

IN GESPREK MET BRABANDERS LEVENDIG MET EEN ZACHTE G

juli 2022



LEESWIJZER

Lees vooral de ...,	wanneer je nieuwsgierig bent naar...,	op pagina....
samenvatting	de inzichten op hoofdlijnen	3
aanleiding	het waarom achter dit onderzoek	4
route	hoe we het proces 'van vraag naar vandaag' hebben aangepakt	5-8
feiten & cijfers	wie we waar wanneer gesproken hebben	9-10
inzichten	de associaties, wensen en boodschappen van Brabanders	11-17
vraag & antwoord	antwoorden op de vragen die je mogelijk nog hebt	18-20
bijlage	de inzichten per gemeente	bijlage



SAMENVATTING

OP WEG NAAR EEN NIEUW BELEIDSKADER

Een levendig Brabant voor iedereen, nu én in de toekomst. Dat is wat de provincie Noord-Brabant ambieert. In 2021 startte de provincie met de beleidsvoorbereiding van dit kader dat de komende jaren richting geeft aan het provinciale beleid voor vrije tijd, cultuur, erfgoed en sport.

LEVENDIG MET EEN ZACHTE G

In de meivakantie van 2022 toerde de provincie langs elf locaties in de vier regio's om met Brabanders kort in gesprek te gaan over de levendigheid op deze plekken en wat wensen zijn voor de toekomst. We gingen in gesprek met willekeurige deelnemers - zonder voorselectie - op locaties waarvan we verwachtten een breed gemêleerd publiek te ontmoeten. Met een grote G als publieksvanger voerden we 575 gesprekken in dorpen en (grote) steden.

WAT OPVIEL

Het algehele gevoel over de levendigheid in Brabant is positief. Tussen dorpen en steden zaten merkbare verschillen, tussen de regio's niet. Brabant breed wordt de meeste aandacht gevraagd voor het faciliteren van de jeugd.

ASSOCIATIES & BOODSCHAPPEN

Mensen

- Waarborg de Brabantse gezelligheid
- Werk aan saamhorigheid
- Faciliteer kinderen en jongeren
- Stimuleer toegankelijkheid

Omgeving

- Draag zorg voor een levendige uitstraling
- Behoud en creëer ontmoetingsplekken
- Waarborg balans tussen groen en stenen
- Voorkom leegstand
- Realiseer (starters)woningen

Activiteiten

- Faciliteer nabijheid van sport en cultuur
- Investeer in lokale verenigingen
- Investeer in de levendigheid van steden én dorpen
- Creëer reuring buiten de feestdagen
- Ondersteun lokale ondernemers en winkeliers

(Rand)voorwaarden

- Waarborg diversiteit in het aanbod
- Heb aandacht voor bereikbaarheid
- Heb aandacht voor betaalbaarheid
- Behoud de kleinschaligheid

Overheid

- Ben een benaderbare overheid
- Zie, hoor en waardeer inwoners



AANLEIDING

LEVENDIG BRABANT

Een levendig Brabant voor iedereen, nu én in de toekomst. Dat is wat de provincie Noord-Brabant ambieert. In 2021 startte de provincie met de beleidsvoorbereiding van dit kader dat de komende jaren richting geeft aan het provinciale beleid voor vrije tijd, cultuur, erfgoed en sport. Zo ging de provincie in gesprek met de regio's, de partners, de sectoren én **inwoners** van Brabant.



Benieuwd hoe inwoners betrokken werden?

PLATFORM LEVENDIGBRABANT2030.NL

Op LevendigBrabant2030.nl zijn Brabanders 24 uur per dag welkom om hun blik te delen. Het platform is daarnaast bedoeld om geïnteresseerden op de hoogte te houden van ontwikkelingen en te communiceren over wat er gedaan is en nog aankomt.

Het platform kun je [hier](#) bekijken.

DIGIBITES

Tijdens deze mensgerichte verkenning sprak de provincie met een diverse groep Brabantse inwoners online over wat zij doen in hun vrije tijd en waarom. Op vier verschillende avonden ontmoette we in totaal 59 Brabanders.

De inzichten kun je [hier](#) bekijken.

LEVENDIG MET EEN ZACHTE G

De provincie toerde langs elf locaties in Brabant om met inwoners en bezoekers van Brabant kort in gesprek te gaan over de levendigheid op deze plekken en wat wensen zijn voor de toekomst. In totaal voerden de onderzoekers 575 gesprekken.

Het verslag ben je nu aan het lezen!



ROUTE 1/4

maart'22

ontwerpcriteria

- Belevingswereld van de mens centraal
- Inclusief: iedereen kan meepraten en –doen
- Zien, horen, waarderen en onafhankelijk luisteren
- Wederkerigheid: geven en nemen in balans
- Gestructureerd gesprek van vijf minuten met een creatieve benadering
- Bouw voort op de resultaten van DigiBites

april'22

productie



conceptontwikkeling



vraagstelling

- Wat maakt het voor jou levendig hier?
- Wat is er voor nodig om dit te behouden en/of verbeteren?
- Welke boodschap of wens geef je mee voor de overheid?



ROUTE 2/4

april'22

locaties

- Elf locaties
- Spreiding over de vier Brabantse regio's
- Verdeling tussen grote steden, middelgrote steden en dorpen
- Locaties waar een representatieve afspiegeling van de lokale samenleving samenkomt
- Toestemming en/of vergunning van iedere gemeente

communicatie

Provincie Noord-Brabant

Home • Levendig Brabant • Doe mee, praat mee • Agentschap • Documenten • Veelgestelde vragen • Contact • Nieuws • Aanmelden als medewerker

Home • Doe mee, praat mee • Brabant 500

Brabant 500

Levendig Brabant met een zachte G. Het team van provincie Noord-Brabant komt naar je toe om met jou in gesprek te gaan over Levendig Brabant. Kom je ook lange om mee te praten?

De tijden in het overzicht zijn een richtlijn. Het kan zijn dat het team iets later aanwezig is. Of juist al iets eerder stopt.

Klik op het puntje in de kaart voor meer informatie en foto's.

Kaart Satelliet



Punten op de kaart	Begin	Einde
Uden - Markt	25-04-2022 om 10:00	25-04-2022 om 14:00
Tilburg - Spoorpark hoortdijng	26-04-2022 om 16:00	26-04-2022 om 20:00
's Hertogenbosch - Winkelcentrum Halfmaai	28-04-2022 om 10:00	28-04-2022 om 16:00

Aankondiging op platform
levendigbrabant2030.nl

Provincie Noord-Brabant
26.906volgers
2 mond • Beveiligd •

+ Volgen

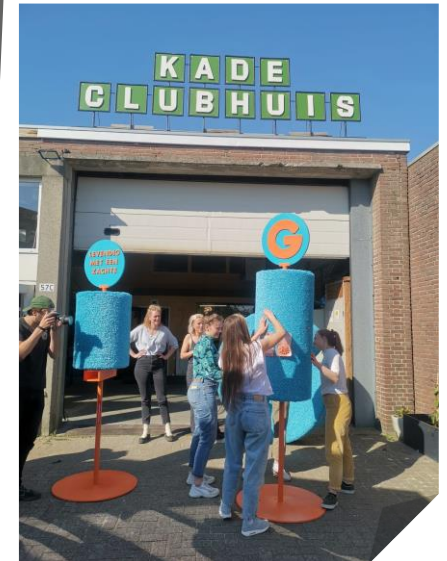
Wat is voor jou een 'Levendig Brabant'?

De provincie staat in de meivakantie op verschillende plekken in Brabant om in gesprek te gaan met Brabanders over een Levendig Brabant. ...meer weergeven



Uitleg & uitnodiging in
talkshow en social media

doorloop & training onderzoekers



ROUTE 3/4

april'22

mei'22

straatgesprekken (25 april t/m 8 mei)



ROUTE 4/4

mei'22

juni'22

juli'22

analyse

12	Maasbracht	bezoeker	83	leden	Cafetrip: De mensen, de mensen, de mensen... Baag niet dat wat is een foto zonder te mensen. Tied maakt het verleden.	Verpleeg, verpleeg en verpleeg... Organisatie van activiteiten met bezoekers. In de natuur, bijvoorbeeld.	Meer open staan voor anderen. Begrip komen voor elkaar.	Meer voor elkaar over hebben. In wat auto's.
13	Maasbracht	bezoeker	66	Zeland	541347	Markt: alle spullen hebben, hebben alles. Soms kan het niet meer mensen, mensen hebben... maken het levendig.	Value! Speciaal, feestelijk, vrees voor iedereen heen kan. Dat is het heel gezellig is.	De overheid wordt steeds slachtinge overreken. Het moet persoonlijk, alles online Een dorp om tekenen en te gaan en naar het maatschappelijke. Niet te moeilijk down, het is heel vaak het is.
14	Maasbracht	bezoeker	76	leden	541347	Strukle markten: Gemeentelijke sfeer. Caravan, verpleeg, hebben mensen. Niet te (geen mensen) concept.	Alles is dichtbij, maar, mensen, de mens maken markten. Contact, ontmoeten.	housen tekent, twee verkeer, verder zijn op contact, ontmoeten.
15	Maasbracht	bezoeker	17	leden	541347	Plaats kan, kampen: wonden vullen.	Before infrastructuur.	
16	Maasbracht	bezoeker	81	leden	541347			
17	Maasbracht	bezoeker	12	leden				
18	Maasbracht	bezoeker						
19	Maasbracht	bezoeker						
20	Maasbracht	bezoeker						

presentatie dialoogsessie



expositie Brabant Ontmoet



reflectiesessie onderzoekers



rapport



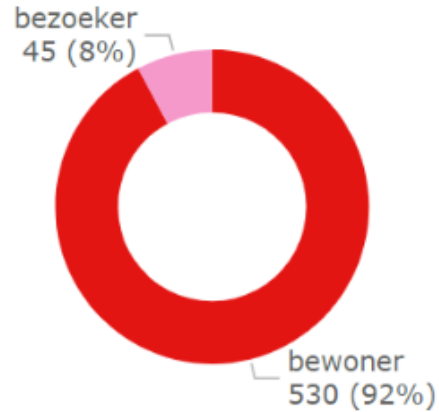
FEITEN & CIJFERS 1/2

Datum	Locatie	Regio	Gebied	Aantal gesprekken
maandag 25 april	Maashorst	Noordoost	middelgrote stad	50
dinsdag 26 april	Tilburg	Midden	grote stad	58
donderdag 28 april	's-Hertogenbosch	Noordoost	grote stad	55
vrijdag 29 april	Asten	Zuidoost	dorp	52
zaterdag 30 april	Rucphen	West	dorp	47
zondag 1 mei	Eindhoven	Zuidoost	grote stad	52
maandag 2 mei	Oosterhout	West	middelgrote stad	51
woensdag 4 mei	Boekel	Noordoost	dorp	50
vrijdag 6 mei	Goirle	Midden	dorp	52
zaterdag 7 mei	Bergen op Zoom	West	middelgrote stad	54
zondag 8 mei	Helmond	Zuidoost	grote stad	54

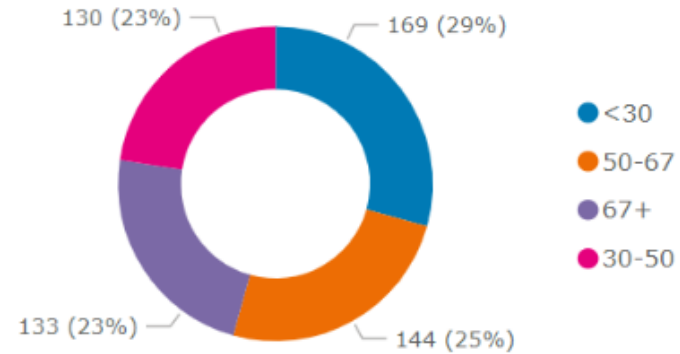


FEITEN & CIJFERS 2/2

Gesprekken



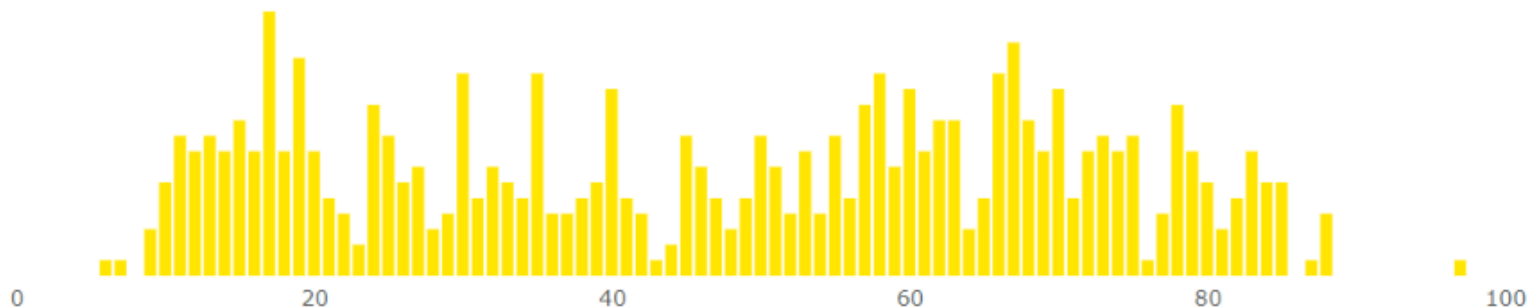
Verdeling leeftijden



Aantal gesprekken

575

Leeftijd



Gemiddelde leeftijd

47,16



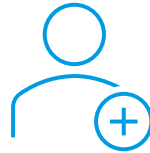
INZICHTEN 1/7

MENSEN | OMGEVING | ACTIVITEITEN | (RAND)VOORWAARDEN | OVERHEID



WAARBORG DE BRABANTSE GEZELLIGHEID

Deelnemers spreken veel over de Brabantse sfeer: gezelligheid, gemoedelijkheid en gastvrijheid zijn veel voorkomende associaties met levendigheid op straat. Dit varieert van elkaar groeten tot echt een praatje met elkaar maken en naar elkaar omkijken. De roep om dit te behouden is groot.



WERK AAN SAAMHORIGHEID

Deelnemers zien dat de lokale samenleving verandert qua samenstelling en geven aan dat dit effect heeft op de levendigheid. Geluiden voor meer verbinding, meer saamhorigheid en welkom heten van de 'nieuwkomers' (onder andere van één dorp verderop, randstad, arbeidsmigranten en vluchtelingen) zijn duidelijk sterker dan de roep om alles bij het oude te houden.



FACILITEER KINDEREN & JONGEREN

Deelnemers zien 'kinderen en jongeren' als belangrijk voor de levendigheid: nu én voor de toekomst. Zij zien graag verbetering in het aanbod zoals de voorzieningen in de fysieke leefomgeving (zoals speeltuintjes, voetbalveldjes, skateparken, hangplekken voor jongeren) en het (meer) organiseren van activiteiten. Opvallend is de gewenste aandacht voor 'de jeugd' tussen zestien en achttien jaar. Zij vallen tussen wal en schip. Daarnaast is er een roep om meer openbare sport- en speelvoorzieningen voor jong en oud.



INZICHTEN 2/7

MENSEN | OMGEVING | ACTIVITEITEN | (RAND)VOORWAARDEN | OVERHEID



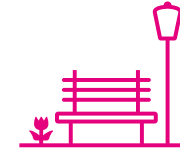
STIMULEER TOEGANKELIJKHEID

Deelnemers zien graag dat levendigheid (zoals evenementen en festiviteiten) 'voor iedereen' is. Zorg dat mensen met een smalle beurs ook gebruik kunnen maken van de levendigheid in hun omgeving. Ook vragen ze aandacht voor ouderen en mensen met een beperking die soms (letterlijk) drempels ervaren. Het is duidelijk: als we gaan dan gaan we graag met zijn allen!



DRAAG ZORG VOOR EEN LEVENDIGE UITSTRALING

Deelnemers associëren levendigheid met sfeer in allerlei vormen en maten. Denk hierbij ook aan de sfeer door voorzieningen en de aankleding van de omgeving. Een goed onderhouden straatbeeld, met nette groenvoorzieningen en recht liggende stoeptegels, draagt bij aan de levendigheid. Ook de andere zintuigen spelen hier een rol: stankoverlast komt de levendigheid niet ten goede!



BEHOUD EN CREËER ONTMOETINGSPLEKKEN

Deelnemers geven aan dat 'elkaar ontmoeten' en 'ontmoetingsplekken' belangrijk zijn voor de levendigheid van een dorp of stad. Het gaat hier om afspreken met vrienden, familie of bekenden, maar ook om spontane ontmoetingen en begroetingen. Met name die laatste is gefaciliteerd door plekken als horecavoorzieningen, het park, de markt, openbare speelvoorzieningen en 'het bankje' op andere openbare plekken.



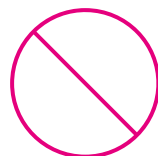
INZICHTEN 3/7

MENSEN | OMGEVING | ACTIVITEITEN | (RAND)VOORWAARDEN | OVERHEID



WAARBORG BALANS TUSSEN GROEN EN STENEN

Deelnemers leggen vaak een link tussen levendigheid en groen/natuur. In het dorpshart of stadscentrum, in je directe woonomgeving (je straat of wijk) maar ook in natuur(gebieden) rondom. Ze leggen enerzijds een link tussen groen en de kwaliteit van de leefomgeving en anderzijds geven zij aan graag in de natuur te recreëren.



VOORKOM LEEGSTAND

Deelnemers delen hun zorgen over leegloop en leegstand. Met name leegstaande winkels zijn vaak genoemd als een triest beeld en een teken van een gebrek aan levendigheid. Dit uit zich zowel in een minder aantrekkelijk straatbeeld, als een minder gevarieerd aanbod.



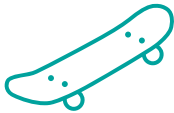
REALISEER (STARTERS)WONINGEN

Deelnemers delen veel zorgen over het woningaanbod. De meeste aandacht vragen ze voor passende woningen voor senioren en voldoende starterswoningen voor de jeugd. Opvallend is dat de zorg voor wonen door alle generaties wordt gedeeld. Je moet immers ergens kunnen leven om de levendigheid te ervaren!



INZICHTEN 4/7

MENSEN | OMGEVING | **ACTIVITEITEN** | (RAND)VOORWAARDEN | OVERHEID



FACILITEER NABIJHEID VAN SPORT EN CULTUUR

Deelnemers denken bij levendigheid aan sport en cultuur, zowel toeschouwen als zelf beoefenen. Zij vinden nabijheid voor zelf beoefenen van sport en cultuur belangrijk. Voor een bezoek aan cultuur- en sportactiviteiten staan de meeste deelnemers open om hiervoor te reizen.



INVESTEER IN LOKALE VERENIGINGEN

Deelnemers beschouwen lokale verenigingen en vrijwilligersorganisaties als een platform voor levendigheid. Het is een plek waar mensen elkaar ontmoeten en van waaruit zij hun energie bundelen om samen activiteiten te ondernemen. Meestal leidt dit ook tot lokale initiatieven die bijdragen aan de levendigheid in de omgeving. Vaak doen zij een beroep op de (lokale) overheid om te faciliteren in basisvoorzieningen.



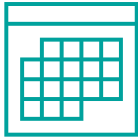
INVESTEER IN DE LEVENDIGHEID VAN STEDEN ÉN DORPEN

Deelnemers zijn bereid om te proeven van de 'levendigheid' elders. Hiervoor uitwijken naar de dichtbij zijnde grotere plaats noemen zij vaak. Levendigheid van de directe leefomgeving is en blijft echter ook een grote wens.



INZICHTEN 5/7

MENSEN | OMGEVING | **ACTIVITEITEN** | (RAND)VOORWAARDEN | OVERHEID



CREËER REURING BUITEN DE FEESTDAGEN

Deelnemers waarderen de levendigheid van evenementen en speciale tijdelijke festiviteiten (zoals een kermis en ijsbaan) tijdens feestdagen en vakanties. Het behoud daarvan staat op hun verlanglijstje. Ze zien echter graag dat hun stad of dorp niet alleen *dán* bruist.



ONDERSTEUN LOKALE ONDERNEMERS & WINKELIERS

Deelnemers zien lokale ondernemers en winkeliers als belangrijk voor behoud en verbetering van de levendigheid. Het gaat hierbij zeker niet alleen om het behoud van winkels. Ook de organisatiekracht voor (lokale) evenementen en festiviteiten noemen zij veelvuldig.



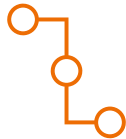
WAARBORG DIVERSITEIT IN HET AANBOD

Deelnemers koppelen levendigheid ook aan diversiteit. Het betreft hier onder andere een diversiteit aan woningen, variatie in winkels en verschillende evenementen. Dit zorgt voor individuele keuzevrijheid, maar ook voor een aantrekkelijk aanbod voor verschillende soorten mensen die samen levendigheid brengen.



INZICHTEN 6/7

MENSEN | OMGEVING | ACTIVITEITEN | (RAND)VOORWAARDEN | OVERHEID



HEB AANDACHT VOOR BEREIKBAARHEID

Deelnemers geven aan dat bereikbaarheid een belangrijke voorwaarde is om levendigheid te ervaren. Dit kan je in verschillende vormen faciliteren, waarbij nabijheid van faciliteiten de voorkeur heeft. Indien dit niet mogelijk is, dan is een goede verbinding openbaar vervoer of parkeergelegenheid een veel genoemde voorwaarde. Tegelijkertijd is er een breed gedeelde wens voor autoluwe centra. Hierbij vraagt men dan weer extra aandacht voor een parkeerdrukke in de omliggende woonwijken.



HEB AANDACHT VOOR BETAALBAARHEID

Deelnemers ervaren groeiende zorgen over de betaalbaarheid in het algemeen. In het geval van 'levendigheid' gaat dit zowel over de betaalbaarheid van activiteiten, als de mogelijkheid om daar aan mee te kunnen doen (vervoer, parkeren, horeca op locatie, et cetera). Er is dan ook een grote roep om gratis aanbod van evenementen en/of betaalbare alternatieven.



BEHOUD DE KLEINSCHALIGHEID

Deelnemers waarderen vaak enorm de lokale kleinschaligheid van activiteiten. Het ons kent ons, voor ons door ons, de tradities, de energie en echt kunnen uitkijken naar een volgende editie dragen bij aan de ervaren levendigheid.



INZICHTEN 7/7

MENSEN | OMGEVING | ACTIVITEITEN | (RAND)VOORWAARDEN | OVERHEID



BEN EEN BENADERBARE OVERHEID

Deelnemers hebben vaak weinig beeld bij 'de overheid' en geven in dat geval ook meestal aan een afstand te ervaren. Een specifieke boodschap of wens adresseren is dan ook niet makkelijk. Enkele boodschappen horen we toch met regelmaat voor gemeenten en provincie: ben aanwezig; ben benaderbaar; betrek de samenleving; werk meer samen; ga zo door!



ZIE, HOOR EN WAARDEER INWONERS

Deelnemers geven aan zich niet gehoord te voelen door 'de overheid', wat hen ervan weerhield een boodschap mee te geven. Enkele argumenten die zij gaven: zij herkennen zich niet in de huidige vertegenwoordiging; het lukt hen niet om in gesprek te komen; zij ervaren geen transparantie. Dit gaat een enkele keer gepaard met een behoefte om het heft in eigen handen te nemen en zelf zorg te dragen voor de lokale levendigheid.



VRAAG & ANTWOORD 1/3

WE SPRAKEN OOK 45 **BEZOEKERS**.
WAT ZIJN DE INZICHTEN VAN DEZE
GESPREKKEN?

De bezoekers spraken allen positief over de levendigheid. Ook op locaties waar bewoners zelf minder enthousiast waren. De bezoekers associëren levendigheid met gezelligheid, gastvrijheid en gemoedelijkheid. De reden om juist hier graag hun vrije tijd te besteden was zeer divers, zoals bezoek aan vrienden en familie, cultuur snuiven (zoals musea), cultureel erfgoed bewonderen (zoals kerken en kloosters) of een dagje lekker shoppen. Sommige bezoekers verblijven langere tijd in Brabant vanwege hun vakantie en anderen bezoeken Brabant (regelmatig) voor korte(re) tijd.

DE PROVINCIE AMBIEERT EEN
LEVENDIG BRABANT VOOR **IEDEREEN**.
WAT ZEGGEN DE DEELNEMERS
HIEROVER?

Deelnemers vinden het belangrijk dat levendigheid 'voor iedereen' is. Zij vragen bijvoorbeeld aandacht voor mensen met een smalle beurs, voor ouderen en/of voor mensen met een beperking die soms (letterlijk) drempels ervaren. Opvallend is de extra aandacht die deelnemers (van alle leeftijdscategorieën) wensen voor kinderen en jongeren, waarbij zij 'de jeugd' tussen zestien en achttien jaar vaak specifiek benoemen.

DE PROVINCIE AMBIEERT EEN
LEVENDIG BRABANT VOOR **IEDEREEN**.
HEBBEN WE 'IEDEREEN' BEREIKT MET
DEZE STRAATGESPREKKEN?

Levendig met een zachte G is een kwalitatief onderzoek, waarbij de onderzoekers met willekeurige deelnemers - zonder voorselectie - straatgesprekken voerden. De deelnemers kozen ons dus uit in plaats van wij hen. De interventie ontwikkelden we zo dat het een breed publiek aanspreekt en mensen geen drempels (zowel fysieke als taal) ervaren om mee te doen. We spraken mensen in het Nederlands en Engels. Daarnaast kozen we voor locaties waarvan we verwachtten een breed gemêleerd publiek te ontmoeten. Op basis van de dagelijkse indrukken van de onderzoekers lijkt dit ook gelukt te zijn. Voorafgaand stelden we onszelf het doel tenminste 500 gesprekken te voeren. Dit doel is ruimschoots behaald met 575 gesprekken met een mooie leeftijdsverspreiding!



VRAAG & ANTWOORD 2/3

WE SPRAKEN MENSEN OP 11 LOCATIES IN BRABANT. BEÏNVLOEDDE DE **PLEK** WAAR WE STONDEN DE ANTWOORDEN?

Jazeker. We stonden voornamelijk in binnensteden, bij markten en winkelcentra, maar bijvoorbeeld ook op andere ontmoetingsplekken zoals het Spoorpark in Tilburg. Deze specifieke plekken dienden als gespreksstarter: 'Wat maakt het hier levendig?'. We verwachtten dat veel deelnemers een eerste link legden met de directe omgeving en dat gebeurde ook. Juist daarom hadden we ook foto's van andere associaties bij levendigheid in de interventie verweven, om het gesprek vervolgens te verbreden. Dit werkte goed!

KUNNEN WE IETS ZEGGEN OVER DE **TEVREDENHEID** VAN BRABANDERS OVER DE LEVENDIGHEID?

We hebben niet direct gevraagd naar de tevredenheid van deelnemers, maar hebben op basis van de gesprekken voor elke locatie wel een impressie gekregen van het algemene gevoel. Deze staat beschreven in de bijlage. Wanneer je deze impressies bij elkaar optelt, is het algehele gevoel positief.

DE PROVINCIE OVERWEEGT VOOR HAAR BELEID VOOR LEVENDIG BRABANT EEN **REGIONALE** AANPAK. WAT GEVEN WE HIERVOOR MEE?

We keken op verschillende manieren naar de data: per gemeente, per regio, per leeftijdscategorie en per gebied. Geen van deze invalshoeken laat duidelijke regionale verschillen zien.



VRAAG & ANTWOORD 3/3

WE SPRAKEN MENSEN OP 11 VERSCHILLENDE LOCATIES. ZIEN WE VERSCHILLEN TUSSEN (GROTE) **STEDEN EN DORPEN?**

Veruit de meeste inzichten die we in dit verslag presenteren gelden voor zowel dorpen als (grote) steden. Toch merkten we enkele duidelijke verschillen tijdens de gesprekken én bij het analyseren van de data.

Over het geheel gezien waarderen deelnemers in dorpen de faciliteiten, lokale evenementen en voornamelijk ook de mensen met wie ze er wonen – de combinatie van deze drie aspecten zorgt, wat hen betreft, voor de levendigheid. Het behouden van deze levendigheid heeft prioriteit. De meest gehoorde wens is dan ook: 'zorg dat de jeugd hier kan en wil blijven'. De onderlinge verbondenheid is groot, wat vaak gepaard gaat met een actief verenigingsleven. Wat opvalt is dat inwoners van dorpen hun verwachtingen omtrent levendigheid ook bijstellen aan

de mogelijkheden die horen bij een dorp. Zo is er geen roep om de organisatie van grote evenementen die bezoekers van buiten trekt, maar vraagt men wél veelvuldig om een goede verbinding met andere dorpen en steden.

Bij steden is de duiding van levendigheid meer op activiteiten en de kwaliteit van de omgeving georiënteerd. Waar levendigheid in dorpen gaat om elkaar kennen, lijkt dit in steden vertaald te zijn naar elkaar groeten. Er heerst een groter gevoel van anonimiteit; tegelijkertijd vraagt men meer aandacht voor het welkom laten voelen van anderen. Hier ligt meer focus op mensen aantrekken, op groeien, ontwikkelen – dat wat er nog beter kan.

LEVENDIG BRABANT STAAT VOOR SPORT, CULTUUR, ERFGOED EN VRIJETIJDSELEID. WAT GEVEN DE DEELNEMERS PER **SECTOR** MEE?

Op straat voerden we open gesprekken met Brabanders om te achterhalen wat zij met levendigheid associëren. Hierin vroegen wij niet specifiek per beleidsdomein naar wensen en verbeteringen. De geluiden die wij ontvingen waren dan ook grotendeels domein overstijgend: in hun verhalen zat vaak een mix van sport, cultuur, vrije tijd, erfgoed (in mindere mate), maar ook beleidsterreinen zoals mobiliteit, leefbaarheid, natuur en wonen.

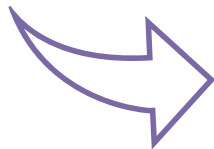


COLOFON

'Levendig met een zachte G' is uitgevoerd door Zet, in samenwerking met studio Sociaal Centraal, Cocosmos en Provincie Noord-Brabant, in opdracht van Provincie Noord-Brabant.

Zet is een onderzoeks- en adviesbureau dat in opdracht van overheden, woningcorporaties en bouwbedrijven werkt aan de transitievraagstukken van deze tijd zoals mobiliteit, energie en gebiedsontwikkeling. We zijn specialist op participatie en richten ons op de sociale kant van deze transitie; wat betekent dit voor het dagelijks leven van mensen? We onderscheiden ons door een experimenterende en lerende aanpak op basis van design thinking.

Betrokken
adviseurs



Suzanne Kemmeren
sociaal strateeg

suzanne.kemmeren@wijzijnzet.nl

Daniëlle Ramp
sociaal ontwerper

danielle.ramp@wijzijnzet.nl



**WIJ
ZIJN
ZET
.NL**

Zet / Statenlaan 4 / Postbus 271 / 5000 AG Tilburg
/ T 013 5441440 / info@wijzijnzet.nl