

LOKALE NETWERKEN Meer Maatschappelijk initiatief

IMPRESSIE van 27 maart 2014 In De Ruimte - Utrecht



Leren wat nodig is om sneller, betere netwerken te bouwen, te laten groeien, te bestendigen.

Op 27 maart kwamen ongeveer 50 mensen bijeen die allen professioneel bezig zijn met maatschappelijk initiatief en lokale netwerken. Die middag sleutelden we specifiek aan lokale netwerken: inspiratie opdoen, succesfactoren verzamelen, elkaar adviseren. Er stonden 3 praktijkvoorbeelden centraal. Hier een impressie van de middag.

Amstelveen Festival De Kunst van het Delen - netwerk bouwen van binnenuit

Hoe START je een netwerk, dat vanaf het begin stevig is en blijft?

Irma Vroegop en Andrea Brandes bouwen in Amstelveen een Festival “De Kunst van het Delen”, om de energie in de stad zichtbaar te maken en de ruimte te geven. Het netwerk ontstaat organisch: eerst met 3 vrouwen, toen een Facebook pagina die snel door velen werd geliked. Maar hoe hou je de energie vast, hoe zorg je ervoor dat er niet alleen wordt *meegedacht*, maar ook *gedaan*, hoe ga je om met betaalde inzet versus de vrijwillige inzet, kortom hoe leg je een stevig fundament.

Belangrijkste is dat je als initiatiefnemer **dichtbij je eigen doel en “vonk” blijft**. Mensen haken aan, omdat je als initiatiefnemer een helder geluid laat horen over wat er gaat ontstaan. Hou dat schoon en helder. Dit is het signaal waarop je anderen uitnodigt. Als anderen aanhaken, nodig ze uit tot een ‘**doe-bijdrage**’ doe letterlijk mee. Anders ga je het zelf doen **en sta je straks in het middelpunt in plaats van aan de zijkant**. In een sterk netwerk sta je als aanleider bij voorkeur aan de rand, zodat het midden wordt gevuld door mensen met een eigen inspanning en je goed zicht hebt op wat er gebeurt.



Zorg ervoor dat de samenwerking met iedereen **gelijkwaardig en wederkerig** blijft. Je weet dat je iets van waarde toevoegt. Zoek gelijkwaardigheid ook in **beloning (geld en anderszins)**. Sommigen willen worden betaald anderen doen dingen vrijwillig. Dat kan gaan schuren, dus open de discussie wat het voor de mensen gelijkwaardig maakt. Zorg dat je het leuk hebt. Experimenteer met lef en kijk waar t je brengt. Durf te falen, je bent geen prof.

Wikistad – broedplaatsen van sociale veerkracht

Hoe kunnen kwetsbare BURGERS ZELF hun eigen VANGNET maken?

Vanuit die vraag werkt Piet van Diepen om plekken van hulpconsumptie (bijv. de voedselbank) te transformeren naar een plek van productie. Dat worden zo broedplaatsen van sociale veerkracht waar mensen aangesproken worden op hun gedeelde ambities en vermogens, en zich van daaruit verbinden met de omgeving. Coöperatief sociaal ondernemerschap en zelfhulp worden hier gestimuleerd. Zo doen mensen minder beroep op de hulpverlening, meer voor de buurt en meer met elkaar. De ambitie is om dit te verduurzamen, maar hoe wordt je van coach changemaker en welkom geheten als partner voor gemeente/instellingen?

Zonder **geld** gaat het niet.

Inkomsten komen door diensten te leveren aan de wijk, maar ook door **inverdieneffecten**; werken aan welzijn van mensen en eventueel toeleiden naar werk bespaart de samenleving veel kosten en levert maatschappelijk veel op. Deze **maatschappelijke effecten** moeten we **meer zichtbaar** maken. Echter, de **logica van fondsen** (waar voor bij een aanvraag veel van te voren moet “vaststaan”) sluit niet aan bij de **organische groei** die het succes van dit soort netwerken kenmerkt.



Samen bundelen van vergelijkbare initiatieven, **massa maken**, en dit bespreekbaar maken bij fondsen kan helpen leefwereld en systeemwereld dichter bij elkaar te brengen. Tip: organiseer **lokale bruispunten** waar **prof's, initiatieven, fondsen** e.d. elkaar regelmatig kunnen ontmoeten, ervaringen delen en de kiem leggen voor samenwerking. Broedplaatsen van vertrouwen bouwen op de talenten en de kracht van de deelnemers aan het netwerk, dat maakt hen succesvol. Binnen dit kader kun je wel goed kijken naar behoeften in de wijk of buurt. Welke diensten worden gevraagd? In overleg gaan met gemeentelijke diensten als Dienst Werk en Inkomen over het **ombuigen van geldstromen**.

GoudaBruist - Succesfactoren voor het bestendigen van lokale ondersteuningsnetwerken en stadsmakers-initiatieven

Hoe doe je dat, bestendigen van een initiatief, wat is daarvoor nodig?

1. Geld (meer stevige financiering)
2. Mensen (meer meedoeners)
3. Organisatiekracht (meer vonkdragers)

Bestaande geldstromen ombuigen/herverdelen en gebruiken voor financiering van netwerken/initiatieven. Daarvoor ook nieuwe partnerschappen aangaan, bijv. met UWV en vergelijkbare organisaties die over geldstromen beschikken. Met oud geld dus nieuwe dingen doen. Wat helpt is als je precies de goede persoon in zo'n organisatie te pakken krijgt. Als je je dus niet door allerlei weerstandlagen heen hoeft te vreten.

Meer **organisatiekracht realiseren** door samenwerking te vinden tussen nieuwe actiemakers op stadsniveau/wijkniveau, **ongeacht thema**. Werkt vernieuwend en maakt nieuwe infrastructuur zichtbaar. **Meer waarden meten** en **zichtbaarder** maken van wat een netwerk toevoegt. Voorbeeld

Oikos, Maex. Met als vraag: voor welke maatschappelijke winst zou een organisatie/iemand willen betalen? Bijv. wijkteams, corporaties. **Mensen mee laten betalen** (voorbeeld: Groep bewoners heeft van alles schoongemaakt in wijk, zodat er ook echt verschil te zien was en ging vervolgens langs deuren in gesprek met mensen. Ze vonden het prachtig en veel van hen waren bereid om daaraan 10 per maand bij te dragen).

Wij(k)economie versterken. In wijk van 5000 inwoners in Zwolle wordt samengewerkt met wijkondernemers. 1^{ste} project zonnepanelen. Leidt lokaal tot meer werkgelegenheid. Betekent dus ook economische winst.

Concept (in dit geval GoudaBruist) commercieel uitnutten en **vermarkten**, een commerciële tak organiseren. Zoals een handelsvereniging rondom bepaalde onderdelen. Zoals Kroon van Holland. GoudaBruist is namelijk wel degelijk een concept, een merk waar branding een rol speelt. 'Je wilt erbij horen'

Nieuwe stakeholders vinden.

www.effectenarena.nl om nieuwe stakeholders te identificeren

'Blue ocean-methode' toepassen - nieuwe soorten bruisprojecten organiseren voor **uitbreiding met meer en andere mensen en thema's**. Zoals pauzelandenschappen, waardoor je nieuwe markten en partners aanboort.

Maar bij groei ook: herkenbaarheid waarborgen, door in kleine cellen/kleine eenheden te blijven werken (bijv. buurt/straatgericht of per thema/actie). Ook voor jezelf duidelijker maken 'wat is je verhaal' welke verhalen kun je vertellen. En dat dan ook doen: nog **meer verhalen vertellen en visualiseren**.

Verenigingen nadrukkelijker als nieuwe samenwerkingspartner zien. Geldt ook voor vrijwilligersondersteuners en –organisaties. Dus **meer verbinding tussen maatschappelijk middenveld en nieuwe actiemakers**. Bijvoorbeeld zonnepanelen in combinatie met seizoenskaarten en vrijwilligersorganisaties. Actiecomité tegen bebouwing + initiatief wijktuin.

Nog bewuster **zonder euro's met uitruil van diensten werken**.



De toekomst

Onderling praktijkkennis en advies uitwisselen tussen netwerk-bouwers werkt. Dit willen we gemakkelijker maken. Zie je een kans, heb je een vraag, laat het ons weten via info@greenwish.nl. De uitwisseling krijgt een vervolg op basis van behoeften.