

Trefmoment voor bewoners

Vrijdag 1 juni 2012
De Kleine Stoorringhe, Rumbeke



ERVARINGEN uitwisselen,
voelen dat je er **NIET ALLEEN** voor staat
en **INSPIRATIE** opdoen !

Dat is de sterkte van een trefmoment voor bewonersgroepen.

Op dit vierde en laatste trefmoment voor bewonersgroepen uit West-Vlaanderen verwelkomden we 40 bewoners, uit 21 bewonersgroepen uit 13 gemeenten.

De bewoners konden aan drie inspiratietafels aanschuiven:

- **Vrijwilligers vinden en motiveren**

Hoe kan je als bewonersgroep nieuwe dynamiek krijgen in je groep? Hoe bewoners blijvend motiveren om deel te nemen? Een boeiend gesprek over hoe je vrijwilligers kan werven en motiveren.

- **Subsidies om je initiatieven te ondersteunen**

Waar vind je interessante projectoproepen? Wat is van belang bij de opmaak van een goed subsidiedossier? Tal van tips om subsidies te vinden en aan te vragen.

- **Lokale verkiezingen 2012**

Op zondag 14 oktober 2012 zijn er opnieuw lokale verkiezingen. Wat kan dit betekenen voor jullie groep? Wat kan je als bewonersgroep ondernemen? Een aantal voorbeelden om rond dit thema te werken.

In wat volgt vinden jullie verslag van deze workshops

Meer info?



Katrien Laga
Opbouwwerker Samenlevingsopbouw West-Vlaanderen
Hoogstraat 98, bus 2, 8800 Rumbeke
051 24 29 28
0477 70 66 20
katrien.laga@samenlevingsopbouw.be

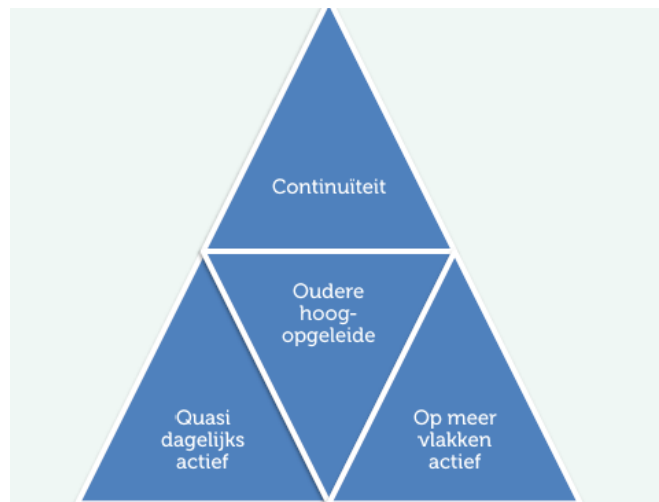
De trefmomenten voor bewoners zijn mede mogelijk door financiële ondersteuning van



Vrijwilligers vinden en motiveren

Soorten vrijwilligers

- **Klassieke vrijwilliger**
 - Iemand die kiest voor 'totaalpakket van vereniging', zet zich jarenlang volledig in voor alle aspecten voor de vereniging.
 - Zijn of haar motivatie wordt vaak gelinkt aan sociale aspecten. De vrijwilliger blijft bij de organisatie omdat de andere vrijwilligers vrienden zijn en omdat hij of zij al jaren hetzelfde doet. Deze vrijwilligers zorgen voor continuïteit van de werking.
 - Het zijn eerder oudere hoogopgeleide mensen (vb gepensioneerde leerkrachten).
 - Elke vereniging is naar deze vrijwilligers op zoek, maar deze vrijwilligers zijn tegenwoordig minder te vinden.



- **Hedendaagse vrijwilliger**
 - De nieuwe vrijwilliger gaat eerder 'shoppen' en neemt een engagement op met een specifiek doel (iets leren, een problematiek oplossen). Het zijn dus gerichte engagementen. Daarom moet je mensen eerder concreet aanspreken voor de taken.
 - Mensen hebben tegenwoordig een behoorlijk druk bestaan, drukke job, druk sociaal leven, ze shoppen dus, hebben verschillende engagementen, maar beperkt engagement. Ze kijken heel sterk naar: wat wil ik eigenlijk zelf? Waarom zou ik het doen? Minder vanuit ideaal 'ik ga de wereld verbeteren', maar 'wat brengt het voor mij op'.



- Kenmerkend voor beide vrijwilligers: engagement en sociaalvoelendheid, willen de buurt en andere mensen beter leren kennen.

Waarom wil iemand vrijwilligerswerk doen?

- **Motivatie = ruilmotief** → Er zijn verschillende redenen.



- **Tip:** Stel jezelf eens de vraag: wat is jouw grootste reden om vrijwilligerswerk te doen?

Stappenplan voor vrijwilligersbeleid: bezint eer je begint...

- **Stap 1: Geef jouw vereniging een gezicht**
 - Wat is jullie imago?
 - Besteden jullie aandacht aan een goed imago?
 - Zijn huidige vrijwilligers een goed uitgangsbord/ambassadeurs voor jouw vereniging?
 - Kunnen zij vertellen waar het over gaat?
 - Zijn wij nog altijd wie wij vroeger waren?

Tips

- Breng de identiteit van je vereniging in kaart
- Breng het imago van je vereniging in kaart
- Breng de sterktes en zwaktes van je vereniging in kaart.

Ervaringen vanuit de groep

- *“Eigenlijk kan je niet goed weten wat je imago is, als je daar niet over kan bevragen.”*
- *“Mensen zeggen niet rap als het positief is. Je moet het altijd onrechtstreeks horen. Mensen gaan nooit boffen. Je hoort enkel iets als je een fout maakt. Bijvoorbeeld een foutje in krantje, dan hebben ze het gezien, maar dan weet je ook dat ze je krantje echt lezen.”*
- *“Soms krijg je wel positieve reacties. Bijvoorbeeld op dag van de burens, 100 op 500 bewoners aanwezig. Dat zijn veel mensen, maar liefst 20%! Ze kregen 2 drankjes gratis, we wilden alles goedkoop, en de mensen waren echt content.”*
- *“Je imago hangt ook af van thematiek waarmee je bezig bent: indien veel bezig met fysieke leefbaarheid, dat is minder zichtbaar en er vooruitgang is soms moeilijker. Bijvoorbeeld opening steenweg in Roeselare, slechts 150 man op 1200 inwoners. En eigenlijk is dat materie die iedereen treft, want het is de ader van de wijk, en toch zo weinig mensen. En in begin was alles gratis, vanaf 19u drank betalend en dan was iedereen weg. Dan doet dan wel een beetje pijn als je daar al zo lang mee bezig bent.”*

- **Stap 2: Waarom heeft je vereniging vrijwilligers nodig?**

- Waarom wil iemand vrijwilliger worden in jouw vereniging?
- Voor elk wat wils: de hedendaagse vrijwilliger zoekt afgebakende, concrete engagementen.
- Welke vrijwilligers heeft jouw vereniging?
- Kunnen ze een bijdrage leveren?

- **Stap 3: Welke vrijwilligers heeft je vereniging nodig?**

- Welke kwaliteiten vraagt onze vereniging?
- Past wat de vereniging wil bij wat de vrijwilliger wilt?
- Vaste vrijwilligers die langdurige inzet leveren (kernvrijwilligers) en ook vrijwilligers die tijdelijke inzet leveren of inzet voor bepaalde taak (randvrijwilligers)?
- Welke vrijwilligers heb je nodig? Mensen met specifieke talenten? Bijvoorbeeld goed kunnen werken op de pc, vertrouwd met werken met gemeentebestuur ...

Ervaringen vanuit de groep

- *“Capaciteiten weet je niet altijd op voorhand, die ontdek je vaak pas later.”*
- *“Het is niet altijd mogelijk om gericht te zoeken, bv. bij klein aantal bewoners of geen middelen om te zoeken.”*
- *“Ik vind dat wie wil meewerken, mag altijd meehelpen. Het is een “en-en-verhaal”. Heb je een specifiek tekort, dan moet je gericht zoeken.”*

- **Stap 4: Hoe formuleer je jouw wervingsboodschap?**

Zowel vorm als inhoud van de boodschap zijn even belangrijk!

- Inhoud: hoofd- van bijzaken onderscheiden, begrijpbaar, zeg kernachtig waar je voor staat...
- Vorm: wat je 'live' kan vertellen, moet je niet in de boodschap proppen. Breng variatie in de technieken.

Ervaringen vanuit de groep

- *“zet niet gewoon één zinnetje in de dorpskrant.”*
- *“Bij ons is de wijkagent hiervoor wel handig, omdat hij veel mensen kent.”*
- *“Je kunt een oproep zetten in infokrantjes of zo.”*

Tips

- Trek de aandacht, kies voor iets wat opvalt.
- Speel je troeven uit en vermeld wat je te bieden hebt aan mogelijke vrijwilligers, wat zij kunnen winnen. Bijvoorbeeld via onze groep kun je mee bouwen aan het dorp en vriendschappen leggen.
- Taalgebruik is heel belangrijk bij het overbrengen van een boodschap. Wees zo concreet mogelijk in je vragen en druk je positief uit. Een taakomschrijving moet de mensen toelaten om na te gaan of die taak in de lijn ligt van hun verwachtingen.

- **Stap 5: Kies een communicatiekanaal**

Welk kanaal je gebruikt, is afhankelijk van verschillende factoren: het doel, de doelgroep, tijd en middelen als ook de kenmerken van het medium zelf.

Tips

- Best meerdere communicatiekanalen tegelijk inzetten.
- Onbekend maakt onbemind. Regelmatig in beeld komen en herhalen van de boodschap is belangrijk. Bijvoorbeeld je resultaten publiceren, vrijwilligers in de schijnwerpers zetten...
- Wissel meer arbeidsintensieve technieken af met eerder eenvoudige technieken.

- Spreek mensen persoonlijk aan. Dit is wel tijdsintensief, maar brengt zeker op om mensen te leren kennen.
- Houd rekening met leeftijdsspecifieke voorkeuren.
- Bak een duidelijk omschreven taak af.
- Herhaal je boodschap.

Ervaringen vanuit de groep

- *“Bijvoorbeeld tijdens koffietafel waren er een paar mensen ziek, gevraagd aan aantal mensen of ze konden inspringen en dan hielpen ze mee met afwas enzo, en dan zijn ze vertrokken.”*
- *“Het hangt ook af van aard van het beestje. Sommige mensen willen direct vrijwilliger zijn, daar moet je het niet eens echt aan vragen.”*
- *“Onderscheid tussen denkers en doeners, mensen die niet regelmatig willen vergaderen, maar als je voor activiteit iemand nodig hebt, om achter de bar te staan, om de afwas te doen, en dan willen we helpen ... dat zijn de talenten en aspecten die je kan gebruiken.”*
- *“Ik ben wel bereid, maar het moet wel gevraagd worden!”*

- **Stap 6: Van ideeën naar acties**

Formuleer:

- Waar en wanneer je wervingsacties wilt ondernemen
- Wie welke taak uitvoert
- Hoeveel het gaat kosten
- Wie het wervingsbudget bepaalt
- Wie de begroting opstelt

→ Zie verder in dit verslag voorbeelden bij ‘Enkele methodieken om vrijwilligers te werven’

- **Stap 7: Maak een draaiboek**

Spreek goed af:

- Wie doet wat?
- Wanneer?
- Welke middelen gebruiken we?
- Hebben we bijkomende middelen nodig?

Werven van vrijwilligers

Tips

- Spreek mensen positief aan!
- Enthousiasme werkt aanstekelijk. Eigen gemotiveerde vrijwilligers zijn de beste ambassadeurs.
- Spreek mensen aan op kennis, ervaring of leerwensen.
- Zeg duidelijk wat de win-win situatie is.
- Neem zelf het initiatief.
- Geef mensen tijd. Denk er eens over, heb je nog wat vragen, kom nog eens langs.
- Zorg voor goede informatie: wat betekent het, waarvoor vragen we je, wat wil je,...
- Indien je een vermoeden hebt dat mensen wel willen meehelpen, maar ze zeggen het niet, spreek de mensen dan persoonlijk aan.
- Zorg voor een duidelijke contactpersoon. Dit is belangrijk in alle communicatie.
- In een groep die nauw samenhangt, is het vaak moeilijk om nieuwe mensen te integreren. Zorg voor een warme welkom en geef goede uitleg: wie zijn we, wat hebben we in het verleden gedaan, wat kunnen jullie betekenen, we zijn daar dankbaar voor ...
- Zorg voor een inwerkperiode voor nieuwkomers.
- Werf divers!

Ervaringen vanuit de groep

- *“Als groep kun je een onthaalmoment voor nieuwe inwoners organiseren. Door alle brieven en enveloppen af te geven aan de gemeente, kunnen zij de uitnodigingen versturen, en zo omzeil je de wet op privacy. Het is ook een idee om tijdens een onthaalmoment voor nieuwe inwoners van de gemeente zelf de vraag te stellen aan de gemeente of je jouw bewonersgroep eens kan voorstellen.”*
- *“Het is goed als mensen weten dat ze verzekerd zijn. Dit is bijvoorbeeld voor zwerfvuilacties heel belangrijk.”*
- *“Gevaar dat je op een activiteit vooral bezig bent met je eigen mensen. Vooral belangrijk om ook nieuwe inwoners/deelnemers aan te spreken. Want vaak komen mensen één keer, maar indien ze niet aangesproken worden, dan komen ze geen tweede keer.”*
- *“De onthaalbrochure geef ik liever persoonlijk af dan via wijkagent. Maar wijkagent kan misschien wel in bezook vragen of wij mogen langskomen.”*

Enkele methodieken om vrijwilligers te werven

- **Klassieke technieken**
 - Folders: Folders aanmaken waarmee je de werking kan voorstellen en waarbij je focust op de vraag naar vrijwilligers.
 - Media-boodschap: De media contacteren om iets over je werking te vertellen, of de pers uitnodigen om verslag te maken van een activiteit.
- **Simpele technieken**
 - Persoonlijke gesprekken: Je kan zowel mensen benaderen die je tegenkomt in je werking of tijdens activiteiten; je kan ook zelf op stap gaan (vb. huisbezoeken)
 - Voorstellingsronde: Een aantal diensten, adviesraden en/of verenigingen bezoeken om de vrijwilligerswerking voor te stellen.
- **Het oog wil ook wat technieken**
 - Video: Audio-visueel materiaal aanmaken waarmee je de diversiteit van het vrijwilligerswerk kan voorstellen.
 - Vrijwilligersmonument: Zet het feit dat er gewerkt wordt met vrijwilligers in de verf. Zo lok je extra belangstelling uit.
- **Piektechnieken**
 - Zoektochten: Een zoekactie, op basis van een formule die het best bij de eigen werking past. Bijvoorbeeld een wandel- of fietszoektocht doorheen je buurt.
- **We trekken er op uit technieken**
 - De marktkramer: Actief naar buiten treden door op een openbare plaats je vrijwilligerswerking voor te stellen, jezelf letterlijk en figuurlijk in de kijker te plaatsen.
- **Projectmatige technieken**
 - Vormingsinitiatieven: Aan de hand van een open aanbod mensen de kans geven om kennis op te doen, iets te leren, een vaardigheid te ontwikkelen, waardoor je een eerste ‘andere’ kennismaking met de vrijwilligerswerking uitlokt.
 - Contacten met scholen: Jongeren laten kennismaken met het aanbod aan vrijwilligerswerk in jouw werking.
 - Uitwerken van een concreet project dat een eigen dynamiek op gang brengt.

- **Koppeltechnieken**
 - (regionale) samenwerkingsverbanden: Een goede relatie met o.m. de plaatselijke overheden maakt de uitbouw van je werking gemakkelijker.
 - Vrijwilligerslink: Vrijwilligers zelf spreken mensen in/uit hun omgeving aan om vrijwilliger te worden.
- **Ludieke technieken**
 - Een zang- of karaokewedstrijd voor vrijwilligers: Enerzijds een ontspannende activiteit voor de vrijwilligers zelf, anderzijds kan je ook de deuren openzetten voor nieuwsgierigen, en dus ook potentiële vrijwilligers.
- **Outing technieken**
 - Outfit voor de vrijwilligers (pet, t-shirt, badge ...): Het vrijwilligerswerk wordt in een logo, symbool of slagzin vertaald en in een grafisch aantrekkelijke look op een kledingstuk gedrukt.
- **Toekomsttechnieken**
 - Virtueel vrijwilligersnetwerk: Kandidaat-vrijwilligers de kans geven om vanuit een 'vanthuisuit' formule hun steentje bij te dragen.

Onthaal van en zorg voor vrijwilligers

- Wie leidt nieuwe mensen op en hoe doe je dat?
- Wat is belangrijk bij de introductie?
- Welke inwerkperiode heeft een vrijwilliger?
- Zijn er aanpassingen/trainingen nodig?
- Bij wie kan de vrijwilliger terecht?
- Wettelijke verplichtingen
- Feedback van de vrijwilligers

Tips

- Geef je vrijwilligers af en toe een complimentjes.
- Maak tijd voor een losse babbel. Maak je vergadering gezellig.
- Doe ook leuke dingen samen met alle vrijwilligers.
- Stuur een kaartje/bloemetje bij speciale gelegenheden en/of ziekte.
"Ik ben onlangs vader geworden. Ik kreeg 50 euro van de groep."
- Kleine attenties zijn belangrijk, bijvoorbeeld met de week van de vrijwilligers kun je gratis kaartjes krijgen bij het Steunpunt Vrijwilligerswerk van de Provincie.
- Ga na of het nodig is om een onkostenvergoeding te voorzien. Indien voor veel materiaal wordt rondgereden, kan daar eens over nagedacht worden.
- Wat doe je om aan je teamspirit te werken?
"Er is een petanqueveld naast het lokaal en soms doen we met vrijwilligers petanque, dan komen er ook altijd nieuwe mensen."

Vrijwilligers behouden

- Zijn het werk en de vereniging nog interessant genoeg voor de vrijwilliger?
- Is de vrijwilliger voldoende betrokken bij de vereniging?
- Past de vereniging zich aan als de omstandigheden van vrijwilligers veranderen?
- Welke vrijwilligerscarrière kan ik bieden?
- Wat mist de vrijwilliger?

Tips

- Schenk vrijwilligers vertrouwen (voorbeeld een sleutel van de zaal mee naar huis).

- Maak de vereniging overzichtelijk.
- Zorg ervoor dat vrijwilligers geïnformeerd zijn.
- Geef vrijwilligers inspraak.
- Soigneur en waardeer jouw vrijwilligers. Een bedankje, een schouderklopje op een onverwachts moment doet echt wonderen.
- Het moet inhoudelijk interessant zijn.
- Er moet een prettige, open sfeer hangen. Vrijwilligerswerkingen kunnen het 'wij-gevoel' stimuleren.
- De vrijwilligers moeten hun taak op een goede manier kunnen uitvoeren.

Beëindigen van vrijwilligerswerk

- **Waarom haken vrijwilligers af?**
 - Ze geraken gefrustreerd omdat er teveel of te weinig te doen is
 - Ze horen er niet bij
 - Er wordt niet naar hen geluisterd
 - Ze hebben het idee dat ze niets bereiken, waardoor de motivatie daalt
 - Ze krijgen geen waardering
 - Geen fijne sfeer / gezelligheid
 - Geen bereidheid tot aanpassing / verandering
 - Niet meer haalbaar omwille van gezondheidsproblemen, verhuis, zorg voor familieleden...
- Als een vrijwilliger aangeeft dat hij wil stoppen, leggen we er ons soms bij neer, maar het is **goed om volgende dingen na te gaan:**
 - Waarom wil/moet de vrijwilliger stoppen? Ga er niet van uit dat mensen automatisch afhaken omwille van een negatieve sfeer, soms zijn andere zaken in het spel. Respecteer deze.
 - Hoe wil de vrijwilliger stoppen?
 - Hoe worden zaken overgedragen?
 - Wat kan de vereniging nog doen voor de vrijwilliger?
 - Hoe kan de vrijwilliger nog terugkomen?

Ervaringen vanuit de groep

- *Als signaal regelmatig terugkomt, dan moet je de eigen werking herbekijken.*
- *Voorbeeld om functie te evalueren: voorzitterschap maar toekennen voor 3 jaar, en dan stoppen of op zijn minst de uitvoering van de functie herbekijken (dit moet je uiteraard wel op voorhand bepalen). "Bij ons was dat zo, dat voorzitter voor 3 jaar was, maar na 3 jaar zeiden ze dat ik mocht blijven en 10 jaar later ben ik dat nog steeds. Maar eigenlijk mag dat veranderen na een tijdje, mag het iemand anders zijn."*
- *"Wij hadden een politiek probleem waardoor we vrijwilligers verloren. Wij zijn neutraal, maar er zitten wel politici in. Dat zijn interessante/handige mensen, maar bespreek dat goed, wees daar open in, want op den duur kun je als bepaald kleur aanzien worden."*
- *"Neutraliteit binnen de groep is belangrijk, dit geeft rust voor je groep, en zo kun je ook meer mensen bereiken. Naar mensen toe moet je jouw politieke overtuiging niet verdedigen, maar je moet uitleggen aan de mensen wat we als bewonersplatform vinden, en andere mensen mogen andere mening vinden."*

Evalueer de vrijwilligerswerking

- **Blik na aantal jaar terug: wat heeft het opgeleverd, hebben we meer vrijwilligers, wat is ons imago ...?**
- **Hoe is het met ons 'imago' gesteld? Komen we voldoende naar buiten?**
- **Zijn onze vrijwilligers ook onze ambassadeurs?**
- **Beleven de vrijwilligers plezier aan hun werk?**
- **Werven we op voldoende gevarieerde wijze?**

Vrijwilligers en verzekering

- Er bestaat een provinciale vrijwilligersverzekering (zie folder in deelnemersmap trefmoment)
 - Je krijgt 100 dagen gratis.
 - Het is heel simpel aan te vragen.
 - Dit is enkel voor de vrijwilligers, niet voor de deelnemers.
 - Je moet wel opletten met mensen die een uitkering krijgen, of met brugpensioen zijn. Dit moet je apart aanvragen.
- ➔ Meer informatie: <http://www.west-vlaanderen.be/kwaliteit/Welzijn/vrijwilligerswerk/provincialevrijwilligersverzekering/Pages/default.aspx>
- Voor sportactiviteit, kun je ook via Bloso heel goedkoop een verzekering krijgen

Verdere inspiratie

- **Het Provinciaal Steunpunt Vrijwilligerswerk**

www.west-vlaanderen.be/vrijwilligerswerk

Koning Leopold III-laan 41
8200 Sint-Andries (Brugge)
T 050 40 34 87
E vrijwilligerswerk@west-vlaanderen.be

O.a. gratis vrijwilligersverzekering, brochures, organiseren regelmatig vorming 'bouwstenen voor vrijwilligers'

- **Interessante brochures van de Provinciale Steunpunten Vrijwilligerswerk**

- Vrijwilligers aantrekken is een kunst. Een praktische handleiding.
<http://www.vrijwilligerswerk.be/node/36>
- Vrijwilligers prikkelen is een kunst
<http://www.vrijwilligerswerk.be/node/39>
- Stappenplan om vrijwilligers te werven
<http://www.vrijwilligerswerk.be/node/9880>

Subsidies om je initiatieven te ondersteunen

In deze workshop stonden we stil bij een aantal tips om subsidies te vinden en aan te vragen.

Schrijven van een projectdossier

Bij wijze van voorbeeld gebruikten we een projectdossier van de Koning Boudewijnstichting, meer specifiek de projectoproep van Fonds Delhaize Group. De verschillende hoofdstukken en vragen uit dit dossier zijn ook geldig voor heel wat andere of gelijkaardige projectoproepen.

Verschillende hoofdstukken uit het subsidiedossier van Fonds Delhaize Group:

(meer info, zie: <http://www.kbs-frb.be/call.aspx?id=226542&LangType=2067>)

- **Informatie over uw organisatie**

- Naam van de organisatie die het project indient
- Verantwoordelijke van de organisatie
- Contactpersoon van de organisatie
- Doel van uw organisatie
- Tot wie richt uw organisatie zich?
- Voornaamste activiteiten van uw organisatie?
- Werkingsgebied

- **Enkele vragen over uw project**

- **Titel en korte beschrijving van uw project**

Deze omschrijving wordt meestal gebruikt bij externe communicatie. Zorg ervoor dat deze omschrijving dus kort en bondig is en duidelijk omschreven.

Voorbeeld

- *“Bewoners organiseren zich als bewonersgroep en ontwikkelen diverse werkmiddelen om bewoners en het dorp samen te brengen.” (Izegem, 2007)*
- *“In Slijpe wil de werkgroep DORP inZICHT starten met een dorpskrant. Er zijn al verschillende gemotiveerde vrijwilligers, maar we willen ook jongeren en ‘verborgen schrijftalenten’ warm maken om mee te doen.” (Slijpe, 2009)*

- **Doelstelling van uw project**

- Heeft het project een duidelijke doelstelling?
- Is het een realistische doelstelling?
- Beantwoordt de doelstelling aan de lokale noden?

Voorbeeld

- *De uitbouw van een bewonersgroep die contactbevorderende initiatieven in de wijk organiseert en de basis kan leggen voor een gedragen buurtwerking in de toekomst.*
- *Een dorpskrant voor Slijpe*
 - *Een krant voor en door het dorp*
 - *Samenwerking met organisaties en verenigingen*
 - *Meer dan een activiteitenblad, ook verhalen van mensen komen aan bod*
- *De wijk beschikt niet over een ontmoetingsruimte waar bewoners elkaar spontaan kunnen treffen of dingen organiseren. Deze nood wordt erkend door het beleid, maar een snelle oplossing is niet in zicht. Er is dus nood aan alternatieve middelen om bewoners met elkaar in contact te brengen.*

- *In het dorp Haringe is er geen school meer en is er nauwelijks nog contact tussen de kinderen. Om dit contact te stimuleren wil de bewonersgroep een speel- en ontmoetingsruimte inrichten in het dorp.*

Tips

- Wees zo concreet mogelijk, niet te langdradig of te algemeen
- Aantonen dat je vertrekt vanuit een lokale nood
- Verwijzen naar draagvlak in het dorp (zoveel als mogelijk bewoners die het idee mee ondersteunen).

• Timing

- o Stappenplan: welke acties plant u om uw project te realiseren?
- o Beschrijf de verschillende fases van de uitwerking of de ontwikkeling van het project.
- o Beschrijf de stand van zaken op dit ogenblik.

Tips

- o Wees realistisch in fasering en timing. Belangrijk om hier goed over na te denken.
- o Schrijf alle fases voldoende gedetailleerd uit.
- o Meestal worden projectsubsidies verbonden aan uitvoering binnen één jaar. Formuleer de diverse fases binnen je project dan ook op jaarbasis.

• Budget

- o Geef gedetailleerd budget voor de realisatie van uw project met voorziene uitgaven en inkomsten. Vb. van inkomsten: subsidies van de gemeente, sponsoring ...
- o Hoeveel steun vraagt u aan?
 - Niet meer vragen dan nodig
 - Niet per se maximum vragen

Tip

Het budget is vaak een drempel voor groepen. Laat je niet afschrikken door bepaalde bedragen maar denk goed na wat je nodig hebt.

• Evalueren en communiceren

- o Beschrijf de concrete en meetbare projectresultaten die u beoogt. Beschrijf hierbij welke acties je plant, zowel naar aantal als naar inhoud.
- o Hoe wilt u uw project evalueren?
Mogelijke methodes: opkomst van bewoners, aantal activiteiten, vragenlijst, groepsgesprek met aantal deelnemers en partners, tevredenheidsmeting ...
- o Hoe wilt u uw project bekend maken bij een breder publiek?
Vb. via aankondiging of artikel in nieuwsbrief, wijkkrant, pers, stadskrant ...

Tips

- o Op het einde van de subsidieperiode wordt vaak een evaluatiedossier opgevraagd. Het is dus goed om al bij aanvang van je project eens na te denken over de manier waarop je zal evalueren.
- o Foto's zijn ook heel nuttig op erbij te voegen.

• Partnerschap tussen verschillende partijen

- o Beschrijf het aantal partners en de rol van elke partner
- o Beschrijf de stand van zaken van de onderhandelingen
- o Beschrijf eventueel de eerdere samenwerking met dezelfde partner(s)

Tips

- Partnerschap = samen project uitvoeren
 - Partnerschap ≠ iedereen die achter het project staat
 - Elke partner apart omschrijven met de eigen specifieke rol in het projectidee
 - Voorbeeld van partners: gemeente, verenigingen, school, kinderopvang ...
 - Hoe meer zielen, hoe meer daadkracht.
- **Specifieke vragen in deze projectoproep van Fonds Delhaize Group**
 - **Welke doelgroep(en) wil u bereiken?**
 - Kwantitatief: duiden met cijfers: aantal inwoners, aantal ouderen/jongeren, actieve bewoners en gepensioneerden, mannen en vrouwen ...
 - Kwalitatief: wie wil je precies bereiken en waarom eventueel net die bepaalde groep?
 - Speel in op de gevraagde doelgroep (ouderen, jongeren, mix van bewoners ...)
 - Doelgroep koppelen aan de samenstelling van buurt, probeer zoveel als mogelijke verschillende bewoners te bereiken.
 - Verscheidenheid binnen de doelgroep: denkers en doeners, actief en passief ...
 - Werkt u al met de doelgroep samen?
 - Speel in je omschrijving zoveel als mogelijk in op de doelgroep waarnaar je je richt (vb. project voor kinderen en jongeren: organiseer dan geen avondvergaderingen).
 - **Deelname van nieuwe inwoners**
 - Zoek naar originele manier om nieuwe mensen te werven en nieuwe mensen te betrekken bij jouw project.
 - **Meerwaarde voor de buurt**
 - Wijkgevoel groeit, betrokkenheid bij het dorp. Het gaat niet om lukraak 10 mensen die een leuke avond willen beleven.
 - Ondersteuning vanuit het stadsbestuur
 - **Voorstelling van uw lokale gemeenschap**
 - Zowel positieve als negatieve aspecten benoemen.
 - Hoeveel inwoners?
 - Is er een sociaal netwerk? Is er contact tussen de inwoners?
 - Diensten en organisaties in de wijk
 - Heeft uw groep al initiatieven genomen in het verleden?
 - Niet alleen cijfers en objectieve gegevens, maar ook sfeer omschrijven
 - Foto toevoegen of plannetje van dorp
 - **Evaluatie van communicatie projectoproep**
 - Hoe kwam u te weten dat deze projectoproep werd gelanceerd?
 - Hoe kreeg u dit kandidaatsdossier?
 - Volstaat de verstrekte informatie of heeft u bijkomende vragen na het lezen van het kandidaatsdossier?

Algemene tips bij het schrijven van een projectdossier

- Belangrijk om een draagvlak uit te bouwen voor je project. Zorg dat aantal bewoners en/of partners het project mee ondersteunen.
- Onderschat de tijd niet die je nodig hebt voor het uitschrijven.
- Overweeg of het belangrijk/nodig is om het stadsbestuur op de hoogte te brengen van de subsidieaanvraag.
- Pols ook naar mogelijke inbreng van het stadsbestuur.
- Zoek naar een fonds dat aansluit bij je onderwerp. Forceer niet om jouw idee erin te passen. Duid bij het begin van de projectaanvraag aan waarom je net bij dit fonds aanklopt.
- Schrijf gericht naar projectoproep: bekijk wat men belangrijk vindt en leg daar de klemtoon op.

- Wees origineel; knip- en plakwerk maakt geen goed dossier.
- Alle gegevens moeten kloppen.
- Vermijd clichés en algemene beschrijvingen.
- Schrijf actieve zinnen, kort en krachtig. Juryleden houden niet van overbodige tekst.
- Houd je aan de bestaande structuur van het aanvraagdossier.
- Het is zeker de moeite waard om een dossier in te dienen!
- Indien het de eerste keer niet lukt, probeer dan zeker opnieuw!

“Feit of je project al dan niet wordt goedgekeurd is geen lottospel! Als je je er pakweg 2 namiddagen mee bezig houdt, loont het vaak de moeite. Wel belangrijk dat je het stramien van het aanvraagdossier goed volgt.”

Enkele voorbeelden van projectideeën door bewonersgroepen ingediend bij de Koning Boudewijnstichting

- Organiseren van activiteiten om de bewoners aan te moedigen om deel te nemen aan het buurtleven
- Aanleg van een speelterrein, buurttuin, ontmoetingsruimte ...
- Opzetten van een hobbyclub voor kinderen
- Bewonersverhalen verzamelen om burens aan te zetten tot gesprek
- Heraanleg van een wandelpad
- Oprichting van een buurtcomité (ook de opstart van een nieuw buurtcomité kan dus in aanmerking komen voor projectsubsidies).
- Smoelenboek: bundeling met foto en korte voorstelling van alle gezinnen van de wijk.

Tips

- Via www.kbs-frb.be vind je bij het luik ‘zoekt u steun’ een overzicht van alle projectoproepen met ook overzicht van goedgekeurde projecten. Kijk zeker eens naar voorbeelden van projectoproepen die in het verleden werden goedgekeurd. Het kan ook nuttig zijn om eens ten rade te gaan bij andere groepen die in het verleden een project hebben ingediend.

“Soms hebben groepen schrik om een dossier in te dienen, maar als je eens nagaat welke dossiers goedgekeurd zijn heb je vaak meer moed om in te dienen, jouw project of idee is vaak even goed!”

Groepsbespreking

- **Bij welke organisaties kunnen we een subsidiedossier indienen?**
 - Op onze nieuwe website www.participatiewordtgesmaakt.be hebben we bij het luik subsidies een aantal interessante subsidiekanalen opgelijst
Link: <http://www.participatiewordtgesmaakt.be/nl/je-bent-bewoner/subsidies>
 - De Koning Boudewijnstichting (KBS) is een belangrijke organisatie voor projectsubsidies. Heel interessant om eens een kijkje te nemen op hun website www.kbs-frb.be. Bij het luik ‘zoekt u steun’ vindt u een overzicht van alle projectoproepen.
 - **Tip**
Je kan je via de website van KBS ook inschrijven op een elektronische nieuwsbrief. Op die manier krijg je regelmatig informatie over nieuwe projectoproepen.
 - **Group Delhaize Fonds** is een projectoproep die jaarlijks door de Koning Boudewijnstichting gelanceerd wordt in de periode maart. Deze projectoproep is een dankbare projectoproep voor bewonersgroepen. In het verleden zijn al heel wat projecten van wijkcomités, buurtwerkingen, bewonersplatforms ... goedgekeurd. Op de website van de Koning Boudewijnstichting vind je meer informatie terug over deze projectoproep met per jaartal een overzicht van goedgekeurde projecten.
Link: <http://www.kbs-frb.be/call.aspx?id=226542&LangType=2067>

- **Buitengewone Buurt** is eveneens een gekende projectoproep

Deze projectoproep bestaat dit jaar 15 jaar en men organiseert een speciale actie: Wie ooit een projectaanvraag ingediend heeft, kan opnieuw een project indienen en maakt zo kans op een extra subsidie.

Na deze 15 jaar ervaring heeft men bij de Koning Boudewijnstichting beslist om in de toekomst de projectoproep van 'Buitengewone Buurt' wat aan te passen.

- Nieuwe formule: speciale aandacht voor groepen die in kleinere gemeentes actief zijn. Centrumsteden zullen er nu even tussenuit vallen.
- Vernieuwend: gemeente zal er ook kunnen op intekenen (kan handig zijn om dossiers te helpen schrijven).

De nieuwe projectoproep van Buitengewone Buurt zal eind juni 2012 gelanceerd worden. Deadline om dossier in te dienen wordt 15 oktober 2012. Oproep zeker de moeite om op te volgen.

- De Koning Boudewijnstichting heeft heel wat verschillende **projectoproepen** omtrent **diverse thema's, diverse doelgroepen** ... Zo zijn er bijvoorbeeld ook projectoproepen enkel gericht naar activiteiten voor kinderen, projectoproepen voor scholen, oproepen omtrent samenwerking tussen jong en oud ... Als bewonersgroep is het dus in deze gevallen belangrijk om op zoek te gaan naar mogelijke partners, vb. samen een project indienen met een jeugdvereniging, ene school ...

- **Jargon**

Sommige begrippen in projectoproepen of subsidiedossiers klinken soms ingewikkeld vb. Raad van Bestuur, hefboom, draagvlak, kwantitatieve en kwalitatieve resultaten ... Groepen zeggen daarom vaak snel "dit is niets voor ons".

Misschien zou het wel goed zijn om een soort van woordenlijst te maken waar moeilijke begrippen (jargon) eenvoudig en begrijpbaar uitgelegd worden. → Samenlevingsopbouw neemt deze tip zeker mee als inhoud voor de website.

- **Overige projectoproepen**

Bij de Koning Boudewijnstichting zal je geen subsidies krijgen voor een BBQ, er moet ergens toch wel een maatschappelijke relevantie zijn bij je project.

Subsidies voor een barbecue of een straatfeest kan je bijvoorbeeld wel verkrijgen via Vlaanderen Feest. Meer info vind je op www.vlaanderenfeest.eu.

Daarnaast heb je ook nog ondersteuning bij oproepen van organisaties zoals CERA, Dag van de Buren, Dorp op stap...

Geregeld duiken er ook regionale of zelfs lokale projectoproepen op die interessant kunnen zijn voor jouw bewonersgroep, zoals bijvoorbeeld oproepen van Roularta, Eandis, regionale televisie ...

- **Voor- en nadelen van het werken met projectsubsidies**

- Enkele voordelen die door de bewoners werden benoemd
 - Prefinanciering. Op die manier hoef je als bewoners geen eigen geld te investeren.
 - Door een dossier in te dienen bij een van de vele projectoproepen treedt je eens buiten het gewone van je werking. Dat zorgt vaak voor meer dynamiek in je groep, voor nieuwe ideeën, voor nieuwe mensen.

- Enkele nadelen die door de bewoners werden benoemd
 - Je moet meestal een half jaar of zelfs een jaar op voorhand projectoproep indienen. Dit vraagt dus wel een tijdige voorbereiding van je projectidee.
 - Als je bij alle potjes probeert, zal je wel ergens geld binnenkrijgen, maar hoeft dat altijd? Ga je dan niet je doelstelling van je groep te buiten? Namelijk: ontmoeting, oog hebben voor elkaar ... door constant op zoek te gaan naar mogelijke subsidies ga je eerder wat aan sociaal werk gaan doen?

Tip die we hierbij willen meegeven: Uiteraard moet je met je groep telkens opnieuw bekijken wat wenselijk is, wat haalbaar is en moet je zoeken naar een projectoproep die past bij jouw eigen werking.

Lokale verkiezingen 2012

Opmerking: deze workshop is niet doorgedaan omwille van te weinig inschrijvingen. In wat volgt bezorgen we jullie de items die in de voorbereiding waren opgenomen om met de groep verder op door te praten. Voorbeelden of ervaringen van de bewoners zelf zijn hier dus wel niet aan toegevoegd.

Op zondag 14 oktober 2012 zijn er opnieuw lokale verkiezingen. Deze workshop zoomt in op een aantal voorbeelden om met jouw bewonersgroep rond dit thema te werken.

Verzamel de mening van de inwoners over de toekomst van jouw wijk, buurt of dorp

Om te komen tot een toekomstplan voor je buurt, wijk of dorp is het belangrijk om de **mening van zoveel als mogelijk inwoners** te verzamelen. Dit kan je doen aan de hand van diverse kleinschalige initiatieven.

Enkele voorbeelden:

- **Dialogowandeling**

- Tijdens een gezamenlijke wandeling brengen de bewoners bij belangrijke haltes hun grieven, bekommernissen en wensen onder de aandacht van het lokale bestuur.
- Bewoners komen op die manier dus direct in contact met vertegenwoordigers van het lokale bestuur en de diensten om te praten over hun onmiddellijke woon- en leefomgeving.
- Na afloop van de wandeling kan je dan eventueel in een nabespreking met bewoners en bestuur dieper ingaan op datgene wat tijdens de wandeling naar boven is gekomen.

- **Straat- en pleinpanel**

- Bij een straat- en pleinpanel geven mensen uit een buurt of wijk op een informele manier hun mening en ideeën over de buurt.
- Buurtbewoners kunnen knelpunten signaleren, oplossingen voorstellen, nieuwe ideeën voor de wijk aanbrengen en/of zichzelf opgeven om mee te werken aan een nieuw initiatief in de wijk.
- Zowel ruimtelijke, infrastructurele als sociale aspecten kunnen aan bod komen.

Tips:

- Maak je initiatief op voorhand voldoende bekend in de wijk.
- Probeer zoveel mogelijk mensen persoonlijk aan te spreken.
- Voorzie toegankelijke folders, affiches, radiospots en ander prikkelend materiaal.

Enkele voorbeelden:

- Zomers wijkbarbecue combineren met bevraging via foto's
- Aan de hand van stellingen een aantal reacties uitlokken aan de schoolpoort of op de wekelijkse markt, aan de bibliotheek ...

- **Café dialoog**

- Café Dialoog vertrekt vanuit het gegeven dat mensen in een informele setting gemakkelijker hun mening durven te geven.
- Café Dialoog komt daaraan tegemoet door de sfeer van een heus café na te bootsen.
- De deelnemers schuiven in verschillende rondes aan bij een aantal gesprekstafels.
- Door de wisselende samenstelling van de gesprekstafels creëert deze techniek een snelle informatie- en ervaringsuitwisseling tussen de deelnemers.
- Het resultaat van een geslaagd Café Dialoog is dat er over het onderwerp in kwestie gedeelde kennis ontstaat bij de deelnemers.

Voor meer informatie over deze methodieken – ga naar:

<http://www.samenlevingsopbouw.be/site/images/PDF/participatiekoffer/handvatten.pdf>

Opmaak van een 'memorandum' met kansen en uitdagingen voor de toekomstige legislatuur.

Door de opmaak van een 'memorandum over de toekomst van jouw buurt, wijk of dorp' zorg je vanuit je bewonersgroep voor beïnvloeding van lokale partijen en hun programma's.

Overhandig dit 'memorandum' of 'toekomstplan voor je buurt, wijk of dorp' aan de huidige bestuursploeg van jouw gemeente en de politieke partijen die opkomen bij de komende verkiezingen.

- **Inhoud van je toekomstplan of memorandum**

- **Evalueer de afgelopen gemeentelijke legislatuur 2007-2012**

Doorheen de werking van jullie bewonersgroep hadden jullie misschien ideeën of vragen die op dat moment niet gerealiseerd konden worden omdat er geen geld op de begroting voorzien was of omdat het eenvoudigweg niet in de lopende beleidsplanning opgenomen werd.

Lijst deze punten op en ga na of deze punten nog steeds van belang zijn om mee te nemen.

- **Werk prioriteiten uit voor de komende legislatuur 2013-2018**

Dit moment van de verkiezingen is eens de ideale gelegenheid om te dromen over thema's die nog niet eerder aan bod kwamen (woonomgeving, infrastructuur, vrije tijd, samenleven, cultuur ...).

Droom over hoe jullie wijk, buurt of dorp er ideaal zou uitzien en noteer ideeën, dromen, verwachtingen ... Daarna kan je met de bewoners nagaan wat hieruit belangrijk is voor het dorp, hoe dit concreet kan gerealiseerd worden ...

- **Enkele tips bij de opmaak van je toekomstplan of memorandum**

- Kaart realistische en haalbare zaken aan. Denk zelf ook al eens aan de betaalbaarheid, de juiste bevoegdheid (gemeente, Vlaamse overheid ...)
- Motiveer waarom de geformuleerde voorstellen zo belangrijk zijn voor jullie buurt, wijk of dorp
- Verrijk met plannetjes en foto's
- Benoem de voordelen
- Toon de lokale nood aan, toon aan waarop jullie zich baseren
- Hoe werden bewoners betrokken in de opmaak van dit memorandum?

Na de verkiezingen is het belangrijk om de nieuwe bestuursploeg te leren kennen.

Volgende vragen kunnen je op weg helpen om het bestuur beter te leren kennen

- **Het bestuur**

- Wie zit er in het schepencollege, de gemeenteraad, de OCMW-raad ...?
- Ken je de schepenen en hun bevoegdheden?
- Hoe staan de verschillende schepenen tegenover jullie voorstellen?

- **Ambtenaren**

- Ken je de ambtenaren die actief zijn op vlak van jullie thema's?
- Welke ambtenaren zijn interessant om mee samen te werken?
- Weet je hoe hun relatie is met de schepenen?
- Hoe kijken de ambtenaren naar jullie voorstellen?

- **Partners**

- Wie zijn interessante partners voor de uitwerking van jullie voorstellen?
- Hoe kijken zij naar jullie voorstellen?