

Maatschappelijk probleem en doelgroep	Activiteiten	Output	Outcome resultaten	Impact		
1	Maatschappelijk probleem (Welk probleem probeer je voor je doelgroep op te lossen?)	Wat doe je voor en met je doelgroep om het probleem op te lossen?	Wat zijn de direct kwantificeerbare resultaten van je activiteiten?	Korte termijn > Welke effecten zijn er gerealiseerd voor de doelgroep aan het einde van 2021?	Impact > welke maatschappelijke verandering beoog je te bereiken	
1	Groeiende polarisatie en segregatie in stadswijken	1 We initiëren Buurtcampings, Bankjesdagen en andere buurtactiviteiten.	1 Het aantal activiteiten, deelnemers en ontmoetingen die plaatsvinden.	1 We realiseren duurzame ontmoetingen tussen mensen die elkaar anders niet zo snel tegen komen.	Bidragen aan een inclusieve en verbonden samenleving door het dicht en sociaal-economische kloven en het stimuleren van thuisgevoel in stadswijken.	
2	Langdurige werkloosheid en beperkte toegang tot de arbeidsmarkt voor bepaalde groepen.	2 We zetten wervingsactiviteiten op om bewoners, ondernemers en lokale organisaties te betrekken bij de organisatie van en deelname aan deze activiteiten.	2 Het aantal deelnemers (waaronder minima) en vrijwilligers, ondernemers en lokale organisaties die betrokken zijn bij de organisatie van de buurtactiviteiten	2 We activeren mensen richting (vrijwilligers)werk door uitbreiden van het netwerk en het aanleren van nieuwe vaardigheden (aan beheerders).		
3	Afname van verenigingsleven, gemeenschapsgevoel en sociale cohesie	3 We bieden begeleiding en middelen (financiering, materialen, formats en communicatiemiddelen) aan lokale organisatoren van buurtactiviteiten.	3 Het aantal activiteiten dat je mogelijk maakt.	3 We verbinden formele en informele netwerken op buurtniveau.		
4	Eenzaamheid	4 We trainen lokale organisatoren in kennis en vaardigheden om activiteiten zelfstandig te kunnen organiseren en uitvoeren (Buurtcampus)	4 Het aantal opgeleide vrijwilligerteamleden	4 We bieden minima groepen de mogelijkheid om op vakantie te gaan.		
5	Armoede	5 We begeleiden lokale teams bij het organiseren van vrijwilligersbijeenkomsten om vrijwilligers te enthousiasmeren en in te zetten.	5 Het aantal vrijwilligersbijeenkomsten en aantal geactiveerde vrijwilligers	5		
6	Negatieve ervaring van publieke ruimte (vies, onveilig, niet prettig)	6	6	6		
7		7	7	7		
8		8	8	8		
9		9	9	9		
10		10	10	10	De doelen blijven hetzelfde	
11		11	11	11		
12		12	12	12		
Doelgroep		Werkzame bestanddelen	Aannames en randvoorwaarden	Onderbouwing		
Wie ervaren het probleem? Welke karakteristieken heeft je doelgroep? Hoeveel deelnemers/ hoe groot bereik?		Hoe zorgen de activiteiten ervoor dat de resultaten en effecten kunnen optreden?	Welke aannames liggen onder de veranderingstheorie? Wat zijn de randvoorwaarden om de outcomes te realiseren?			
Bewoners (beheerders, kampeersders en vrijwilligers)		1 Laagdrempelige sfeer	1 Het faciliteren van nieuwe en niet-alledaagse ontmoetingen die bijzend impact hebben kan ook gezien worden als het versterken van de 'publieke familiariteit', het vertrouwd raken met bekende gezichten in de buurt zonder dat er sprake is van intensieve of langdurige interactie dit versterkt het thuisgevoel in een wijk (Blokland, 2009). Daarbij geeft 'de sfeer' van de camping een 'wijkgevoel' zonder dat dit verplichtend voelt of anderszinds opgedrongen wordt. De Buurtcamping voldoet aan de door de Amerikaanse socioloog Randal Collins' geformuleerde voorwaarden voor het ontstaan van een saamhorigheidsgevoel doordat mensen actief contact hebben en hun omgeving samen vormgeven (Collins, 2014).	2 De Buurtcamping verbindt mensen en geeft hen het gevoel en de mogelijkheid deel uit te maken van een groter geheel. Door het ontstaan van betrokkenheid en solidariteit tussen mensen onderling wordt het sociaal kapitaal versterkt. Het gaat hierbij niet zozeer om het creëren van een sterke mate van vertrouwen, maar juist om 'zwakke bindingen'. Zwakke bindingen zijn essentieel voor het vergroten van je netwerk (Granovetter, 1973) en Volker stelt dat juist laagdrempelige en inclusieve activiteiten of bijeenkomsten die niemand uitsluiten en gezamenlijk worden geproduceerd, goed zijn voor het functioneren van de groep in haar geheel (2008), doordat de programmering, de maaltijden, sponsoring en een groot deel van de organisatie onder de verantwoordelijkheid valt van betrokken bewoners en lokale organisaties wordt De Buurtcamping gecreëerd door de buurt. Kampeersders, vrijwilligers en organisatoren denken en beslissen allen mee, wat leidt tot een ervaring van eigenaarschap en verantwoordelijkheid.		
Stakeholders		Goedkoop				
Gemeente		3 Vrijwillig/uitnodigend		3		
Fondsen		4 Flexibele betrokkenheid		4		
Lokale ondernemers		5 Sleutelfiguren betrekken		5		
Sociale wijkteams		6 Eenvoud		6		
Andere maatschappelijke initiatieven (Resto van Harte, buurthuizen)		7 Groepsgevoel		7		
		8		8		
		9		9		