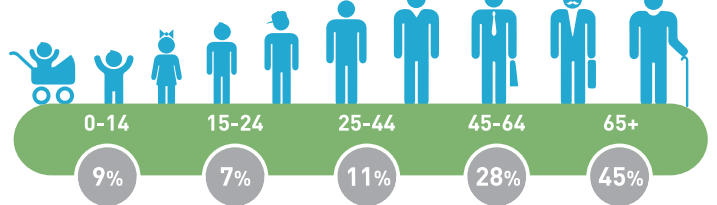


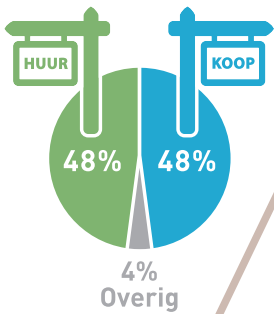
Leeftijd percentages



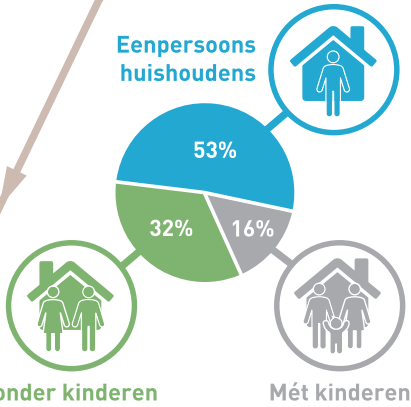
Woningbouw
vóór en na
het jaar 2000



Aantal huur/
koopwoningen



Eenpersoons
huishoudens



Afstand grote supermarkt



Afstand kinderdagverblijf



570

Aantal personenauto's



20

Aantal motors



500

Aantal auto's op
benzine

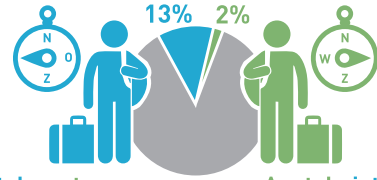


0,8

Gemiddeld aantal
auto's per huishouden



Aantal westerse
allochtonen



Aantal niet-westerse
allochtonen

Rapportcijfers (bron: Buurtmonitor 2014)

Eigen woning	8.3	De sfeer	7.5
Woonomgeving	8.1	Veiligheid	7.0
De mensen	7.6	Leefbaarheid	7.6

CAMPAGNE:

Sjoen woene en fijn leve, Wee welt dat neet beleve.

We willen heel graag in een leefbare buurt wonen. Maar wat bedoelen we daar mee?

Leefbaarheid is een veel gebruikt begrip waarvan je niet meteen weet wat het betekent. Het heeft te maken met hoe prettig het is om ergens te wonen, maar daar heeft iedereen zijn eigen maatstaven voor. Het kan per buurt verschillen. Campagne heeft andere kenmerken en prioriteiten dan bijvoorbeeld Blaauw Dorp. Over het algemeen geldt dat in een leefbare buurt mensen graag willen wonen; zij voelen zich er thuis. Er zijn goede voorzieningen; kinderen spelen veilig buiten; het is er schoon, groen en veilig, ook 's avonds.

Leefbaarheid kun je opdelen in vijf hoofdthema's:

1. De verzorgings situatie: zichtbaar via het voorzieningsniveau inclusief openbaar vervoer, in een leefbare buurt zijn buurtcommissies met een sociaal, praktisch en of economisch oogmerk actief. Denk hierbij aan een gemeenschappelijke moestuin, gezamenlijk inkopen van energie, samen exploiteren van zonnepanelen, autodelen, kinderopvang met ouders uit de buurt, gedeelde maaltijden, een zorgcoöperatie, goed lopend overleg met woningcorporaties etc.

2. De woonsituatie: zichtbaar in de kwaliteit van de woning en de fysieke leefomgeving. Mensen wonen er met plezier en is er voldoende en gevarieerd aanbod van goed onderhouden koop- en huurhuizen. Het openbaar groen is goed onderhouden en er is geen zwerfvuul.

3. De onderwijs- en werksituatie: gaat over de aanwezigheid en toegankelijkheid van winkels, scholen en bedrijven. Ondernemers zijn betrokken en zetten zich actief in. De school heeft een actieve rol in de gemeenschap.

4. Het sociale klimaat: gaat over de kunst van het samenleven, de sociale veiligheid, de kwaliteit van de woonomgeving. Etniciteit, leeftijd, inkomen, gezondheid en religie zijn niet bepalend in de omgang met elkaar. Dit is te zien als nieuwe mensen zich welkom voelen en verbonden zijn door gemeenschappelijke interesses, waardoor sterke duurzame banden ontstaan. Mensen voelen zich er veilig en zoeken eerst elkaar op om kwesties aan te pakken. Er is aandacht voor burens die eenzaam zijn of hulp nodig hebben.

5. De bestuurlijke omgeving: gevormd door de toegankelijkheid, attitude en werkwijze van politiek bestuur en het gemeentelijke apparaat en andere maatschappelijke organisaties. De bestuurlijke omgeving is vruchtbaar als buurtbewoners kunnen meedelen en -praten over zaken die van belang zijn voor hun directe omgeving.

Waar het ons om gaat: Als we onze buurt heel prettig en heel leefbaar willen houden dan zullen we daar zelf iets aan moeten doen! Daarom willen we graag met zoveel mogelijk medebewoners van Campagne een buurtanalyse doen en op basis daarvan een buurtplan maken. Met de analyse zijn we inmiddels begonnen. Welke aspecten van de leefbaarheid zijn voor Campagne relevant, welke urgentie hebben die, welke activiteiten adresseren die aspecten nu al en welke bewoners zijn nu actief en welke bewoners zouden actief willen worden. De analyse is opgezet als een 'inkblik', de eerste versie werd gemaakt door minder dan 10 bewoners, minder dan 20 bewoners waren betrokken bij de volgende versie en we willen nu naar tenminste 40 wijkbewoners, die zich uitbreken over 'de staat van de buurt'. Als we een gedegen analyse en inventarisatie hebben, willen we de hele buurt betrekken bij het buurtplan, waarin we vastleggen waar we met wie de komende jaren aan werken om Campagne een super leefbare buurt te laten zijn en ook te laten blijven.

