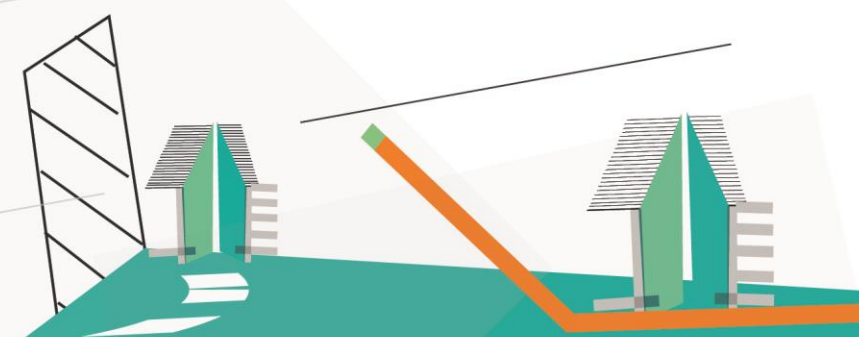


WAARDEWIJZER DORPSPLAN



Simpel en doeltreffend
eerder – sneller - samen



WaardeWijzer: wat kun je er mee?

In vogelvlucht: wat is de WaardeWijzer

De WaardeWijzer is een praktisch hulpmiddel om tot **nieuwe, gedragen ideeën** te komen en levert een goede aanzet voor het uitvoeringsplan. **Het werkt heel makkelijk, en is ook nog eens effectief.** De werkwijze maakt deelnemers enthousiast om samen aan de slag te gaan. In deze toelichting staat hoe het werkt. Hier vind je een link naar een video over de WaardeWijzer in de praktijk (2 minuten):

<https://www.youtube.com/watch?v=RggS4Zd1Y0s>

Hoe werkt het?

Een dorp, een accommodatie (dorpshuis, sportvoorziening), een vereniging of een groep ondernemers kan zelf met de WaardeWijzer aan de slag. Er bestaan twee basisversies:

- één voor accommodaties en
- één voor dorpen/wijken/buurtschappen.

In beide versies worden zes vragen in goed overleg beantwoord. De eerste twee stappen lijken op een 'klassieke brainstorm'. Stap 3, 4, 5 en 6 laten de deelnemers gezamenlijk conclusies trekken over werkelijke uitvoerbaarheid.

REACTIES van gebruikers:

- *“Vooral de denkwijze, die is waardevol. Het format helpt om dat **gestructureerd** te doen. Je gaat verder dan het opsommen van wat algemene wensen. **Haalbaarheid** wordt meteen besproken en daarmee ben je utopieën op de eerste avond al kwijt.”*
- *“**Mensen bedenken het zelf.** Sociale samenhang wordt groter. Het dorpsplan wordt zo veel breder gedragen – en uitgevoerd - dan alleen door ons als plaatselijke belangenorganisatie. Dit zouden we eens in de vijf jaar moeten doen.”*
- *“Je moet dit echt met de partners van je kulturhus doen. Ik weet namelijk niet wat die allemaal kunnen en willen. De WaardeWijzer is daarmee een **'samenwerkingsgenerator'**. Daarbij moet er wel een soort **urgentie** zijn; de methode is het vooral interessant voor dorpshuizen die nieuw zijn. Of die zich moeten hernieuwen.”*
- *“De methodiek dwingt je om tot realiseerbare maatregelen te komen. En daarmee wordt de **slagingskans groter**. Dat heeft effect op de sociale binding in het dorp en de kracht van het dorp. Veel plannen waren zonder WaardeWijzertraject vast ook wel tot stand gekomen. Alleen gebeurt het nu **eerder, sneller en samen.**”*

Contact

Het **invulvel** van WaardeWijzer is kosteloos verkrijgbaar via Stimuland (je betaalt alleen de verzendkosten). Wil je meer weten over de WaardeWijzer of wil je even sparren over de aanpak, neem dan contact op met:

Stimuland - Giny Hoogeslag via info@stimuland.nl, (0529) 47 81 80, www.stimuland.nl

Telefonisch advies kost je sowieso niks, dus bel gerust. Aanvullende begeleiding doen we op basis van wat je nodig hebt (soms hebben dorpen zelf een budget, in andere gevallen vragen ze de gemeente om een bijdrage).



Je wilt aan de slag met de WaardeWijzer. En nu?

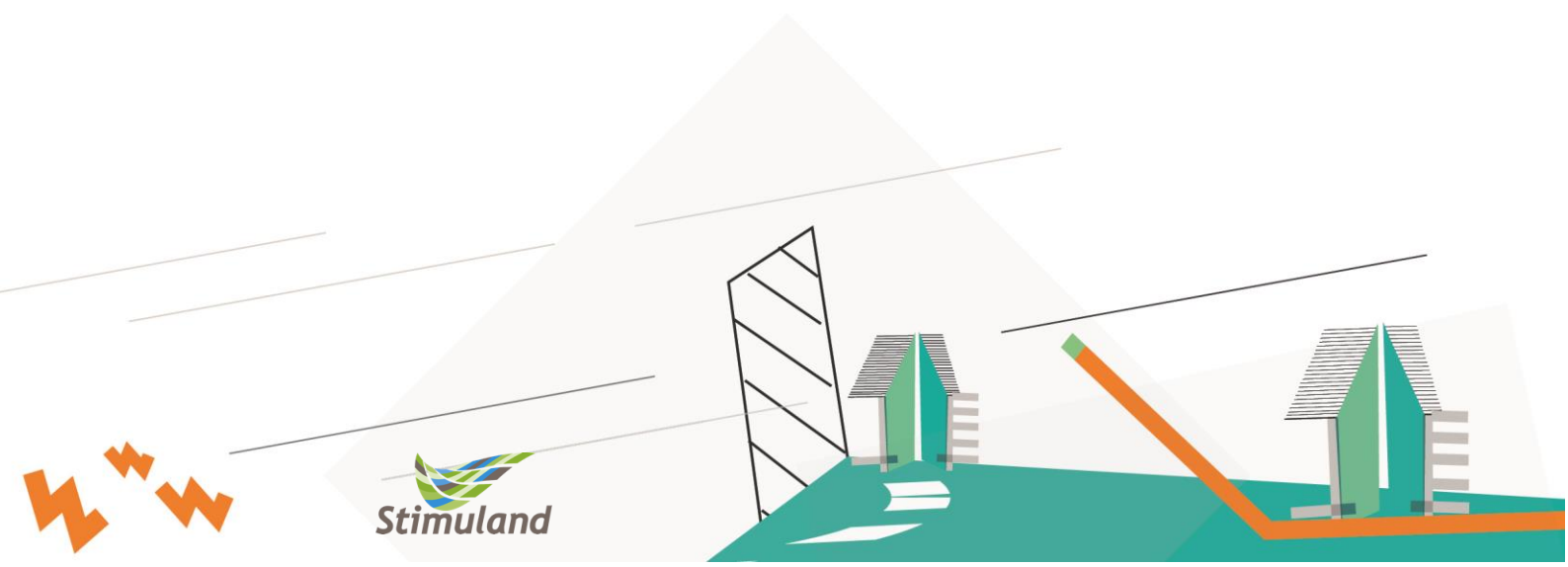
Download het overzicht 'bouwstenen visievorming' op de website van Stimuland. De WaardeWijzer is een praktisch hulpmiddel bij stap 4: 'bespreken'. Heb je de drie basisvragen van stap 1 beantwoord (belangrijk!) en stap 2 en 3 gedaan?

Op basis van je doelstelling in stap 1 kies je voor:

- **één bijeenkomst** - het 'WAT WILLEN WE GRAAG' staat centraal, richting bepalen. Dit is de bijeenkomst waarop het WaardeWijzervel wordt ingevuld. Deze bijeenkomst kun je naar eigen wens zo groots of klein optuigen als je zelf nodig vindt. Aan het eind van deze handleiding staat een kopje met 'extra's' die je naar eigen smaak kunt toevoegen.
- **Aanvullend een tweede bijeenkomst** - ook de vertaalslag naar uitvoering wordt gemaakt: 'WAT GAAN WE DOEN: HOE, WIE en WANNEER'.

In de toelichting staat waar je op moet letten bij beide bijeenkomsten. Net als bij recepten: handig om eerst de toelichting even helemaal door te bladeren.

*Overall waar een sterretje * staat: dit is verkrijgbaar via Stimuland. Digitale stukken krijg je kosteloos, WaardeWijzervellen tegen verzendkosten (of je komt ze ophalen, dan krijg je er een bak koffie bij).*



De (eerste) bijeenkomst – aanpak/draaiboekje

- Beslis **hoeveel en welke mensen** je betreft: minimaal vijf deelnemers, maar meer deelnemers geeft meer opbrengst. En meer draagvlak. Er zijn dorpen die voor een dorpsplan alle verenigingen en maatschappelijke organisaties gericht uitnodigen plus een algemene uitnodiging via het dorpsblad, sociale media en de pers. Ook met 100 of meer mensen werkt de WaardeWijzer prima. Zorg voor een flexibele locatie waar je makkelijk stoelen, tafels en koffie/thee bij kunt zetten en werk dan (bij voorkeur) zonder opgave. Voor veel mensen verhoogt het de drempel behoorlijk als ze zich eerst moeten aanmelden. En ja, voor de organisatoren is het handig om vooraf te weten hoeveel mensen komen, maar daar kom je wel overheen; vaak bu-j te bange ;-).
- Bij de bijeenkomst maak je groepjes met **maximaal acht (!)** personen per groep. Je kunt mensen indelen of de groepskeuze vrij laten, beide kan. Vraag in ieder geval of mensen van één organisatie niet allemaal bij elkaar gaan zitten.

Geef elke groep een thema mee. Je kunt thema's bepalen op basis van de opbrengst van stap 3 uit het overzicht 'bouwstenen visievorming', of je kiest voor een basislijst; een vrij volledige indeling, als je genoeg groepen kunt maken is:

- wonen voor jong en oud
- zorg + oog voor elkaar (hangt deels samen met het thema wonen)
- reuring (verenigingen en activiteitenaanbod: **wat** je kan doen)
- fysieke voorzieningen (dorpshuis, sporthal, school, manege, zorgcentrum, scouting, voetbal/tenniskantine, zwembad enzovoorts: **waar** kan je iets doen)
- bedrijvigheid en ondernemers (landbouw, MKB, economie)
- inrichting van de omgeving (ruimtelijke kwaliteit)
- veiligheid (inclusief plekken waar je je niet veilig **voelt**, ook al is er nooit iets gebeurd)

Bij een groot aantal deelnemers krijgen meerdere groepen hetzelfde thema; het is juist leuk om verschillen en overeenkomsten tussen die groepen te zien.

- Zorg voor **frisse wind**, vooral als je om tafel gaat met een kleine groep mensen die elkaar al goed kent. Dan is het aan te bevelen om één of twee onafhankelijke personen uit te nodigen; voor een creatieve, frisse blik 'van buiten de vaste club'.
- Stel het **programma** van de bijeenkomst op en maak op tijd een heldere en positieve **uitnodiging***, plus verzendlijst. Benader mensen bij voorkeur ook persoonlijk, denk aan specifieke doelgroepen zoals jongeren. Wees in alle communicatie helder over je doelstellingen en wat je van mensen verwacht. **Uitgangspunt** is dat mensen vooraf geen verplichtingen aangaan: eventuele vervolgstappen worden gezet door degenen die daar zelf (uit enthousiasme) voor kiezen. Het invullen van de vellen duurt ongeveer een uur. Zorg dat je uiterlijk om 21.30 uur afsluit, dat zorgt er voor dat er tijd over blijft om even na te zitten. Daar gebeurt evenveel als tijdens het 'officiële programma'. Heel leuk èn zinvol!
- Beslis wie de bijeenkomst **opent en afsluit** en wat deze persoon zegt. Gebruikelijk is:
 - Aanleiding voor de bijeenkomst/context.
 - Doel om een gezamenlijk plan op te stellen op basis van draagvlak, niet alleen praten maar ook doen. Bovenaan het invulvel staat 'hoe werkt het' – benoem plenair letterlijk wat daar staat.
 - En iets over het tijdsplan/hoe verder na deze bijeenkomst.
- Zorg voor een **goede ruimte**: licht en met ruimte voor meerdere groepen. En zorg voor **materiaal**. Per groep een invulvel WaardeWijzer* en pen/potlood. Regel de catering.

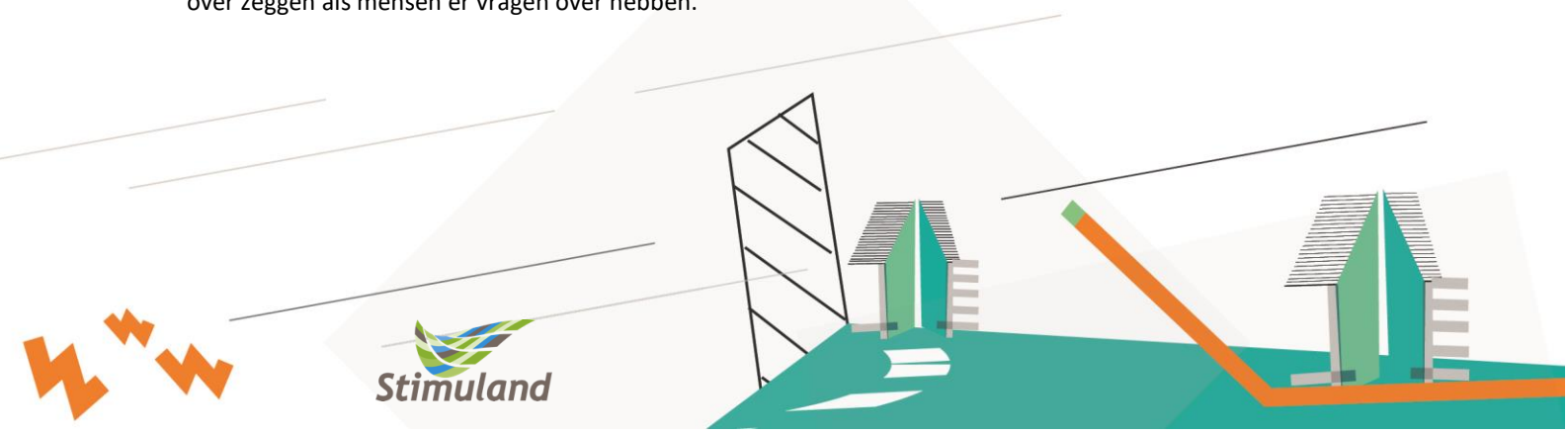


- Zorg dat ondertussen een paar **foto's** worden gemaakt. Voor op een website, publicatie of persbericht. Wees wel voorzichtig met close-up-foto's; niet iedereen stelt dat op prijs.
- Bij meerdere groepen kun je aan het eind van de sessie **kort de groepen langslopen** en hen vragen naar hun beste idee. Waarom is het een goed idee? Wie wordt er beter van? Wat hebben ze nodig? Zijn er afspraken gemaakt en zo ja: welke? Je merkt dan vaak dat er tussen verschillende groepen overlap/samenhang bestaat.
- Bespreek hoe mensen terugkoppeling/verslag krijgen. Als er een vervolgbijeenkomst plaatsvindt kun je het dan doen. Bij een eenmalige WaardeWijzer-bijeenkomst is het raadzaam dat mensen een terugkoppeling per mail kunnen krijgen.
- Als je een tweede bijeenkomst houdt om de vertaling te maken naar een uitvoeringsplan, geef dan aan wanneer deze bijeenkomst plaatsvindt. Zorg dat deelnemers van de eerste bijeenkomst daarvoor de uitnodiging ontvangen.

Na de (eerste) bijeenkomst

- Zorg voor verslaglegging (als je de papieren versie hebt ingevuld) en kom eventuele **werkafspraken** na. Hoe eerder, hoe beter. Zo behoud je het enthousiasme dat is ontstaan. Vind je dat lastig? Zoek waar nodig ondersteuning of ervaringsdeskundigheid. Bel gerust, dan proberen we je verder op weg te helpen (zie contact).
- Zorg voor voldoende en heldere **communicatie** naar betrokkenen over voortgang en concrete acties. Afhankelijk van de situatie kun je de pers informeren. Doe dat dan wel zo snel mogelijk na de bijeenkomst en bij voorkeur met één of meer goede foto's.
- **Evalueer** het verloop van de bijeenkomst.
- In geval je een **tweede bijeenkomst** organiseert: tijdens de tweede bijeenkomst worden de thema's die uit de eerste avond naar voren zijn gekomen nadrukkelijker omgezet van 'wat' naar 'hoe'. Per onderwerp kies je een gastheer of gastvrouw die al met het thema bezig is of die daar ervaring mee heeft. Mensen kunnen zelf kiezen bij welk onderwerp of onderwerpen ze aanschuiven. Er is geen vaste groepsindeling, belangstellenden kunnen meepraten over meerdere onderwerpen als ze dat willen.
- Op basis van de tweede bijeenkomst kun je een uitvoeringsplan opstellen; onderwerpen waar voldoende animo en enthousiasme voor is, krijgen een vervolg in werkgroepen.

Voorbeelden van het **programma en werkwijze van de tweede bijeenkomst** zijn verkrijgbaar via Stimuland. Ook die is eenvoudig van opzet. Vraag het alvast op voordat je de eerste bijeenkomst start, dan kan je daar wat over zeggen als mensen er vragen over hebben.



Optionele extra's die je kunt aanvullen bij de eerste bijeenkomst

- **Toekomstscenario's/visie langere termijn**

Als je extra aandacht wilt voor visievorming voor de langere termijn, dan kun je deze eerste bijeenkomst aanvullen met toekomstscenario's waar mensen op kunnen reageren. Een extra bijeenkomst hiervoor organiseren kan, maar de vraag is of je mensen drie keer kunt oprottormelen om te komen. Alternatief is dat je deze scenario's in klein comité voorbereidt en aan de wand hangt tijdens de eerste bijeenkomst (waarop mensen dan kunnen reageren/stickers/opmerkingen bijschrijven: wat spreekt hen aan en wat juist niet, welke waarden willen ze eventueel nog toevoegen)?

Een hierbij veel gebruikte hoofdvraag: *wat voor dorp wil je zijn?* Kies maximaal vier categorieën, waar je per categorie een moodbord bij maakt. Je kunt dat bijvoorbeeld doen door twee assen te tekenen en dan de extremen te gebruiken: x-as (oplopend van behoudend naar groeigericht) en y-as (interne gerichtheid oplopend naar externe gerichtheid). Denk aan zoiets als:

- Zorgzaam dorp – het is belangrijk bestaande voorzieningen te behouden met het oog op saamhorigheid en inwoneraantal/behoud van de jeugd, noaberhulp staat bovenaan.
- Ondernemend dorp – veel bedrijvigheid, focus op duurzaamheid, ontwikkeling en toerisme.
- Woondorp – forensendorp, veel aandacht voor een fijne leefomgeving en goede bereikbaarheid.
- Doedorp – veel activiteiten en reuring, ontmoeting en gezelligheid is belangrijk, net als samen nieuwe lokale projecten aanpakken.

- **Enquête**

Veel dorpen beginnen met een enquête als ze een dorpsplan willen maken, omdat je daarmee het hele dorp bereikt. Bedenk echter dat het je veel werk kost (opstellen + werving + uitwerking + analyse) waarbij je achteraf bij veel antwoorden graag de toelichting had gehoord. In combinatie met de WaardeWijzer kun je een enquête daarom beter inzetten als 'aanjager' (stap 3 in het overzicht 'bouwstenen visievorming'). Dat scheelt je een bak werk en je hebt er wel de extra 'tamtam' van: stuur bijvoorbeeld alleen het lijstje met hoofdthema's (zie voorbereiding eerste bijeenkomst) aan je dorpsgenoten en laat hen aankruisen welke zij daarvan het belangrijkste vinden + of er nog een thema ontbreekt. In de toelichting zeg je dat je het resultaat van deze inventarisatie gebruikt om op(datum)... een bijeenkomst te houden waarop je deze onderwerpen wilt bespreken met de inwoners. Resultaat: veel mensen zijn op de hoogte van je bijeenkomst en beginnen er al over na te denken, waarbij je zelf niet omkomt in het werk.

- **Extra reuring en doelgroepen**

Het vooraf ophalen/checken van hoofdthema's kun je ook op andere manieren doen. En als je nadrukkelijk ook mensen wilt bereiken die normaalgesproken niet zo snel naar een dorpsbijeenkomst gaan, kun je ook gericht die doelgroepen benaderen. Bijvoorbeeld: speciale kinderactiviteit op school, koppel een gespreksronde aan je dorpsfeest, flyer in de supermarkt of houd vooraf huiskamergesprekken; in elke buurt eentje.

