

Van onderop bouwen aan beleid

ONDERDEEL VAN

www.pep-eboek.nl,

De praktische gids voor organisaties die met vrijwilligers werken

UITGEGEVEN DOOR

PEP Den Haag

www.pepdenhaag.nl

070-3024444

Het decor van deze vorm van maximale inspraak is een bewonersorganisatie. De organisatie is door de jaren heen dusdanig gegroeid dat het werk voor de bestuurders steeds minder behapbaar geworden is. Ze zijn bijvoorbeeld steeds verder af komen te staan van het échte proces. In dat geval is het moeilijk om zelf beleid uit te stippelen.

De bewonersorganisatie bestaat uit verschillende afdelingen: een online redactie, de buurtkrant, een inloophuis, een helpdesk voor bewoners en het buurtinterventieteam. Het bestuur wil een samenhangend beleidsplan voor het komende jaar opstellen. Hiervoor belast het elke afdeling met een vijfstappenopdracht. Uit deze opdracht komt telkens een subbeleid naar voren. Dit omvat dus hetgeen elke afdeling afzonderlijk wil voor de organisatie, en dat dan beredeneerd vanuit de eigen afzonderlijke activiteiten. Het bestuur legt dit alles naast elkaar en gaat inschatten in hoeverre de dromen ook daden kunnen worden en wat het hierin kan betekenen. De vijf subbeleiden komen uiteindelijk samen in het beleidsplan voor het komende jaar van de bewonersorganisatie.

Het voorbeeld van de vijfstappenopdracht en het subbeleid hieronder is dat uit de afdeling Buurtinterventieteam (BIT).

STAP 1: Positie in de samenleving

De afdeling die samenkomt beantwoordt in eerste instantie de volgende vragen:

- Wie zijn momenteel onze klanten? Wie bedienen we rechtstreeks met onze activiteiten?
- Wie zijn momenteel niet onze klanten, maar hebben wel baat bij onze activiteiten?
- Op welke groep zijn we niet rechtstreeks gericht, terwijl we er wel van kunnen aannemen dat deze gebaat is bij onze activiteiten?
- Naar welke groep zouden we onze activiteiten gemakkelijk kunnen uitbreiden?
- Wie beschouwen we momenteel als onze partners? Wie biedt ondersteuning in de activiteiten of neemt er (gedeeltelijk) aan deel?

De antwoorden vanuit het BIT:

Klanten

- Bewoners (ervaren én veroorzaken overlast)
- Winkeliers: zelfstandigen
- Politie: wordt voorzien van informatie

Niet-klanten

- Maatschappelijke instellingen
- Scholen
- Hangjongeren

Partners

- Winkeliers(vereniging)
- Interne partners zoals de redactie
- Politie: wijkagenten en landelijk
- Gemeente

STAP 2: Bereik van de klanten

Hoe bereikt u de klanten van de afdeling? Denk hierbij aan zichtbaarheid, telefonische beschikbaarheid, social media, etc.

De antwoorden vanuit het BIT:

- Wandelingen door straten op donderdagen
- Herkenbare kledij; opvallende jas met opschrift
- Contacten bij de winkeliersvereniging
- Eén-op-één-contact door aanspreken van bewoners
- Acties

STAP 3: Hedendaagse situatie

Beschrijf de hedendaagse situatie. Stel uzelf daarbij de volgende vragen:

- Welke taken worden momenteel opgepakt?
- Wat zijn onze sterke punten?
- Wat zijn onze zwakke punten?

De antwoorden vanuit het BIT:

Taken

- Bijdragen leveren aan de veiligheid in de buurt; meldingen bij de politie
- Netheid op straat bewaken en ongeregelde zaken doorgeven aan de gemeente
- Zorgen voor een leefbare buurt

Sterke punten

- Er wordt veel werk verzet met een klein team
- De samenwerking met partners verloopt heel goed
- De onderlinge samenwerking verloopt goed

Zwakke punten

- Nog te weinig herkenbaarheid
- Weinig erkenning voor het werk
- Deelnemers aan het BIT lopen risico's

STAP 4: Wat is de gedroomde toekomstige situatie?

Hier beschrijft u de situatie zoals u die op een later tijdstip wilt zien; in dit voorbeeld gedurende het komende jaar. Stel uzelf hierbij de volgende vragen:

- Welke kansen zie je voor die periode?
- Waar zou je graag naartoe werken?
- Welke nieuwe activiteiten wil je ontplooiën?
- Welke bedreigingen zie je voor die kansen?
- Wat moet er geregeld worden om dit goed te doen verlopen?
- Waarvoor moet extra aandacht en oplettendheid zijn?

TIP:

De zwakke punten uit STAP 3 kunnen ook kansen voor de toekomstige situatie zijn. Denk in dit verband ook aan STAP 1. Nieuwe partners of een nieuw aangeboorde doelgroep kunnen eveneens nieuwe kansen of juist nieuwe valkuilen betekenen.

De antwoorden vanuit het BIT:

Kansen

- De wandelrondes ook uitbreiden naar zaterdag; versterking van het partnerschap met winkeliers.
- Interventies gericht op eenzaamheidsbestrijding toevoegen aan de taken. Deze kunnen bijdragen tot meer erkenning en tevens nieuwe klanten opleveren: eenzame ouderen. Dat leidt er misschien weer toe dat de sector welzijn een nieuwe partner wordt.
- Betere herkenning door bijvoorbeeld het partnerschap met de politie in het materiaal tot uitdrukking te brengen.

Bedreigingen

- De buurt wordt steeds diverser, waardoor het moeilijker wordt contact te leggen met nieuwe bewoners.
- Vrijwilligers zijn niet toegerust voor nieuwe uitdagingen, zoals het aanspreken van verwarde personen op hun gedrag.
- Het materiaal is aan vervanging toe.

STAP 5: Opstellen van prioriteiten en benodigdheden

Hier selecteert u de prioriteiten voor de toekomstige situatie. U combineert hiervoor de eerste vier punten. Loop dan ook voor iedere prioriteit die u kiest de eerste vier punten opnieuw langs. Definieer bijvoorbeeld de nieuwe klanten en mogelijke partners. Houd uiteraard ook rekening met de voortzetting van de hedendaagse situatie!

Het antwoord vanuit het BIT:

Prioriteiten met de benodigdheden daarvoor:

- Op zaterdag lopen. Meer vrijwilligers werven.
- Mogelijke partners aanspreken voor samenwerking. (Gegadigden zijn de winkeliers.)
- Cursussen aanbieden aan de vrijwilligers via de vrijwilligersacademie of politie in het kader van partnerschap.
- Meer communicatie op poten zetten, zowel met het oog op potentiële vrijwilligers als op (h)erkenning. Samenwerking met een bedrijf in het kader van Maatschappelijk Betrokken Ondernemen?
- Werken aan meer erkenning. Een logo ontwerpen, uniforme kledij organiseren, bij partners en bewoners bewustzijn creëren omtrent de noodzaak van het BIT, meldingen en interventies van het BIT inzichtelijk maken voor bewoners, gebruik van social media, het politieverslag, de website van de bewonersorganisatie,...
- Bewaking van de kerntaken en professionalisering.
- Meer sponsoring verwerven met het oog op nieuw materiaal en/of partners gericht aanspreken over behoeften en benodigdheden.
- Vrijwilligers werven voor bestaande taken, een draaiboek ontwikkelen voor het inwerken van nieuwe vrijwilligers en relevante (en gratis) cursussen aanbieden via de vrijwilligersacademie.
- Opstellen van waarderingsinstrumenten voor vrijwilligers.
- Partners engageren en behoeften peilen om samenwerking met hen te stimuleren.

Het vervolg

De bovenstaande punten geven de wensen van het BIT weer en wat men denkt daarvoor nodig te hebben. Als nu ook de andere afdelingen dit doen, krijgt het bestuur prioriteitenlijstjes waarmee het aan de slag kan. Het bestuur kan kijken naar de onderlinge verbindingen; bijvoorbeeld de online redactie motiveren om actiever samen te werken met het BIT. Maar het kan ook de externe contacten al leggen. Zo kan de voorzitter rond de tafel gaan met de wijkagent om te bekijken wat er mogelijk is met betrekking tot cursussen en materiaal.

Wanneer elke afdeling zo'n lijst heeft ingeleverd kan het beleid worden opgesteld. Als de veranderingen dan doorgevoerd worden, zal dat weinig weerstand oproepen. De vrijwilligers hebben dit beleid zelf geformuleerd! Het bestuur heeft zich hier een faciliterende rol aangemeten en uiteindelijk het plan opgesteld, maar de ideeën komen van de vrijwilligers! Kortom, dit bestuur heeft van onderop gebouwd aan het beleid.