

# Handleiding WaardeWijzer

Simpel en doeltreffend  
eerder - sneller - samen

## WaardeWijzer

waardegroepen

Naam: \_\_\_\_\_

Titel: \_\_\_\_\_

Naam club/team: \_\_\_\_\_

**Stel... u hebt het voor het zeggen**

**1 Sterke punten**

**Waarom bent u er trots op?** Beschrijf de kernwaarden die kenmerkend zijn voor het thema. Waarmee is het een succes? Geef een voorbeeld voorbeeld.

**Waarom bent u er trots op?** Beschrijf de kernwaarden die kenmerkend zijn voor het thema. Waarmee is het een succes? Geef een voorbeeld voorbeeld.

**Bijvoorbeeld:**

- uitbouw geschiedenis
- organisatievernieuwing
- inzet van vrijwilligers/leden ten behoeve van elkaar
- samenwerkingsverbanden met andere organisaties
- inzet geschiedkundigen
- inzet lokale ondernemers
- inzet lokale producenten

1

1

2

3

Eventuele aandachtspunten / toelichting:

**2 Nieuwe kansen**

**Ontdek of nieuwe kansen, ideeën, activiteiten om op te pakken. Vul in:**

- idee: ontwikkeling en verbetering
- huidige deelnemers waarop je kan rekenen
- huidige middelen (menselijke, financiële)
- huidige partners
- huidige kansen

**Bijvoorbeeld:**

- samenwerking met andere organisaties
- samenwerking met lokale ondernemers
- inzet lokale producenten
- inzet BOJ en clubs
- samenwerking met lokale ondernemers
- inzet vrijwilligers activeren, aanpak van...
- inzet lokale producenten
- inzet lokale producenten

2

Titel	Titel
Toelichting	Toelichting
Kansrijk omzet:	Kansrijk omzet:
Partijen:	Partijen:

**3 Maatschappelijke waarde**

**Besnoem waarom met maatschappelijke effecten die verbanden zijn aan je kansen. Of niet: welke verbetering is een situatie van heden af kunnen kan je realiseren?**

**Geef een effect een voorbeeld. Hoe doeltreffend is het effect?**

**Geef een effect een voorbeeld. Hoe doeltreffend is het effect?**

**Geef een effect een voorbeeld. Hoe doeltreffend is het effect?**

**Geef een effect een voorbeeld. Hoe doeltreffend is het effect?**

3

Effect	Effect op omzet:
1	
2	
3	
4	

**4 Voordelen**

**Waarom bent u er trots op? Beschrijf de kernwaarden die kenmerkend zijn voor het thema. Waarmee is het een succes? Geef een voorbeeld voorbeeld.**

**Waarom bent u er trots op? Beschrijf de kernwaarden die kenmerkend zijn voor het thema. Waarmee is het een succes? Geef een voorbeeld voorbeeld.**

**Waarom bent u er trots op? Beschrijf de kernwaarden die kenmerkend zijn voor het thema. Waarmee is het een succes? Geef een voorbeeld voorbeeld.**

4

Partij	Voordelen ook in een rol:
1	
2	
3	
4	

**5 Voorstel**

**Besnoem de kernwaarden, die op grond van het voorstel belang hebben bij het thema. Beschrijf het voorstel.**

**Geef een voorbeeld van een voorstel. Beschrijf de kernwaarden die kenmerkend zijn voor het thema. Waarmee is het een succes? Geef een voorbeeld voorbeeld.**

**Geef een voorbeeld van een voorstel. Beschrijf de kernwaarden die kenmerkend zijn voor het thema. Waarmee is het een succes? Geef een voorbeeld voorbeeld.**

**Geef een voorbeeld van een voorstel. Beschrijf de kernwaarden die kenmerkend zijn voor het thema. Waarmee is het een succes? Geef een voorbeeld voorbeeld.**

5

Partijen:	Wat biedt je deze partijen?	Wat vraagt je deze partijen?
1		
2		
3		

Ontwikkeld door Stimuland

In opdracht van wijkplaats

Met steun van provincie Overijssel

## WaardeWijzer: wat kun je er mee?

De WaardeWijzer is een hulpmiddel om tot **nieuwe, gedragen ideeën** te komen en helpt je op weg om daar een goed plan van te maken.

**Simpel, en toch doeltreffend.** De werkwijze maakt deelnemers enthousiast om samen aan de slag te gaan en daarbij **de maatschappelijke waarde** te combineren met **een zakelijke insteek**.

In deze handleiding vind je meer informatie plus tips hoe je toepassing in de praktijk kunt aanpakken.

### 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 groepen.

In beide versies worden vijf stappen doorlopen. De eerste twee stappen lijken op een 'klassieke brainstorm'. Stap 3, 4 en 5 laten de deelnemers gezamenlijk conclusies trekken over werkelijke uitvoerbaarheid. De **digitale versie** kent ook gerichte toepassingen, zoals de 'WaardeWijzer Wmo'.

### Bezint eer ghe begint....

Randvoorwaarde: het gevoel van noodzaak moet in het dorp, de groep of de accommodatie zelf zitten: meerdere kleine (of desnoods één hele grote) lokale organisaties dan wel direct betrokkenen moeten een basisgevoel hebben dat het goed is om tot een gezamenlijk plan te komen. En zich realiseren dat zij na afloop een aanjaagfunctie behouden. Dat is de go/no go.

### Papier en digitaal beschikbaar

Wie wil kan de WaardeWijzer op papier invullen (kosteloos verkrijgbaar via Stimuland). De mogelijkheid bestaat ook om de WaardeWijzer digitaal in te vullen (via [www.stimuland.nl/waardewijzer](http://www.stimuland.nl/waardewijzer)): ieder die zijn mailadres invult krijgt het verslag dan direct toegestuurd. Daarnaast zijn in de digitale versie voorbeelden opgenomen uit andere dorpen, ter inspiratie. Op gezette tijden worden deze voorbeelden aangevuld met nieuwe ideeën.

Let wel: ingevulde mailadressen worden niet gebruikt voor andere doelen dan enkel het toesturen van het verslag.

### Filmpjes

Typ op youtube de zoekterm 'waardewijzer' in voor twee korte filmpjes over de methodiek.

### 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."

"De insteek is niet zozeer het rekenen, zoals we dat kennen van bijvoorbeeld de SROI-methode. Maar vooral **het gesprek met elkaar**. De WaardeWijzer is een interessant instrument daarvoor. Het verder doorrekenen kan later."

"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.**"

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

Op basis van je doelstelling kies je voor:

- Eén bijeenkomst (het 'WAT, WANNEER en WIE' staan centraal, visie bepalen)
- of twee bijeenkomsten (waarbij je aansluitend de vertaalslag naar uitvoering nadrukkelijk maakt, het 'HOE' wordt verder uitgewerkt).

In beide gevallen verloopt de eerste bijeenkomst vergelijkbaar. Dit is de bijeenkomst waarop het WaardeWijzervel wordt ingevuld, op papier en/of digitaal.

## Voorafgaand aan de (eerste) bijeenkomst

- Lees deze handleiding en kies dan of/de mate waarin je **begeleiding** nodig hebt: bij voorbereidingen, tijdens de bijeenkomst(en), bespreking achteraf. Wat wil je zelf doen en waar is een helpende hand of blik van buiten wenselijk? Stimuland is hiervoor in te schakelen (afhankelijk van de gevraagde inzet kan dat al dan niet kosteloos).
- 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 àlle verenigingen en maatschappelijke organisaties hebben uitgenodigd plus een algemene uitnodiging via de **pers**; ook met 100 mensen werkt de WaardeWijzer prima. Maak zo nodig meerdere groepjes met **maximaal acht** (belangrijk!) personen per groep. Bij een algemene, brede uitnodiging is het wel raadzaam dat mensen zich tevoren opgeven (voor de zaalindeling, aantal groepsbegeleiders, koffie/thee, etc.).
- Bij **meerdere groepen**: denk na over de groepsindeling. Je kunt mensen vooraf indelen of de groepskeuze vrij laten, beide kan. Advies bij het vrijlaten is wel dat mensen van één organisatie niet allemaal bij elkaar gaan zitten, èn dat er maximaal acht mensen in één groep mogen. Geef elke groep een thema mee, zoals:
  - wonen en zorg;
  - verenigingen en activiteitsaanbod;
  - fysieke voorzieningen (dorpshuis, sporthal, bibliotheek, school, et cetera);
  - economie (bedrijvigheid en ondernemers);
  - ruimtelijke kwaliteit en omgeving.

Bij een groot aantal deelnemers krijgen meerdere groepen hetzelfde thema; het is juist waardevol om verschillen en overeenkomsten tussen die groepen te zien.
- Kies welke **versie van de WaardeWijzer** bij jullie situatie past: de versie voor accommodaties, groepen of bijvoorbeeld de versie Wmo? Bel ons gerust bij twijfel, dan denken we met je mee.
- Zorg voor **frisse wind**. Als je om tafel gaat met een groep mensen die elkaar al goed kent (bijvoorbeeld het bestuur van een accommodatie), 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** (voorbeelden van beide zijn beschikbaar via Stimuland), 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.

- Beslis wie de bijeenkomst **voorzit**.
- Zorg voor een **goede ruimte**: licht en met ruimte voor eventuele groepen. En zorg voor **materiaal**. Per groep een invulvel WaardeWijzer (A2-formaat, kosteloos via Stimuland) en pen/potlood. Bij digitaal invullen: voldoende tablets, wifi (tevorens testen) en wat kleurenprints van het invulvel (zodat iedereen aan tafel zelf kan meelesen). Bepaal tevoren waar welke groep + begeleider zit. Regel de catering.
- Regel voldoende **gespreksbegeleiders**: voor ieder groepje één. Een goede gespreksbegeleider:
  - Heeft enige ervaring met/is niet bang om een groep aan te sturen.
  - Kan prima zijn of haar mond houden zodra het eenmaal loopt en grijpt alleen in als dat nodig is.
  - (!) Is géén inhoudelijk deskundige op het onderwerp waar hij/zij bij zit. Bij een eventuele tweede avond (opstellen uitvoeringplan) is dat juist wel de bedoeling. Bij de eerste avond dus niet.
  - Heeft geen eigen belang bij de besluitvorming.
 Beslis of je de gespreksbegeleiders een **klein presentje** wilt geven.

**Besprek** met de gespreksbegeleiders de aanleiding en doelstelling van je bijeenkomst. **Geef** hen de zaalindeling en de handleiding voor gespreksbegeleiders. Als je digitaal invult: **doorloop** de digitale versie tevoren een keer, zodat je op de avond zelf goed weet hoe dat gaat ([www.waardewijzer.net](http://www.waardewijzer.net)). Dat geldt voor de organisatie èn de gespreksbegeleiders.

## Tijdens de (eerste) bijeenkomst - visie bepalen

- Laat elke gespreksbegeleider vooraf zien waar zijn/haar tafel is en leg het benodigde materiaal zo mogelijk alvast op tafel. Bij digitaal invullen: laatste check of alles werkt. (Mocht het digitaal niet lukken, dan gebruik je alsnog de papieren versie).
- Na een kort welkom door de voorzitter van de bijeenkomst (doel benoemen) volgt een **voorstelrondje**. Bij hele grote groepen werkt een korte pitch *per organisatie* goed. Eén minuut maximaal (gebruik bijvoorbeeld een eierwekker). Zo nodig een korte pauze nadien.
- Geef een korte toelichting op de **werkwijze** van de WaardeWijzer (5 minuten). Geef aan dat je met elkaar tot een gezamenlijk toekomstbeeld wilt komen (al dan niet met uitvoeringsplan). Deelname schept geen verplichtingen: het is mooi als mensen tot actie komen, maar insteek is wel dat dat uit eigen beweging gebeurt. Het is geen 'moeten'. Overigens geldt dat ook voor de mensen die de bijeenkomst organiseren.
- Leg de **verdeling** in groepen uit en wijs iedere groep hun tafel en stel de gespreksbegeleiders voor. Leg de WaardeWijzer op een niet te grote tafel en ga daar zo omheen zitten dat iedereen het vel goed kan zien.
- Voor gespreksbegeleiders is een **verkorte handleiding** gemaakt, met tips waar zij op moeten letten. Het invullen van de WaardeWijzer kost ongeveer een uur tijd.
- 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.

## Contact

Wil je meer weten over de WaardeWijzer of zijn er onduidelijkheden, neem dan contact op met:

**Stimuland** - Jeroen Geerdink, Margreet Hogenkamp of Giny Hoogeslag  
 info@stimuland.nl, (0529) 47 81 80, www.stimuland.nl

**Wijkplaats** - Jochum Deuten, info@jochumdeuten.nl, (06) 47 09 43 15, www.wijkplaats.nl