

De vier P's van Mooi Zo, G

van Jari de Roo, Hertoogenbosch en Anouk van Hattum (Tilburg)

Mooi zo - Goed zo is een landelijk initiatief van het Juliana Welzijn Fonds. Deze projecten worden in 52 steden in Nederland uitgevoerd door plaatselijke projectleiders die aangehaakt zijn bij een plaatselijke instelling.

De kracht van deze projecten zit hem in de samenwerking die gezocht wordt tussen de 4 P's in de plaatselijke samenleving. De vier P's van Mooi zo Goed Zo zijn: de particuliere sector, de publieke sector, de private sector en de publiciteits sector of-te-wel de inwoners, de overheid/instellingen, het bedrijfsleven en de plaatselijke media. Door te zoeken naar samenwerkingsmogelijkheden en samenwerkingsmodellen tussen deze vier sectoren is het mogelijk om de sterke kanten van deze sectoren te benutten voor het verbeteren en optimaliseren van de plaatselijke samenleving. Immers de samenleving wordt gemaakt of gebroken door degenen die er deel van uit maken.

Mooi Zo - Goed Zo blijkt een formule te zijn die in de dagelijkse praktijk van de 52 steden werkt. Particulieren, overheid, bedrijven en media werken met elkaar samen aan het realiseren van plaatselijke projecten. Dit wordt gedaan door het inbrengen van menskracht, kennis, materiaal, inzet en soms geld van de verschillende participanten. Een ieder wordt gevraagd om datgene in te brengen waar hij/zij goed in is. Aan de medewerking houdt iedere partner iets positiefs over. In de praktijk blijkt het creëren van zogenaamde win-win situaties vlotter te verlopen dan aanvankelijk gedacht.

De praktijk tot nu toe

De flatcommissie komt regelmatig bijeen en vergadert over een aantal wensen die bewoners hebben ingebracht. Zo ook in dit geval: de commissie wil graag een wandelroute aanleggen in het park en bos dat achter de flat ligt. Maar dat kost geld, veel geld. Men denkt al vlug aan een bedrag van 5000 gulden. Vervolgens schrijft de secretaris van de commissie, al of niet met hulp van de opbouwwerker, een brief aan de woningbouwvereniging. De woningbouwvereniging vindt het idee wel aardig en geeft 1250 gulden. Misschien Publieke Werken van de Gemeente voor het resterend deel? Ook

hier vindt men het idee best aardig, maar binnen de gestelde prioriteiten van de gemeente krijgt dit project geen voorrang. Er volgt een afwijzing.

De flatcommissie is teleurgesteld, zo'n goed idee dat nergens gehoor vindt. Het enthousiasme van de bewoners om verder met ideeën te korian, is dan ook snel verdwenen. En een volgende keer nog eens iets doen voor de commissie, dat blijft de vraag.

De praktijk

Dezelfde flatcommissie vergadert over de wandelroute in het park en bos achter de flat: de belangrijke bomen in dat gebied moeten een bordje krijgen waarop de naam, leeftijd en kenmerken van de boom staan vermeld. De totale kosten bedragen 5000,-. Er wordt een aanvraagformulier voor Mooi zo - Goed zo aangevraagd voor dit project.

En dan moeten er opeens veel vragen beantwoord gaan worden. Zij gaan nadenken over hun eigen aanvraag, niet in de zin van: hoeveel geld kost dat, maar: welke materialen en diensten zijn er nodig om dit project rond te krijgen. En wat kunnen we zelf doen om dit project te realiseren.

Bewoners gaan hiermee stoeien en komen tot de volgende opsomming: 50 palen (kosten 2500 gulden), bordjes waarop de naam, leeftijd, kenmerken van de boom worden vermeld (2500 gulden). Totale kosten 5000 gulden. Zelf willen zij de gaten graven waarin de palen moeten komen en zij willen de bordjes op de palen schroeven. Kortom: als we dat allemaal hebben, is het project klaar. En zo wordt de aanvraag verstuurd naar Mooi Zo - Goed Zo.

Gezien de betrokkenheid en zelfwerkzaamheid van bewoners, wordt het project goedgekeurd. De projectleider gaat aan de slag. Al snel blijkt dat betreffende palen niet 2500 gulden kosten, maar 4000 gulden. En geen enkel bedrijf in de stad levert deze palen. Wat nu? In overleg met de flatcommissie wordt naar alternatieven gezocht, en gevonden: spoorbielsen! Die zijn wel te groot maar die kunnen we zagen, een biels is 2 palen. Het bedrijf dat bij de NS de spoorbielsen verzorgt, wordt benaderd en is enthousiast om mee te werken. De flatcommissie is blij hiermee, maar, hoe krijgen we die bielsen bij de flat, en wie gaat er zagen? Familie van een van de flatcommissieleden werkt bij een transportbedrijf. Deze wordt betrokken bij het

plan en mag van zijn baas de vrachtwagen voor dit doel lenen. Er worden een paar sterke mannen gezocht en de bielsen kunnen geladen en vervoerd worden. Maar waarheen? Eerst zagen! In dezelfde wijk ligt een volkstuin met een actieve vereniging. De buurman van de voorzitter is lid hiervan en hij wil wel meewerken om de palen te zagen. Dus ook dat karwei wordt geklaard.

Een bedrijfje wil de bordjes voor de helft van de prijs maken. Daarmee is het geld dat de woningbouwvereniging had toegezegd voldoende.

En zo worden steeds meer mensen betrokken bij dit project. De flatcommissie wordt steeds enthousiaster. Publieke Werken van de gemeente wordt gevraagd voor een vergunning om in het buitengebied deze palen te plaatsen. Zij was al positief over dit project en regelt de vergunning.

Er komt een heus feest wanneer alle palen in de grond zitten. De sponsors worden uitgenodigd, de pers komt erbij en schrijft er een artikel over en vermeldt in dat artikel nogmaals de namen van de sponsors en de inzet van bewoners. En de gemeente is blij dat in haar buitengebied een heuse wandelroute erbij is gekomen. Zij neemt dan ook dankbaar dit cadeau van de flatcommissie in ontvangst.

Een succesverhaal voor de bewoners die nu de smaak te pakken hebben gekregen, want hun volgende plan is alweer in de maak: een wandelkaart voor alle bewoners, die tevens bij de plaatselijke VVV te koop wordt aangeboden.

De werkwijze

Mooi zo Goed zo werkt via een vast stramen dat bestaat uit 5 stappen: de aanvraag, de selectie, zoeken van sponsors/medewerking, uitvoering, bedanken van sponsors/medewerkers.

Stap 1: de aanvraag

Bewoners krijgen een formulier/vragenlijst toegezonden dat zij moeten invullen. In dit formulier zijn vele vragen opgenomen zoals: naam, adres enz. van de aanvrager, een beschrijving van het project, in welke vorm heb je hulp nodig, wat kun je zelf doen, wat is de begroting van het projectidee, wat zijn mogelijke sponsors en in hoeverre draagt het project bij aan de leefbaarheid van de straat, buurt of stad. Bewoners kunnen bij de voorbereiding van hun idee/project hulp krijgen

van agogen werkzaam bij wijkbuurtcentra en categorale instellingen.

Hoe beter de aanvraag is voorbereid, hoe beter en sneller er gewerkt kan worden. De projectleider kan sneller actie ondernemen naar potentiële sponsors, bedrijven weten hoe groot de opdracht/medewerking voor hen is en waar ze ja tegen zeggen.

Stap 2: de selectie

Nadat de aanvraag officieel bij de projectleider is binnen gekomen gaat hij/zij aan de slag. Soms is het nodig om nog aanvullende informatie te verkrijgen van de aanvragers. Als alle benodigde informatie binnen is, wordt de aanvraag beoordeeld door een commissie. In deze commissie zitten mensen uit de eerder genoemde 4-P-sectoren. De selectiecommissie neemt een besluit na toetsing van de aanvraag aan van te voren vastgestelde criteria voor projectaanvragen. Daarnaast wordt beoordeeld of de aanvraag realiseerbaar is, dat wil zeggen of bij de nodige sponsors gerekend kan worden op weerklank, het raken van een gevoelige en goede snaar. Enkele criteria waarop beoordeeld wordt, zijn: zijn voldoende mensen betrokken en actief? Verbetert het project het leven en wonen in de stad, buurt of straat? Is het project snel (binnen een half jaar) te realiseren? Brengt het project mensen en culturen met elkaar in contact? Gaat het om investeringskosten of exploitatiekosten? De criteria verschillen per stad maar zijn altijd van te voren geformuleerd.

Stap 3: het zoeken naar sponsors/medewerking

Eerst wordt gekeken naar de aanvraag en hoe deze op te splitsen is naar verschillende onderdelen. Dit is belangrijk omdat sponsoring in materiaal, kennis of medewerking veel makkelijker gaat dan sponsoring in de vorm van geld. Daarna wordt bekeken welk bedrijf of instelling in de buurt van het project is gevestigd en/of welk bedrijf of instelling de benodigde materialen/kennis in huis heeft. Immers iedereen werkt het liefst mee aan iets in zijn/haar buurt of aan iets waarin je goed bent, cq. wat je aanspreekt.

Er zijn verschillende manieren om een sponsor te benaderen. De directe benadering gaat uit van een brief, een telefoontje of een bezoek. De indirecte benadering is mogelijk via advertenties, bedrij-



vencontactdagen, netwerken en bedrijfsbladen.

Stap 4: de uitvoering

Nadat voldoende medewerking en sponsors zijn gevonden kan de uitvoering ter hand worden genomen. Bij de uitvoering komen de voordelen van een goede en gedegen voorbereiding naar voren. Niets is zo vervelend als het moeten vragen om aanvullende medewerking of meer of ander materiaal. Bij sponsors/medewerkers gaat dit al gauw op zauren lijken. Een goed voorbereid plan is de basis en het fundament voor een vlotte en soepele uitvoering waar iedereen met plezier op terug kan kijken.

Stap 5: sponsors en medewerkers bedanken

Het is belangrijk om sponsors en medewerkers te bedanken voor hun inzet. Sponsors hebben immers recht op een tegenprestatie. Dit kan op verschillende manieren: De aanvrager bedankt de sponsor; dat kan in de vorm van een kaartje, een taart bakken voor het personeel, een foto toezenden van het gerealiseerde project, een artikelje schrijven in de wijkkrant of in een andere vorm.

Mooi Zo - Goed Zo biedt de sponsors publiciteit en PR aan in de vorm van een bedank-advertentie, een sponsor-receptie en een certificaat. Daarnaast verschijnen er regelmatig persartikelen in week- of dagbladen, of wordt de plaatselijke radio of TV ingeschakeld. Soms wordt daarin de sponsor met naam en toenaam genoemd, soms ook niet. Het betreffende artikel wordt toegezonden aan de sponsor.

Bovenstaande lijkt zo eenvoudig, maar in de praktijk blijkt dat bedrijven maar zel-

den bedankt worden voor hun sponsoring/medewerking. Wij vinden het belangrijk om zorgvuldig om te gaan met onze sponsors. Daardoor werken wij verbindend en kunnen we mogelijk een volgend jaar weer aankloppen.

Kortom

De 4 P's (de particuliere sector, de publieke sector, de private sector en de publiciteits sector of te-wel inwoners, de overheid/instellingen, het bedrijfsleven en de plaatselijke media willen, ieder op hun eigen manier, graag hun sterke kanten laten zien. Bij Mooi

Zo - Goed Zo worden zij op die sterke kant aangesproken. Uiteindelijk is deze manier van werken zeer de moeite waard, want vele projecten die vroeger niet haalbaar bleken, zijn inmiddels gerealiseerd.