

Bijlage 2 Het beste Idee van Leusden

De voorbereidingen

Bij de Kerntakendiscussie in 2013 is besloten om structureel € 25.000,- per jaar te besparen op de begroting. Het voorstel was “de samenleving uit te dagen en te faciliteren om op zoek te gaan naar innovatieve ideeën op het gebied van bijvoorbeeld duurzaamheid, energiebesparing, e- dienstverlening, social return, wijkinitiatieven, economie en bedrijvigheid. Hiertoe is incidenteel € 100.000 beschikbaar te stellen met als randvoorwaarde dat dit bedrag in 4 jaar wordt terugverdiend via het bewerkstelligen van ‘slimme’ besparingen op de gemeentebegroting.”

Vervolgens is nagedacht hoe hier invulling aan te geven. Vanuit het aanjaagteam Samenleving Voorop is daar een aanzet voorgegeven. Het college heeft randvoorwaarden vastgesteld. En in maart 2016 is gestart met de voorbereidingen.



Via de krant, de website www.hetbesteideevanleusden.nl, een filmpje waarin de wethouder een oproep doet en een briefing aan Z-point is bekend gemaakt dat de gemeente met Het beste Idee van Leusden aan de slag wil. Doel van Het Beste Idee van Leusden is inwoners uit te dagen om met innovatieve besparingsvoorstellen te komen. De ideeën moeten leiden tot een structurele besparing op de gemeentelijke begroting. We willen dit vormgeven met een experiment, een totaal andere werkwijze dan dat we als gemeente gewend zijn. Om Leusdenaren te mobiliseren, is de gemeente op zoek gegaan naar een communicatieve en creatieve campagneleider. Via pitches is een campagneleider gekozen: Het Communicatiehuis.

<http://leusderkrant.nl/lokaal/leusdense-communicatiehuis-campagneleider-voor-het-beste-idee-120161>

Het Communicatiehuis is direct actief aan de slag gegaan met het uitwerken van een plan en het realiseren daarvan. Ondertussen was binnen het gemeentehuis een projectgroep opgezet om hierin samen met Het Communicatiehuis op te trekken. Het

Communicatiehuis ging aan de slag met de campagne: vraagtekenposters, zadelhoesjes, stoeptegelvraagtekens, filmpje, flyer en een website werden gemaakt. Via facebook, twitter en de website werd ruchtbaarheid gegeven aan Het Beste Idee van Leusden en werd men opgeroepen om ideeën in te dienen. Ook werd een opvallende felgele ideeënton in het gemeentehuis gezet waar men ideeën kon deponeren.

Vanaf juni zijn ideeën ingediend. <http://leusderkrant.nl/deel-je-nieuws-artikel/inspiratiesessies-het-beste-idee-van-leusden-133421> Een idee kon worden ingediend met een wedstrijdformulier. Het grootste aantal in de laatste twee weken na de zomervakantie. In totaal zijn 45 ideeën ingediend.

Finale

De ingediende ideeën zijn met een open blik getoetst door de ambtelijke organisatie op kansrijkheid. Er is contact opgenomen met de indieners voor meer informatie, en samen met de indieners is overleg geweest. Vervolgens is de informatie gedeeld met de werkgroep en heeft de werkgroep een voorselectie gedaan voor de jury. De jury heeft aan de hand van de criteria een top 10 samengesteld. Deze 10 personen hebben tijdens de finaleshow van 15 september hun idee weergegeven in een pitch. De jury heeft daar 3 winnaars uit gekozen.

De finaleshow was goed georganiseerd. Een vlot, aansprekend programma met tussen de pitches door optredens van Leusdens talent. Een hele mooie afsluiting van Het Beste Idee van Leusden. <http://leusderkrant.nl/lokaal/brenda-heeft-beste-idee-van-leusden-167279>

Evaluatie

Het Beste Idee van Leusden is op 29 september geëvalueerd door de betrokkenen vanuit de gemeente en Het Communicatiehuis. Er zijn pluspunten en aandachtspunten benoemd die we kunnen meenemen als succes- en leerpunten. Het geheel overziend kunnen we concluderen dat het doel van Het Beste Idee van Leusden deels behaald is.

Door de vernieuwende, andere werkwijze zijn inwoners uitgedaagd om met innovatieve besparingsvoorstellen te komen. De campagne van Het Communicatiehuis zorgde voor reuring en bekendheid. Met het aantal van 45 ideeën zijn we tevreden. Ook de transparantie in het proces is van grote meerwaarde.

Bij het verder uitwerken van de ideeën merken we dat een aantal indieners van ideeën zelf actief willen meewerken aan het realiseren van hun idee. Zij nemen daartoe zelf initiatieven. Mooi om dit enthousiasme en de kracht van de samenleving te zien.

Als we kijken naar het aantal innovatieve, *besparende* ideeën valt het aantal tegen. Kijkend naar het aantal besparende ideeën in relatie tot de kosten, kunnen we concluderen dat de winst van Het Beste Idee van Leusden niet zit in de besparing, maar in het uitproberen van een voor Leusden geheel nieuwe aanpak van het betrekken van de samenleving.