



Gemeente Breda

City Challenge – concept: ‘Beter Breda in Beeld’

De challenge:

“Wij zoeken concepten die vrijwillige inzet in Breda laagdrempeliger, aantrekkelijker, makkelijker en diverser maken. We denken dat ‘games’, een spelvorm, mensen eerder over de streep trekken om mee te doen.”

De aanpak:

Stap 1: is de analyse van de situatie rondom het activeren van burgers om zich in te zetten voor de maatschappij. Dit zal inzicht geven in waar de gemeente zich op kan focussen om de vrijwillige inzet te stimuleren.

Stap 3: zal ingaan op de praktische uitvoering van mijn concept



Stap 1.

Proces analyse

Stap 2.

Concept ‘Beter Breda in beeld’

Stap 3.

Implementatie plan

Stap 2: In dit onderdeel zal ik mijn concept ‘Beter Breda in Beeld’ toelichten. Waarin ik beschrijf hoe ik met mijn concept de inzichten van stap 1 toe pas.

Bedenker:

Koen Sluys

1. Proces analyse



Gemeente Breda

Hier geef ik aan waar de gemeente invloed kan uit oefenen op de burger met betrekking tot zijn/haar participatie in vrijwilligerswerk. Aan de hand van het onderstaande flow diagram beschrijf ik 1. hoe een burger besluit om te participeren aan een vrijwilligers initiatief. 2. Op welke punten de gemeente invloed kan uitoefenen om de participatie te vergroten.

Uitleg flow diagram:



= Toename van behoefte om vrijwilligers werk te doen

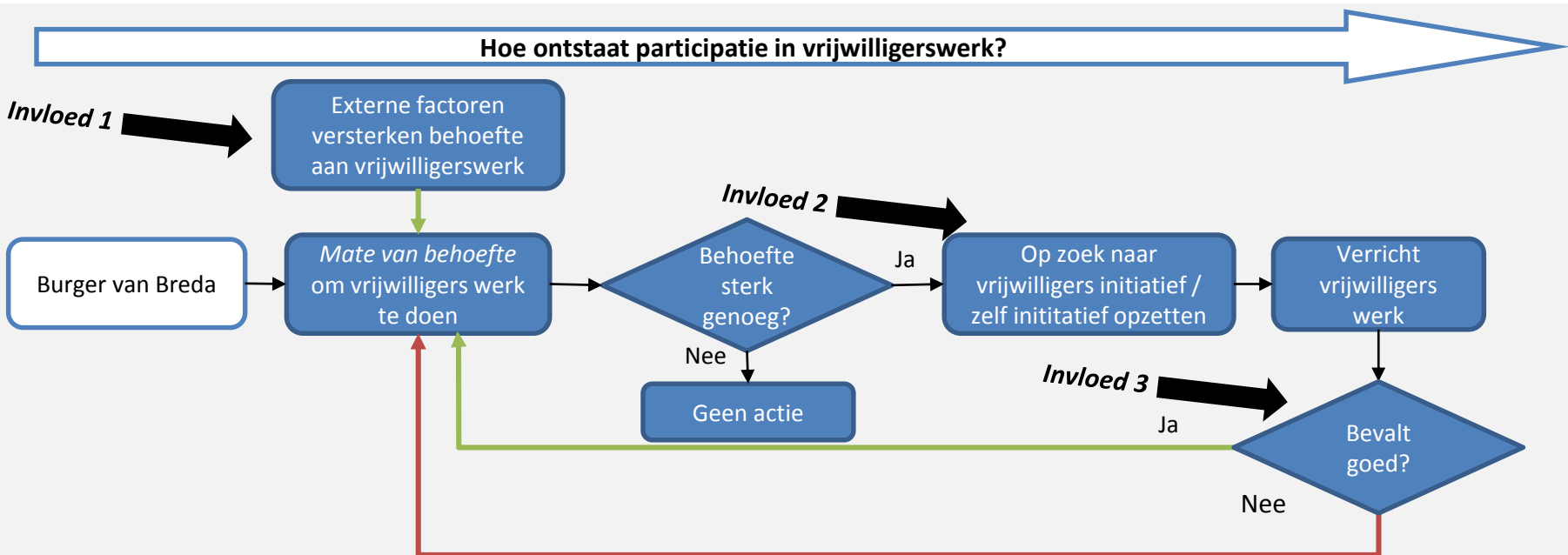


= Afname van behoefte om vrijwilligers werk te doen

Behoefte Vrijwilligers werk: = De drang die mensen voelen om zich maatschappelijk in te zetten

Hoe kan de participatie van burgers worden vergroot? (invloeden corresponderen met diagram)

- ❖ Invloed 1: Bewust maken van de positieve invloed die hij/zij kan hebben op de samenleving. Hier gaat het erom dat de burger zich 'geroepen' voelt om iets bij te dragen. Door de burger bewust te maken dat hij/zij écht het verschil kan maken zal er sneller actie ondernomen worden.
- ❖ Invloed 2: Bieden van een platform waar vraag en aanbod makkelijk bij elkaar komen. Dit is gericht op het versoepelen van het zoekproces naar een initiatief. Hier gaat het dus om dat de burger makkelijk een overzicht krijgt van alle vrijwilligers initiatieven waar hij/zij aan kan deelnemen.
- ❖ Invloed 3: Waardering geven voor het vrijwilligerswerk. De burger zal het deelnemen aan een vrijwilligers activiteit als positiever ervaren, wanneer hij/zij een blijk van waardering krijgt.



2. Concept



Gemeente Breda

Hier zal ik beschrijven hoe mijn concept de drie gebieden van invloed (vorige pagina) gebruikt om antwoord te geven op de challenge

Het concept:

Op centrale plekken in de stad interactieve schermen plaatsen waarop burgers:

1. Bewust worden gemaakt van de beschikbare vrijwilligers-initiatieven, zich hiervoor kunnen inschrijven en vrienden kunnen uitnodigen om ook te participeren. (invloed 1 & 2)
2. 'Succesverhalen' van afgeronde initiatieven kunnen zien. Hierdoor word (1) inzet van de actieve burgers gewaardeerd (2) andere burgers geïnspireerd zich ook in te zetten (invloed 1 & 3)
3. Nieuwe initiatieven kunnen initiëren (invloed 2)

Hoe werkt het?

Dit interactieve scherm zal de aandacht van het winkelend publiek trekken. Op dit scherm kunnen burgers verschillende initiatieven ontdekken door op de 'tegels' (zie voorbeeld rechts) te drukken. Deze tegels zullen real time aangeven hoeveel inschrijvingen er al zijn en hoeveel 'vrije plekken' het initiatief nog over heeft.

Wanneer iemand besluit zich in te schrijven voor een initiatief, drukt hij/zij op de tegel en geeft zijn e-mail adres op (dit is een verificatie), via het bericht dat hij/zij binnen krijgt kan de inschrijving worden bevestigd door op een link te klikken die mee word gestuurd.

Ook bestaat de optie om vrienden uit te nodigen voor deelname aan een initiatief door te drukken op de knop 'nodig vriend uit' en zijn / haar e-mail adres op te geven.



Dit interactieve scherm zal het publiek inspireren door de succesverhalen die op dit scherm gedeeld word. De mensen die hebben bijgedragen aan een initiatief zullen zich op hun beurt weer gewaardeerd voelen doordat hun verhaal als succes gedeeld word op dit scherm.

Tenslotte geeft dit scherm de mogelijkheid om nieuwe initiatieven op te starten door op de '+' knop te drukken. Hierachter zit namelijk een inschrijfformulier dat ingevuld kan worden en naar de gemeente (of andere partij) word doorgestuurd om het initiatief in benadeling te nemen.

Voorbeeld van scherm



2. Concept & 3. Implementatie



Gemeente Breda

Hoe ziet de organisatie achter dit scherm eruit?

Om ervoor te zorgen dat dit bord constant geupdate word met nieuwe initiatieven moet er één centraal punt komen waarop (1) de verschillende organisaties die actieve burgers zoeken (bv. Breda Actief, Opperuimd Breda, etc.) hun initiatieven kunnen indienen zodat ze op het interactieve scherm komen te staan. (2) de informatie van het scherm (zoals het aantal inschrijvingen voor een initiatief / idee voor nieuwe initiatief via de '+' knop) terugkoppelt naar de relevante organisaties.

Bijvoorbeeld wanneer Breda Actief een verzoek voor een groep vrijwilligers op dit scherm wil plaatsen, moet er iemand/systeem optreden als intermediair tussen het vraag en aanbod. De gemeente zou deze rol op zich kunnen nemen.

Extra opties

Eventuele extra toepassingen op dit concept zouden kunnen zijn:

- Maak het scherm verplaatsbaar, zodat het ook op andere plekken (bijvoorbeeld een festival, evenement, buurtfeest, etc.) kan worden neergezet.
- Wanneer er een webcam word ingebouwd zouden mensen die een nieuw idee hebben voor een goed initiatief dit kunnen pitchen en een video van zichzelf opnemen. Deze video kan dan worden meegestuurd met de aanvraag voor een nieuw initiatief.
- Een spel onderdeel om mensen naar het bord toe te lokken. Bijvoorbeeld een aantal quiz vragen over initiatieven die lopen of over Breda zelf. Hierbij zou dan bijvoorbeeld de top 10 best scores zichtbaar kunnen zijn op het scherm. Dit daagt mensen uit om ook de quiz aan te gaan en tegelijkertijd worden ze (on)bewust beïnvloed door alle andere informatie die op het scherm staat.

Benchmark

Het werken met interactieve schermen in de openbare ruimte word met succes op meer plekken toegepast.

Een reclame campagne van Coca-Cola toonde het succes aan met het interactieve bord dat veel aandacht van het voorbij lopende publiek trok.

(link: <https://www.digitalsignagetoday.com/articles/coke-digital-signage-brings-some-cool-summer-color-to-oz/>)

De implementatie zal bestaan uit een stappenplan met acties die genomen moeten worden om dit concept te realiseren

Stappenplan:

- Een centraal aanspreekpunt creëren voor alle initiatieven die in Breda lopen
- Alle organisaties die mensen zoeken voor maatschappelijk initiatief benaderen en inlichten over dit nieuwe concept
- Software ontwikkelen voor het interactieve scherm & scherm aanschaffen
- Plaatsen van scherm en openingsactie organiseren

Kortom: Beter Breda in Beeld is een concept dat:

1. De burger **bewuster** maakt van alle maatschappelijke initiatieven die Breda worden georganiseerd
2. De burger **stimuleert** om alleen of samen met anderen mee te doen aan maatschappelijke initiatieven
3. Een **unieke en eigenzinnige** bijdrage levert aan het straatbeeld van Breda