Opzoekwerk.
7. Resultaten samenleggen en bespreken.
8. Oplijsten van nieuwe inzichten die je wilt weerhouden.
9. Bepalen van acties of noden voor de verdere analyse in ronde 3 en 4.

De brug bouwen van ronde 1 en 2 naar ronde 3 en 4 vraagt om **tussentijdse conclusies**, die richting geven aan het verdere werk in ronde 3 en 4.

Na ronde 2 kom je tot een aantal vaststellingen die je huidige netwerk en werking bevestigen of (deels) in vraag stellen. Ondanks een beslist rijk netwerk, zou het toch kunnen dat je vaststelt dat je bepaalde spelers en actoren nog niet | te weinig bereikt. Die vaststellingen zijn je insteek voor rond 3 en 4. In deze rondes ga je enerzijds op zoek naar nieuwe schatten in de buurt, anderzijds tracht je de beleving van de buurt door de bril van de gebruikers van de buurt een stem te geven.

## Ronde 3: Nieuwe kansen via online desk research



Nadat je in ronde 2 een algemener beeld kreeg op de eigenheid van de buurt, ga je nu gericht op zoek naar nieuwe mogelijkheden voor je werking. Breng **plaatsen, gebouwen en actoren** in kaart, waar je nog niet mee geconnecteerd bent, mee samenwerkt, die je nog niet bereikt, maar die je mogelijks wel al kende. Dit kan op tal van online manieren. Maak ook hierin keuzes afhankelijk van de beschikbare tijd en middelen.

1. Neem de niet gebruikte symbolen ([schatten in de buurt](#)) van de buurtkaart uit ronde één er opnieuw bij. Waar zie je nog kansen? Hoe ga je ze verder op het spoor komen?
2. Snuffel rond op de website van de Gemeente | het Gemeenschapscentrum | de Brede School | Buurtsport | ... Ze bevatten bakken relevante informatie en geven je toegang tot tal van netwerken.
3. Ga via [Google Maps](#) op zoek naar wat er aanwezig is in de buurt. Google Maps geeft je een zeer gedetailleerd beeld van de buurt. Je kan op elk huis klikken om te zien wat erachter zit. Meer info vind je ook terug in de tool [buurtkaart organisatie](#).
4. Ga via [Geopunt Vlaanderen](#) op zoek naar wat er aanwezig is in de buurt.  
*Geopunt is de centrale toegangspoort tot geografische overheidsinformatie. Het geoportaal maakt geografische informatie toegankelijk voor overheidsinstanties, burgers, organisaties en bedrijven. Het portaal biedt een ruim aanbod aan data, diensten en toepassingen en richt zich naar een breed en divers publiek.*
5. Ga op zoek via de sociale kaart. ([Sociale kaart Brussel](#), [sociale kaart Vlaanderen](#))

6. Ga via [Leefmilieu Brussel](#) (onder het menu “kaarten en documentatie”) op zoek naar een overzicht van parken in de buurt, plekken om je hond uit te laten, moestuinen, ...
7. Via de website [Trage Wegen](#) kan je op zoek naar goede (natuur)wandelingen, ontmoetingsplaatsen.
8. In regionale pers vind je info terug over je buurt of regio, boeiende projecten, gekende gezichten, mensen die zich inzetten voor de lokale gemeenschap, ...
9. Traceer digitale deelplatforms rond uitwisseling van goederen, diensten, gezelschap en goede raad:
  - a) [Brussel helpt](#)  
Jaarlijkse solidariteitsactie Brussel
  - b) [Connecting Brussels](#)  
Connecting Brussels brengt mensen en organisaties samen, om van Brussel een warme en solidaire stad te maken.
  - c) [Durf te vragen](#)  
De Brusselse facebookgroep waar je (niet-)materiële vragen kan stellen aan andere Brusselaars.
  - d) [Hoplr](#)  
Het sociale netwerk voor je buurt in Vlaanderen en Nederland.
  - e) [Helpper](#)  
Je leven is eenvoudig met een helpper in je buurt.
  - f) [Solidare-it](#)  
Dare, connect, share.
10. Kijk via Facebook en Instagram naar groepen van buurtcomité's, burgerinitiatieven, zelforganisaties. Veel van die groepen hebben wel een facebookgroep als bindmiddel en communicatiekanaal, maar geen website. We denken bijvoorbeeld aan de groepen: '[Sprout to be Brussels](#)', '[Wij Brusselaars](#)', '[Wijkacademie Molenbeek](#)', '[Koekelberg](#)', '[Touche pas à Molenbeek](#)', ...
11. Naast deze eerder informele netwerken, bestaat er ook nog ander [sociaal schaduwwerk](#). Sociaal schaduwwerk herbergt de vaak ongezien en onzichtbare sociaalwerkpraktijken van actoren die geen deel uitmaken van de formele sociale kaart.





12. Er bestaat in Brussel een informele groep "[Durf te vragen](#)" waar Brusselaars tal van vragen posten, waarvoor ze de hulp van (gekende of ongekende) stadgenoten inroepen. Daar zelf een vraag posten of via die weg nieuwe dingen ontdekken, kan vruchtbaar zijn.
13. Heel wat gemeenten hebben ook een groep als "[Je bent van -naam gemeente-, als ...](#)", waar tal van leuke weetjes gepost worden over projecten, acties, initiatieven. Je krijgt via die weg ook zicht op sleutelfiguren die veel berichten posten en een rijk netwerk hebben.
14. Vergeet niet dat er ook zoiets bestaat als de virtuele buurt van mensen. Welke favorieten staan er in de browser van mensen? Met wie zijn ze online in contact? Wat is hun virtuele 'buurt'? Dit is zeker van toepassing voor mensen die weinig mobiel zijn (gedetineerden, mensen met een fysieke beperking, ...) of mensen die mobiel zijn, maar wiens familie verspreid zit over de wereld. Het kan interessant zijn om die oefening eens met je doelpubliek te maken.
15. Stel jezelf op de hoogte van de gemeentepolitiek en het lokaal sociaal beleid. Kom je via die weg interessante namen op het spoor die je toegang geven tot netwerken of gemeenschappen waar je weinig affiniteit mee hebt? Ga ook na of je gemeente buurtwerkers, inclusie-ambtenaren, wijkagenten, community health workers, gemeenschapswachters, ... in dienst heeft. Zij kennen vaak veel mensen en kunnen als sleutelfiguur optreden. Deze info zal je deels online terugvinden, maar misschien vraagt het nog wat extra speurwerk in ronde 4.
16. Sleutelfiguren vind je ook in het lokale verenigingsleven, sociaal-cultureel leven, onderwijs, sportclubs, ... Ze doen vaak aan sociaal schaduwwerk en kunnen je eigen werking verrijken. Het internet zal je al een heel eind op weg helpen, maar heb in ronde 4 ook aandacht voor deze actoren.
17. ...

Vul je online vondsten aan met de bevindingen uit **ronde vier**, waar je zelf op zoek gaat in de buurt door er actief te zijn. Je kan daarvoor ook samenwerken met vrijwilligers en gebruikers. Je kan de **buurtkaart** die je maakte in ronde 1 **vervolledigen** met info uit ronde 3, en ronde 4.

## Ronde 4: Nieuwe kansen via field research

Om nieuwe kansen op het spoor te komen, is het belangrijk dat je goed weet wat er leeft en beweegt in de buurt. **Actief deel uitmaken** van het lokaal leven is de boodschap. Zo kom je ook te weten wat de **beleving van anderen** over de buurt en jouw organisatie is. Hoe kijken de bezoekers | gebruikers | cliënten van de organisatie naar de buurt en naar jouw organisatie? Hoe denken je netwerkpartners hierover? Zo kom je te weten waar de behoeften van mensen liggen, waarvoor ze jouw kant opkijken en voor welke zaken ze vlot elders kunnen aankloppen.

Maar ga ook niet voorbij aan je **eigen beleving** van de buurt. Hoe kijk jij als professional naar de buurt waarin je werkt (en misschien ook woont)? Wat zijn gelijkenissen en verschillen? Welke kansen liggen er nog? Welke drempels en hefbomen ervaar je in de samenwerking met de buurt?

Antwoorden op deze vragen vinden, vraagt veldwerk. Deze vind je niet op het net. Onderschat daarbij de **reikwijdte van netwerken** niet. Tal van mensen kunnen je toegang geven tot nieuwe, minder gekende netwerken. Begin bij jezelf en je collega's, gaande van directie tot poetspersoneel. Wie kent wie? Leg ook je oor te luisteren bij vrijwilligers, gebruikers zelf, die de buurt goed kennen en in de buurt wonen, daar kom je al heel ver mee.

Vervolgens kan je putten uit de verdere tips uit ronde 3 en 4.



### Je eigen beleving van de buurt

Wees aanwezig in je buurt door er te gaan wandelen, door op plaatsen binnen te gaan die je nieuwsgierigheid trekken, door in gesprek te gaan met mensen, er je boodschappen te doen, deel te nemen aan activiteiten, ... en zie dit als een continue proces. De buurt is tenslotte constant in verandering. Via een actieve betrokkenheid op en aanwezigheid in de buurt, hou je vinger aan de pols en kan je met de buurt mee groeien.

**De tools:** [de buurt lezen](#) en [stadswoord](#) kunnen daar goed bij helpen. Ze geven handvaten over hoe je je in de buurt kan voort bewegen en waarop je zoals kan letten. De tool: [inclusietracker](#) voor de organisatie bevat verder heel wat vragen om hierover te reflecteren.

## De beleving van de ander

Tracht daarnaast te weten te komen hoe andere mensen de buurt beleven, door hen te **ontmoeten** en met hen in gesprek te gaan. Hoe ervaren zij hun leefsituatie in de buurt? Wat zijn voor hen belangrijke mentale plekken, soft structures en safe spaces? Wat missen ze? Wat verwachten ze? Welke noden hebben ze?

De stem van de ander horen, kan op verschillende manieren. Bedenk op voorhand goed **wie** je wilt bereiken en met **welk kanaal** je dat best kan doen. Een gesprek aan de eettafel van een plaatselijk buurtfeest is veel laagdrempeliger dan het invullen van een online vragenlijst. Een goed focusgesprek met wel geselecteerde deelnemers, vragen en werkwijze, brengt meteen heel wat info bij mekaar.

## Inhaken op wat er al gebeurt

Je hoeft niet perse een grootse bevestigingen te organiseren. Tracht **in te haken op initiatieven** van de buurt waar je sowieso buurtbewoners ontmoet (een straatBBQ, een rommelmarkt, een speelplein, een initiatief van een andere organisatie, ...) of bedenk welke van je eigen activiteiten zich ertoe lenen om de deelnemers aan de tand te voelen: een ideeënbus op de wekelijkse bingo-avond, een aantal vragen waarop bezoekers mogen stemmen tijdens het free-podium, buurtwandelingen met je doelgroep, een fotowedstrijd, ...

Je hoeft niet altijd met bevestigingen in je achterhoofd te zitten. Een gewoon gesprek over koetjes en kalfjes kan ontzettend leerrijk zijn. Belangrijk is dat je aanwezig bent in de buurt, dat je “present” bent, op die manier heel wat zaken kan opvangen en ook ergens verzamelt.

## Gestructureerde aanpak

Het kan interessant zijn om op een wat meer **gestructureerde manier** aan de slag te gaan. Er bestaan verschillende methoden die je daarbij kunnen helpen. De twee meest gebruikte methoden zijn **bevestigingen of focusgesprekken**, die expliciet op zoek gaan naar de info die jij als organisatie nodig hebt van de buurtbewoners, om jouw werking te optimaliseren. Elke methode heeft zo zijn **voor- en nadelen**. Idealiter maak je een combinatie van beiden.

Een **focusgroep** heeft als voordeel dat het relatief goedkoop en niet zo tijdsintensief is. Je kan verschillende partijen samen rond de tafel brengen en de mensen die komen, tonen vaak een grote betrokkenheid. Met een goede voorbereiding, slaag je erin om noden en verwachtingen

te detecteren, en samen na te denken over innovatieve oplossingen. Een nadeel is dat je met een beperkte groep mensen, wellicht ook wat klanken misloopt. Bovendien vraagt het enige deskundigheid om tijdens zo'n gesprek ieders stem voldoende te horen. Samenwerking met onderzoekers en studenten van hogescholen en universiteiten kan helpend zijn. Tracht je dan tijdig te informeren, zodat je kan inhaken op de kadans van een academiejaar.

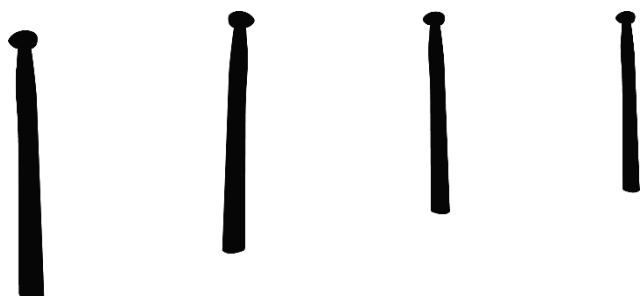
Een brede **bevraging** is een tweede optie. Dit kan **online en | of via (deur-aan-deur-)gesprekken**. Het voordeel is dat je veel mensen kan bereiken, al blijft het uitkijken wie je live of online bereikt. Huisbezoeken kunnen door professionals, vrijwilligers of studenten gebeuren. Het heeft als voordeel dat je kan doorvragen en dingen kan verhelderen of uitdiepen. Hoe dichter de 'bevrager' bij de werking staat, hoe beter dat lukt uiteraard. Een vragenlijst die met zorg is opgesteld is daarbij belangrijk. Het nadeel aan bevragingen is het gevaar voor suggestieve vragen, het feit dat het erg tijdrovend en kostelijk is. Een online bevraging heeft als grootste nadeel dat je slechts een beperkt aantal mensen bereikt en je wellicht de mensen wiens stem je net wilt horen, te weinig bereikt.

Heel wat bruikbare ideeën en tips over [beleidsparticipatie van kwetsbare groepen](#), vind je terug op de website van de VVSG. Ze ontwikkelden onder meer een boeiende [tool met 45 methodieken voor lokale beleidsparticipatie](#).

## Participatiebeleid

Een organisatie die eraan hecht om goed vinger aan de pols te houden, is een organisatie die ook bewust bezig is met haar **participatiebeleid**. Op welke manier worden gebruikers en buurtactoren betrokken bij de werking? Op welke manier zorg je ervoor dat hun stem structureel deel uitmaakt van jullie kwaliteitswerking? Resokit zoomt hier niet op in, maar we willen het wel naar voor schuiven als een aandachtspunt.

- Demos ontwikkelde een [stappenplan voor een participatieve manier van werken](#).
- VVSG bracht informatie over [beleidsparticipatie van kwetsbare burgers](#) samen.
- Op de [website van de Vlaamse overheid](#) staat heel wat info (publicaties, toolboxes, ...) over participatie gebundeld.



## Sleutelfiguren

Via **sleutelfiguren** werken om aan de nodige info te komen, is ook een mogelijke weg. Maak daarvoor gebruik van de reikwijdte van je netwerk en bekijk ook de tips uit ronde 3. Sleutelfiguren inzetten vraagt de typische skills van een sociale professional: elkaar ontmoeten, beter leren kennen, een vertrouwensband opbouwen, present zijn, ... Je weet nooit op voorhand wie jouw sleutelfiguren zijn of worden, maar als je aanwezig en actief bent in de buurt, kom je daar wel snel achter.



*Je weet dat een schoolpoortmama betrokken is bij een ouderwerking in de wijk.*



*Je ontmoet geregeld de Imam bij de Turkse bakker.*



*Je zoon voetbalt met iemand wiens vader voorzitter is van het buurtcomité.*



*Je werkt professioneel samen met een Franstalige partner die een groep mensen bereikt, waar je geen (nog) toegang toe hebt.*

## Leer uit wat er ontbreekt in de buurt

Vraag je tot slot ook af wat er **NIET** (meer) aanwezig is in de buurt. Welke impact heeft dat op het concrete leven van de bewoners van de buurt en de werking van de organisatie?

Het kan interessant zijn om enkele gebruikers eens een maand te laten bijhouden wat ze zoal nodig hebben, en waarvoor ze toch wel uit de buurt moeten, om hier beroep op te kunnen doen. Afhankelijk van je eigen kerntaken, kan je dan bepalen of dit informatie oplevert voor je aanbod en werking.



*Paulina heeft maar één bus per uur om naar de kaartclub te gaan. Het buurthuis investeert in vrijwilligers die het vervoer kunnen doen.*



*Een Lokaal Dienstencentrum stelt vast dat er geen wasserette is in de buurt. Het LDC stelt zich de vraag of een was- en strijkdienst iets voor hun aanbod zou kunnen zijn.*



*Mariame ging voor haar overschrijvingen altijd langs bij het plaatselijk bankkantoor. Ze werd graag persoonlijk geholpen door de bankbediende en genoot van het sociaal contact. Sedert kort moet ze zich behelpen met een bankautomaat.*



*André woont al 82 jaar in dezelfde buurt, sinds enkele jaren kan hij geen spek meer kopen, omdat alle huidige slagers enkel Halal-vlees verkopen. Het lokale sociaal restaurant zet naast internationale gerechten, ook typisch Belgische gerechten op het menu.*

## Onbevangen nieuwsgierigheid

De buurt verkennen vraagt ook **sociale skills**: small talk, goede vragen stellen, durven om op iemand af te stappen, ... Kies binnen je organisatie bewust mensen uit die hier sterk in zijn en dit ook graag doen. Zij zijn de bruggenbouwers en ambassadeurs van je organisatie die je nodig hebt. Een vrijwilliger of gebruiker kunnen hier zeker ook bij helpen. Neemt niet weg dat elke sociale professional er baat bij heeft om actief te zijn in de buurt. We zouden het iedereen willen aanraden.

De buurt ontdekken en meegroeien met de buurt vraagt een onbevangen blik, een **nieuwsgierige ingesteldheid**, een oog voor detail en verandering. Door dat samen te doen als team, en hier regelmatig over in gesprek te gaan, blijf je goed op de hoogte van het reilen en zeilen in de buurt.

**Maak voor de buurtverkenning gebruik van de tool: [De buurt lezen](#) en de tool: [Stadsworden](#).**

## BEPALEN VAN ACTIES

Normaal gezien zou je na de verschillende rondes een duidelijk beeld moeten hebben van de omgeving | buurt van je organisatie en hoe je je daarin positioneert. Als je de buurtanalyse combineert met de reflectie-oefening van de inclusietracker, ben je al een heel eind op weg om voor je organisatie een SWOT-analyse te maken en daarop een **actieplan** te laten aansluiten om de sociale inclusie van je doelpubliek op te hogen via netwerkversterking en buurtgerichte netwerken.

Welke acties zou je, vanuit de voorgaande stappen, kunnen ondernemen om de buurt en haar actoren beter te leren kennen, beter te bereiken, beter te betrekken? Zijn er plaatsen of actoren waar je als organisatie iets voor kan betekenen? Kunnen bezoekers | gebruikers | cliënten binnen de eigen werking of binnen de buurt ingezet worden in een [sociaal gewaardeerde rol](#)? Hoe kan je wederkerigheid | ruil tot stand brengen?

## EVALUATIE EN BIJSTURING

Eens je een aantal acties ondernomen hebt, is het belangrijk om deze te evalueren naar doelstellingen, aanpak en resultaat en waar nodig bij te sturen. Afhankelijk van wie er allemaal bij die acties betrokken was, kan het nuttig zijn om dit opnieuw in interactie met de lokale actoren te doen.

Zoals we reeds bij het begin zeiden, is een buurtanalyse geen eenmalig gebeuren, maar herhaal je voorgaande rondes doorheen de tijd, zodat je goed vinger aan de pols houdt en je netwerk verder uitbreidt en verstevigt. De eerste keer zal de buurtanalyse wat meer tijd vragen, maar naarmate je het in de vingers krijgt, kan het een gewoon onderdeel vormen van je dagelijkse werking.

De buurtanalyse gaat hand in hand met de buurtkaart en het uitbouwen van buurtgerichte en netwerkversterkende acties.



## BRONNEN

Wij hebben ons laten inspireren door:

[Buurtlens en buurtscan Vicinia](#)

Cahiers VVSG:

- Tips en tools buurtanalyse
- Aan de slag met buurtgerichte zorg
- Instrumenten voor beleidsparticipatie

Cahiers Kenniscentrum Wonen Welzijn Zorg:

- Buurtgerichte zorg
- Het buurtpensioen
- Intersectorale netwerken

*Deleu H., Claeys J., Meys F., Verhaegen I., Vos E. (2019). Buurtgericht werken: Hoe kunnen Brusselse welzijnsorganisatie de netwerken van hun buurt versterken om sociaal isolement van kwetsbare burgers tegen te gaan? Literatuurstudie van het Resokit-project. September 2019. Odisee: Brussel.*

[Ondersteuningspakket zorgzame dorpen](#) Provincie Antwerpen – Thomas More

[Ondersteuningstool OCB Brede School](#)

*Schrooten, M., Thys, R., Debruyne, P. (2019). [Sociaal schaduwwerk](#). Over informele spelers in het welzijnslandschap. Brussel: Politeia Uitgeverij.*

*Verhaegen, I. en Vos, E. (2019). Verdieping sociale inclusie. Methodiek bruggenbouwer. Brussel: Bachelor Orthopedagogie. Odisee Hogeschool.*

## Referentie

**Wil je refereren naar deze tool? Gebruik dan volgende referentie:**

Verhaegen, I., Claeys, J. Deleu, H., Meys, F., Vos, E., Taamouti, M. (2021). *Resokit: methodiek en tools voor sociale professionals om netwerken te versterken en te connecteren met de buurt*. Brussel: Odisee Hogeschool ([www.resokit.be](http://www.resokit.be)).

