

DOELGROEPBENADERING

Met de campagne willen we praktische zaken aan gemeenten, corporaties, politie en PKVW-bedrijven aanbieden, vooral gericht om bewoners via diverse kanalen te bereiken. Aangezien inbraken in allerlei woningen voorkomen, bedoelen we met de doelgroep bewoners ook daadwerkelijk alle bewoners van de desbetreffende gemeente. Kanttekening daarbij is dat we de organisaties aanraden de campagne met name in te zetten in de hotspotwijken. Het is belangrijk om als organisatie te achterhalen wat voor type bewoners daar wonen, zodat je op een gerichte wijze kunt communiceren.

Leefstijlen in Eindhoven

In Eindhoven werken ze met vier zogenaamde leefstijlen om zo bewoners beter te kunnen betrekken bij projecten en beleid van de gemeente. Dit maakt het mogelijk om een onderverdeling te maken naar karakters, voorkeuren en waarden van mensen. Kennis die zeer bruikbaar is bij het aangaan van een succesvolle dialoog met inwoners.

Ze hebben van ieder Eindhovens stadsdeel een zogeheten kleurenkaart laten maken, waarop per buurt de verschillende belevingswerelden te zien zijn. De indeling is gemaakt via belevingsonderzoek onder de inwoners door SmartAgent. De kleurenkaart maakt het mogelijk om gericht te communiceren en daarmee meer kans van slagen te hebben bij het betrekken van bewoners.

Meer informatie: www.bureaubuhrs.nl en www.smartagent.nl

Rode wereld (17% leefstijl NL)	Gele wereld (31% leefstijl NL)	Blauwe wereld (23% leefstijl NL)	Groene wereld (29% leefstijl NL)
Vitaliteit	Harmonie	Controle	Bescherming
Assertieve, energieke mensen. Gericht op het verleggen van grenzen Levenslustig Uitdaging Vrijheid Gepassioneerd Eigenzinnig Intelligent en zelfbewust Genieten van het leven	Sociale, open mensen. Gericht op gezelligheid en sociale banden Gezinsleven centraal Geïnteresseerd in anderen Gemakkelijk Sociale verbondenheid Harmoniezoekers Spontaniteit Eerlijk	Ambitieuze, dynamische mensen. Gericht op manifestatie en controle Zakelijke houding Zelfverzekerd Succes en status Onafhankelijkheid Carrièrericht Materialistisch Exclusiviteit	Serieuze, bedachtzame, nuchtere mensen. Op zoek naar zekerheid in eigen directe omgeving Veiligheid Bescherming Geborgenheid en rust Kalm en evenwichtig Routineus Conservatief Traditioneel
HOUDING T.A.V. OVERHEID:			
Kritisch, mondig en assertief. De overheid dat zijn wij.	Vervreemd van politiek. De overheid moet solidariteit bevorderen.	Kritisch maar betrokken. De overheid moet efficiënt werken	Sceptisch en wantrouwend. De overheid moet zorgdragen voor sociale zekerheid en veiligheid.
HOUDING T.A.V. VERNIEUWING:			
Langetermijneffecten, ook buiten de buurt. Oog voor kansen.	Concrete effecten, in direct omgeving. Positief voor hele gemeenschap?	Langetermijneffecten, ook buiten de buurt. Efficiënte en snelle uitvoering	Concrete effecten, in directe omgeving. Wantrouwig, daarom liever niet.

VERWACHTING T.A.V. PARTICIPATIE			
Ideeën genereren, samenwerken en gelijkheid	Toetsen en meedenken	Inspraak en deskundigheid	Voorleggen, informeren en inspraak (gehoord worden)
PARTICIPATIE-ACTIVITEITEN:			
Ontwerpatelier Discussielandschap op internet Brainstormen	Werkgroep Wijkfeest Kraam op de markt	Expertmeeting Comité van aanbeveling Online enquête	Informatiemarkt Spreekuur Nieuwsbrief
HOE VRAAG JE OM REACTIES?			
Wat vind je er van?	Wat vinden we ervan?	Waar gaan we het toepassen?	Wij vinden het goed. Wat vindt u?
STRATEGIE BIJEENKOMSTEN			
Creatieve, informele en uitdagende sfeer. Inspirerende discussievormen en werksessies. Vernieuwende, interactieve middelen. Samen in dialoog, op basis van gelijkwaardigheid	Gezellige en informele sfeer. Laagdrempelige groepsactiviteiten. Sport- en spelelementen Dialoog aangaan	Exclusieve en formele sfeer. Vast programma. Goed geleid proces. Afspraken maken.	Informerend, vertrouwde sfeer. Gestructureerde groepsactiviteiten met ruimte om gehoord te worden. Concrete voorstellen voorleggen zonder 'poespas' Instemming/goedkeuring vragen
KEUZE LOCATIE			
Informele, creatieve locaties. Eigentijds, eigenzinnige creatieve inrichting/architectuur	Informele locaties. Warme en eigentijdse inrichting/architectuur, bijv. wijkontmoetingscentrum	Formele locaties. Strak design, hoogwaardige inrichting/architectuur. Bijv. B&W zaal	Formele, traditionele locaties. Strakke, overzichtelijke, herkenbare inrichting/architectuur. Bijv. wijkhuis.
COMMUNICATIEMIDDELEN (*)			
Twitter Green graffiti Facebook Blog Creatieve uitnodiging	Buurtkrant Barbecue Straatactiviteiten Buurtdag Lokale media	E-mail Digitale, zakelijke nieuwsbrief Bezoek wethouder Landelijke (vak)bladen Symposium	Huis-aan-huiskrant Persoonlijk aanspreekpunt Bustour Informatielijn Persoonlijke brief

(*) Opmerking: Het CCV biedt diverse van deze communicatiemiddelen aan. De organisatie kan dan een keuze maken welke middelen ze inzetten in hun desbetreffende hotspotgebied.