



CHECKLIST STARTEN MET EEN PLEIN

OVER DEZE HERZIENE CHECKLIST

- Deze checklist is tot stand gekomen dankzij de ProBiblio handreiking 'Werken met een Ontwikkelplein'.
- Er was behoefte aan een verkorte checklist die niet altijd vanuit bibliotheken redeneert, omdat er in Midden-Brabant ook ontwikkelingen zijn vanuit het Taalnetwerk Midden-Brabant, een samenwerkingsverband met de Bibliotheken.
- Voor de duidelijkheid zijn dezelfde fases aangehouden.
- Uit praktische overwegingen is er direct een checklist/invuldocument van gemaakt: print uit en vul samen in, laat de schermen dicht.
- Werk je veel met kleine organisaties samen en heb je het idee dat deze lijst mensen kan overspoelen? Je kunt de lijst ook achter de schermen inzetten tijdens brainstormsessies, en toch dezelfde stappen doorlopen om tot een vruchtbare samenwerking te komen.
- Input voor dit document komt uit Bibliotheken en het Taalnetwerk Midden-Brabant.

Samenwerkingsafspraken

- Er bleek behoefte aan voorbeeld-afspraken die je met een partner maakt om te kijken hoe je naar een commitment komt.

NB

- We spreken in het begin bewust over een 'plein', omdat een Ontwikkelplein binnen Midden-Brabant betekent dat er ook direct workshops aan verbonden zijn i.p.v. een start met spreekuren.
- Na overleg met andere partners is een Informatieplein te veel Bibliotheek en linkt dit te veel naar het IDO: we zijn op veel locaties op zoek naar een breder plein dan dat
- Bedenk wel dat het woord Plein voor de doelgroep niet altijd logisch is gekozen: zij denken hierbij vaak aan een schoolplein.

Voor inhoudelijke overwegingen, voorbeelden en achtergrondinformatie verwijs ik naar de handreiking van ProBiblio.



CHECKLIST: FASE 1

WIE	WAT	WANNEER
	Kartrekker bepalen	
	Sparringspartner voor Kartrekker aanwijzen	
	Fase 1: Inspiratie opdoen	
	Doelen bepalen	
	Randvoorwaarden bepalen	
	(Onmisbare) partners bepalen	
	Haalbaarheid bepalen	
	Pilot afspraken vastleggen	



CHECKLIST: FASE 2

WIE	WAT	WANNEER
	Fase 2: Partners uitnodigen	
	Individuele gesprekken met partners	
	Kennismakingsronde alle partners	
	Gezamenlijkheid vinden	
	Brainstorm praktische zaken en verwachtingen plein	
	Terugkoppelingen intern: elke partner	
	Maak een klantreis	
	Marketing- en communicatieplan	<i>zie voor communicatiestappen ProBiblio-handreiking</i>
	Breng doorverwijzers op de hoogte	



CHECKLIST: FASE 3

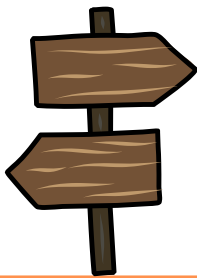
WIE	WAT	WANNEER
	Realisatie: Bespreek klantgerichtheid	
	Wat heb je nodig voor de fysieke herkenbaarheid van het plein? En wat voor een uitnodigende omgeving?	
	Inzichtelijk aanbod	
	Registratie en doorverwijzing	



CHECKLIST: FASE 4

WIE	WAT	WANNEER
	Borging: intentieverklaring invullen	
	Communicatie afspraken maken	
	Zet eigenaarschap op de agenda	
	Check regelmatig in	
	Evaluatie plannen	
	(In welke vorm?) Door?	





FASE 1: ORIËNTATIE FASE

Inspiratie	<i>Ontwikkelplein Hengelo Ontwikkelplein Rotterdam</i>
Waarom een plein?	
Het doel van het plein?	
Op welke doelgroep richten we ons? & Start doelgroepenonderzoek	<i>Waar ligt de behoefte in jouw omgeving? Wie heb je gesproken? Klanten? Partners?</i>
Wie zijn de sleutelfiguren/ambassadeurs in de wijk? & Hoe ga ik hen hierbij betrekken?	
Randvoorwaarden	<i>Minimum deelnemers? Minimum aantal uren? Eisen aan de locatie?</i>
Welke partners wil je er vanaf de start bij?	<i>• Formulierenbrigade, GGZ/GGD, Humanitas, Jongerenwerk, Juridisch Loket, Leger des Heils, LSTA (Landelijk stimuleringsnetwerk thuisadministratie), Mantelzorgsteunpunt, Ouderenbonden (KBO, ANBO, PCOB), Politie – Wijkagent, Schuldhulpverlening, Scheidingscafé, Stichting MEE, Sociaal raadsliden, Sociaal wijkteam/Gebiedsteam, Taalmaatjes, Vrijwilligerscentrale, Vluchtelingenwerk, Welzijnsorganisatie, Woningcorporaties</i>
Partners uitnodigen voor een introductie (individueel)	<i>Maak met iedereen een introductie-afspraken</i>

**Ga je workshops op het plein aanbieden?
Welke?**

i.s.m. aangesloten partners.

HAALBAARHEID



**Voor welke locatie kies je?
Waarom?**

**Bij welke opdracht sluit dit
plein aan?**

**Zijn er soortgelijke
opdrachten in de buurt om
mee te schakelen/af te
stemmen?**

**Hoeveel ruimte heb je
nodig?
Openbaar? Privé?**

Kosten opstartfase plein

*pc's
gratis internet voor publiek?
(spreek)tafels
Printers
Personele kosten
marketingkosten*

Structurele kosten plein

**Rollen betrokken
medewerkers en
vrijwilligers**

**Welke kennis/trainingen
hebben medewerkers en
vrijwilligers nodig?**

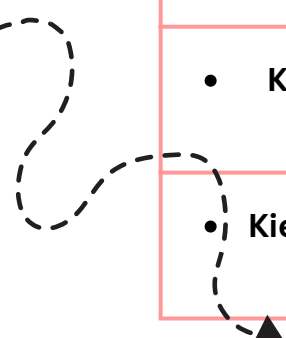
Is iedereen aan boord? Directie, MT, medewerkers	
Pilot afspraken	<i>Gaat dit om een pilot?</i> <i>Datum tussentijdse evaluatie</i> <i>Datum eindevaluatie</i> <i>Gesteld doel bespreken</i> <i>Zorg dat je cijfers hebt</i>

FASE 2: SAMEN RICHTING HET RESULTAAT

COLLEGA'S, GEEN CONCURRENTEN
 ALLE PARTIJEN WERKEN MET ELKAAR SAMEN OP HET PLEIN. DIT DOEN JULLIE OMDAT DE SAMENWERKING JULLIE OP MEERDERE GEBIEDEN VERSTERKT. HET ONTWIKKELPLEIN VORM JE MET ELKAAR. SPREEK DAAROM AF OM ELKAAR AAN TE SPREKEN ALS COLLEGA. OOK ALS JE EEN BEZOEKER DOORVERWIJST.

HIERMEE CREËER JE EENSGEZINDHEID EN DUIDELIJKHEID VOOR DE BEZOEKER.

Bijeenkomst 1: Kennismakingssessie met enthousiastelingen	<ul style="list-style-type: none"> • <i>Waar zitten de overeenkomsten?</i> • <i>Waar zitten de verschillen?</i> • <i>Waar vul je elkaar aan?</i> • <i>Waar vind je elkaar?</i> <i>Leer elkaar, elkaars ambities, elkaars doelen en belangen kennen.</i> <input type="checkbox"/> <i>Hier leg je de verbinding en de basis van het vertrouwen in elkaar.</i>
Bijeenkomst 2: Brainstormsessie inhoudelijk	
<ul style="list-style-type: none"> • Kies de vorm van het plein 	<i>Op thema? Allemaal op 1 moment? De hele week door?</i>
<ul style="list-style-type: none"> • Kies een naam voor het plein 	



Bespreek gezamenlijk belang/gezamenlijke ambitie	
Samenwerkingsafspraken overwegen	

IN GESPREK MET MOGELIJKE COMMERCIEËLE PARTNERS: VUL SAMEN DE AFWEGINGSTABEL IN.

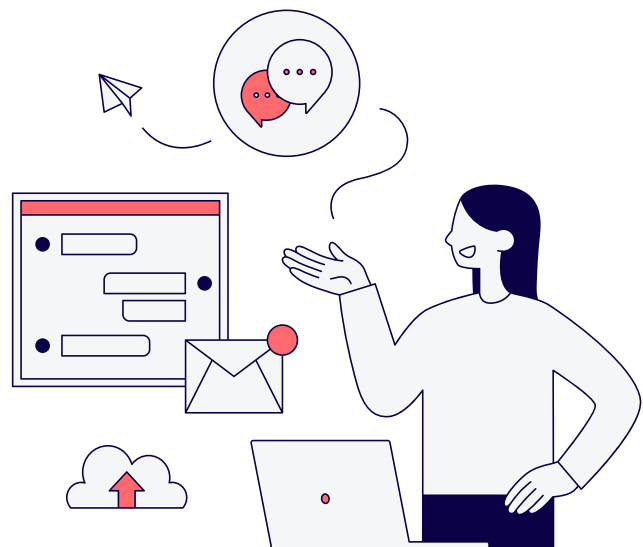
GA OP ZOEK NAAR HET GEZAMENLIJK BELANG OF DE GEZAMENLIJKE AMBITIE MET BEHULP VAN DE KRACHTENANALYSE

LOCATIE

Inrichting ruimte	<i>Spreektafels Pc's Werk- en leesplekken Vergeet de aankleding niet Zijn er schermen aanwezig met dagen/tijden?</i>
Hoe maken partners zich kenbaar? (Marketing en communicatie)	<i>signing als plein signing individueel</i>
Hoe waarborg je privacy?	<i>schermen ruimte tussen tafeltjes aparte ruimtes</i>
Hoe worden benodigde formulieren uitgeprint?	<i>kosten?</i>

COMMUNICATIE

Zorg voor uitleg/draagkracht intern	
Moeten er mensen getraind worden?	
Maak een klantreis	
Marketing- en communciatieplan	
Benader potentiële doorverwijzers	



FASE 3: REALISATIE FASE



Bespreek klantgerichtheid	
Fysieke herkenbaarheid plein	
Inzichtelijk aanbod	
Registratie en doorverwijzing	

FASE 4: BORGING

samenwerkingsafspraken vastleggen	
houd het plein op de agenda binnen je eigen organisatie	
maak afspraken over geregelde onderlinge communicatie	
Blijf geregeld evalueren	
Blijf successen vieren!	

