de VONK van NEDERLAND



DAAG UW BEWONERS UIT ZICH IN TE ZETTEN VOOR DE GEMEENSCHAP!

www.devonkvannederland.nl

DE VONK VAN NEDERLAND

Gemeenten zijn op zoek naar manieren om ideeën en denkkracht van inwoners beter te benutten. Hoe kun je bewoners uitdagen om zich voor de gemeenschap in de buurt of wijk in te zetten? Hoe kan je informele sociale verbanden laten opbloeien, die zich duurzaam inzetten voor een goed opvoedingsklimaat?

Dat vraagt om een creatieve, laagdrempelige aanpak die veel mensen bereikt en aanspreekt, een aanpak waarin initiatieven hun weg vinden in de lokale infrastructuur zonder hun eigenheid te verliezen. Bijvoorbeeld een methodiek in de vorm van een wedstrijd, waarbij vooral burgers maar ook het lokaal vrijwilligers- en welzijnswerk worden geprikkeld hun eigen kracht te gebruiken en zich blijvend voor de pedagogische civil society in te zetten.

LAAGDREMPELIGE WEDSTRIJD

Spectrum CMO Gelderland en CMO Groningen ontwikkelden in 2011 in opdracht van ZonMw samen met vier gemeenten de wedstrijdmethodiek De Vonk van Nederland. Het is gebaseerd op de *'Make it your Own Award'*. Deze formule van de Amerikaanse Case Foundation gaat er vanuit dat burgers zelf hun ideeën ontwikkelen en indienen en vervolgens zelf de beste ideeën tot winnaar kiezen. Iedereen kan meedoen en iedereen kan mee bepalen wie er uiteindelijk wint.

OOK ZIN OM TE VONKEN?

De Vonk van Nederland gelooft in de eigen kracht van mensen, dat mensen ideeën hebben die opgroeien veel leuker kunnen maken. Er is een prikkel nodig om die ideeën te verwezenlijken. Het onvervuld potentieel van ideeën is te activeren door een positieve verbindende wedstrijd op te zetten. De Vonk van Nederland is deze wedstrijd.



VIER UITGANGSPUNTEN

Positief

We gaan uit van een positief wereldbeeld waarin mensen zelf het potentieel hebben om actie te ondernemen en een positiever opgroei- en opvoedklimaat te creëren.

Open en Vrij

Uitgangspunt is vertrouwen in de mensen waarmee wordt samengewerkt, openheid en transparantie.

Verbindend

De Vonk van Nederland zoekt altijd naar verbindende elementen. In verbinding van mensen, organisaties en ideeën zit de sleutel tot succes.

Origineel

De Vonk van Nederland houdt van nieuwe ideeën, nog niet bewandelde paden. Daar waar mensen nieuwe dingen gaan uitproberen zit passie.

WAT KUN JE MET DE VONK VAN NEDERLAND?

Met de laagdrempelige wedstrijdmethodiek willen we stimuleren dat burgers met ideeën komen voor verbetering van het pedagogisch klimaat in hun buurt en dat burgers deze ideeën vervolgens zelf succesvol kunnen uitvoeren.

Daarnaast wil De Vonk van Nederland bereiken:

- dat lokale initiatieven van wijkbewoners gericht op kinderen en gezinnen worden benut en versterkt, in het bijzonder initiatieven van kleine (vrijwilligers)organisaties en burgers die niet verbonden zijn aan een organisatie. Het gaat om initiatieven die in gezamenlijkheid met anderen kunnen worden uitgevoerd en niet een actie van een eenling zijn;

- dat een brug wordt geslagen tussen informele netwerken en professionele ondersteuners (zoals CJG, welzijnswerk, vrijwilligerswerk, zelforganisaties).

EN DE WINNAAR IS?

De ontwikkelde pilot De Vonk van Nederland is in vier Nederlandse gemeenten uitgevoerd. Dit zijn in Gelderland de gemeenten Wageningen en Ubbergen. En in Groningen de gemeenten Haren en Ten Boer. In onderstaand kader zijn de vier winnende ideeën kort omschreven.

GRONINGEN

Haren (www.devonkvanharen.nl)

In Haren (circa 18.500 inwoners) werden 20 ideeën ingediend. Op de tien genomineerde ideeën werd door 949 mensen gestemd. De *'Buurtbox'* sleepte de hoofdprijs in de wacht. De Buurtbox is een digitale sociale marktplaats met aanbiedingen en vragen van mensen uit de buurt. Het gaat om kleine sociale diensten met gesloten portemonnee. De Buurtbox stimuleert sociale betrokkenheid tussen jong en oud.

Ten Boer (www.devonkvantenboer.nl)

De gemeente Ten Boer (circa 7.500 inwoners) ontving 32 ideeën. Er werd 923 keer gestemd. *'Woltersumwilwel'* won de hoofdprijs. De actiegroep *'Woltersum wil wel'* wil met een groot feest in en om het dorpshuis laten zien dat Woltersum veel meer is dan een dorpje aan het Eemskanaal. De gedachte achter het feest is dat alle Woltersumers de gelegenheid krijgen samen te komen en kennis te maken met alles wat er in het dorp leeftij, beweegt en onderneemt. Woltersummers zijn opgeroepen met ludieke acties te komen. De opbrengst van de activiteiten gaat naar het dorpshuis.

GELDERLAND

Ubbergen (www.devonkvanubbergen.nl)

In Ubbergen (ruim 9.000 inwoners) zijn 29 ideeën in gediend en werd door 950 mensen gestemd. De hoofdprijs werd gewonnen door *'ontmoeting Erlecom'*. Ontmoeting Erlecom is een plan om een speelplek aan te leggen voor kinderen, waarbij tegelijk iets verteld wordt over de geschiedenis van het dorp.

Wageningen (www.devonkvanwageningen.nl)

In Wageningen (circa 37.000 inwoners) stemden ruim 700 inwoners. Er werden 16 ideeën ingediend. *'Zomerdagen'* kreeg de meeste stemmen. Het gaat om vier spetterende zomerdagen waarin allerlei activiteiten worden georganiseerd in Wijk Oost voor jong en oud, zoals een moederverwenmiddag, gezamenlijke maaltijden en een nachtspel voor tieners.

WAT MAAKT MENSEN ENTHOUSIAST?

Uit het evaluatieonderzoek blijkt dat deelnemers meedoen aan de wedstrijd om vier redenen: uit maatschappelijke betrokkenheid, om iets voor de eigen buurt te kunnen doen, om de eigen talenten te kunnen inzetten voor anderen en voor de geldprijs.

De Vonk van Nederland komt daarmee in de eerste plaats tegemoet aan de behoeften van jongeren en ouders. Jongeren willen graag -naast hun ouders en familie- volwassenen in hun omgeving die zich op een positieve manier om hen bekommeren. Ouders geven aan meer behoefte te hebben aan informele steun bij de opvoeding. De methodiek biedt kansen om in de buurt (netwerken van) informele steun te versterken en samen met ouders en buurtgenoten een positieve impuls te geven aan de pedagogische civil society.

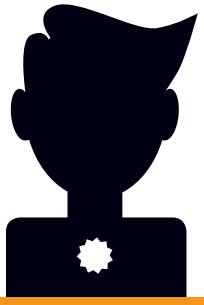
WMO EN WELZIJN NIEUWE STIJL

De Vonk van Nederland biedt gemeenten de mogelijkheid om op een concrete en laagdrempelige manier invulling te geven aan de regisserende en verbindende rol, die zij als lokale overheid hebben op de prestatievelden 1, 2 en 4 van de Wmo en de verantwoordelijkheden die zij krijgen op het terrein van jeugdzorg.

Het lokale vrijwilligers- en welzijnswerk wordt door middel van deze methodiek gestimuleerd om (nog) meer samen te werken met burgers en burgernetwerken, zoals bedoeld wordt met Welzijn Nieuwe Stijl. De professionaliteit wordt daarbij op een nieuwe manier ingezet. Zij krijgen een expliciete rol in de ondersteuning van burgerinitiatieven, waarbij de regie bij de burger blijft. De methodiek geeft daarmee handen en voeten aan de verandering van verzorgingsstaat naar de eigen kracht van de civil society.

Het beroep dat de wedstrijd doet op burgers om zelf met ideeën te komen naast de inzet van ondersteuning zal leiden tot projecten die haalbaar zijn. Daarbij kunnen burgers zelf hun tijd indelen en kiezen hoeveel inzet ze voor de maatschappij doen. Dit past bij de veranderende behoefte van potentiële vrijwilligers. De nieuwe vrijwilliger is met name geïnteresseerd in kortere klussen met een duidelijke kop en staart.

AAN DE SLAG



FASERING /MAAND	Voorbereiding 1	Wedstrijd 2	3	4	5	6	7	Nazorg 8
Vliegende start	●							
Uitrol communicatiemix	●	●	●	●	●	●	●	●
Inschrijving en eerste selectie door de jury		●	●	●				
Doorontwikkeling tien ideeën				●	●	●	●	●
Stemming						●		
Uitreiking prijzen							●	

1. VLIEGENDE START

Samenstellen projectgroep, opstellen projectplan.

De insteek is de Vonk in korte tijd uit te voeren. Beginnende met een vliegende start, het samenstellen van een projectgroep en het opstellen van een projectplan. Reken niet meer dan zes maanden voor de daadwerkelijke wedstrijd. Een goede voorbereiding is noodzakelijk, vooraf moet duidelijk zijn welke acties op welk moment ingezet moeten worden.

De projectgroep bestaat uit een vertegenwoordiger van de gemeente, bijvoorbeeld de beleidsmedewerker jeugd, coördinator van het Centrum voor Jeugd en Gezin (CJG), projectleider Wmo of een communicatieadviseur. De vertegenwoordiger van de gemeente is tegelijkertijd ook de ambassadeur van De Vonk. Andere projectgroepleden kunnen komen uit de welzijnsinstelling, vrijwilligerscentrale, een maatschappelijk stagemakelaar, CJG, jongerenwerk, et cetera.

Tijdens de eerste bijeenkomst van de projectgroep:

- Maak je samen een stappenplan: wie doet wat wanneer en met welk resultaat. Maak ook afspraken over de communicatielijnen.

- Ga je samen op zoek naar de partijen die de lokale ondersteuningsinfrastructuur vormen. Zoals: welzijn, jongerenwerk, CJG en vrijwilligerscentrale, maar wellicht ook andere partijen. Bijvoorbeeld: ondernemersverenigingen, culturele instellingen, scholen, lokale Wmo-raden. Denk ook aan partners uit de creatieve sector die een projectidee meer elan kunnen geven.

- Stel je een beoordelingsgroep of jury samen, die later in het proces de eerste selectie van de ideeën gaat maken. Hierin zouden gemeente, instellingen en burgers zelf vertegenwoordigd moeten zijn. De burgemeester of wethouder Wmo is voorzitter.

- Plan je een tweede bijeenkomst van de projectgroep vlak voor de start van het project, een derde bijeenkomst om de doorontwikkelingsfase voor te bereiden en een vierde bijeenkomst om de prijsuitreiking voor te bereiden.

"Door de korte doorlooptijd van de zes stappen blijven burgers en vrijwilligersorganisaties enthousiast"

2. ZICHTBARE START VAN DE VONK

Burgers informeren en enthousiasmeren deel te nemen.

Om aandacht te krijgen voor de wedstrijd maak je gebruik van een breed samengestelde communicatiemix. Denk hierbij aan een eigen website/digitaal platform (www.devonkvanjouwgemeente.nl) waarop alle informatie te vinden is en projecten digitaal kunnen worden aangemeld. Daarnaast kun je denken aan sociale media, ambassadeurs, posters en flyers.

Ook kun je gebruik maken van de communicatiekanalen die in de gemeente voorhanden zijn zoals de website van het CJG

(zowel voor ouders als voor jongeren), de website van de gemeente, het jongerenwerk, lokale kranten, radio en televisie. Een Vonk-campagne begint altijd met een spraakmakende actie. Bijvoorbeeld een kampvuur op het marktplein, of een huiskamer in de openlucht. Voor de uitrol van de communicatiemix kun je gebruik maken van de materialen die in de pilots ontwikkeld zijn, uiteraard in nauw overleg met de communicatieadviseur van de gemeente. Tijdens het hele project zoek je steeds naar logische momenten waar je de PR-acties aan op kan hangen, bijvoorbeeld een CJG activiteit.

3. OPENEN INSCHRIJVING EN EERSTE SELECTIE

Verzamelen projecten en eerste selectie

De projecten kunnen digitaal worden aangemeld op het digitale platform via een aanmeldingsformulier. In dit formulier



kan kort worden aangegeven wat het doel van het idee is, voor wie het is en hoe de initiatiefnemer dat wil bereiken. Op het digitale platform vind je ook het wedstrijdreglement. Tijdens de looptijd van de inschrijvingen zorg je voor een stroom aan publiciteit, geef je voorbeelden van wat een goed idee zou kunnen zijn (via het digitale platform) en zoek je (digitaal) discussie met (potentiële) indieners. De projectgroep kan ook incomplete ideeën ondersteunen en compleet maken. Het voordeel van het direct online komen van de projectideeën is dat er direct door iedereen gereageerd kan worden. Mensen kunnen elkaar tips geven, of zelfs hun hulp aanbieden.

Zodra de inschrijving gesloten is, kiest de beoordelingscommissie de tien beste ideeën aan de hand van vooraf gestelde criteria, eventueel lokaal verder aangevuld. Denk bij het opstellen van criteria na of er ook initiatieven mogen worden ingediend die leiden tot een verplichting van de gemeente tot duurzaam onderhoud, bijvoorbeeld het onderhoud van een ontmoetingsplek.

De tien genomineerde ideeën ontvangen allemaal een prijs. Deze prijs wordt gedeeltelijk uitgekeerd in vouchers die deelnemers kunnen gebruiken om ondersteuning in te kopen.

4. AAN DE SLAG MET DE TIEN BESTE INITIATIEVEN

Verbeteren initiatieven en een wervende presentatie.

De tien beste ideeën (genomineerden) worden uitgenodigd voor een bijeenkomst. Hier presenteren zij zich en kan de lokale pers vragen stellen . Ook horen ze hoe de wedstrijd verder gaat en wat er van hen verwacht wordt. In deze fase van de wedstrijd ligt het accent vooral op de doorontwikkeling van de initiatieven. Het uitreiken van de vouchers wordt gecombineerd met een speeddate of markt. De lokale ondersteuningsinfrastructuur stelt zich voor en de tien winnaars mogen gaan shoppen bij dit aanbod. Natuurlijk kunnen de initiatiefnemers de vouchers ook besteden bij anderen.

Idee voor presentatie: nodig de initiatiefnemers uit een filmpje te maken (maximaal twee minuten) waarin ze het idee op de site laten zien. Dit kunnen ze zelf doen maken, maar ze kunnen hiervoor ook ondersteuning inkopen, bij bijvoorbeeld een lokale omroep. Binnen twee weken moeten de filmpjes op het digitale platform staan. Een prima manier om extra publiciteit te verwerven.

5. STEMMING

Uiteindelijke keuze voor drie prijswinnaars.

Voor het genereren van aandacht rondom de verkiezingen rol je een publiciteitscampagne uit. De stemming verloopt via het digitale platform en het ligt voor de hand dat een flink deel van de publiciteit ook via digitale systemen en social media lopen. De tien kanshebbers zijn natuurlijk stevige ambassadeurs voor hun eigen project, daarnaast kunnen promotiekaarten gedrukt en wijd verspreid worden. Het stembureau op het digitale platform is twee tot drie weken open. Alle burgers kunnen hier op het initiatief stemmen dat ze het beste vinden.

6. UITREIKING PRIJZEN

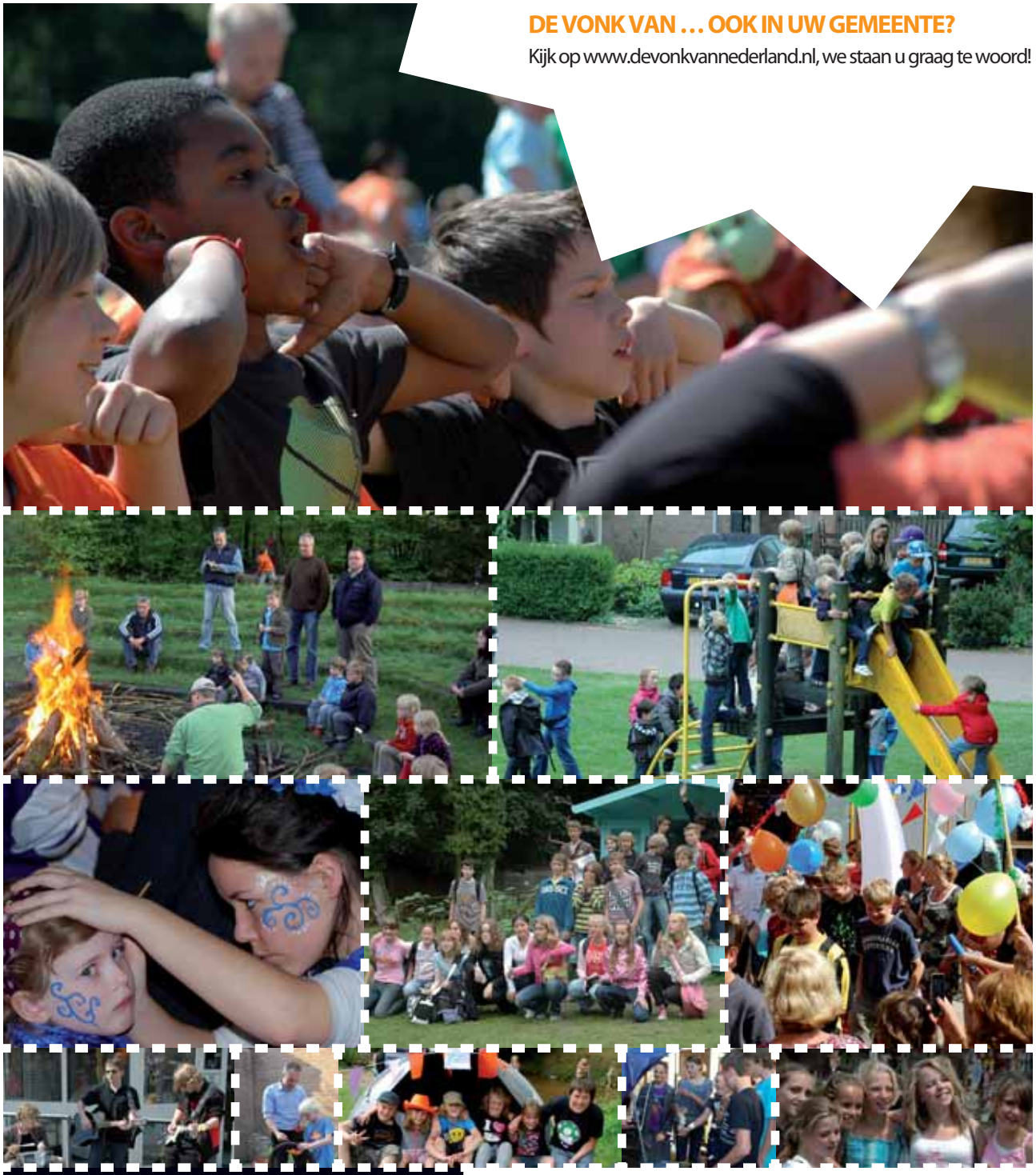
Een feestelijke slotmanifestatie.

Tijdens een feestelijke slotmanifestatie worden de hoofdprijzen uitgereikt door de burgemeester of de wethouder. De nadruk ligt op het feit dat het initiatief door de burgers zelf is gekozen. Gemeente, ondersteuners en de projecten kunnen zich hier profileren en andere burgers en instellingen inspireren met de civil society aan de slag te gaan.

Na de uitreiking is er contact met de prijswinnaars, bespreek met winnaars hoe zij om gaan met het prijzengeld en hoe zij het idee gaan uitvoeren. De winnaars kunnen bijvoorbeeld het prijzengeld (gedeeltelijk) besteden aan lokale ondersteuning van het project.

DE VONK VAN … OOK IN UW GEMEENTE?

Kijk op www.devonkvannederland.nl, we staan u graag te woord!



Initiatiefnemers:

ZonMw

VSBfonds

GRONINGEN CMO

spectrum
CMO Gelderland

DE VONK VAN NEDERLAND

Daag uw bewoners uit zich in te zetten voor de gemeenschap!

De Vonk van Nederland is kampioen in het genereren van positieve verbindende initiatieven met betrekking tot opgroeien. Wij geloven erin dat mensen volop ideeën en capaciteiten hebben om opgroeien in de buurt een stuk leuker te maken en dat deze mensen tot actie aangezet kunnen worden. Het stimuleren van positieve initiatieven verbindt mensen en vanuit verbinding ontstaat een betere samenleving. Ervaringen in het land In vier gemeenten was de Vonk al een groot succes. Meest belovende ideeen waren: *de Buurtbox* in Haren, *Ontmoeting Erlecom* in Ubbergen, *Woltersum* wil wel in Ten Boer en *Zomerdagen* in Wageningen.