

See discussions, stats, and author profiles for this publication at: <https://www.researchgate.net/publication/276094013>

Maak je buurt uitmuntend!

Book · January 2014

CITATIONS

0

READS

97

5 authors, including:



[Lieven De Maesschalck](#)

Thomas More University of Applied Sciences

59 PUBLICATIONS 145 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



[Bernard Lietaar](#)

University of California, Berkeley

38 PUBLICATIONS 1,274 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



[Anne Snick](#)

KU Leuven

16 PUBLICATIONS 39 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)



[Edgar Kampers](#)

Qoïn

2 PUBLICATIONS 0 CITATIONS

[SEE PROFILE](#)

Some of the authors of this publication are also working on these related projects:



FoTRRIS [View project](#)



Modem, Expert network on Assistive Technology in Flanders [View project](#)

Maak je buurt uitmuntend!

Handboek gemeenschapsmunten voor lokale besturen en organisaties



Inhoudstafel

<i>Woord vooraf</i>	4
<i>Hoe dit handboek te lezen?</i>	5
<i>Inleiding</i>	7
<hr/>	
1. Verken de mogelijkheden van cocreatief beleid	8
<hr/>	
2. Kies haalbare doelen voor gemeenschapsmunten	14
Breng noden, dromen en capaciteiten in beeld en verbind ze	14
Baken cocreatieve doelen goed af	18
<hr/>	
3. Een gemeenschapsmunt runnen: door wie, met wie, voor wie?	22
Van trap naar triade	22
Het grootste tandwiel: de deelnemers	24
Het middelste tandwiel: de organisatie achter de gemeenschapsmunt	27
Het kleinste tandwiel: omkadering op hogere beleidsniveaus	29
<hr/>	
4. De bouwstenen van een gemeenschapsmunt	32
<hr/>	
5. Muntmodellen	38
Ruilmodel: Time Banks	38
Beloonmodel: Torekes & Spice	40
Mixmodel: Troeven & Makkie	42
<hr/>	
6. Globale projectplanning	46
<hr/>	
7. Werving en communicatie	49
Werving	49
Communicatie	51
<hr/>	
8. Monitoring en evaluatie	54
<hr/>	
9. Juridische randvoorwaarden: wat mag en wat mag niet?	56
<hr/>	
10. Betaalplatform en andere ICT-toepassingen	61
<hr/>	
11. Financiering: kosten en verdienmodel	64
<hr/>	
12. Meer bij de hoofdstukken van dit handboek	71
<hr/>	
13. Verklarende woordenlijst	74
<hr/>	

Woord vooraf

In Japan hebben ze de fureai kippu, waarmee mensen die zorgen voor hun oudere buren betaald worden. In het Londense Brixton kunnen inwoners gemeenschapsmunten gebruiken om hun gemeentetaksen te betalen. Dichter bij huis zijn er de Gentse Torekes die buurtbewoners stimuleren om hun wijk Rabot-Blaisantvest gezellig en proper te houden. Hoewel deze systemen mijlenver van elkaar verwijderd lijken, zijn ze op dezelfde leest geschoeid: mensen zorgen voor mensen en helpen zo elkaar en hun buurt vooruit. Deze systemen zijn een middel om engagement en betrokkenheid te tonen op een manier die heel tastbaar en zichtbaar is. Gemeenschapsmunten overtuigen mensen om op een zorgzame manier te leven en met elkaar om te gaan. Ze motiveren tot vrijwilligerswerk en versterken de sociale cohesie. Dat is de kracht van gemeenschapsmunten, die sinds enige tijd aan een heuse opmars bezig zijn.

Die stijgende populariteit van gemeenschapsmunten is niet verwonderlijk, omdat ze voortbouwen op iets wat alle mensen bindt met elkaar: de veerkracht om telkens opnieuw oplossingen te vinden voor gedeelde problemen. Zeker in de huidige maatschappelijke en economische context voelen veel mensen de nood om zelf de handen uit de mouwen te steken en zelf, te beginnen in de eigen buurt, bij te dragen tot een betere, mooiere en solidaire samenleving. Gemeenschapsmunten spelen in die behoefte een belangrijke rol.

Wilt u een gemeenschapsmunt opzetten of loopt er in uw gemeente of stad een project dat u wil ondersteunen? Hoe werkt een gemeenschapsmunt, wat is er nodig om ze op te starten en goed te runnen? Hoe kan u mensen stimuleren hun schouders te zetten onder een gezamenlijk initiatief, of omgekeerd, hoe kan u bestaande initiatieven ondersteunen? Dit handboek biedt een praktisch antwoord op al uw vragen.

Ik wens u veel leesplezier en vooral ook veel succes. Leer van elkaar, deel uw ervaringen, uw successen en mislukkingen, wissel goede ideeën uit. Steden en gemeenten zijn de plek waar oplossingen voor de complexe problemen van vandaag kunnen worden uitgevonden. Ik hoop dat ik u met dit handboek een instrument heb gegeven om die ambitie waar te maken.

Vlaams Minister van Energie, Wonen, Steden en Sociale Economie

Hoe dit handboek te lezen?

Dit handboek is een initiatief van de Vlaamse overheid, met als doel lokale besturen en organisaties te helpen bij het ontwikkelen van een lokale gemeenschapsmunt, een beleidsinstrument dat de inzet van burgers voor hun buurt stimuleert en waardeert. Om aan te sluiten bij internationale ontwikkelingen op dit vlak, is de indeling van het boek gebaseerd op het Community Currency Implementation Framework. Dit is een kader voor het gebruik van gemeenschapsmunten ontwikkeld door het Europese innovatieproject Community Currencies in Action (CCIA.org, Interreg IVB NWE).

Het handboek is opgebouwd uit drie delen.

- Beleidsvisie en doelen. Voor welke uitdagingen is het voor gemeentes of dienstverlenende organisaties vandaag interessant een munt te lanceren? Voor welk type beleidsdoelen zijn gemeenschapsmunten geschikt, en hoe kies je goede doelen?
- Het ontwerp van de munt. Een gemeenschapsmunt zorgt ervoor dat onbenutte capaciteiten in een buurt, dorp of stad ingezet worden voor onvervulde noden en dromen. Er zijn veel manieren om dit te doen. Je leert drie courante types van gemeenschapsmunten kennen die uitgaan van lokale overheden en professionele organisaties. Elk model maakt andere keuzes wat betreft de bouwstenen en het ontwerp van de munt, opent bepaalde mogelijkheden maar kent ook zijn beperkingen. Met welke elementen hou je rekening om de juiste keuze te maken?
- De organisatie achter de munt. Om de inzet van de burgers duurzaam te stimuleren, moet de gemeenschapsmunt zo vlot mogelijk van hand tot hand kunnen gaan, en dat vergt planning en een goed management. Hoe ga je concreet tewerk om een munt te lanceren, en hoe garandeer je dat die goed blijft draaien?

Om het behapbaar te houden, gaat het handboek enkel in op de meest gangbare vormen van gemeenschapsmunten, en het licht die beknopt en overzichtelijk toe. Wie graag nog meer wil weten over praktische of theoretische aspecten, kan gaan grasduinen in de lijst met websites en publicaties. Uiteraard verschijnt er elke dag nieuwe informatie over dit onderwerp op het internet. Door geregeld een kijkje te nemen op enkele websites die in de literatuurlijst achteraan het handboek vermeld staan – of je eventueel in te schrijven op hun nieuwsbrieven – blijf je op de hoogte.

Gemeenschapsmunten komen met hun eigen vaktermen. In de tekst is geprobeerd om zoveel mogelijk jargon te vermijden, maar het leest natuurlijk vlotter als je een begrip niet telkens opnieuw volledig moet omschrijven. Een aantal termen die in de context van gemeenschapsmunten geregeld opduiken, werden daarom verzameld in een ‘verklarende woordenlijst’ achteraan dit handboek.

Gemeenschapsmunten zijn een beleidsinstrument in volle ontwikkeling. Dit handboek is een weergave van de huidige stand van zaken. Het helpt je op weg om met gemeenschapsmunten aan de slag te gaan. Het doet dat op basis van ervaringen die in Vlaanderen en elders zijn opgebouwd, maar ook die ervaringen evolueren snel. Om die reden wordt het handboek in elektronische vorm verspreid. Dat laat toe om geregeld updates te realiseren. Als je een papieren versie in handen hebt, kun je op www.thuisindestad.be even kijken of er een meer recente versie beschikbaar is.

DEEL I

WAARVOOR DIENT EEN
GEMEENSCHAPSMUNT?

Inleiding

De samenleving verandert, en ook het beleid moet met zijn tijd mee. Sociale fenomenen als migratie en vergrijzing, of economische ontwikkelingen als globalisering en informatisering leiden tot nieuwe noden, maar ook tot nieuwe kansen. Dus is er behoefte aan nieuwe hefboomen om noden en capaciteiten met elkaar te verbinden. Gemeenschapsmunten zijn daar een prima middel toe. Ze helpen je om zaken te realiseren die met euro's niet te betalen zijn, en vormen dus een bijkomende hefboom om beleidsdoelen te bereiken.

Om met gemeenschapsmunten zinvol aan de slag te gaan, is het van belang om je allereerst een goed beeld te vormen van actuele maatschappelijke ontwikkelingen en hun impact op het beleid. Gemeenschapsmunten zijn niet bedoeld om de bestaande beleidsinstrumenten te vervangen, maar om ze aan te vullen. Oude en nieuwe beleidshefboomen hebben elk hun terrein. In hoofdstuk 1 leer je enkele begrippen kennen om die nieuwe context in beeld te brengen. Zo krijg je inzicht in **waar en waartoe** in je omgeving gemeenschapsmunten zinvol zijn.

Vervolgens gaat het erom te kiezen **wat** je met je gemeenschapsmunt wil bereiken. Wereldwijd worden complementaire munten voor de meest uiteenlopende doelen ingezet. Zo bewijzen commerciële getrouwheidsprogramma's – denk aan de klantenkaart van supermarkten of tankstations, of de vliegmijs van vliegtuigmaatschappijen – al sinds ruim veertig jaar dat ze de klanten aan zich kunnen binden. Daarmee is aangetoond dat het gedrag (kopen, tanken, reizen ...) van mensen dankzij deze systemen langdurig, op grote schaal en tegen lage kostprijs kan worden veranderd. De gemeenschapsmunten die in dit handboek worden beschreven, gebruiken dezelfde principes en technieken, maar dan met als doel de levenskwaliteit in lokale gemeenschappen te verbeteren. Hoofdstuk 2 licht toe tot welke doelen gemeenschapsmunten kunnen bijdragen, en legt uit waarop je moet letten als je doelen gaat vastleggen.

Tot slot leer je in het derde hoofdstuk **wie je betreft bij de keuze van** doelen. Aangezien het doel van gemeenschapsmunten is om de inzet van burgers te versterken, is het cruciaal om hen al van bij de start mee te hebben. Reeds bij de keuze van de doelen voor je gemeenschapsmunt moet je op hun inbreng rekenen.

Deel I helpt je een antwoord te formuleren op volgende vragen

- Merk ik in mijn omgeving (nieuwe) noden die door de bestaande beleidsinstrumenten (of door de markt) onvoldoende worden vervuld? Zijn gemeenschapsmunten hiervoor zinvol?
- Welke zaken kun je dankzij een gemeenschapsmunt realiseren om aan die nood tegemoet te komen? Welke concrete doelen zijn haalbaar?
- Met wie zit ik samen om die doelen te formuleren? Wie betrek ik erbij en op welke manier?

1. Verken de mogelijkheden van cocreatief beleid

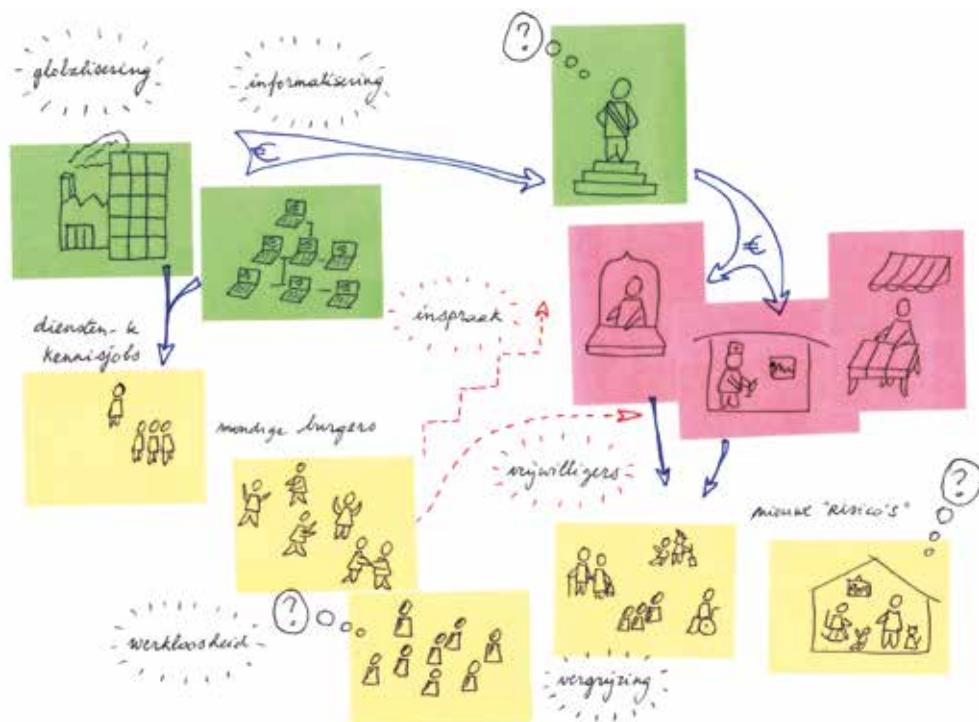
Gemeenschapsmunten zijn een beleidshefboom, een instrument waarmee een lokaal bestuur of een professionele organisatie iets kan bereiken dat voor de lokale gemeenschap van waarde is. Denk dus niet dat 'het lanceren van een gemeenschapsmunt' een doel op zich is. Het is een middel dat toelaat om de onderlinge hulp en dienstverlening tussen burgers te versterken, en zo bepaalde sociale doelen te realiseren. Het is door de inzet van de burgers dat je het doel bereikt!

Wie 'dienstverlening' zegt, denkt vanzelf aan iets wat door een overheid of een professionele organisatie centraal en van bovenaf georganiseerd wordt, en waar de bevolking als cliënt of consument gebruik van maakt. Dat is het vertrouwde beeld van sociale voorzieningen zoals die sinds de tweede wereldoorlog zijn uitgebouwd. Momenteel kennen we een periode waarin de maatschappelijke context verandert en we met nieuwe noden en nieuwe mogelijkheden worden geconfronteerd. Dat vraagt dan ook om nieuwe concepten, modellen en instrumenten.

Het vertrouwde model: diensten voor de burger

Sinds de naoorlogse industriële samenleving is loonarbeid – in de praktijk vooral van mannen – de norm. De productie van nieuwe goederen leidt tot een toename van de welvaart. De industrie trekt ook veel arbeidsmigranten aan. In die periode groeit de sociale dienstverlening, ook overwegend centraal georganiseerd, die mensen beschermt tegen risico's in hun loopbaan (ziekte of invaliditeit, werkloosheid door ontslag of hoge leeftijd). Vanaf het moment dat meer vrouwen aan de arbeidsmarkt deelnemen, wordt ook het krijgen van kinderen als een risico beschouwd waartegen publieke diensten bescherming moeten bieden, bijvoorbeeld door betaald bevallingsverlof of crèches.

Net als industriële processen is ook deze dienstverlening centraal georganiseerd en gestructureerd, met zijn eigen sectoren en budgetten (ouderenzorg, kinderopvang, gezondheidszorg, welzijnswerk). Het gaat om diensten die door professionele krachten (administraties, verpleegkundigen, opvoedkundigen, sociaal werkers ...) worden verstrekt. Dit is dienstverlening voor de burger. Deze van bovenaf aangestuurde dienstverlening vormt nog steeds de ruggengraat van de zorgzame samenleving. Ze blijft een belangrijke rol voor lokale besturen en professionele organisaties. Het is een zeer efficiënte wijze om bepaalde diensten te organiseren.



Naar cocreatief samenleven en samenwerken

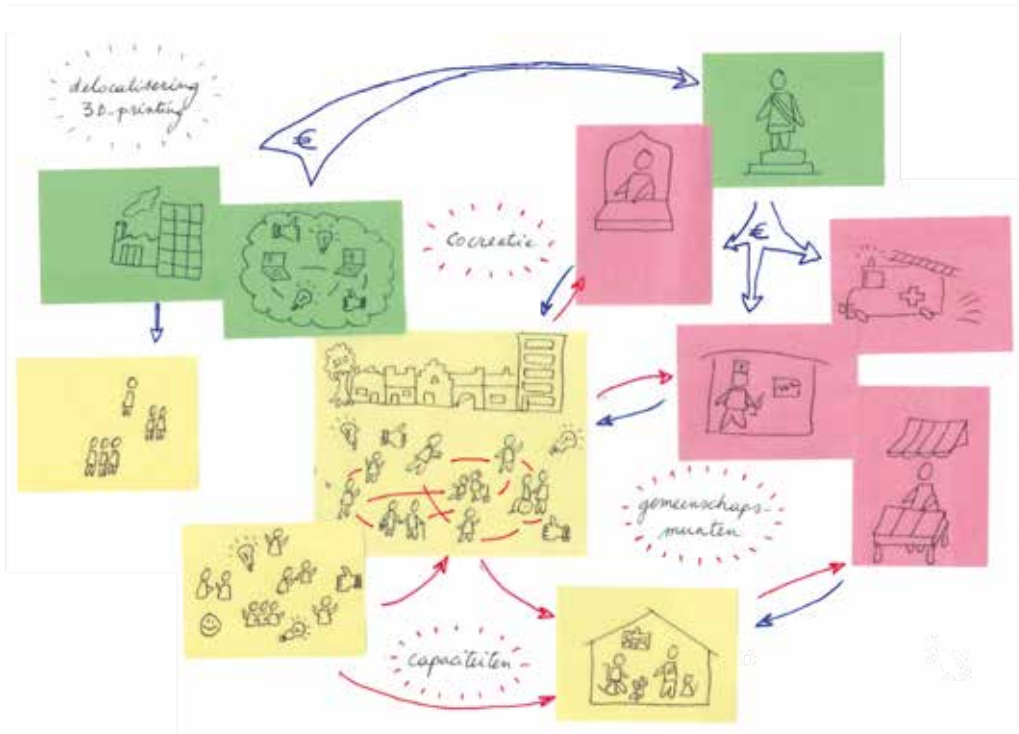
In de postindustriële maatschappij wordt het potentieel van de betrokken, mondige burger voluit ontwikkeld. Economische evoluties zoals informatisering, automatisering en globalisering, maken dat er vandaag veel mensen zijn die niet (of niet meer) in de formele economie aan de slag zijn, terwijl ze heel wat talenten hebben en deze ook willen inzetten. Het gaat om senioren of jonge werklozen, maar ook om migranten waarvoor de arbeidsmarkt niet meteen een passende job heeft. Of het kan gaan om jonge gezinnen die zin hebben om taken te delen, dingen samen te doen. Dit alles maakt dat er vandaag nieuwe sociale noden zijn die niet door de markt worden vervuld, maar ook er dat er veel mensen zijn die daar met plezier hun schouders onder zetten, met elkaar, voor de lokale gemeenschap of buurt.

Een bijkomende ontwikkeling is dat ook de overheid verandert. Ze weet dat ze niet langer alles alleen kan oplossen, ze heeft de middelen van de samenleving nodig. Bovendien beseft ze dat een doelmatig overheidsoptreden een draagvlak nodig heeft, en meer nog, best samen met de samenleving vorm en inhoud krijgt. De overheid botst op haar eigen grenzen (overheidsaanering) en de opvatting van groepen burgers over de rol van de overheid is gewijzigd (kleine overheid).

Burgers wachten niet langer tot de overheid, de markt of de sociale sector een bepaalde nood voor

hen oplost, maar nemen zelf het initiatief, en gaan elkaar wederzijds diensten of hulp aanbieden. Problemen in de gemeenschap worden niet langer alleen voor en met, maar door inwoners opgelost. Soms gebeurt dit volledig van onderuit (of 'bottom-up'), zonder dat het beleid er bij betrokken is. Dit noemt men grassroots-initiatieven. Soms stimuleert een lokaal bestuur of professionele organisatie de vrijwillige inzet van burgers, om op die manier bepaalde maatschappelijke doelen beter te kunnen bereiken. Burgers zijn dan niet langer alleen cliënt, maar ook actor van het beleid. Beleid evolueert van top-down (be-)sturen naar governance, waarbij de betrokkenheid van burgers als cruciaal wordt erkend. Besturen of professionele organisaties beginnen cocreatie als volwaardige pijler van hun beleid te zien, en zoeken hefboomen en om het te versterken. Bij cocreatie hebben alle deelnemers een democratische invloed op alle onderdelen van het proces en de resultaten. Iedereen werkt mee vanuit een gelijkwaardige positie.

Cocreatieve samenleving



Drie wegen naar lokaal sociaal en welzijnsbeleid

In de context van de cocreatieve maatschappij treden gemeenschapsmunten op de voorgrond. Ze blijken immers bijzonder geschikt om cocreatie te stimuleren en in goede banen te leiden. Gemeenschapsmunten

- versterken collectieve zorg en burenhulp in de lokale gemeenschap
- zetten in op talenten en capaciteiten die op de (arbeids)markt niet (meer) worden benut
- bestrijken het gebied tussen privé­zorg en publieke zorgvoorzieningen in
- staan tussen onbetaalde en (in euro's) betaalde diensten in, en creëren een eigen dynamiek

Ze betekenen een ondersteuning voor zorg in de familiale sfeer, en een aanvulling op publieke diensten. Zo vormen ze als het ware het sluitstuk van een dekkend sociaal en welzijnsbeleid. Bij de vraag 'waartoe een gemeenschapsmunt in onze gemeente?' dien je dat heel eigen toepassingsgebied van gemeenschapsmunten goed voor ogen te houden.

Een dekkend sociaal en welzijnsbeleid



Om te onthouden! Gemeenschapsmunten

- > hebben hun meerwaarde in een veranderde beleidscontext, waarin nieuwe noden maar ook nieuwe mogelijkheden ontstaan
- > hebben een eigen toepassingsgebied, namelijk collectieve initiatieven in buurten en wijken, tussen zorg in de privésfeer en professionele dienstverlening door markt en overheid in
- > stimuleren initiatieven en diensten die een ondersteuning bieden aan mantelzorgers en aan professionele zorgverstrekkers

Complementaire wegen naar sociaal beleid

Top-down	Top-down met inspraak	Governance in het kader van cocreatie
Beleid en welzijn worden centraal georganiseerd, vanuit overheid of professionele dienst.	Beleid en welzijn worden centraal georganiseerd met geregelde inspraakmomenten.	Initiatieven voor welzijn en zorg worden in de buurten zelf ontwikkeld.
Top-down processen overheersen. Communicatie berust overwegend op eenrichtingsverkeer vanuit de overheid.	Top-down processen worden bijgestuurd door vormen van inspraak gerangschikt op de participatieladder.	Groepen burgers nemen initiatieven, die door het beleid of organisaties worden ondersteund en gewaardeerd.
Voor de burger, die cliënt, patiënt, consument of gebruiker van de openbare diensten is.	Voor de burger, maar met inspraak. Burgers worden mondiger, het middenveld zet hen in als vrijwilliger.	Door de burgers, ondersteund door een organisatie en omkaderd door het lokaal beleid.
Aanbodgestuurd: de dienst wordt centraal ontwikkeld en dan aan cliënten verstrekt. Dit is zinvol voor gespecialiseerde diensten.	De dienst wordt vraaggestuurd: gebruikers hebben inspraak bij het ontwerp, zodat hij beter aan hun verwachtingen beantwoordt.	De gebruiker is tegelijk gebruiker en aanbieder van de dienst. Vraag en aanbod zitten bij de burgers zelf. Het beleid stimuleert die uitwisseling.
Professionele diensten in loonverband, in euro's betaald.	Professionele diensten in euro's, naast vrijwillige inbreng tegen een wettelijk beperkte vergoeding.	Doordachte mix van bijdragen in euro's, in gemeenschapsmunten en onbetaald.
Alleen loonarbeid, overwegend in euro betaald, wordt als arbeid erkend. Belastingen worden alleen in euro's geïnd.	Loonarbeid blijft de norm. De overheid steunt de vermaatschappelijking van mantelzorg. Vrijwilligerswerk wordt aanvaard binnen bepaalde grenzen.	Vrijwillige inzet voor de gemeenschap wordt door de overheid gewaardeerd. Sommige gemeenten laten betaling van taksen in lokale munten toe.

Checklist

- Ga na of je in je gemeente of wijk noden opmerkt die de bestaande publieke diensten (of marktspelers) onvoldoende vervullen. Maak een lijst van alle noden waaraan je kunt denken.
- Overleg of het zinvol zou zijn hiervoor de inzet van burgers te stimuleren, als aanvulling (eventueel) op het familiale en professionele aanbod.
- Toets je lijst af bij zoveel mogelijk mensen of organisaties, ga in de buurt zelf luisteren, op plekken en momenten waarop je burgers gemakkelijk bij elkaar krijgt en waar ze zich op hun gemak voelen.
- Bespreek je ideeën met collega's en andere lokale organisaties en verfijn telkens je lijst.

2. Kies haalbare doelen voor gemeenschapsmunten

Eens duidelijk blijkt dat het in je omgeving zinvol is om cocreatie - via een gemeenschapsmunt - te ondersteunen, moet je concrete doelen stellen. Welke inzet van burgers wil je aanmoedigen? Wat is er met gemeenschapsmunten mogelijk? Tot welk resultaat moet je munt leiden? In dit hoofdstuk leer je wat goed gekozen doelen zijn. In hoofdstuk 3 krijg je tips over hoe je burgers en andere partijen bij die keuze betreft - en aansluit bij de ideeën en initiatieven die daar al leven - zodat het echt om 'samen doen' gaat.

Cocreatie verschilt van centraal gestuurd beleid. Dat laatste is opgesplitst in beleidsdomeinen die elk hun eigen, specifieke functie, targets en middelen hebben. Doelen die je (niet voor maar) door de inzet van burgers wil realiseren, moeten ook die burgers als vertrekpunt nemen. Om haalbare doelen voor gemeenschapsmunten te formuleren, vertrek je van wat in de buurt zelf leeft.

Hanteer volgende twee vuistregels voor het formuleren van doelen.

- Doelen zijn haalbaar als ze een brug slaan tussen noden, dromen en capaciteiten die in de buurt te vinden zijn; gemeenschapsmunten zijn een middel om die brug vorm te geven.
- Doelen die je met gemeenschapsmunten kunt bereiken, worden anders afgebakend dan klassieke beleidsdoelen of professionele targets.

Breng noden, dromen en capaciteiten in beeld en verbind ze

Je wil mensen versterken in hun actief burgerschap en participatie. Uit onderzoek blijkt dat de inzet van burgers afhangt van drie factoren.

- Noden: een collectief doel dat mensen samen nastreven en dat hen verbindt
- Dromen: hun individuele verlangen, of de vraag 'wat haal ik eruit?' of 'wat koop ik ermee?'
- Capaciteiten: de vaardigheden en talenten, maar ook materiële hulpmiddelen die ingezet kunnen worden om de nood te beantwoorden en de droom te vervullen

De gemeenschapsmunt is een middel om deze drie elementen aan elkaar te koppelen en de dynamiek van cocreatie in gang te zetten. Als ze goed is ontworpen, zorgt de munt voor congruentie tussen wat de mensen eruit kunnen halen (de droom), wat ze erin steken (de capaciteiten) en de context (de nood in de buurt).

Vaak blijkt dat mensen zich in het begin vooral inzetten als ze met hun munten iets kunnen betalen waar ze naar verlangen (hun 'droom'). Na verloop van tijd kunnen de twee andere factoren - bijdragen tot een fijn buurtleven en talenten ontplooien - even motiverend gaan werken. Om je gemeenschapsmunt op te starten, is het evenwel van belang de drie apart in beeld te brengen.

Om een muntsysteem duurzaam te maken, is het cruciaal dat de afstemming tussen dromen, noden en capaciteiten op dynamische wijze opgevolgd en beheerd wordt. De context kan wijzigen, sommige noden kunnen minder dringend worden of nieuwe kunnen de kop opsteken. Ook de dromen van mensen evolueren. Naarmate het netwerk groeit en bloeit zal je nieuwe onbenutte capaciteiten ontdekken die ingezet kunnen worden. Dat betekent dat het managen van een gemeenschapsmunt nooit als een administratieve functie kan worden benaderd die top-down wordt uitgevoerd. Als de gebruikers niet continu mee de congruentie tussen context, capaciteiten en dromen kunnen bewaken en bijsturen, bloedt je munt dood. Het beheer van de gemeenschapsmunt berust dus op 'governance' waarin de deelnemers mee beslissen.

Dromen, noden en capaciteiten



Onvervulde noden

Bij cocreatie zijn 'onvervulde noden' niet hetzelfde als 'nog niet bereikte doelen' van een beleidsinstantie of professionele speler. Het gaat vaak juist om noden die buiten het bevoegdheidsdomein van de dienst, of buiten het bereik van de markt vallen, waardoor er gaten komen in de warme deken van zorg en welzijn. Vaak zijn openbare diensten of lokale organisaties wel goed geplaatst om noden in een buurt te signaleren.

Voorbeelden

- De sociale huisvestingsmaatschappij weet dat er veel anderstaligen zijn bijgekomen, maar ziet zelf geen kans om hen taallessen te geven of wegwijs te maken; het hoort ook niet tot haar doelen.
- De school merkt op dat sommige ouders moeite hebben om hun kinderen te helpen met huistaken, maar kan deze gezinnen onvoldoende bereiken of begeleiden.
- De groendienst ziet dat een bepaald plein gemakkelijk doelwit is van zwerfvuil of vandalisme, maar slaagt er niet in om het probleem preventief aan te pakken, en blijft dus maar opruimen.

Als professionele diensten niet genoeg vat hebben op een probleem, is het ideale scenario natuurlijk dat de burgers zelf de handen uit de mouwen steken, en bijvoorbeeld bejaarde buren af en toe bezoeken, het pleintje net houden of elkaar helpen met opvang. Maar soms hebben de burgers daar ook niet meteen de sleutels voor in handen, en hebben ze een zetje vanwege het beleid nodig. Denk dan aan gemeenschapsmunten!

Dromen van mensen

Als je aan mensen vraagt wat ze willen realiseren, zullen ze wellicht geen afgebakend beleidsdoel vermelden. Misschien dromen ze er ook niet van om de andere buurtbewoners te helpen, omdat ze niet weten welke noden daar leven, of omdat ze niet goed durven aanbieden om te helpen. Maar als je hen vraagt waar ze van dromen, krijg je zicht op wat hen kan motiveren om mee te doen.

Voorbeelden

- Mensen die in een appartement wonen, dromen vaak van een tuintje. Als ze met de munt een lapje grond kunnen huren om groenten en bloemen te kweken, doen ze zeker mee.
 - Dromen kunnen ook zijn: de kinderen naar de sportclub of muziekkacademie laten gaan, met het gezin naar een filmvoorstelling kunnen gaan of een uitstap maken.
 - Sommige mensen willen 's avonds lekker en gezond eten voor hun gezin op tafel kunnen zetten. Je motiveert hen als ze met de munt bepaalde aankopen bij lokale handelaren kunnen betalen.
-

Sommige dromen zijn makkelijker te realiseren dan andere. Als er geen muziekkacademie is, of geen braakliggend terrein voor tuintjes, zal je creatiever moeten zijn. Je kunt een droom ook aanbieden. Misschien dachten mensen nooit aan filmbezoek, maar vinden ze het wel fantastisch dat het nu toch kan.

Alle capaciteiten tellen

Een erfenis van de industriële samenleving is dat we arbeid haast automatisch gelijkstellen met tewerkstelling in loonverband, en vaardigheden alleen zien als 'competenties die nuttig zijn voor de arbeidsmarkt'. In de cocreatieve maatschappij is er geen enkele reden om dat beperkte kader te blijven hanteren. Sommige noden worden door professionele diensten – op de arbeidsmarkt dus – vervuld (tegen betaling in euro's). Voor andere noden werkt dat niet, omdat geen bedrijf daar winst in ziet. Daar kan de gemeenschapsmunt haar rol spelen.

Voorbeelden

- Werklozen of actieve senioren hebben tijd en zin om kinderen veilig naar school en terug te brengen, hen bij sportactiviteiten te begeleiden, of samen een speeltuin te onderhouden.
 - Wie goed overweg kan met computer of smartphone, helpt vaak graag anderen om te mailen, foto's op te laden, online formulieren in te vullen, of iets op het web op te zoeken.
 - Studenten die in de buurt op kot zitten, willen best wat bijles of huiswerkbegeleiding geven, een potje voetballen met de kinderen uit de buurt, of hen circustechnieken aanleren.
-

Capaciteiten zijn dus niet alleen menselijke talenten en vaardigheden. Het kan ook gaan om 'tijd' of 'goesting' hebben om iets voor anderen te doen. Mensen zonder vaste job hebben vaak tijd en goesting 'op overschot', en zijn dus rijk aan capaciteiten. Maar bekijk het nog breder: capaciteiten in een buurt kunnen ook materiële zaken zijn.

Voorbeelden

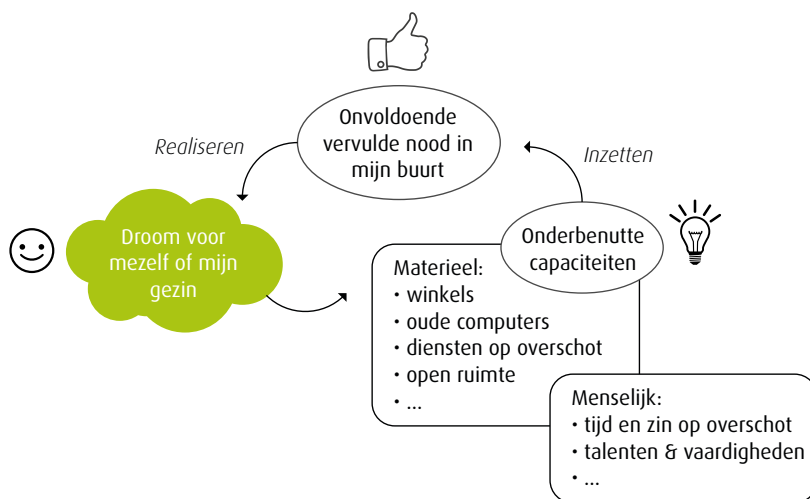
- een parkje of braakliggend terrein in de omgeving
 - een bedrijf dat na de werkuren lokalen ter beschikking stelt of oude computers schenkt
 - de groendienst die in het weekend zijn bestelwagens uitleent voor lokale initiatieven
 - lokaal beschikbare winkels en handelaren, en diensten zoals bibliotheek, zwembad of filmzaal
-

De gemeenschapsmunt als brug

De gemeenschapsmunt maakt de kring tussen noden, dromen en talenten rond.

- Door hun talenten in te zetten, helpen mensen de nood in de buurt te lenigen.
- Als waardering voor hun inzet verdienen de deelnemers munten, waarmee ze iets kunnen doen of verkrijgen waar ze naar verlangen – hun droom. Dat motiveert hen om mee te doen.
- Door hun munten te ruilen voor een wederdienst, geven ze iemand anders de kans om zijn of haar talenten te ontplooien en een droom te realiseren.
- Als ze hun munten gebruiken om een product bij een lokale handelaar of publieke dienst te betalen, wordt de daar aanwezige capaciteit ten volle benut, en krijgt de lokale middenstand een steuntje.

De kring tussen dromen, noden en talenten sluiten door gemeenschapsmunten



Checklist

- Ga op het terrein luisteren welke noden, dromen en capaciteiten in een buurt leven. Vraag de mening van bewoners - eventueel via hun vertrouwensfiguren – en van organisaties.
- Gebruik diverse kanalen om te polsen naar behoeften, verlangens en talenten. Niet iedereen voelt zich op zijn gemak bij een deur-aan-deur bevraging, wees dus sensitief en creatief.
- Breng zoveel mogelijk materiële capaciteiten in kaart, zowel in de fysieke omgeving als bij lokale organisaties, bedrijven en diensten. Kijk breed genoeg. Hoe meer mensen en organisaties meedoen, hoe meer dromen en capaciteiten je zal ontdekken; die zijn er in overvloed!

Baken cocreatieve doelen goed af

Doelen voor cocreatie reiken breder dan de klassieke beleidsdomeinen. Hoe zorg je dat je niet weer met de oude bril gaat kijken en enge streefdoelen voorop stelt? Vier tips helpen je op weg.

Tip 1. Denk in termen van waarden voor de gemeenschap

Welzijn en levenskwaliteit hangen af van vele factoren samen: een rustige omgeving, ruimte om te spelen, sociaal contact, hulp van je bureu. Al die elementen bij elkaar maken uit of het leven in een buurt goed draait of vastloopt. Richt je op kwaliteiten die voor de hele lokale gemeenschap ‘waar-de-vol’ zijn. Denk aan de buurt als één (sociaal) systeem, en beschrijf wat er gebeurt als dat goed functioneert. Door in termen van brede waarden en systeemdoelen te denken, zal je meer onbeantwoorde noden en onbenutte mogelijkheden in beeld brengen dan als je enkel door de bril van één bevoegdheid kijkt.

Voorbeelden van systeemwaarden

- Een kwaliteitsvol sociaal leven voor iedereen in een wijk met veel senioren
 - Kansen voor allen om talenten te ontplooien en te leren in een wijk met veel laaggeschoolden
 - Een veilige leefomgeving waar mensen met diverse achtergrond elkaar kennen en vertrouwen
 - Een sterke betrokkenheid van alle burgers bij het dorps- of buurtleven
-

Door op het ‘hogere doel’ te focussen, vermijd je dat je blik versmalt tot een onderdeel van het probleem, en je blind blijft voor mogelijkheden voor cocreatie. Kies dus geen doelen voor mensen in armoede apart, maar doelen voor iedereen! Een systeemdoel geldt voor de hele gemeenschap, en moet zo ontwikkeld worden dat iedereen – ongeacht zijn of haar talenten, levensparcours of scholingsniveau – mee kan doen. Bekijk het systeemdoel vanuit de lijst van noden, talenten en dromen, en je ziet kansen die je voordien niet zag.

Voorbeeld

Een braakliggend terrein of parkje dat er verwaarloosd bijligt, is in het klassieke beleid een ‘probleem voor de groendienst’, maar in cocreatief beleid met waarden zoals ‘welzijn’ of ‘levenskwaliteit’ als doel, biedt het veel potentieel. Het kan een ruimte zijn voor stadstuinjes, een ontmoetingsplek voor senioren en jongeren, een project waar bureu samen hun schouders onder zetten, de ideale plek voor buurtfeesten of voor het oefenen van circustechnieken enzovoort.

Wat eerst een ‘probleem’ was dat geld kost, wordt een ‘mogelijkheid’ waarvoor een overvloed aan middelen en talenten voorhanden is. Door alle bewoners op een of andere manier bij dat parkje te betrekken, pak je veel meer aan dan enkel het ‘groenprobleem’. Je krijgt misschien groepen mee die niet naar publieke hoorzittingen komen of die geen lid zijn van een erkende vereniging. Samen aan iets praktisch werken is voor veel mensen ook een heel veilige context om contacten te leggen, anderen te leren kennen en raakvlakken te ontdekken.

Tip 2. Bekijk doelen vanuit meerdere beleidsdomeinen tegelijk

Overheidsdiensten en professionele organisaties benaderen sociale doelen doorgaans vanuit één specifieke bevoegdheid. Een gemeenschapsmunt slaat bruggen tussen noden, talenten en dromen die misschien aan zeer diverse domeinen raken. Om je munt optimaal te laten functioneren, moet je alle betrokken diensten in het verhaal mee krijgen. Formuleer je doelen zo dat diverse diensten zich geprikkeld voelen om mee te denken. Laat alle diensten naar de brede lijst van noden, dromen en talenten kijken, en uitzoeken welke bruggen zij vanuit hun bevoegdheid kunnen verzinnen.

Voorbeeld

Stel dat je als systeemdoel kiest om de levenskwaliteit in een wijk met veel senioren te verbeteren.

- Het ziekenfonds wil dat vrijwilligers senioren af en toe helpen om aan lichaamsbeweging te doen.
 - De groendienst wil hulp krijgen om een parkje zo in te richten dat senioren er makkelijker heen komen en er wat tijd doorbrengen (waardoor ook het toezicht verhoogt).
 - Een groep nieuwkomers wil geregeld een halfuurtje met senioren praten om hun Nederlands te oefenen, maar dan liefst in dat parkje waar hun kinderen ook kunnen spelen.
 - Het woonzorgcentrum wil een pluim geven aan wie een bejaarde buur helpt met inkopen doen.
 - De huisvestingsmaatschappij zoekt vrijwilligers die senioren helpen met hun administratie.
 - Een hogeschool ziet die nood aan administratieve hulp als een kans voor studenten om hun praktische vaardigheden te oefenen, en zich meer in de buurt te integreren.
-

Tip 3. Denk meer aan preventie dan aan herstel van problemen

Cocreatie vervangt de publieke dienstverlening niet, maar vult deze aan. Je kunt de buurt wel stimuleren om voor de lokale senioren te zorgen, maar als een bejaarde dame valt en een heup breekt, moet je natuurlijk op professionele diensten kunnen terugvallen. Cocreatie is geschikt voor preventieve doelen, terwijl professionele diensten beter uitgerust zijn voor 'curatieve' oplossingen.

Voorbeelden

- Ouders van gezinnen in armoede zeggen op het vlak van gezinsondersteuning nood te hebben aan laagdrempelige ontmoetingsplekken waar ze een informeel netwerk onder gelijken kunnen ontwikkelen en uit vrije wil (als 'vrijwilliger') heen komen. Zo kunnen ze elkaar vanuit hun eigen kracht steunen bij opvoedingstaken.
 - Senioren die veel sociaal contact hebben en geregeld buiten komen, worden minder snel depressief. Cocreatie van seniorenzorg heeft niet als doel depressies te behandelen, maar kan ze wel helpen voorkomen. Behandelen (curatief) is een taak voor professionelen.
-

Bij het opmaken van een budget voor je gemeenschapsmunt is het goed om de kosten en baten van preventieve en curatieve aanpak tegen elkaar af te wegen. Door een beetje te investeren in cocreatie kun je soms veel besparen in hulpverlening. De winst die je zo realiseert, kun je gebruiken om je munt financieel te onderhouden.

Tip 4. Formuleer je doelen helder

Gemeenschapsmunten brengen veel tegelijk in beweging en dat is prima. Hoe meer mensen er hun gading in vinden, hoe meer er zullen participeren. Zorg er wel voor dat de neuzen in dezelfde richting blijven staan, anders wordt het moeilijk om te evalueren of de investering tot het gewenste effect leidt, en of je munt rendeert. Betrek de deelnemers continu en intens bij de opvolging van de munt, zodat alle niveaus – de bewoners, het team dat de munt runt en het beleid – elkaar niet tegenwerken maar continu versterken.

Omschrijf het doel van je gemeenschapsmunt in termen van de dingen die burgers samen moeten doen om de beoogde levenskwaliteiten en systeemwaarden te realiseren.

Voorbeelden

- Meer vrijwilligers zetten zich wekelijks in voor onderlinge hulp in de buurt
 - Meer bewoners zetten planten voor hun gevel en dragen bij tot een nette buurt
 - Meer mensen van diverse origine sluiten aan bij lokale activiteiten of verenigingen
-

Om de resultaten goed te kunnen opvolgen, is het best om je doelen SMART te formuleren

- Specifiek: wat wil je precies dat mensen doen, waar, met wie en voor wie?
- Meetbaar: hoeveel deelnemers, acties, bloembakken (of andere meetbare zaken) wil je?
- Aanvaardbaar: waar kan iedereen zich in herkennen? Wat is het minimum waar je voor gaat?
- Realistisch: wat is zeker haalbaar in de gegeven context?
- Tijdsgebonden: per week of maand, tegen een bepaalde datum, in een bepaalde periode?

Voor deelnemers kan de droom meer voorop staan dan het doel. Dat is prima, maar onthoud dat dromen hefbomen zijn die mensen stimuleren zich voor het doel in te zetten. Ook de munt is een middel, geen doel op zich! Stel dat je burenzorg wil versterken en dat je mensen aanvankelijk meekrijgt omdat ze graag filmtickets verdienen. Als doel zou je kunnen stellen '100 deelnemers verdienen in een maand tijd samen 200 filmtickets'. Maar wat als mensen burenzorg op de duur zo vanzelfsprekend vinden dat ze hun punten liever weggeven aan iemand die er ... burenzorg mee kan kopen? Dan lijkt het alsof je het doel minder goed bereikt, terwijl dat natuurlijk juist wel het geval is! Hoeveel munten er circuleren en/of verzilverd worden – bijvoorbeeld via filmtickets – zegt echter wel iets over de kwaliteit van je middel, en het is belangrijk ook dat op te volgen.

Voorbeelden van SMART geformuleerde doelen

- Inwoners van de gemeente doen anderhalf jaar na de lancering van de gemeenschapsmunt 4 uur extra klussen per maand voor de buurt.
 - Na lancering van een gemeenschapsmunt neemt de eenzaamheid onder ouderen in de wijk, gemeten met de eenzaamheidsmonitor, met 10% per jaar af.
 - Drie jaar na lancering van de gemeenschapsmunt is het percentage inwoners dat geregeld sport gestegen van 20 naar 30 procent.
-

Om te onthouden! Gemeenschapsmunten

- > stimuleren en waarderen onderlinge contacten en hulp tussen mensen in de buurt, dorp of stad
- > versterken sociale cohesie doordat burgers hun capaciteiten inzetten voor anderen
- > activeren mensen door hen kansen te bieden een droom te realiseren
- > zijn een aanvulling op publieke diensten en op vrijwilligerswerk om lokale noden te vervullen
- > dragen zo bij tot een algemeen doel dat leidt tot een betere levenskwaliteit

3. Een gemeenschapsmunt runnen: door wie, met wie, voor wie?

Gemeenschapsmunten hebben als unieke meerwaarde dat ze de inzet van burgers voor sociaal welzijn en cohesie kunnen versterken. Maar dat werkt natuurlijk alleen maar als je ook bij het lanceren en functioneren van de munt burgers betreft, of als je inspeelt op een vraag of initiatief van de buurtbewoners. Ook andere partners moet je van bij de start mee hebben. Alleen als de munt ook voor hen een meerwaarde biedt, zullen ze bereid zijn ze te steunen. Hoe zorg je dat al die betrokken partijen zo goed mogelijk – en zo cocreatief mogelijk – samenwerken?

Van trap naar triade

Cocreatie kun je niet van bovenaf opleggen. Je wil het initiatief van de burgers mee hebben, maar toch ook als bestuurder of professional je eigen rol en verantwoordelijkheid opnemen. Hoe rijm je dat aan elkaar? Een vertrouwd beeld is de participatieladder. De beslissingen worden bovenaan de trap genomen, en burgers staan van laag naar hoog gerangschikt naarmate ze intenser bij het beleid worden betrokken. Hoe hoger op de trap, hoe moeilijker het wordt om iedereen te betrekken. De bevolking breed informeren over je beleid is nu eenmaal makkelijker dan iedereen in een adviesraad krijgen. Bovendien raken sommige sociale groepen beter omhoog dan andere – let op het gênante verschil tussen de figuurtjes op de onderste en bovenste trede: van slobberbroek naar professionele look.

Participatieladder

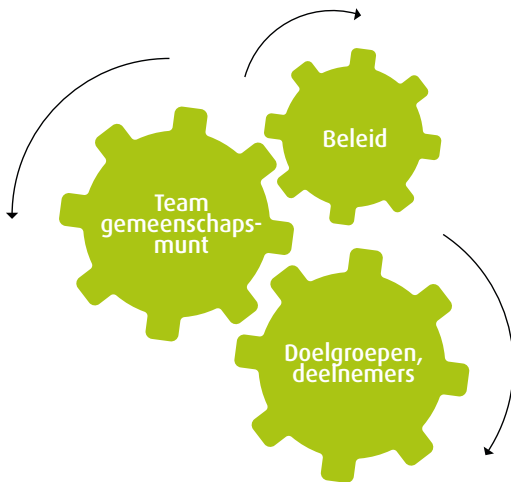


Als je wil dat gemeenschapsmunten het sociaal weefsel versterken, moet je dus ook het beleid op een nieuwe manier bekijken. Bij cocreatie spelen nog steeds verschillende niveaus van besluitvorming een rol, maar hun onderlinge verhouding zit anders in elkaar.

Cocreatie werkt zoals drie tandwielen die in elkaar grijpen en elkaars werking versterken.

- Het grootste wiel is het 'microniveau', de burgers die zich inzetten voor een zorgzame buurt. Zij zetten dingen in beweging en hebben samen de macht om hun wijk gezellig te maken.
- Het middelste tandwiel stelt het mesoniveau voor, de lokale organisatie of bestuursploeg die de cocreatie van burgers ondersteunt, bijvoorbeeld door een gemeenschapsmunt te lanceren.
- Het kleinste wiel is het macroniveau, dat politieke beslissingen, budgetten of wettelijke omkadering kan voorzien. Het is een klein radertje, maar wel één met een krachtige hefboom.

Triade van cocreatie



Let wel

- Deze triade vormt de basisfiguur van beleid in de cocreatieve samenleving, ze keert op alle niveaus terug, van de bewonersgroep van een sociale woonblok, over het buurtcomité, tot de bestuursvergadering in de gemeente. Steeds weer gaat het om niveaus die – zoals tandwielen – elkaars kracht versterken om tot een gezamenlijk doel bij te dragen.
- De burgers zijn met velen en kunnen samen heel wat in beweging krijgen. Daarbij speelt de gemeenschapsmunt een versterkende rol. Het beleid kan dat faciliteren of tegenwerken. Een overheid die aan het top-down model vasthoudt, zal cocreatie argwanend bekijken, en bijvoorbeeld strenge restricties hanteren rond deelname van werkzoekenden, ook al zijn die regels eigenlijk gemaakt in (en zijn ze vooral gepast voor) het industriële samenlevingsmodel.
- De tandwielen grijpen niet naadloos op elkaar in, er zit speelruimte tussen de niveaus. Burgers kunnen met de gemeenschapsmunt iets anders doen dan eerst was gepland, of zelf nieuwe doelen inbrengen. Zolang de tandwielen elkaar versterken en dezelfde waarden voor het globale sociale systeem nastreven, is dat prima: het houdt de dynamiek juist soepel en de munt springlevend!

- Denk er aan dat de tandwielen niet een vaste structuur afbeelden, maar een dynamiek. In cocreatie staat het proces centraal, de ambitie om samen dingen in beweging te krijgen door iedereen te betrekken. Je rol als bestuurder is om de samenwerking gesmeerd te laten lopen, niet om het belang van één tandwiel tegen dat van de twee andere in te verdedigen.

Checklist

- Micro: ga kijken wat er leeft in de buurt. Verwacht niet dat mensen naar je bureau komen, maar ga zelf naar hen toe, op plekken waar ze zich op hun gemak voelen. Spreek mensen of organisaties aan die bevolkingsgroepen bereiken waar je zelf niet direct toegang toe hebt.
- Meso: zet een overleggroep op met andere diensten en organisaties die interesse hebben in cocreatie om hun doelen te verwezenlijken. Neem actief deel aan een werkgroep die zich inzet voor het opstarten van de gemeenschapsmunt.
- Macro: ga eens kijken naar andere steden waar cocreatie met een gemeenschapsmunt wordt versterkt, spreek collega's in buurgemeenten aan, neem actief deel aan studiedagen.

Het werken vanuit de triade biedt een grote meerwaarde.

- Door mensen te laten meebeslissen over opzet en uitvoering van de munt, creëer je draagvlak en steun. Het vermijdt dat de gemeenschapsmunt een ver-van-mijn-bed show blijft, en zorgt voor inbedding in de wijk. Als de mensen – dankzij een doorgedreven en consequent toegepaste participatieve aanpak - telkens opnieuw ervaren 'die munt is van ons', blijven ze enthousiast meedoen.
- Een gemeenschapsmunt die aansluit bij de opdracht van een professionele speler (bestuur of lokale dienstverlener) heeft meer kans dat ze op de nodige middelen, expertise en continuïteit kan rekenen. De doelen en de kwaliteit van het systeem worden goed opgevolgd.
- Cocreatie door gemeenschapsmunten is vrij innovatief en moet nog beter in beleid worden ingebed door aangepaste juridische en budgettaire kaders. Als het beleid van bij de start mee aan tafel zit, wordt het zoeken naar de juiste kaders voor je munt een gedeelde taak.

Het grootste tandwiel: de deelnemers

Wie doet er allemaal mee?

Cocreatie betreft zaken die burgers onder elkaar en voor hun buurt doen: diensten ontstaan zowel door hen als voor hen. Ze zijn dus zowel (actief) deelnemer als (passief) gebruiker van de diensten. De twee termen overlappen elkaar.

Je doel kan zijn om een hulpnetwerk te creëren rond bewoners die erg veel zorg nodig hebben, maar zelf weinig tot geen mogelijkheid hebben iets terug te doen. Of je wil overbelaste mantelzorgers steunen door hun zorgtaken met meerdere mensen te delen, niet door hen ook nog eens tot burenzorg aan te zetten. Zorgbehoevenden en mantelzorgers lijken dan eerder passief gebruiker dan actief deelnemer te zijn. Maar je kan de gemeenschapsmunt wel zo ontwerpen dat gebruikers toch iets (namelijk munten) kunnen teruggeven. Zo krijgen ze niet het gevoel louter van de goede wil van anderen afhankelijk te zijn. Gemeenschapsmunten creëren een vorm van wederkerigheid of ruil, wat maakt dat mensen een beroep durven (blijven) doen op hulp. Wie hulp geboden heeft, krijgt dankzij

de munt een prikkel om zelf eens hulp te vragen of zich iets leuks te kopen. Zo blijven geven en nemen in evenwicht.

Het uiteindelijke doel van de gemeenschapsmunten – hun meerwaarde voor het sociale systeem – is dat ze de levenskwaliteit voor iedereen verbeteren. Ze zijn juist waardevol omdat ze niet het probleem van één groep bestrijden (die daardoor als ‘probleemgeval’ wordt afgeschilderd), maar het samenleven van allen verbeteren. Naargelang de specifieke situatie in een buurt kun je de munt wel zo ontwerpen dat ze een bepaalde groep nog wat extra aanspreekt of betreft.

Hoe meer deelnemers en gebruikers je betreft, hoe meer kans dat er veel diensten circuleren en de levenskwaliteit in de buurt erop verbeterd. In deze drukke tijden hebben we allen wel eens nood aan een helpende hand. En ieder heeft ook wel onbenutte capaciteiten, talenten, tijd of zin om iets voor anderen te betekenen: jongeren en ouderen, middenstanders en werklozen, vrijwilligers, studenten, zorgbehoevenden, mantelzorgers en jonge gezinnen. Zorg voor een netwerk met veel diversiteit in vraag en aanbod, zodat iedereen er zijn of haar gading in vindt. De ervaring wijst uit dat een paar honderd deelnemers nodig is om voldoende kritische massa te hebben, maar de optimale omvang hangt ook af van je context en doelen.

De deelnemers



De sleutel tot het succes van je munt is dat je zoveel mogelijk iedereen betreft. Drie tips kunnen je helpen.

Tip 1. Zoek een veilige ruimte voor participatie

Wat voor mensen als een veilige ruimte aanvoelt, hangt af van diverse factoren:

- **Fysiek:** laat mensen niet naar een overleg komen op een tijdstip dat hen afschrikt, op een plek waarheen ze de weg niet kennen of verplaatsingskosten moeten maken. Ga naar hen toe op plekken waar ze spontaan komen. Misschien is dat wel het wassalon of de schoolpoort!
- **Sociaal:** verwacht niet dat mensen hun mening geven als ze bang zijn niet uit hun woorden te raken of verkeerd begrepen te worden. Een vertrouwde groep kan veiliger zijn. Als anderstaligen elkaar kennen van de taal cursus, dan kan het voor hen veiliger voelen als ze zich in de les een mening kunnen vormen en er samen voor uitkomen.
- **Cultureel:** actief burgerschap is voor Westerse burgers een eeuwenlang bevochten ideaal, maar voor mensen die van elders komen is het vaak onbekend. Zoek plekken die stroken met hun waarden en rollen. Dat kan bijvoorbeeld een opleidingscentrum zijn, of een consultatiebureau van Kind en Gezin.

Tip 2. Schakel mensen en organisaties in als brugfiguren

Zoek personen die al het vertrouwen van de mensen hebben.

- De arts van het wijkgezondheidscentrum, de animator van het woonzorgcentrum, de vormingswerk(st)er of buurtopbouwwerk(st)er hebben vaak al een band met de mensen, en kunnen helpen hun ideeën kenbaar te maken. Het kan ook om een sterke figuur of vertrouwenspersoon uit de doelgroep zelf gaan.
- Laat die mensen hun oor te luisteren leggen bij de doelgroep om dromen, noden en capaciteiten op te sporen. Betrek hen vervolgens intens bij de keuze van de doelen en van het ontwerp van de gemeenschapsmunt.
- Vergeet niet dat luisteren en signaleren een continu proces is, en dat organisaties en brugfiguren daar tijd en energie in steken. Ook dat kun je met de gemeenschapsmunt belonen.

Tip 3. Hanteer een participatieve aanpak

- Er bestaan heel wat methodieken voor participatieve planning en design. Sommige organisaties zijn ervaren in het werken met kwetsbare groepen. Gebruik die expertise!
- Er zijn online methodieken beschikbaar die kwetsbare doelgroepen helpen om zelf de stap naar participatie te zetten. Beloon mensen die daaraan deelnemen of die anderen daarbij betrekken.
- Je kunt ook bruggen slaan naar zelfhulporganisaties of belangengroepen waar mensen reeds aan participeren. Denk aan buurtcomités, belangenorganisaties van patiënten of senioren, studentenclubs, of bewonersgroepen in de sociale huisvesting.

Het middelste tandwiel: de organisatie achter de gemeenschapsmunt

Wie is betrokken partij?

Dit handboek gaat over gemeenschapsmunten die worden opgezet door lokale besturen of organisaties. Zij zijn de initiatiefnemer. Maar om de munt te runnen, is teamwerk nodig met alle partners die belang hebben bij het doel, of die kunnen helpen met het muntontwerp.

De **initiatiefnemer** is vaak een lokale krachtige speler met een uitgesproken belang in de gemeenschapsmunt. Meestal neemt die de eindverantwoordelijkheid en de regierol op zich.

Voorbeelden van initiatiefnemers

- Gemeenten of gemeentelijke diensten (op vlak van welzijn, sport en recreatie, cultuur ...) die alle burgers meer willen bereiken voor het realiseren van hun beleidsdoelen
- Organisaties die mantelzorg en vrijwilligerswerk willen stimuleren
- Zorginstellingen: diensten voor thuiszorg, woonzorgcentra, ziekenhuizen, wijkgezondheidscentra
- Ziekenfondsen die preventie hoog op de agenda zetten en de zorg beter willen spreiden
- Scholen die leerlingen of studenten willen stimuleren om elkaar te helpen met de studie
- Opbouw- en welzijnsorganisaties die doelgroepen blijvend bij de buurt willen betrekken
- Sociale huisvestingsmaatschappijen die zorg voor een aangename omgeving willen stimuleren

Het **partnerschap** rond een gemeenschapsmunt omvat alle organisaties die bij de munt belang hebben of kunnen bijdragen tot een goed muntontwerp. Cruciaal is dat het partnerschap goed aansluit bij de lokale problematiek, en dat alle relevante lokale actoren van de partij zijn. Als het belangrijkste doel zorg voor senioren is, zal het partnerschap er anders uitzien dan als je mikt op de leefbaarheid van kwetsbare buurten. De partners overleggen samen over het meest geschikte ontwerp voor de munt. Dat biedt de beste garantie voor een kwaliteitsvolle uitvoering.

Organisatie achter de munt en partners



Welke rolverdeling werkt het beste?

Al deze partners zorgen er samen voor dat de gemeenschapsmunt een lokaal draagvlak vindt en het beste ontwerp krijgt. Je kunt daarbij vijf rollen onderscheiden.

1. De **stuurgroep** bepaalt de visie en de randvoorwaarden voor de munt, beslist over de plannen en begroting, en volgt de uitvoering op. Soms wordt er al van bij de start een aparte **rechtsvorm** opgericht, bijvoorbeeld een vzw of coöperatie, die contractuele verplichtingen op zich neemt en de financiën beheert.
2. Het **implementatieteam** staat in voor de uitvoering van de plannen binnen de voorziene tijd en budgetten. De kwaliteit van het implementatieteam is de belangrijkste factor voor het succes van de gemeenschapsmunt.
 - Het team staat onder leiding van een **projectmanager** die aan de stuurgroep rapporteert.
 - De **teamleden** zijn bij voorkeur afkomstig uit de partnerorganisaties. Samen moeten ze alle aspecten overzien die nodig zijn om de munt te implementeren (ICT, communicatie, juridische kaders ...).
 - Verder maken ook **bemiddelaars** deel uit van het team. Ze hebben een goede kijk op hoe de dingen op het terrein lopen, wie er nog onvoldoende mee is, en hoe het systeem verbeterd kan worden.
 - Ook **deelnemers** moeten bij het team worden betrokken; zij weten bijvoorbeeld welke communicatie wel of niet zal aanslaan, en hoe de munt wervend gemaakt kan worden.
3. **Bemiddelaars** spelen in een gemeenschapsmunt een niet te onderschatten rol. Ze helpen burgers bijvoorbeeld om zich als deelnemer te registreren, hun vraag en aanbod op het online platform te plaatsen, transacties op hun rekening uit te voeren of verdiende punten in te ruilen voor goederen of diensten. Ook speuren ze de website van de munt af naar vraag en aanbod, en brengen proactief de deelnemers met elkaar in contact. Het kan gaan om een beroepskracht uit een partnerorganisatie, of om vrijwilligers die door een professional worden ondersteund. Zijn ze uit de buurt afkomstig, dan winnen ze snel het vertrouwen van de bewoners, en durven (nieuwe) deelnemers hen makkelijk aanspreken voor hulp.
4. Voor specifieke opdrachten kan het team ook beroep doen op externe **experts en onderaannemers**.
 - Experts in gemeenschapsmunten bieden tweedelijns hulp, vorming en andere ondersteuning aan het team of aan de stuurgroep.
 - Een communicatiebureau staat in voor online en offline communicatie.
 - Juristen garanderen dat de gemeenschapsmunt afgestemd is op wet- en regelgeving.
 - ICT-diensten leveren het betaalplatform, de website en andere informatica.
 - Een verzekeringsmaatschappij dekt de risico's voor de deelnemers.
 - Een onderzoeksbureau of hogeschool staat in voor monitoring en evaluatie.
5. Voor de implementatie van de munt zijn tenslotte ook **contactpunten** nodig, eerstelijns helpdesks waar deelnemers terecht kunnen om zich in te schrijven en hun vraag of aanbod te posten (administratiepunt), hun transacties te registreren, of biljetten en jetons op hun rekening te zetten of af te halen (wisselkantoor) en/of om hun punten in te ruilen (verzilverloket). Het kan gaan om een apart loket voor de munt, maar nog beter zijn gespreide locaties, bijvoorbeeld in een buurtcentrum, woonzorgcentrum, wijkgezondheidscentrum of bibliotheek. Als een contactpunt bij een van de partners niet mogelijk is, kun je ook hiervoor aan onderaanneming denken.

Het kleinste tandwiel: omkadering op hogere beleidsniveaus

Een gemeenschapsmunt is lokaal, maar is afhankelijk van bovenlokale regelgeving of financieringsbronnen. Om je munt goed te ontwerpen, betrek je best ook van bij de start de instanties die daarvoor bevoegd zijn bij het initiatief.

Financiers en subsidieverstrekkingen maken een gemeenschapsmunt mee mogelijk. Ze zullen vooral bereid zijn steun te geven indien de munt bijdraagt tot een maatschappelijk doel dat ook zij nastreven. Zo geeft de EU subsidies voor innovatie en sociale inclusie. Doorgaans verstrekken deze instanties het startkapitaal, maar zijn ze niet bij de uitvoering betrokken. Betrek hen bij het zoeken naar een duurzaam financieringsmodel.

In Vlaanderen vallen gemeenschapsmunten binnen het kader van de Wet op het vrijwilligerswerk. Voor een aantal bovenlokale instanties, zoals de belastingdienst, de RVA, de BTW-controle, de sociale inspectie of het ziekenfonds, is de gemeenschapsmunt een nieuw fenomeen. Daardoor kunnen er bij hen nog vragen rijzen. Moeten mensen belasting of BTW betalen op wat ze verdienen in de gemeenschapsmunt? Hoeveel mogen deelnemers 'bijverdienen' bovenop hun uitkering, en onder welke voorwaarden? Het is daarom cruciaal heel transparant te zijn, en samen naar een correcte uitvoering van de gemeenschapsmunt te zoeken.

Hou goed voor ogen dat de huidige wetgeving nog overwegend is afgestemd op de context van de industriële samenleving, en bedoeld is om over misbruiken binnen dat systeem te waken. Gemeenschapsmunten zijn echter een middel om sociale noden te lenigen en om capaciteiten in te zetten buiten dat kader om (of beter: complementair eraan). Ze zijn bedoeld om maatschappelijke dienstverlening te versterken, niet om ervan te 'profiteren' of er misbruik van te maken! Het komt er dus op aan met die visie voor ogen binnen de bestaande wetgeving ruimte te vinden om cocreative initiatieven zoals een gemeenschapsmunt te laten groeien.

Om te onthouden! Gemeenschapsmunten

- > zijn de olie die de cocreative dynamiek gesmeerd doet verlopen
- > moeten de deelnemers aanspreken en motiveren, en worden dus niet voor maar met hen ontworpen
- > worden gelanceerd door een partnerschap met alle betrokken partners en belanghebbenden
- > functioneren in Vlaanderen binnen de Wet op het vrijwilligerswerk

DEEL II

ONTWERP JE
GEMEENSCHAPSMUNT

Inleiding

Eens je met je partners de doelen gekozen hebt, moet je de gemeenschapsmunt zo ontwerpen dat ze de inzet van burgers voor die doelen maximaal stimuleert, en ze de diensten zo vlot mogelijk laat circuleren. Het ontwerp moet altijd afgestemd zijn op de lokale context.

Gemeenschapsmunten bestaan uit een zestal bouwstenen. Hoofdstuk 4 overloopt die bondig. Bij elk van de bouwstenen kun je andere keuzes maken, waardoor de munt bepaalde functies meer of minder zal vervullen. Gemeenschapsmunten kunnen in principe in evenveel vormen bestaan als er gemeentes of buurten zijn. In de praktijk zie je drie vaak voorkomende modellen. Hoofdstuk 5 licht die toe, verwijzend naar bestaande gemeenschapsmunten. Je maakt kennis met enkele courante muntsystemen, elk met hun voor- en nadelen.

Deel II helpt je een antwoord te formuleren op volgende vragen

- Welke functies kan de gemeenschapsmunt vervullen en via welke bouwstenen kun je die inbouwen?
- Welk modellen bestaan er en wat zijn hun voor- en nadelen?

4. De bouwstenen van een gemeenschapsmunt

Als je een gemeenschapsmunt ontwerpt, geef je antwoorden op een zestal vragen. Die vormen de bouwstenen van de munt.

Bouwsteen 1. Hoe komt de munt in omloop?

De gemeenschapsmunten die dit handboek beschrijft, worden uitgegeven en ondersteund door een lokaal bestuur of professionele dienstverlener. Je kent aan burgers munten toe telkens ze meewerken aan het sociale doel dat je vooropstelt. Dit kan onder twee vormen gebeuren: als kredietpunten of als beloonpunten

Munten komen als **kredietpunten** (of wederkerig krediet) in omloop als mensen iets voor elkaar doen en elkaar daar (wederzijds) punten voor aanrekenen. De deelnemers beginnen met een saldo van nul. Zodra twee personen een transactie aangaan, krijgt de dienstverlener (de persoon die iets doet) een positief saldo en de dienstontvanger (de begunstigde van de dienst) een evenredig negatief saldo. Een negatief saldo betekent dat je hulp verschuldigd bent aan iemand anders in het netwerk; een positief saldo betekent dat je iets tegoed hebt van andere deelnemers.

Voorbeeld van transacties met kredietpunten

Tijdstip	Diensten geruild tussen Ahmed, Bieke en Carlo	Saldo Ahmed	Saldo Bieke	Saldo Carlo
1	Ahmed doet boodschappen voor Bieke	+ 1	- 1	0
2	Bieke helpt Carlo met Nederlands leren	+ 1	0	- 1
3	Carlo helpt Ahmed met online versturen van foto's	0	0	0

Bij kredietpunten kun je de mogelijkheid voorzien dat deelnemers een bepaalde hoeveelheid 'schulden' maken, door eerst beroep te doen op diensten van anderen, en dan pas punten terug te verdienen. Maar mensen vinden het vaak niet prettig om 'in het rood' te staan. Als zorgbehoevende personen een negatief saldo hebben, aarzelen ze soms om opnieuw hulp te vragen, en circuleert de gemeenschapsmunt niet optimaal. Ook blijkt het soms moeilijk te zijn om deelnemers met veel schulden ertoe te brengen hun saldo weer aan te zuiveren.

Beloonpunten komen in omloop als mensen iets voor de buurt of voor een bewoner doen en daarvoor punten/munten op hun saldo ontvangen. Hun prestatie wordt door de uitgiftepartner – de dienst of organisatie achter de munt – beloond. Dit principe lijkt op de getrouwheidskaart van winkels of supermarkten. Bij beloonpunten kunnen deelnemers niet in het rood gaan.

Je kunt de mogelijkheid voorzien dat deelnemers munten verdienen zodra ze zich registreren (een profiel in de muntkring aanmaken), een advertentie plaatsen op de site van de gemeenschapsmunt,

hun account koppelen aan Facebook enzovoort. Ze beginnen dan met een positief saldo, waardoor ze meteen de voordelen van het systeem ervaren. Dat verlaagt de drempel voor mensen om mee te doen, ook als ze niet vertrouwd zijn met vrijwilligerswerk.

Bouwsteen 2. Hoe kunnen deelnemers hun munten besteden?

Gemeenschapsmunten stimuleren inzet doordat ze mensen de kans bieden iets voor zichzelf te verwerven, en zo een 'droom' waar te maken. Er zijn twee manieren om dat te doen: via een wederdienst of door verzilveren; ook een combinatie van beide is mogelijk.

De munt kan worden gebruikt om een **wederdienst** van een andere deelnemer te kopen, hetzij voor zichzelf of voor een zorgbehoevende verwant. Zo ontstaat wederkerigheid binnen de groep deelnemers. Door de wederdienst komt de munt op de rekening van iemand anders terecht, en blijft ze dus in de muntkring circuleren. Ze wordt telkens opnieuw gebruikt om onderling diensten te ruilen.

Deelnemers kunnen hun munten ook gebruiken om iets mee te betalen dat geen wederdienst is, maar van buiten de kring van deelnemers komt. In dat geval spreekt men van **verzilveren**.

- Deelnemers kunnen de munt gebruiken om een 'ticketje' voor een professionele of publieke dienst te betalen. Daar is vaak nog een aanbod 'op overschot', zoals lege zitjes op de bus of tram, kalme uren in het zwembad of lege stoelen in de filmzaal.
- De deelnemers kunnen in ruil voor hun punten over (iets) materieel beschikken. Een lapje tuingrond, een bestelwagen van de groendienst of een lokaal voor een activiteit, er zijn mogelijkheden bij de vleet.
- Voor sommige deelnemers kan het extra motiverend zijn als ze met de gemeenschapsmunt bepaalde producten in de buurtwinkel kunnen betalen, of een korting op aankopen kunnen krijgen.

Bouwsteen 3. Welke rekeneenheid (nominatie) en aanbiedingsvormen (denominaties) kiezen?

Je kiest de rekeneenheid (of 'nominatie') waarmee je de waarde van inzet zichtbaar maakt en in rekening brengt. Bij munten met sociale doelen worden twee opties veel gebruikt: tijd en (tegenwaarde in) euro's.

Tijd is de meest gebruikte eenheid. Als de tijd als eenheid wordt gebruikt, breng je het aantal minuten of uren in rekening dat iemand zich voor de buurt inzet. De tijd die een deelnemer geeft om iemand te helpen, wordt betaald in de vorm van een hoeveelheid tijd waarmee hij of zij zelf hulp van anderen kan inroepen. Het gebruik van tijd als nominatie is aantrekkelijk omdat dit deelnemers op gelijke manier waardeert, ongeacht hun professionele achtergrond of werkervaring. Een uur is een uur, of het nu gaat om hulp met de computer of boodschappen doen. Wel kun je aparte uurtarieven hanteren voor licht werk en zwaar werk. Een uur zwaar werk kan dan bijvoorbeeld geruild worden voor twee uur hulp bij lichte taken.

De eenheid 'tijd' kan op diverse wijzen worden aangeboden: in (denominaties van) uur, half uur, kwartier of minuut. Naargelang de drager kan je met andere denominaties werken. Een online account kan minuten registreren; als je jetons of biljetten gebruikt, zul je eerder met kwartier, halfuur en uur werken.

De lokale munt kan ook een **tegenwaarde in euro's** vertegenwoordigen. De kleinste aanbiedingswijze is vaak de cent, maar je kunt ook denominaties hebben van (de tegenwaarde van) 1, 2, 5 of 10 euro. Een lokale munt kan bijvoorbeeld gelijk zijn aan tien eurocent. Wie vijftig munten verdiend heeft, kan er dan voor vijf euro goederen of diensten mee kopen. Het grootste voordeel van deze nominatie is dat de deelnemers ermee vertrouwd zijn. Ook deelnemende handelaars hebben snel door hoe het werkt.

Mogelijke nominaties en denominaties

Nominatie of rekeneenheid	Tijd	Tegenwaarde in euro's (indien 1 munt = 0,10 euro)
Mogelijke denominaties of aanbiedingswijzen (bij wijze van voorbeeld)	- uur - halfuur - kwartier (elektronisch registreren van) - minuut	(biljetten van de lokale munt van) - één (= 10 eurocent) - vijf (= 50 eurocent) - tien (= 1 euro) (muntstukken of jetons van) - tien cent (= 1 eurocent) - twintig cent (= 2 eurocent) - vijftig cent (= 5 eurocent) (elektronisch registreren van) - één cent (= 0,1 eurocent)

Bouwsteen 4. Welke dragers en betaalkanalen kiezen?

De waarde van de munt wordt ergens op vastgelegd, zodat men kan zien hoeveel punten iemand heeft. Bankbiljetten of muntstukken zijn daar voorbeelden van, zij 'dragen' een waarde van tien cent, vijf euro enzovoort. Maar er zijn ook virtuele dragers, een cijfer dat op je bankrekening staat. Samenhangend met de drager heb je diverse manieren om munten tussen personen door te geven. Een betaalkanaal kan een terminal met een bankkaart zijn, of het kunnen biljetten en jetons zijn die je uitwisselt. Dragere en kanalen zijn dus nodig om transacties te kunnen doen.

- **Fysieke** manieren zijn: biljetten, bijhouden in een schriftje, cheques en jetons. Fysieke dragere zijn voor veel mensen vertrouwd, en je hoeft geen computer of smartphone te hebben. Het nadeel is dat je moeilijk kan opvolgen hoe snel de munten circuleren en tussen hoeveel deelnemers ze van handen wisselen voor ze eventueel verzilverd worden. Je weet immers niet wat mensen met hun biljetten of jetons doen. Ook is het duur om dragere (op grote schaal) te maken. En jetons of biljetten kunnen zoek raken, wat met een digitaal cijfer niet het geval is.
- **Elektronische** kanalen zijn: betaalkaarten met terminal, sms-betalingen, online betalingen en een betaal-app op een smartphone of tablet. Met een elektronisch betaalsysteem kun je gemakkelijk volgen hoe de munt circuleert, wie er gebruik van maakt en tussen wie er transacties gebeuren. Deze drager blijft ook op grotere schaal goedkoop. Het nadeel is dat deelnemers toegang moeten hebben tot een smartphone of computer, en dat niet iedereen vertrouwd is met elektronische betaalwijzen. Ook de angst om persoonlijke informatie vrij te geven kan een drempel zijn.

Sommige gemeenschapsmunten hanteren tegelijk fysieke en elektronische dragere en kanalen, om voor zoveel mogelijk deelnemers aantrekkelijk te zijn.

Bouwsteen 5. Welke extra functies: schenken, sparen, heffing en/of herverdeling?

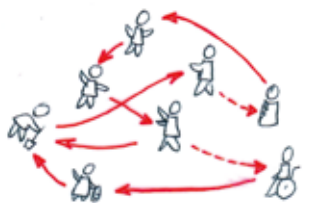
Je kan een aantal extra functies inbouwen om bepaald gedrag te stimuleren of om bijkomende doelen te realiseren.

- Je kan deelnemers de mogelijkheid bieden munten die ze verdienen, te schenken aan iemand die ze meer nodig heeft. Dat is vooral handig voor mensen met zorgbehoevende ouders.
- Als het doel van de gemeenschapsmunt is nu te werken aan een nood voor later, kan je sparen als optie voorzien. Nog kwieke gepensioneerden kunnen nu punten opsparen om later hulp te krijgen. Het risico is dat het niet zeker is of de munt dan nog bestaat en genoeg deelnemers heeft om alle zorgvragen in te vullen. Er zijn gemeenten (zoals het Zwitserse St.-Gallen) die de tijdmunten garanderen door de aanleg van een fonds in de nationale munt, om eventuele saldi mee uit te betalen.
- De meeste gemeenschapsmunten kiezen er voor om sparen te ontmoedigen en het uitwisselen van onderlinge hulp maximaal te stimuleren. Dat kan ondermeer via een vervaldatum: punten die – ook na een aanmaning – niet op tijd gebruikt of ingeruild worden, vervallen dan. Een andere optie is een saldoheffing: elke maand wordt een percentage van alle saldo's afgeroomd en in een gemeenschappelijke pot gestort, wat sparen ontmoedigt.
- Dergelijke heffingen kunnen ook dienen om een deel van de kosten van de muntkring zelf te dekken. Ook het aanrekenen van transactiekosten is daarvoor een optie.
- Daarnaast kun je heffingen hanteren om een herverdelingsmechanisme in te bouwen en bijkomende doelen of doelgroepen te bereiken. Zo kun je punten uit de collectieve pot weggeven aan deelnemers met veel noden en weinig mogelijkheden om zelf te verdienen.
- Verder kan een pot toelaten om een activiteit zoals een buurtfeest of rommelmarkt te organiseren.

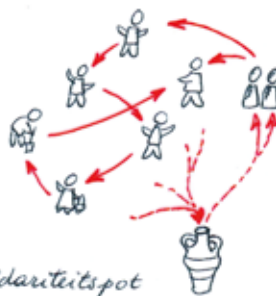
Bouwstenen schenken & pot

 actieve burger, vrijwilliger

 burger met weinig mogelijkheid tot leveren van (weder)diensten



optie puntenschenken



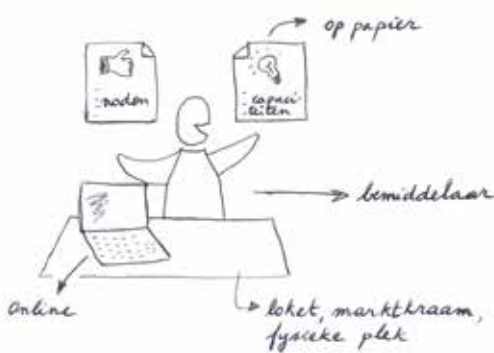
solidariteitspot

Bouwsteen 6. Hoe bemiddel je tussen vraag en aanbod?

Hoe zorg je dat voldoende deelnemers de weg naar en in de gemeenschapsmunt kennen en dat vraag en aanbod elkaar snel vinden? Er zijn diverse mogelijkheden.

- Een online marktplaats (op de smartphone of computer) is een virtueel platform waar deelnemers vraag en aanbod kunnen plaatsen en doorzoeken. Vrijwel alle systemen hebben dit vandaag.
- Je kunt een gids opstellen. Dit kan een pdf zijn die deelnemers zelf kunnen afprinten. Drukken is relatief duur, maar je bereikt wel doelgroepen die geen toegang tot computers hebben.
- Het is een goed idee om marktjes, bijeenkomsten, informatieavonden enzovoort te organiseren, of om met een stand aanwezig te zijn op evenementen van andere organisaties.
- Door te werken met een professionele kracht die actief vraag en aanbod bij elkaar brengt, kun je de activiteit in het netwerk stimuleren. De loonkost van de bemiddelaar moet je afwegen tegen de terugverdieneffecten.

Organisatie gemeenschapsmunt



Om te onthouden! Gemeenschapsmunten

- > kunnen aan de hand van zes bouwstenen worden ontworpen met het oog op de gekozen doelen
- > stimuleren dankzij de keuze van hun bouwstenen bepaalde gedragingen of remmen deze af
- > werken goed als de bouwstenen maximaal door en met de deelnemers zijn gekozen
- > zijn op langere termijn succesvol als de bouwstenen zoveel mogelijk samen met de deelnemers op hun doeltreffendheid worden beoordeeld en bijgestuurd

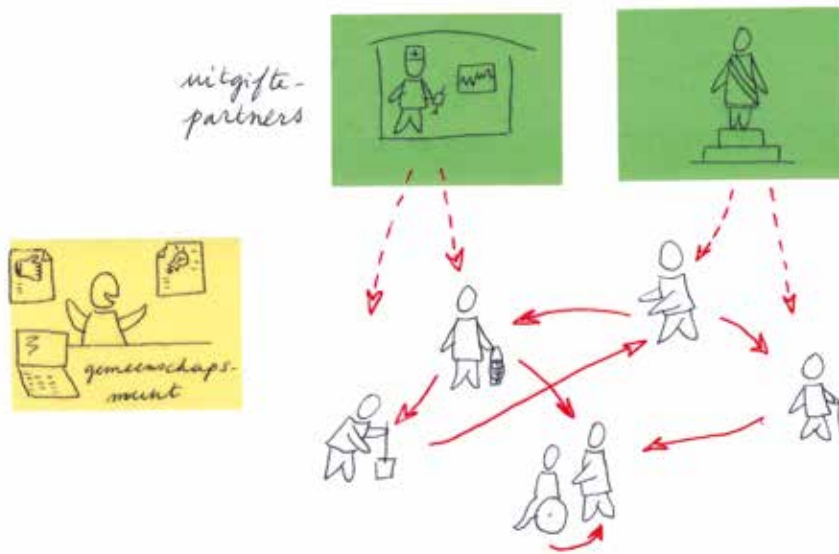
5. Muntmodellen

Met al die bouwstenen kun je in theorie een groot aantal muntontwerpen bedenken. In de praktijk vind je drie modellen heel vaak terug. Er is geen 'juist' model voor gemeenschapsmunten, maar het is interessant om van de ervaringen van andere munten te leren.

Ruilmodel: Time Banks

Een institutionele speler brengt munten in omloop om onderlinge hulp te bevorderen als aanvulling op de professionele dienstverlening. Dit is een soort burenhulp, maar zonder beperkt te zijn tot directe ruil. Deelnemers kunnen hun munten immers aan wederdiensten besteden bij alle anderen in het netwerk, zodat veel meer transacties mogelijk worden. Wederkerigheid (binnen de grotere groep) staat centraal.

Figuur ruilmodel



Dit systeem is ontstaan vanuit de visie dat een cliënt in de hulpverlening niet alleen een persoon is met een hulpvraag, maar ook iemand met kwaliteiten. Wederkerigheid geeft mensen een gevoel van waardigheid en onafhankelijkheid. Dit houdt in dat wie hulp krijgt, een wederdienst verschuldigd is aan (iemand uit) het netwerk. Vrijwilligers moeten zelf ook wederdiensten vragen om het systeem draaiend te houden. De wederkerigheid ontstaat ook tussen de generaties, wat de onderlinge band versterkt. De gebruikte nominatie is zo goed als altijd tijd. Veel muntkringen met ruilmodel worden daarom ook 'tijdbanken' genoemd.

Wereldwijd worden Time Banks opgezet door professionele spelers, zoals diensten voor thuiszorg, woonzorgcentra, scholen, ziekenhuizen of gemeentes. In Vlaanderen kennen heel wat gemeentes ruilmodellen die van burgers uitgaan (zoals bijvoorbeeld het LETS-systeem), maar voorlopig zijn er geen institutionele ruilmodellen bekend.

- Om tijdmunten in omloop te brengen, maken Time Banks gebruik van wederzijds krediet. Alle deelnemers beginnen met een saldo van nul tijdmunten.
- De tijdmunten kunnen worden besteed aan wederdiensten vanwege alle andere deelnemers in het netwerk. Een tijdbank is dus een 'zero-sum game'; alle saldi bij elkaar opgeteld, bedragen altijd nul.
- Elke deelnemer heeft een rekening om bij te houden hoeveel tijd hij of zij anderen heeft geholpen, hoeveel tijd hij of zij door anderen werd geholpen, en wat het saldo aan munten is. Door alle saldi openbaar te maken, kunnen deelnemers worden gestimuleerd een negatief saldo aan te zuiveren.
- De vrijwilligers kunnen hun munten ook aan iemand anders weggeven. Sommige Time Banks zijn erop gericht deelnemers tijdmunten te laten sparen voor hun oude dag, als aanvulling op hun pensioen. Er zijn tijdbanken waar de gemeente de munten dekt door garanties in de nationale munt.
- In veel institutionele tijdbanken zijn bemiddelaars actief, eventueel uitgerust met een digitaal matchingsysteem. In netwerken waar niet actief bemiddeld wordt, is er minder dienstverlening dan in netwerken waar dat wel gebeurt.

Het ruilmodel wordt geconfronteerd met een aantal uitdagingen.

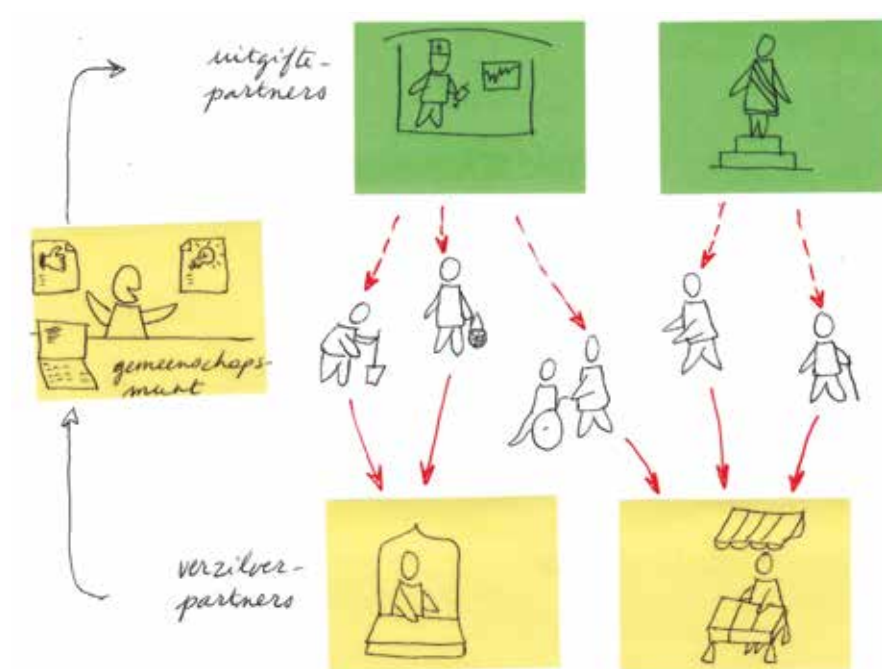
- In de meeste Time Banks blijft het aantal activiteiten per deelnemer beperkt. Het onderlinge karakter van de diensten maakt dat ze moeizaam op gang komen, zeker als er geen bemiddeling is.
- Bemiddeling gebeurt meestal door een professionele kracht, soms door vrijwilligers. Die functie is relatief duur maar wordt (deels) terugverdiend door de betere dienstverlening aan de buurt.
- Vraagverlegenheid: mensen met veel vraag maar weinig aanbod, kunnen in het rood staan, waardoor ze geen hulp meer kunnen of durven vragen, terwijl juist deze groep veel baat heeft bij burenhulp.
- Sterk negatieve saldi bij sommige deelnemers: als veel mensen met schulden het systeem verlaten, blijven de andere deelnemers samen positief staan. Dit kan ertoe leiden dat mensen geen mogelijkheden meer vinden hun tijdmunten te besteden (waardoor de munt stagneert), of dat mensen alleen bereid zijn hulp te bieden mits ze extra punten krijgen (waardoor de waarde van de munt daalt). Veel tijdbanken stellen daarom een grens aan het aantal punten dat men negatief mag staan. Of ze laten deelnemers met openstaande schuld niet uit de muntkring stappen. De ervaring leert dat het moeilijk is gebruikers te dwingen schulden af te betalen.
- Sterk negatieve account bij de centrale organisatie: vaak brengt men tijdmunten in omloop door klussen voor de organisatie te betalen. Als de organisatie sterk negatief staat en de leden samen sterk positief, kan dat het vertrouwen in het systeem ondermijnen. Als de muntkring stopt, zijn de tijdmunten niet meer te besteden, en krijgt de organisatie haar eigen schuld nooit ingelost.

Beloonmodel: Torekes & Spice

Beloningsprogramma's zijn systemen die mensen aanzetten tot bepaalde gedragingen door hen te belonen met munten. Een informatiecampagne verandert hoogstens het kennisniveau en de attitude van burgers, maar niet hun dagelijkse gedrag. Door een beloning passen mensen hun gedrag (en attitude) wel aan.

In de private sector wordt het koopgedrag van consumenten vaak gestuurd via een complementaire munt: loyaliteitspunten die in een materieel voordeel worden omgezet. Doe je niet mee, dan bemachtig je geen punten, en ben je in principe dief van je eigen portemonnee! Door beloningsystemen met sociale doelen voelen mensen zich gewaardeerd. Door hun inzet dragen ze bij tot maatschappelijke winst, en dat wordt zichtbaar gemaakt. Ook zijn ze meer bereid mee te doen als ze weten dat iedereen zijn steentje bijdraagt.

Figuur beloonmodel



In de Gentse wijk Rabot-Blaisantvest is sinds 2010 de gemeenschapsmunt de Torekes actief. In het Verenigd Koninkrijk timmert de Britse organisatie Spice al jaren aan de weg, met nu al zo'n tachtig beloonprogramma's.

- Gedrag dat bijdraagt tot het vooropgestelde doel, wordt met de munt beloond. In Gent verdienen je Torekes als je bijdraagt tot buurtzorg, burenzorg of groenzorg: vrijwilligerswerk doen voor een

organisatie in de wijk, overschakelen op groene stroom enzovoort. In de Spice programma's krijg je een punt voor elk uur geleverd vrijwilligerswerk. Alleen mensen die iets kunnen doen voor de buurt, kunnen dus aan het netwerk deelnemen.

- Beloonmunten kunnen worden besteed bij instellingen zoals de bioscoop of de bibliotheek, of worden gebruikt voor deelname aan uitstappen of aansluiting bij een sportclub. In Gent kun je Torekes ook verzilveren door ze in te ruilen voor producten die verkrijgbaar zijn aan het Torekesloket (bijvoorbeeld een maaltijd of drankje, kledij of de huur van een volkstuin) of bij buurtwinkels, de bioscoop of het openbaar vervoer. In de muntkringen van Spice is ruilen voor producten nooit mogelijk. Beloonmodellen zoals Spice en Torekes kennen weinig wederkerigheid. In theorie kunnen deelnemers elkaar betalen voor burenhulp, maar in de praktijk gebeurt het nauwelijks.
- Diverse nominaties zijn mogelijk. Torekes zijn gebaseerd op (een per dienst vooraf vastgelegd aantal) munten met een tegenwaarde in euro's. De waarde van één Toreke is tien eurocent; vijftig Torekes worden dus voor een tegenwaarde van vijf euro verzilverd. Spice werkt met tijdmunten (van een uur).
- De Torekes in Gent zijn vier jaar na de start overgeschakeld van biljetten naar een combinatie van papieren en elektronische betaalmiddelen. Bij die omschakeling worden ook studenten van een hogeschool in de buurt betrokken.
- In het beloonmodel kunnen deelnemers nooit méér tijdmunten uitgeven dan ze verdiend hebben. Wie geen vrijwilligerswerk kan doen, kan dus ook niet aan het systeem deelnemen.
- Torekes hebben een vervaldatum. Biljetten die de vervaldag naderen, kunnen aan het loket ingeruild worden voor nieuwe biljetten.
- Beloonmodellen kennen meer activiteiten als ze actieve bemiddeling gebruiken. In Spice wordt actief bemiddeld door de organisaties die het netwerk runnen. Bij de Torekes wordt deze functie ingevuld door een medewerker van Samenlevingsopbouw Gent.

Het beloonmodel kent voor- en nadelen.

- Bij de beloonmodellen ligt het aantal deelnemers en het aantal activiteiten per deelnemer veel hoger dan bij tijdbanken. Met beloonmodellen kun je meer gedragingen waarderen dan alleen burenhulp, waardoor je ook meer doelgroepen kunt aanspreken dan met een ruilmiddel.
- Beloonssystemen kennen minder het fenomeen dat deelnemers verlegen zijn om hulp te vragen. Het matchen van een hulpvraag aan een aanbod gebeurt in beloonssystemen overwegend door professionele bemiddelaars uit de betrokken organisaties. Hulp vragen via een bemiddelaar blijkt mensen minder in verlegenheid te brengen dan zelf hulp vragen aan een buurtbewoner.
- Stoppen met een beloonmodel is gemakkelijker dan stoppen met ruilsystemen. Deelnemers die nog munten hebben, kunnen deze binnen een bepaalde periode verzilveren. Bij een ruilsysteem kunnen deelnemers die nog een positief saldo hebben hun munten vaak niet meer besteden, omdat er nog onvoldoende interessant aanbod aan diensten is.

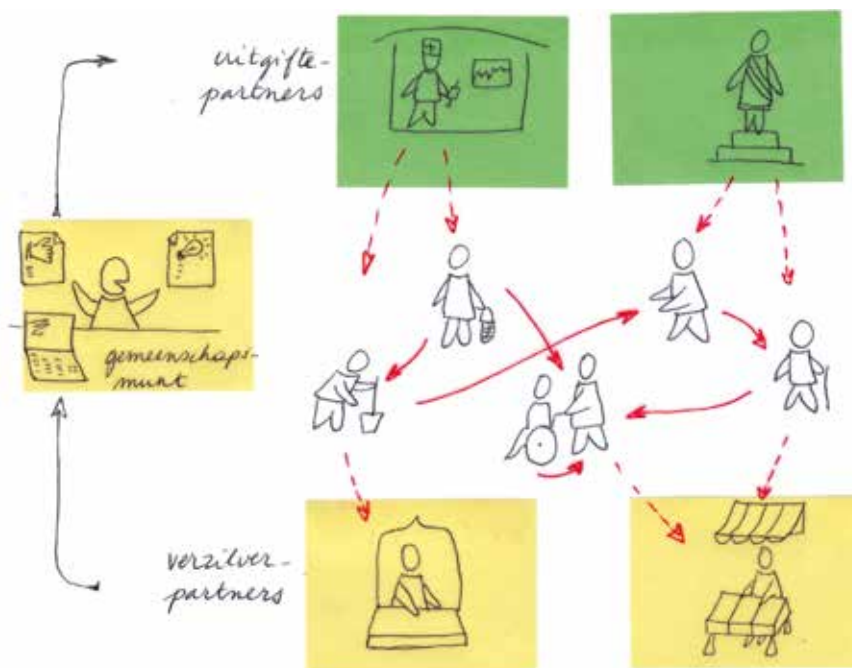
Mixmodel: Troeven & Makkie

Net als de beide voorgaande modellen biedt het mixmodel professionele spelers diverse mogelijkheden om de inzet van buurtbewoners te vergroten.

- In beloonssystemen wordt de inzet van deelnemers gewaardeerd met munten die ze kunnen verzilveren, maar tussen de deelnemers onderling vinden zo goed als geen transacties plaats.
- In ruilsystemen zoals tijdbanken handelen de deelnemers wel onderling, maar blijft de activiteit per deelnemer veel beperkter dan bij beloonmodellen.

In het mixmodel worden deze twee voordelen geïntegreerd.

Figuur mixmodel



Het mixmodel wordt sinds 2012 ontwikkeld door de Makkie in de Indische Buurt in Amsterdam. Eind 2013 startte ook Troeven in Turnhout met dit model.

- Zowel de Troeven als de Makkie gebruiken tijd als rekeneenheid. Een Troef heeft de waarde van een minuut. Een Makkie heeft de waarde van een uur.
- Beide muntkringen gebruiken een elektronisch betaalplatform.
- In Troeven en Makkie ontvangen nieuwe deelnemers munten als ze een profiel aanmaken, een advertentie plaatsen, hun account koppelen aan Facebook, een vragenlijst invullen enzovoort. De meeste tijdmunten komen in omloop als waardering voor activiteiten die de buurt ten goede komen in directe opdracht van een overheid, maatschappelijke organisatie of instelling. Het kan gaan om een aanvulling op de professionele dienstverlening, of om een dienst voor de buurt

of een medebewoner. Voorbeelden zijn hulp aan ouderen, helpen bij buurt evenementen of zwerfvuilacties. Deelnemers kunnen niet meer tijdmunten uitgeven dan ze saldo hebben; ze gaan niet in het rood.

- Deelnemers kunnen tijdmunten verzilveren bij de overheid, organisaties en winkels. Verzilveropties staan vooral in het teken van persoonlijke ontwikkeling, gezondheid, sport, educatie, integratie, duurzaamheid en vrijetijdsbesteding. Voor ze worden verzilverd kunnen munten ook besteed worden bij andere buurtbewoners, voor diensten zoals administratieve hulp, vervoer of mantelzorg.
- In Troeven wordt geëxperimenteerd met een solidariteitsfonds. Elke maand wordt automatisch twee procent van alle saldi afgeroomd en in dit fonds gestopt. Die munten gaan naar deelnemers die niet in staat zijn te verdienen, zoals ouderen met grote zorgnoden en mensen met een beperking. Een gift uit het fonds kan echter enkel bij andere deelnemers worden besteed, niet direct worden verzilverd.
- Net als in een ruilmiddel neemt het effect toe naarmate de tijdmunten tussen meer deelnemers circuleren. Dit wordt gestimuleerd door het inzetten van een bemiddelaar.

Het mixmodel combineert de voordelen van het ruil- en beloonmodel.

- Verwacht wordt dat de activiteit per deelnemer in het mixmodel veel hoger zal zijn dan in het ruilmiddel en hoger dan in het beloonmodel. Deelnemers beginnen met activiteiten voor professionele organisaties (zoals in het beloonmodel) en kunnen hun munten uitgeven aan anderen (zoals bij ruilsystemen).
- Het mixmodel leidt (net als beloonmodellen) niet tot de verlegenheid om hulp te vragen. Deelnemers kunnen immers niet negatief staan. Nieuwe deelnemers kunnen niet direct een hulpvraag stellen (lees: tijdmunten uitgeven) en dus ook niet met een negatief saldo starten of schulden opbouwen.
- Voor deelnemers die niet in staat zijn tijdmunten te verdienen (zoals ouderen of mensen met een beperking), voorziet het solidariteitsfonds een oplossing.
- Net als het ruilmiddel (Time Banks) kent het mixmodel wederkerigheid.
- Stoppen is gemakkelijk. Als de munt ophoudt, kunnen deelnemers hun munten binnen een bepaalde periode verzilveren. Deelnemers kunnen vlot uitstappen daar ze nooit een negatief saldo hebben.
- De solidariteitsheffing stimuleert de circulatie en/of verzilvering van munten. De deelnemers weten dat hun saldo langzaam slinkt, en geven de munten snel weer uit. Door de hoogte van de heffing te laten variëren in de tijd, kan men de circulatie van de munten beïnvloeden.

Om te onthouden!

- > Gemeenschapsmunten komen overwegend voor in drie modellen: het ruil-, het beloon- en het mixmodel.
- > Elk model kent zijn voor- en nadelen, laat bijkomende functies toe of bevat risico's voor sommige groepen.
- > Op elk model kunnen in principe variaties worden ontwikkeld door bijkomende bouwstenen te gebruiken.

DEEL III

PLANNING &
WERKPAKKETTEN

Inleiding

Eens je de doelen en het model in kaart gebracht hebt en een concept voor de gemeenschapsmunt klaar hebt, begint het uitvoerende werk. Dat vergt een goed werkplan. Dit deel biedt je eerst een overzicht van hoe de opstart van een gemeenschapsmunt globaal verloopt. Vervolgens worden vijf werkpakketten toegelicht die bij de lancering komen kijken. Het gaat om

- Werving en communicatie
- Monitoring
- Juridische omkadering
- Financiering
- ICT-toepassingen

De focus ligt vooral op wat specifiek nodig is om een gemeenschapsmunt op te starten. Uiteraard spelen ook meer algemene opvolgingsprocessen een belangrijke rol, zoals financieel beheer of projectmanagement. Dit handboek gaat daar niet al te diep op in, omdat daarover heel wat andere bronnen beschikbaar zijn. Ook zijn er experts en consultants die je daarbij kunnen helpen. Het managementmodel voor gemeenschapsmunten dat hier wordt voorgesteld, is geïnspireerd op een Europees onderzoeksproject rond complementaire munten, het Community Currency In Action (of CCIA) initiatief.

Deel III helpt je een antwoord te formuleren op volgende vragen

- Welke stappen komen er kijken bij het opzetten van een gemeenschapsmunt?
- Aan welke aspecten moet je allemaal denken als je met een gemeenschapsmunt van start gaat?
- Wat werd er op dit vlak al geleerd in andere projecten met gemeenschapsmunten?

6. Globale projectplanning

Bij de lancering van een gemeenschapsmunt doorloop je drie fasen, met daarbinnen telkens een aantal stappen. Dit hoofdstuk overloopt de globale planning in grote lijnen.

Op de stappen 1 en 2 is in de eerste twee delen van dit handboek uitvoerig ingegaan. Daar kreeg je de nodige elementen aangereikt om te beslissen

- of een gemeenschapsmunt in je gemeente of wijk zinvol is, voor welke doelen en doelgroepen
- welke keuzes je moet maken betreffende de bouwstenen en het model om tot een zo goed mogelijk muntontwerp te komen
- hoe je zorgt dat die beslissingen zoveel mogelijk participatief – door de burgers – worden genomen.

Vanaf stap 3 – eens je beslist hebt om voor een munt te gaan – moet je een aantal heel concrete dingen ontwikkelen. Die zijn opgedeeld in vijf werkpakketten. In de rest van dit deel worden die pakketten stuk voor stuk toegelicht. Daarmee moet je in staat zijn om

- de gemeenschapsmunt in de steigers te zetten
- de pilootversie te lanceren en uit te testen
- gaandeweg op te volgen en te evalueren wat er op het terrein gebeurt.

Globale projectplanning

Stappen	Wat gebeurt er in deze stap?	Welk resultaat moet je bereiken ?
Fase A - Marktanalyse & Ontwerp Duur: voorzie anderhalf à twee jaar • Je maakt een omgevingsanalyse en brengt doelen en doelgroepen in kaart • Je kiest een muntmodel en ontwikkelt een implementatieplan		
1. Omgevingsanalyse en ontwikkelen van partnerschap	Verken noden, dromen, en capaciteiten in je omgeving. Zoek enthousiaste partners. Schets het globale idee, werk de doelen en doelgroepen uit. Test op diverse fora of er draagvlak voor de munt is. Hoe meer reeds bestaande netwerken je kunt inschakelen, hoe minder tijd deze stap vergt.	Enthousiasme en draagvlak bij de initiatiefnemer, bij de partners en de doelgroepen Stuurgroep en implementatieteam zijn samengesteld
2. Ontwikkeling van het concept van de munt	Kies per bouwsteen welke keuzes je wil maken en welke regels je wil hanteren. Kies een muntmodel.	Overzichtelijke presentatie van de gemaakte keuzes Gedragen concept van de munt, de bouwstenen en het model
3. Planning van de implementatie	Stel een implementatieplan op om het gekozen muntmodel concreet uit te werken (vijf werkpakketten: zie hieronder)	Gedragen implementatieplan, goed uitgewerkt stappenplan en voorlopig financieringsplan
4. Toetsen van de haalbaarheid	Toets het implementatieplan op haalbaarheid bij experts en bij de beoogde deelnemers. Waar zien zij knelpunten en mogelijkheden tot verbetering? Pas op basis van de feedback je model en projectplanning aan.	Voorstellen zijn haalbaar bevonden door experts en beoogde deelnemers De stuurgroep geeft startsein voor Fase B

Stappen	Wat gebeurt er in deze stap?	Welk resultaat moet je bereiken ?
Fase B - Implementatie pilootproject Duur: voorzie minimum twee jaar · Je ontwikkelt alle elementen (vijf werkpakketen) · Je brengt een pilootversie van de munt in praktijk		
5. Bouwen en uitvoeren	Werk de vijf werkpakketen uit. Sluit contracten af.	Nodige contracten getekend Vijf werkpakketen voorbereid en klaar voor gebruik
6. Pilootversie testen	Lanceer de pilootfase van de munt. Start de monitoring op.	Ervaringen en feedback van deelnemers en partners Inzicht in sterktes en verbeterpunten
Fase C - Evaluatie van het proefproject en vervolgplan · Je evalueert de resultaten van de pilootfase · Je beslist wat verdere stappen zijn		
7. Evaluatie	Analyseer de resultaten van de monitoring. Toets ze aan de vooropgestelde sociale doelen Evalueer het intern functioneren van de muntkring	Evaluatierapport Bespreking met alle betrokken partijen Gedragen beslissing over volgende stap
8. Vervolg (vier opties)	Verbeteren of innoveren	Beslissing over welk vervolg aan de munt wordt gegeven
	Opschalen: intensiveren en versnellen, uitbreiden naar groter geografisch gebied of meer gebruikers.	
	Stoppen, afronden van het project, exit-strategie ontwikkelen	
	Repliceren in andere gemeenschappen of bij andere doelgroepen (proces opnieuw doorlopen)	

In stap 7 – nadat je de pilootversie van de gemeenschapsmunt een jaar of twee hebt laten draaien – evalueer je hoe het systeem functioneert, en bekijk je of dit strookt met het sociaal doel dat vooropgesteld was. Met de evaluatieresultaten in de hand kun je een besluit nemen over de toekomst van de gemeenschapsmunt. Daarbij zijn er vier opties.

- Optie 1 – **Verbeteren en innoveren**. Als uit de pilootfase blijkt dat de munt veel potentieel heeft, maar nog kinderziektes vertoont, ligt het voor de hand om haar te verankeren en haar potentieel nog te verbeteren, rekening houdend met de evaluatieresultaten. Je kunt ze ook grondiger innoveren en een nieuwe doelgroep aanboren, andere maatschappelijke doelstellingen nastreven, nieuwe dragers of technologische ondersteuning inschakelen, het muntmodel aanpassen enzovoort.
- Optie 2 – **Opschalen**. Een pilootfase vindt meestal op relatief kleine schaal plaats. Na een succesvolle pilootfase kun je beslissen de gemeenschapsmunt op te schalen. Opschalen betekent een intensivering en versnelling van bestaande processen, maar zonder veranderingen in de gemeenschapsmunt aan te brengen. Vaak wil dat zeggen dat de gemeenschapsmunt zich richt op een groter geografisch gebied, of op grotere groepen deelnemers mikt.

- Optie 3 – **Stoppen**. Het kan gebeuren dat de gemeenschapsmunt geen draagvlak blijkt te hebben en haar doelen niet bereikt. Ook als de resultaten goed zijn maar niet in verhouding staan tot de kosten, kun je beslissen te stoppen. Dat betekent niet dat je er zomaar de stekker uit kunt trekken. Ook stoppen vergt een goede voorbereiding en strategie, en moet tijdig naar de deelnemers worden gecommuniceerd. Alle accounts, processen en contracten moeten correct worden afgesloten.
- Optie 4 – **Repliceren**. Meestal doet deze optie zich pas in een later stadium voor, maanden of zelfs jaren na de demonstratiefase. Als de gemeenschapsmunt voldoende ‘volwassen’ is geworden, kun je haar ook elders gaan introduceren, in andere regio’s of in andere gemeenschappen. Uiteraard is het van belang om altijd rekening te houden met de nieuwe context; het programma één op één kopiëren zal niet succesvol zijn. Het proces moet dan opnieuw worden doorlopen met de lokale bewoners en partners. Het verschil is dat je dan al meer ervaring hebt met participatief en cocreatief werken, en bij de concrete uitvoering van bepaalde werkpakketten op vertrouwde oplossingen kunt terugvallen.

7. Werving en communicatie

Hoe pak je het aan om de buurt enthousiast te krijgen – en te houden – voor de gemeenschapsmunt? Het volstaat niet dat mensen weten dat het initiatief bestaat of het een prima idee vinden. Het doel wordt maar bereikt als ze ook actief (blijven) meedoen. Twee strategieën helpen daarbij: werving en communicatie.

Werving

Bij gemeenschapsmunten gaat het niet om (marketing in de zin van) klantenwerving, maar om werving van actieve deelnemers. Klanten hebben interesse in een product of dienst die ze afnemen, en minder in de organisatie achter de dienst. Deelnemers voelen zich meer bij de organisatie zelf betrokken, en willen die actief ondersteunen.

Een gemeenschapsmunt is wervend als deelnemers ervaren dat ze

- op een prettige en effectieve manier bijdraagt tot het vervullen van dromen en tot het oplossen van lokale problemen
- een meerwaarde in hun dagelijkse leven betekent, omdat ze daardoor bijvoorbeeld nieuwe mensen leren kennen, zich gewaardeerd voelen, hun talenten ontwikkelen, trots zijn op hun buurt ...
- geen 'truc' is die hen door een overheid of marketeer wordt opgedrongen, maar iets dat ze vanuit hun leefwereld, ervaringen en verwachtingen zelf mee ontwerpen en dat echt 'van hen' is.

Dat betekent dat de belangrijkste 'marketing' voor de gemeenschapsmunt gebeurt door

- cocreatieve processen bij de keuze van **doelen en muntontwerp** (beschreven in hoofdstuk 2)
- goede '**user experience**': laagdrempelige contactpunten, eenvoudige instaprocedures, heldere gebruiksvoorwaarden, gebruiksvriendelijke technologie ...
- continue **monitoring** en bijsturing van de gemeenschapsmunt met inbreng van de doelgroep, dynamische aanpassing van doelen en procedures aan de ervaringen op het terrein.

Het belang van de cocreatie bij het runnen van een gemeenschapsmunt kan moeilijk overschat worden. Heel wat munten lopen vast omdat ze daar in de voorbereidingsfase onvoldoende aandacht en middelen aan besteedden, of niet genoeg tijd namen om mensen (ook uit kwetsbare doelgroepen) te laten meedenken. Een gemeenschapsmunt berust op vertrouwen, en dat vergt nu eenmaal tijd. Maar eens mensen de gemeenschapsmunt als 'hun munt' zien, kun je erop rekenen dat ze mond-tot-mondreclame gaan voeren.

In het ideale scenario is de gemeenschapsmunt niet alleen een instrument om cocreatie van diensten door burgers te ondersteunen, maar berust ook het beheer van de munt zelf op governance van onderuit. Dat zou betekenen dat je als overheid of institutionele speler in de lancering van een gemeenschapsmunt investeert, en deze na verloop van tijd op het lokale niveau autonoom kan functioneren. Momenteel zijn de voorwaarden daartoe niet vervuld, daar cocreatie nog niet als volwaardige arbeid wordt erkend en ondersteund (maar beperkt getolereerd als vrijwilligerswerk). Je moet dus ook prikkels geven naar boven toe, naar nationale beleidskaders en wetgeving. Ook je inzet in

het 'macro-tandwiel' is dus indirect een manier om je munt op termijn helemaal in handen van de mensen te geven.

Planning

Fase A	<ul style="list-style-type: none">- Brainstorm over manieren om de gemeenschapsmunt wervend en hip te maken, en om een goede 'user experience' te garanderen.- Tref voorbereidingen voor laagdrempelige en aantrekkelijke contactpunten.- Betrek de doelgroep bij de keuze van betaalplatform en inrichting van contactpunten.- Leid het team en de waarderings- en verzilverpartners op.- Maak duidelijke handleidingen voor alle partners en contactpunten.
Fase B	<ul style="list-style-type: none">- Monitor continu de gebruiksvriendelijkheid van de munt en de beleving van de gebruikers.- Richt een loket en/of verspreide contactpunten in, maak ze uitnodigend en laagdrempelig.- Zorg voor een helpdesk voor de partners, registreer alle vragen en onduidelijkheden, reageer op vragen, opmerkingen en klachten, en verleen ondersteuning.- Volg op of gemeenschapsmunten eenvoudig verdiend en besteed kunnen worden.- Neem deel aan studiedagen over gemeenschapsmunten, wissel ervaringen uit met andere gemeenten, signaleer elementen in de wetgeving die cocreatie steunen of afremmen.
Fase C	<ul style="list-style-type: none">- Evalueer de aantrekkingskracht en user experience van de gemeenschapsmunt.- Neem stappen voor een vervolg of werk een exit-strategie uit.

Communicatie

Uit ervaring blijkt dat deelnemers pas echt vertrouwen in de gemeenschapsmunt krijgen als ze er voldoende lang de voordelen van ondervinden. Reken op een honderdtal uren inzet vooraleer mensen het systeem echt waarderen, en dat vergt ongeveer een jaar. De deelnemers ervaren de meerwaarde van de munt beter, als het netwerk groot en divers is. Een aparte communicatiestrategie om mensen warm te maken is dan ook onontbeerlijk, en zeker in de eerste jaren moet je daar voldoende tijd en middelen voor voorzien.

Een sterke communicatiestrategie berust op de volgende vijf stappen.

1. Verduidelijk de kernwaarden

Vraag je af waarom je de gemeenschapsmunt wil starten. Gaat het vooral om het stimuleren van onafhankelijkheid van mensen tegenover overheidsdiensten of professionele dienstverleners? Om lagere zorgkosten nu en in de toekomst? Of wegen aspecten als sociale cohesie en 'zelf doen' zwaar door? Deze motieven vertolken de kernwaarden van je gemeenschapsmunt. Ze vormen er het DNA van, en kunnen als kompas dienen als je belangrijke beslissingen moet nemen. Benoem deze kernwaarden, schrijf ze op, herhaal ze telkens in je communicatie en geef ze mee aan het team.

2. Schrijf missie, visie en doelstelling uit

Je missie geeft aan wie je bent, wat je doet en wat je op langere termijn wil bereiken. Een visie vertolkt je kijk op de toekomst van je initiatief: waar wil je naartoe? Doelstellingen zijn de tastbare resultaten die je nastreeft. Deze stap is bepalend voor de overtuigingskracht die je uitstraalt. Zoek naar een baseline die een gevoel of kracht uitdrukt waarmee je de munt associeert; denk maar aan 'just do it!' van een bekend schoenenmerk.

3. Breng doelgroepen in kaart

Een gemeenschapsmunt werkt goed als je een grote diversiteit in vraag en aanbod krijgt. Hoe meer groepen je kunt bereiken, hoe beter. Trek de wijk in, en breng in kaart wat de munt voor elke doelgroep aantrekkelijk maakt en welke boodschap daar bij past. Er zijn bewoners die het extraatje in het gezinsbudget geweldig vinden, anderen gaan voor de warme buurt. Studenten vinden een app leuk, senioren verkiezen een folder.

4. Maak de Unique Selling Proposition zichtbaar

Vraag je af wat je unieke meerwaarde is tegenover andere dienstverleners. Waarom zouden mensen voor dit initiatief kiezen? Denk aan zaken als 'zelf doen', 'voor iedere portemonnee' of 'meteen beschikbaar'. Kijk daarbij tevens naar wat de gemeenschapsmunt nog meer biedt dan alleen zorg: nieuwe contacten, leren van elkaar, leuke sfeer in de buurt enzovoort. Maak zichtbaar hoeveel mensen er al meedoen, want ook dat trekt aan, men wil erbij horen! Bovendien kan je mensen duidelijk maken wat het hen 'kost' als ze niet meedoen, en wat ze dan missen (leuke ervaringen, verzilvermogelijkheden, nieuwe contacten enzovoort).

5. Werk een communicatieplan uit

Tenslotte moet je helder het ‘wat, waar en hoe’ van de gemeenschapsmunt gaan uitleggen. Je werkt een communicatieplan uit dat op een zo breed mogelijke verspreiding mikt. Let bij het schrijven van teksten op het taalgebruik: hoe concreter, hoe beter. Een ervaringsverhaal van een deelnemer werkt meestal beter dan een inhoudelijke uitleg. Zet in op drie types van communicatie.

a. Gangbare communicatie

- Het **basispakket** bestaat uit een merknaam, logo, baseline, website en e-mailadres, eventueel een nieuwsbrief. Zorg voor mails met een aantrekkelijke lay-out. Je huisstijl drukt je identiteit uit. Ook in je biljetten of munten of op je site pas je die toe. De website nodigt uit tot meedoen, en biedt acties hapklaar aan; hij wordt actueel gehouden en is aantrekkelijk vormgegeven.
- Met **sociale media** als Twitter en Facebook kun je deelnemers op de hoogte houden van wat er reilt en zeilt. Dit geeft het initiatief een ‘menselijk gezicht’, en nodigt uit tot waarderen en delen. Je moet die accounts wel goed kunnen onderhouden; lukt je dat niet, dan laat je het beter achterwege.
- Advertenties, nieuwsberichten, interviews en columns in **lokale media** (zoals streekkrant, lokale radio en tv, of nieuwsbrief van de gemeente) geven je initiatief een grote zichtbaarheid. Zet op je website een pagina met recente feiten, tekst en foto’s die journalisten mogen gebruiken. Schrijf persberichten over gebeurtenissen (bv. de opening van een loket, een nieuwe partner, een buurtactie, de vijfhonderdste deelnemer ...)
- Gebruik veel **visueel materiaal** (zoals pictogrammen, symbolen of foto’s) om ook naar mensen die nog niet goed met Nederlands overweg kunnen, de boodschap duidelijk over te brengen.
- Vraag **sleutelfiguren** uit de gemeenschap iets te schrijven in de nieuwsbrief. Citeer een lovende quote vanwege het stadsbestuur. Vraag lokale BV’s om zich aan te sluiten en over hun ervaring te spreken.

b. Netwerkcommunicatie

- Maak gebruik van de eigen kanalen van lokale organisaties (een vormingscentrum, vereniging, sportclub, crèche, school ...) of partners (woonzorgcentrum, kringloopwinkel, filmzaal, bibliotheek, bakker ...). Adverteer in hun nieuwsbrief, muurkrant of reclamefolder.
- Organiseer een informatiemoment speciaal voor hun leden.
- Plaats een banner en/of link op elkaars website.
- Hang affiches in deelnemende winkels en andere verzilverpunten, en in lokalen van organisaties. Hang ze in groter formaat op bij bus- en tramhaltes zodat je in het straatbeeld komt.

c. Live communicatie

- Bedenk communicatiekanalen voor anderstaligen of andere groepen die moeite hebben met geschreven tekst. Schakel mensen uit andere etnische groepen in om het initiatief bij hun groep bekend te maken (en beloon hen hiervoor met gemeenschapsmunten). Schakel studenten in bij taken die raakvlakken hebben met hun studiekeuze of interesse.
- Organiseer informatieavonden en evenementen om het initiatief in de kijker te zetten en je band met (potentiële) deelnemers te versterken.
- Wees op de hoogte van alle lokale evenementen en ga er heen. Zet een kraampje op braderieën en markten, zomerfestivals of de cultuurmarkt. Ga naar opendeurdagen en doe mee aan ‘Open bedrijvendag’ ...

- Ga op een zaterdag bij de supermarkt staan en deel zelfgebakken koekjes uit, samen met een folder.
- Stel een 'muntroute' op, een fiets- of wandeltocht langs gerealiseerde buurtinitiatieven en deelnemende partners. Organiseer met de partners een speciale 'Dag van de klant'.
- Bouw een ludiek wedstrijdelement in. Laat straten onderling een 'Battle of the ...' (naam van de munt) voeren voor diverse prestaties (oudste of jongste deelnemer, origineelste buurtactie ...), en reik zoveel mogelijk prijzen uit, geschonken door de gemeente, lokale partners of sponsors. Bericht hierover op je website, op Facebook, in de lokale pers.

Planning

Fase A	<ul style="list-style-type: none"> - Brainstorm over de communicatie en maak de kernwaarden en de missie, visie en doelen zichtbaar. Formuleer een baseline. - Breng je doelgroepen in kaart en ga luisteren wat er bij hen leeft aan ideeën en verwachtingen; hou hier rekening mee bij het ontwikkelen van je communicatieplan. - Leg contacten met diverse distributiekkanalen (lokale pers, organisaties in de buurt ...). - Contacteer partners of onderaannemers voor het ontwerp voor je basiscommunicatie (logo, huisstijl, website, nieuwsbrief ...).
Fase B	<ul style="list-style-type: none"> - Ontwikkel de huisstijl voor de app, website, munten enz. - Ontwerp 'papieren' communicatiematerialen (zoals informatiefolders, gidsjes, folders of affiches) en druk ze of zet ze als pdf op je website. - Voer publiciteitscampagnes en promotie-evenementen, verspreid de materialen via diverse kanalen, ook via die van lokale organisaties en diensten. - Organiseer promotie-evenementen (informatieavonden, buurtbijeenkomsten en marktjes) en ludieke acties. - Benader geregeld de lokale pers, blijf in het nieuws. - Monitor continu of de communicatie beantwoordt aan de verwachtingen van alle groepen, registreer alle klachten, onduidelijkheden en opmerkingen.
Fase C	<ul style="list-style-type: none"> - Evalueer je communicatiestrategie en stuur ze eventueel bij (richt je tot nieuwe doelgroepen, zoek nieuwe kanalen, kies een nieuwe baseline ...)

8. Monitoring en evaluatie

Je wil weten of je gemeenschapsmunt goed functioneert, tot het doel bijdraagt en alle doelgroepen bereikt. Monitoring betreft de processen die je opzet om dat te kunnen meten. Hoe sneller en nauwkeuriger je weet of de munt goed draait, hoe beter je kunt bijsturen. Monitoring laat toe de munt dynamisch aan te passen aan evoluerende noden, dromen en capaciteiten, en vormt dus een sleutel tot het duurzaam succes van de muntkring. Dat betekent ook dat monitoring niet ‘over’ maar ‘met’ de gebruikers moet gebeuren.

Metten betekent gegevens verzamelen op een zoveel mogelijk gecontroleerde en gestandaardiseerde manier.

- ‘Gecontroleerd’ wil zeggen dat je meetmethode tot aantoonbare cijfers en conclusies leidt. Zo is een schatting van het aantal festivalbezoekers minder controleerbaar dan het aantal verkochte tickets.
- ‘Gestandaardiseerd’ betekent dat je gebruik maakt van een in principe door iedereen bruikbare meeteenheid. Een meter is een meer gestandaardiseerde methode om de grootte van een kamer te meten dan voeten. Soms volstaan voeten, bv. als je wil weten of een kast in een bepaalde hoek past.

Daarnaast wil je ook weten hoe mensen de gemeenschapsmunt ervaren, en wat het ‘verhaal’ is achter de cijfers die je vindt. Voor de evaluatie van je gemeenschapsmunt voer je dus metingen uit op twee niveaus:

- de perceptie van de munt door gebruikers registreer je via bevragingen
- harde cijfers over het gebruik volg je op via een monitoringsysteem

De **gebruikersbevraging** dient om inzicht te krijgen in hoe mensen de gemeenschapsmunt als product zien: wat verwachten zij van de munt, hoe ervaren ze het gebruik ervan? De bevragingen kunnen thematisch zijn, gericht op thema’s als wenselijkheid of haalbaarheid van de munt, tevredenheid over het model of onderdelen ervan. Bevragingen kunnen kwalitatief zijn (“Wat vind je van de sfeer in de buurt?”) en/of kwantitatief (“Hoe vaak heb je nood aan hulp bij administratie?”) Een combinatie van beide levert het meeste inzicht; je weet niet alleen wat mensen verwachten of ervaren, maar je begrijpt ook beter waarom.

Bij het opstellen van een vragenlijst is het belangrijk vooraf goed na te denken over de thema’s die je wenst te bevragen. Stel vragen op die zo precies mogelijk uitdrukken wat je over elk thema wil weten. Stel eenvoudige, helder geformuleerde vragen, en zorg dat elke vraag maar één aspect bevraagt. Het is raadzaam je vragen af te stemmen op vragenlijsten die elders al gebruikt worden, want zo kun je vergelijken en van elkaar leren.

Het **monitoringsysteem** verzamelt ‘harde’ gegevens over het muntgebruik: wie gebruikt ze, tussen wie worden ze doorgegeven, hoe veel keren worden ze uitgewisseld in een bepaalde tijdsperiode, hoelang zijn ze in omloop alvorens te worden verzilverd? Deze gegevens bieden veel inzicht in het proces (het ‘hoe’) van het muntgebruik.

- Deze gegevens kun je het best via elektronische weg verzamelen. Ook een ‘papieren’ opvolging is mogelijk, maar dan kost het veel meer tijd en energie om gegevens te registreren en te analyseren.
- Elektronische monitoring kan ook in het betaalplatform ingebouwd worden, wat maakt dat de gegevens automatisch bijgehouden worden telkens een deelnemer een transactie uitvoert.

Met het oog op de privacywetgeving is het aan te raden deze data alleen geanonimiseerd en geaggregeerd beschikbaar te maken. Geanonimiseerd wil zeggen dat de namen van deelnemers onzichtbaar gemaakt zijn. Voor de gemeenschapsmunt is het nodig gegevens over individuele deelnemers bij te houden (de registratie gebeurt niet anoniem). Als je die data echter wil gebruiken voor onderzoek en monitoring, moet je ervoor zorgen dat het niet langer mogelijk is individuen te herkennen. Geaggregeerd betekent dat de cijfers gaan over alle deelnemers samen, niet over (het gedrag van) individuen. Zo kun je bijvoorbeeld weten of er veel transacties zijn tussen ouderen en jongeren, maar niet welke ouderen en jongeren daar juist bij betrokken zijn.

Planning

Fase A	<ul style="list-style-type: none"> - Zoek partners of onderaannemers voor de monitoring. - Maak het opzet van het monitoringsysteem en de gebruikersbevraging (welke data wil je hebben, welk systeem of methodes wil je gebruiken?)
Fase B	<ul style="list-style-type: none"> - Bereid monitoringsysteem en bevragingmethoden voor (bv. enquêtes opstellen, interviews voorbereiden, software voor data-analyse installeren ...). - Verzamel gegevens en voer (geregeld) onderzoek uit (interviews afnemen, enquêtes houden, data verzamelen).
Fase C	<ul style="list-style-type: none"> - Analyseer de verzamelde informatie. - Trek conclusies voor het vervolg van je munt.

9. Juridische randvoorwaarden: wat mag en wat mag niet?

Gemeenschapsmunten zijn in vele opzichten innovatief. Veel regelgeving is niet specifiek op dit instrument toegespitst, en daardoor leeft er vaak onduidelijkheid over wat wel en niet mag.

- Is zo'n gemeenschapsmunt in overeenstemming met de wet- en regelgeving?
- Welke wetgeving is hierbij van toepassing?
- Hoe moet de bestaande wetgeving hier worden op toegepast?

Hieronder vind je een checklist van de belangrijkste juridische aspecten. Doe een beroep op een jurist of andere deskundige voor de concrete uitwerking en opvolging ervan.

Mag je zomaar een eigen munt creëren?

Voor gemeenschapsmunten met een sociaal doel is het antwoord eenvoudig: je mag ze zelf creëren zolang ze aan een aantal voorwaarden voldoen.

- Gemeenschapsmunten in de vorm van metalen of plastic munten zijn toegestaan, zolang ze niet lijken op euromunten of nationale munten van andere landen. Ook uitgifte van papiergeld is toegestaan, zolang het niet lijkt op eurobiljetten of de nationale biljetten van andere landen. Anders is er sprake van valsmunterij, en dat is strafbaar.
- De munten zijn niet algemeen en overal inwisselbaar tegen euro's, en daarom heb je geen licentie als Elektronisch Geld Instelling nodig, zelfs al gebruik je een elektronisch betaalplatform.

Is er belastingplicht op verdiensten in gemeenschapsmunten?

Moet er over de verdiende gemeenschapsmunten inkomstenbelastingen of omzetbelasting (BTW) betaald worden? Op prestaties in het economische verkeer (werkzaamheden in de formele economie) is men altijd belastingplichtig, ongeacht of er wordt afgerekend met euro, in gemeenschapsmunten of in natura. Voor het vaststellen van de belastingplicht is het betaalmiddel irrelevant. Bij de belastingaangifte moet de eurowaarde van de transacties worden opgegeven, en uiteraard accepteert de belastingdienst (voorlopig) enkel euro's.

De vraag is dus: **worden activiteiten vergoed met een gemeenschapsmunt door de belastingdienst als prestaties in het economische verkeer beschouwd?** In veel landen worden dergelijke activiteiten beschouwd als niet-economische prestaties, dus niet-belastbaar. Het gaat immers om burenhulp, vriendendiensten en vrijwilligerswerk. Ook is het van belang dat deelnemers geen contractueel vastgelegde rechten hebben wat betreft de besteding van de verdiende munten. Als je iemand (bijvoorbeeld een handelaar of de belastingdienst) kunt verplichten je munt als betaling aan te nemen, is ze een wettig betaalmiddel. Met gemeenschapsmunten kun je dat niet, het blijft een kwestie van onderling vertrouwen en afspraken.

In België bestaat er geen specifieke wetgeving over activiteiten in het kader van een gemeenschapsmunt, maar de **Wet betreffende de rechten van vrijwilligers** biedt een duidelijk kader.

Belangrijke elementen

- De activiteiten vinden plaats in een georganiseerd verband dat geen winst nastreeft. De hier beschreven gemeenschapsmunten streven enkel sociale meerwaarde na, geen financiële winst.
- De verkregen waardering in gemeenschapsmunt vertegenwoordigt geen geldwaarde, en is niet algemeen in euro's omruilbaar. De gemeenschapsmunt heeft alleen betekenis voor geregistreerde deelnemers en aangesloten partners, en geldt niet algemeen en overal als tegenwaarde van euro's.
- De activiteiten maken geen deel uit van het economische verkeer, en worden niet uitgeoefend met het oog op het verkrijgen van een economische opbrengst. Als dit wel het geval is, betreft het een professionele activiteit, en is er sprake van zelfstandige of loonarbeid. Burenhulp en vrijwilligerswerk leveren vooral diensten in de privésfeer, niet in de economische sfeer.
- Als zorg op buurt- of stadsniveau georganiseerd wordt, kan er discussie zijn over de vraag of dit nog wel de privésfeer betreft. Een bijkomende indicatie is dat aan vrijwilligers een forfaitaire vergoeding mag worden gegeven van maximaal € 32,71 per dag en € 1308,38 per jaar (dit zijn de geïndexeerde bedragen geldig van 1 januari 2014 tot 31 december 2014). Dat betekent dat men per jaar ongeveer 40 dagen of 280 uren vrijwillig mag werken. Momenteel blijven alle deelnemers van sociale gemeenschapsmunten ruim onder die grens.

Zijn gemeenschapsmunten te combineren met uitkeringen van de sociale zekerheid?

Veel gemeenschapsmunten hebben als doel om burgers de kans te geven actief deel te nemen aan de maatschappij. Ze trekken dan ook mensen aan die niet actief zijn op de arbeidsmarkt: gepensioneerden, (gedeeltelijk) arbeidsongeschikten, werklozen, schoolverlaters. Als ze taken doen voor gemeenschapsmunten, is dat van invloed op de uitkeringen waar ze recht op hebben?

Het uitgangspunt van de wetgeving op de sociale zekerheid is de **arbeidsprestatie**. Die impliceert enerzijds een bijdrageplicht en anderzijds een recht op uitkering. De prestatie kan gebeuren in één van drie stelsels: als werknemer, zelfstandige of ambtenaar. Vrijwilligerswerk of activiteiten in de privésfeer behoren daar niet toe, en brengen dus geen bijdrageplicht noch recht op uitkeringen met zich mee. Om te bepalen of een activiteit tot het vrijwilligerswerk behoort, kijkt men ook hier naar het al dan niet professioneel karakter van de activiteit. Zolang activiteiten die met een gemeenschapsmunt gewaardeerd worden, binnen de grenzen van het vrijwilligerswerk of van de privésfeer blijven, ontstaat er geen bijdrageplicht, en zijn er geen speciale formaliteiten om in orde te blijven met de sociale wetgeving.

Afhankelijk van het soort uitkering kan het uitkeringsrecht bepaalde bijkomende voorwaarden meebrengen.

- Mensen met een uitkering van de RVA moeten altijd vooraf melden dat ze vrijwilligerswerk willen doen, en dat geldt dus ook voor deelname aan een gemeenschapsmunt.
- De organisatie die de gemeenschapsmunt runt, kan bij RVA een aanvraag doen om vrijwilligers in te zetten. Die geeft dan een advies dat zegt welke activiteiten in die organisatie als vrijwilligerswerk worden aangemerkt, en daar mogen uitkeringsgerechtigden sowieso aan deelnemen.
- Uitkeringsgerechtigde werklozen moeten in elk geval een individuele aanvraag voor vrijwillig

werk doen. De RVA heeft tien dagen om de aanvraag volledig of gedeeltelijk goed te keuren of af te keuren. Komt er geen antwoord, dan mag de werkloze aannemen dat de aanvraag is goedgekeurd.

- Mensen met een ziekte- of invaliditeitsuitkering zijn in principe niet in staat te werken. Om vrijwillig werk te mogen verrichten, dienen ze vooraf aan de adviserende arts toestemming te vragen. Die moet dan vaststellen of het vrijwilligerswerk verenigbaar is met de algemene gezondheidssituatie van de kandidaat-vrijwilliger, en dat schriftelijk bevestigen. Dit advies inwinnen is de verantwoordelijkheid van de vrijwilliger, maar de organisatie kan deelnemers daarop wijzen of hen erbij helpen.
- Voor andere uitkeringen, zoals kinderbijslag, studiebeurs of pensioen, stellen gemeenschapsmunten geen enkel probleem.

Hoe let je op de bescherming van de privacy?

In België geldt de Privacywet, die regels stelt over het (online en offline) vastleggen van informatie over mensen. Ieder die persoonsgegevens opslaat, valt onder toepassing van die wet en heeft een aangifteplicht bij de Privacycommissie. Dit geldt niet voor gegevens voor huishoudelijk of privaat gebruik (bv. je adresboek). Voor het bijhouden van gegevens van deelnemers in gemeenschapsmunten zijn ze wel van toepassing. Maar onder duidelijk omschreven voorwaarden is bij KB voorzien in vrijstelling van de aangifteplicht voor verenigingen en vzw's, voor klanten- en leveranciersbeheer, en voor adresbestanden die worden bijgehouden met het oog op communicatiedoelen.

Voor een goede werking van een lokale munt is veel informatie over de deelnemers nodig.

- Contactgegevens, over waar en hoe je hen kan bereiken
- Marktplaatsgegevens over de hulp die ze vragen en aanbieden, belangrijk voor bemiddeling
- Identificatiegegevens, om te voorkomen dat iemand zich als iemand anders kan voordoen (zeker belangrijk als je werkt met zorgactiviteiten bij mensen thuis en met kwetsbare groepen)
- Data voor monitorings- en onderzoeksdoeleinden, over hoe actief en tevreden deelnemers zijn

Het is wettelijk verplicht je deelnemers te informeren over welke informatie je bijhoudt. Dat kun je het best doen door middel van een privacy statement, dat in elk geval het volgende moet vermelden.

- Welke organisatie is verantwoordelijk voor de verwerking van de persoonsgegevens?
- Hoe worden persoonsgegevens beveiligd?
- Hoe kunnen gebruikers hun persoonsgegevens inzien, wijzigen, aanvullen of verwijderen?
- Wordt er gebruik gemaakt van cookies, wat zijn cookies en waartoe dienen ze?
- Met welke bedoeling worden de persoonsgegevens bijgehouden?
- Ontvangen deelnemers automatisch een nieuwsbrief, en hoe kunnen ze zich eventueel uitschrijven?

Hoe regel je verzekering en aansprakelijkheid?

Stel, een woonzorgcentrum laat in het kader van de gemeenschapsmunt meneer Herman een schilderij ophangen bij mevrouw Merel. Herman valt van het krukje, breekt zijn arm en beschadigt de Chinese vaas van Merel. Wie is aansprakelijk voor letsel en schade, en wie dekt de kosten? Ga er niet van uit dat alle deelnemers een familiale verzekering hebben, of dat die alle risico's dekt.

Verzekeringsmaatschappijen bieden specifieke polissen voor vrijwilligerswerk aan die uitkomst bieden. Ze dekken diverse risico's: burgerlijke aansprakelijkheid, lichamelijke en materiële schade. Het gegeven dat vrijwillige prestaties (tussen verenigingen en personen of tussen personen onderling) via een gemeenschapsmunt verlopen, is voor veel verzekeraars nieuw. Ze willen het risico vooraf zo goed mogelijk inschatten. Bespreek dit aspect dus vooraf, en laat het opnemen in een extra clausule in de aanvullende bepalingen bij de polis. Denk er ook aan dat voor bepaalde zaken bijkomende verzekeringen verplicht zijn, zoals bijvoorbeeld voor de organisatie van evenementen op publiek toegankelijke plaatsen.

Hoe communiceer je de Algemene Voorwaarden?

Gemeenschapsmunten zijn een instrument om vrijwilligerswerk te faciliteren. De wet op het vrijwilligerswerk voorziet dat in principe een overeenkomst tussen de deelnemer en de organisatie wordt opgesteld. Voor gemeenschapsmunten is het niet de bedoeling dat elke deelnemer afzonderlijk een schriftelijke overeenkomst afsluit met de organisator achter de munt. Wel is het van belang dat naar elke deelnemer gecommuniceerd wordt welke algemene voorwaarden van toepassing zijn bij het gebruik van de gemeenschapsmunt, van de website en/of het online platform. Het is aan te bevelen om de Algemene Voorwaarden op te nemen op je website en in andere relevante communicatiemiddelen (bijvoorbeeld je informatiebrochure).

Welke samenwerkingsovereenkomsten afsluiten?

Gemeenschapsmunten hebben een maatschappelijk doel, en vaak zijn er op niveau van buurt, dorp of stad meerdere organisaties die bij de opstart van de munt belang hebben. Het is dan ook geen uitzondering dat de munt gelanceerd wordt door een consortium van organisaties met een maatschappelijke functie. In een dergelijke situatie is het aan te bevelen om verwachtingen en afspraken tussen de partijen in een samenwerkingsovereenkomst vast te leggen. Ook met verzilverpartners maak je duidelijke overeenkomsten op. Soms wordt het consortium in een aparte rechtsvorm (zoals vzw of coöperatie) ondergebracht.

Hoe kun je de handelsnaam en het merk beschermen?

Als je een gemeenschapsmunt introduceert is het verstandig de merknaam (en het logo) te registreren bij het Benelux Merkenbureau (BBIE-BOIP), zodat hij beschermd is en andere partijen er geen aanspraak op kunnen maken. Hieraan zijn kosten verbonden. Als je dit niet wil, is er nog steeds een bescherming via het auteursrecht: wie een naam uitvindt, heeft daarop de rechten als auteur. Dit biedt echter niet dezelfde bescherming als het registreren van het merk.

Planning

Fase A	<ul style="list-style-type: none">- Zoek partners of onderaannemers voor de juridische aspecten van de gemeenschapsmunt.- Overleg met de lokale RVA, ziekenkas, BTW-kantoor en belastingdienst over je plannen.- Overleg met verzekeringsmaatschappijen over polissen en extra clausules.- Toets of je muntontwerp kan opereren binnen de kaders van de wet.
Fase B	<ul style="list-style-type: none">- Stel de Algemene Voorwaarden voor deelnemers op.- Werk de elementen van het privacybeleid uit.- Stel overeenkomsten met partners op en onderteken ze wederzijds.- Sluit de nodige verzekeringen af, neem clausules over de gemeenschapsmunt op.- Registreer desgewenst je merknaam en logo.- Beschrijf in detail de juridische randvoorwaarden op vlak van belastingen en uitkeringen, en breng alle teamleden en partners hiervan op de hoogte.
Fase C	<ul style="list-style-type: none">- Breng eventueel verbeteringen aan in overeenkomsten, Algemene Voorwaarden, clausules, communicatie over juridische aspecten enz.- Onderzoek juridische aspecten indien je beslist te stoppen (bv. polissen opzeggen ...)

10. Betaalplatform en andere ICT-toepassingen

ICT-toepassingen dragen bij aan het gebruiksgemak, de efficiëntie en effectiviteit van de gemeenschapsmunt. Vaak zijn ze goedkoper dan niet-digitale oplossingen (zoals drukwerk, biljetten en jetons, schriftelijke enquêtes enzovoort).

In gemeenschapsmunten kunnen ICT-toepassingen oplossingen bieden voor onder andere

- Leden registreren, ledeninformatie bijhouden, statistieken opstellen over de samenstelling van het ledenbestand ...
- Vraag en aanbod verbinden, transacties registreren, betalingen uitvoeren, accounts bijhouden
- Monitoring, eventueel automatisch gekoppeld aan de betaalfunctie
- Communicatie met deelnemers (website, nieuwsbrief, blog enzovoort)
- Algemeen management: financieel beheer, administratie, projectmanagement, planning enzovoort.

Wat betreft de laatste toepassingen zijn informatie en (gratis) tools makkelijk te vinden. Ook op het vlak van betaalplatformen is er al heel wat voorhanden.

Online betaalplatform: bestaande ICT-toepassingen

Er bestaan verschillende softwareplatforms om betalingen te verrichten, van simpel tot geavanceerd en rijk aan functies. Een ontwikkeld betaalplatform heeft volgende kenmerken.

- Functioneel: het heeft toegevoegde waarde en biedt de deelnemer alle opties waar nood aan is
- Gebruiksvriendelijk: iedereen is er snel mee weg, het wordt als eenvoudig en efficiënt ervaren
- Toegankelijk: bijna iedereen heeft er toegang toe, het is niet beperkt tot bezitters van smartphone of pc, en is ook afgestemd op de noden en mogelijkheden van gebruikers met beperkingen
- Aantrekkelijk: de user interface is mooi vormgegeven en biedt positieve 'user-experience'
- Compatibel: het is eenvoudig aan te sluiten op andere ICT-systemen, zoals sociale media, Customer Relationship Management (CRM), boekhoudsoftware of kassasystemen
- Cross-platform: het draait onder verschillende besturingssystemen, op verschillende apparaten (pc, tablet, mobiele telefoon) en met verschillende browsers
- Schaalbaar: het kan veel gebruikers en transacties verwerken, en kan een grote belasting aan
- Stabiel: het is betrouwbaar en vrij van fouten
- Veilig: niet vatbaar voor misbruik, malware of aanvallen door hackers
- Beheersbaar: het kan eenvoudig worden beheerd en kent voldoende administrator-functies
- Flexibel: het model en de regels van de gemeenschapsmunt kunnen worden geconfigureerd, en het betaalplatform is voldoende flexibel om de configuratie in een handomdraai aan te kunnen passen
- Het voldoet aan wet- en regelgeving

Het is niet nodig om de ICT-infrastructuur voor het betaalplatform zelf te (laten) programmeren. Dat drijft de kosten alleen maar op, en is weinig efficiënt. Hieronder vind je een overzicht van enkele veel gebruikte betaalplatforms die hun waarde al bewezen hebben. Het is een snapshot van wat op dit moment voorhanden is. Hou voor ogen dat door het groeiende succes van gemeenschapsmunten er volop aan nieuwe ontwikkelingen wordt gewerkt. Naar verwachting zullen er in de komende jaren platforms ontwikkeld worden die onder andere door gewone telecom-operatoren kunnen worden aangeboden.

Overzicht van in West-Europa veel gebruikte betaalplatforms

Platform	Cyclos 4 – communities Cyclos 4 - professional	Community Accounting	QoinWare – Time edition
Framework en programmeertaal	Java Enterprise	PHP – Drupal	Java + Python – Django
Ontwikkelaars	STRO (Social Trade Organisaton)	Matthew Slater	Qoin + STRO + Time2care
URL	www.communities.cyclos.org/ www.cyclos.org	www.drupal.org/project/mutual_credit www.openadviser.com/	www.troeven.be www.qoin.org/timeqoin www.time2care.be
Technisch			
Kostprijs hosting	4 communities: gratis 4 professional: betalend	Gratis/goedkoop	Betalend (deel van totaal dienst)
Betaalkanalen	Web, m-web, app, sms, web-services (voor POS en terminals)	Web	Web, m-web, app, sms, web-services (voor POS en terminals)
Open source of niet	Nee	Ja	Ja (volgende release gepland 2015)
Schaalbaar	Zeer goed	Redelijk	Goed
Rollen (administrator, bemiddelaar, deelnemer)	Geavanceerd	Goed	Geavanceerd
Opties voor groepen met specifieke kenmerken (leerlingen enz.)	Geavanceerd	Goed	Geavanceerd
Sub-accounts (voor een kind, ouder, buur)	Geavanceerd	Goed	Geavanceerd
Inlog - paswoord beheer	Geavanceerd	Goed	Geavanceerd
Koppelen aan andere software	Geavanceerd	Nee	Ja, ingebouwd en web services

Platform	Cyclos 4 – communities Cyclos 4 - professional	Community Accounting	QoinWare – Time edition
Transacties en modellen			
Voor welk model gemeenschapsmunt	Vrijwel alle modellen mogelijk	Vrijwel alle modellen mogelijk	Vrijwel alle modellen mogelijk
Meerdere rekeningen / gemeenschapsmunten per gebruiker mogelijk	Zeer flexibel	Nee (Single sign on)	Ja
Heffingen (voor inschrijven, periodiek, transactieheffing, solidariteitsheffing, rente)	Geavanceerd	Simpel	Geavanceerd
Reputatievermelding (rating, aanbeveling)	Geavanceerd	Nee	Geavanceerd
Andere functies			
Online marktplaats	Ja	Ja	Geavanceerd
Webshop	Ingebouwd	Mogelijk	Ingebouwd
Bemiddelingsfunctie	Ingebouwd	Nee	Ingebouwd
Geo-localisatie	Ingebouwd	Mogelijk	Ingebouwd
Andere talen beschikbaar behalve Nederlands	Ja	Nee	Ja
Integratie met social media	Gepland	Nee	Ja
Facturatiemodule	Gepland	Nee	Ja
Rapportage en data-extractie	Goed	Simpel	Geavanceerd

Planning

Fase A	<p>Zoek partners of onderaannemers voor de ICT-aspecten van de gemeenschapsmunt.</p> <p>Brainstorm over de betaalkanalen en functies.</p> <p>Maak het ICT-plan: beschrijf de voorziene ICT-architectuur, betaalkanalen, functionele specificaties en configuratie.</p> <p>Toets of het betaalsysteem en andere ICT haalbaar zijn binnen voorziene tijd en budget.</p>
Fase B	<p>Bouw de website en het betaalplatform, installeer andere ICT-oplossingen.</p> <p>Ontwikkel handleidingen en trainingen voor het team en de partners.</p> <p>Monitor de mogelijkheden tot verbetering van de gebruikerservaring.</p> <p>Onderhoud de website, signaleer onduidelijkheden en haperingen en verhelp deze.</p>
Fase C	Evalueer de ICT-systemen en werk vervolgstategie uit.

11. Financiering: kosten en verdienmodel

Dankzij een goed lopende gemeenschapsmunt kun je heel wat kosten besparen. Je zet immers vrijwilligers in om zorgtaken over te nemen, preventief werk te verrichten en de levenskwaliteit in een buurt te verbeteren. Je belooft dat met kredietpunten die deelnemers onderling ruilen, of met beloonpunten die verzilverbaar zijn tegen een geringe meerkost. Maar voor je zo ver bent, moet je de gemeenschapsmunt opstarten, en daar komen ook kosten bij kijken. Om de kwaliteit van de dienstverlening aan deelnemers en gebruikers blijvend te garanderen, moeten ook op langere termijn voldoende middelen voorzien worden.

- Welke initiële kosten komen er kijken bij de opstart van een gemeenschapsmunt?
- Welk budget is nodig om het systeem ook op langere termijn dynamisch operationeel te houden?
- Hoe kun je dat het beste financieren en wat zijn mogelijke financieringsbronnen?
- Hoe schat je in of de kosten opwegen tegen de opbrengsten?

Het budget

De onderstaande checklist geeft je een idee van waar je allemaal aan moet denken als je voor de opstart van een munt de begroting opmaakt. Hoe je budget er uiteindelijk uitziet, is afhankelijk van de keuzes die je maakt (bv. papieren geld of niet), hoeveel je zelf al in huis hebt of bij de partners kunt krijgen, en hoeveel je extern moet halen en betalen (bv. expertise, kopieerapparaat, vergaderlokalen).

- Personeelskost van de initiatiefnemer(s)
- Overheadkosten (kantoor, telefoon, computer, printer, kopieerapparaat ...)
- Kosten voor onderaanneming (deskundigen in participatieve methoden, cocreatieve planning en design, complementaire muntsystemen en monitoringmethodes, ICT-specialist, graficus, jurist ...)
- Huur van vergaderlokalen en kosten voor catering, eventueel verplaatsingskosten
- Communicatiekosten (hosting van de website, ontwerpen en drukken van folders, flyers en posters, aanschaf van gsm, foto- of filmcamera, software ...)
- Aanschaf van betaalterminals, inrichting van contactpunten en/of loket
- Ontwerpen en drukken van biljetten en jetons
- Evenement bij de lancering, kraam voor deelname aan markten en festivals ...
- Administratieve kosten (bankrekening openen, statuten publiceren in het Staatsblad indien een aparte rechtsvorm wordt opgericht, het merk registreren, verzekeringen afsluiten enzovoort)

Eens je munt operationeel is, heb je een aantal steeds terugkerende kosten. Ook die zijn afhankelijk van de gemaakte keuzes (bv. professionele bemiddelaar of niet) en van wat je in al het partnerschap kunt vinden.

- Personeelskost voor bemiddelaar
- Huur, vaste kosten en onderhoud van kantoor van manager en van loket en/of contactpunten
- Opleiding van teamleden en partners

- Deskundigheid voor de analyse van de monitoringgegevens en voor het opstellen, afnemen en verwerken van gebruikersbevragingen
- Aanpassing en herdruk van communicatiemateriaal en eventueel van biljetten en jetons
- Organisatie van (of aanwezigheid op) evenementen en ludieke acties voor live communicatie
- Recurrente administratieve kosten: hernieuwen van verzekeringspolissen, publicaties in het Staatsblad, bankkosten, hosting van de website, onderhoud van betaalinfrastructuur enzovoort.

Mogelijke financieringsbronnen

Vaak hopen initiatiefnemers dat de gemeenschapsmunt na verloop van tijd zelfbedruipend zal zijn. Er zijn echter een aantal kosten die nu eenmaal niet in de gemeenschapsmunt betaald kunnen worden (loonkost, huur en elektriciteit, verzekeringspolissen ...) en dus is er ook onvermijdelijk een externe instroom van geld nodig. Anderzijds is het beter als een gemeenschapsmunt niet volledig van externe financiering en goodwill afhankelijk is. Je systeem zal het meest duurzaam zijn als het verdienmodel op een evenwicht berust tussen interne en externe inkomsten. Een slimme combinatie van financieringsopties omvat

- Verkrijgen van subsidies en filantropie (sponsoring, giften en schenkingen, crowdfunding ...)
- Verdienen van externe opbrengsten
- Verdienen van interne opbrengsten

Geldsteun verkrijgen

Vaak maken subsidies en giften het opstarten van een gemeenschapsmunt mogelijk. Enkele voorbeelden

- Giften van private stichtingen met maatschappelijke doelen
- Subsidies van de gemeente, de provincie, regionale en/of nationale overheden
- Europese subsidies voor sociale inclusie, onderzoek en innovatie, regionale ontwikkeling
- Sponsoring door bedrijven en organisaties, zowel in contanten als in natura (kantoor materiaal, computers, gebruik van vergaderruimte of bestelwagen, inbreng van deskundigheid ...)
- Crowdfunding, wat inhoudt dat een grote groep (een 'crowd' of massa) particulieren een kleine geldbijdrage schenken of lenen, soms in ruil voor een tegenprestatie of blijk van waardering

Verdienen via externe opbrengsten

Gemeenschapsmunten helpen institutionele partners om hun doelen op grotere schaal te realiseren tegen een lagere kostprijs (dankzij vrijwillige inzet). Ook helpen ze problemen te voorkomen, zodat de partners (curatieve) kosten vermijden. Bekijk de gemeenschapsmunt als een instrument dat wel wat kost in aanschaf en onderhoud, maar dat de effectiviteit en kwaliteit van de dienstverlening opdrijft en elders kosten bespaart. Het kan voor institutionele partners dus interessant zijn om de gemeenschapsmunt te (blijven) financieren door een deel van de kostenbesparing die ze zo realiseren, terug in het systeem te investeren.

- Er is sprake van een terugverdieneffect als een kost die de munt voor de overheid meebrengt (voor een deel) wordt terugverdiend door haar gunstige invloed op andere overheidsuitgaven (die dalen).

- Toon aan dat de gemeenschapsmunt gunstige resultaten bereikt tegen een kost die lager ligt dan vergelijkbare manieren om hetzelfde resultaat te krijgen: dat is de meerwaarde die de munt voor de partners realiseert. Voor hen is het zinvol die winst gedeeltelijk weer in de munt te investeren.
- Gemeenschapsmunten leiden tot welzijn (en kostenbesparing) op meerdere terreinen tegelijk. De voorbeelden in deel I laten zien dat een initiatief rond seniorenzorg bijvoorbeeld een gunstige impact kan hebben voor de thuiszorgdienst, de groendienst en een school. Zij winnen allemaal bij de munt.

Voorbeelden van terugverdieneffecten

- Gemeenschapsmunten sorteren meer effect dan sensibiliseringscampagnes. Die beïnvloeden wel kennis en attitudes, maar niet (langdurig) het gedrag. Dat bereiken gemeenschapsmunten wel.
 - De rol van welzijnsprofessionals verschuift van 'leverancier van een dienst' naar 'ondersteuner van vrijwillige dienstverleners'. De professional realiseert zo (indirect) meer zorg voor eenzelfde loonkost.
 - De gemeente belooft burgers die helpen de publieke ruimte net te houden: lagere kosten voor de groen- en reinigingsdiensten, meer mensen nemen lichaamsbeweging, het veiligheidsgevoel stijgt ...
-

Een goede monitoring is essentieel om de financiële en maatschappelijke meerwaarden voor de samenleving, de partners en de deelnemers zichtbaar te maken. Als aangetoond kan worden wat de gemeente of dienstverlener aan de gemeenschapsmunt 'verdient', zal die niet geneigd zijn het systeem te laten verdwijnen.

Voorbeeld

De gemeente en een thuiszorgorganisatie besteden jaarlijks 200.000 euro aan een gemeenschapsmunt; die wordt door diverse zorg- en welzijnsprofessionals (thuiszorgdienst van OCMW en ziekenfonds, seniorenvereniging, serviceflats ...) ingezet om ondersteuning aan mantelzorgers te bieden. Hierdoor neemt het aantal mantelzorgers dat zich overbelast voelt af van 40% naar 22%. De uitval (door ziekte of burn-out) van mantelzorgers vermindert van 19% naar 8% per jaar. Ook dalen de uitgaven met 150.000 euro doordat er 52% minder valpartijen zijn. Het aantal ouderen dat zich eenzaam voelt, daalt met 34%, wat het risico op depressies doet dalen.

Voorbeeld

Zorg die wordt betaald in tickets voor publieke dienst (bibliotheek, stadsfiets, containerpark...)	Opbrengst van de gemeenschapsmunt voor de gemeente in termen van zorg	Reële kostprijs van de dienst voor een bepaalde tijdsduur in euro per dag (fictief voorbeeld)	Gepercipieerde waarde van de tickets (als de normale kostprijs voor de gebruiker 10 euro is)
10 deelnemersprestaties	10 uren vrijwilligerswerk	500 €	100 €
60 deelnemersprestaties	60 uren vrijwilligerswerk	500 €	600 €
> Opbrengsten	Senioren krijgen zorg, mantelzorgers steun. Preventie van problemen.	Publieke dienst wordt meer gebruikt tegen dezelfde kostprijs	Gebruiker krijgt toegang tot publieke dienst zonder kost voor het gezinsbudget
> Terugverdieneffecten	Besparing op kosten voor professionele (curatieve) hulp- of dienstverlening	Indirecte verkoop (van andere diensten of producten) kan stijgen	Welzijn, sociaal kapitaal, talenten en gezondheid van deelnemer worden versterkt
> Kosten	Bijdrage tot kosten voor het runnen van de gemeenschapsmunt.	Marginale meerkost door toegenomen aantal gebruikers	Tijd, vrijwillige inzet

Verdiene via interne opbrengsten

Bij een intern verdienmodel betalen institutionele partners, deelnemers en/of verzilverpartners voor het gebruik van het betaalplatform. Deze inkomstenstroom komt pas na verloop van tijd op gang, en is dus niet geschikt voor de opstartfase. De betalingen gebeuren in de gemeenschapsmunt, in euro of in een mix van beide. De bijdrage in gemeenschapsmunten wordt door het betaalplatform geïnd, en is zichtbaar op het transactieoverzicht. De betaling in euro's verloopt via de gewone betaalkanalen.

Bij bestaande gemeenschapsmunten worden volgende mechanismen gebruikt.

- Inschrijfkosten: een eenmalige bijdrage om deelnemer te worden. Deze kosten kunnen worden betaald door de deelnemer of door een institutionele partner (gemeente, school, ziekenhuis ...).
- Periodieke bijdrage per maand, kwartaal of jaar die wordt geïnd zolang de deelnemer aangesloten is.
- Transactieheffing: een bijdrage die wordt geheven over elke transactie. Dat kan zowel een percentage van de transactiewaarde zijn als een vast bedrag, of een combinatie van de twee.
- Saldoheffing is een periodieke heffing op de positieve saldi van de deelnemers. Meestal bedraagt de heffing een vast percentage per tijdsinterval, bijvoorbeeld twee procent per maand. Soms wordt ze enkel aangerekend als iemands saldo boven een bepaalde grens komt, terwijl lagere saldi niet worden afgeroomd.

- Weglekken: op jetons en biljetten staat vaak een vervaldatum vermeld. Bij online rekeningen kan een rekening die niet meer gebruikt wordt, worden opgeheven. De gemeenschapsmunten kunnen dan niet langer door de deelnemer gebruikt worden om iets voor zichzelf te betalen, maar worden gerecupereerd voor de financiering van de gemeenschapsmunt.

Het is gangbaar om voor verschillende types van deelnemers ook verschillende deelnamebijdragen te rekenen. Zo kan bijvoorbeeld worden afgesproken dat scholieren en mensen met een uitkering minder bijdragen dan mensen met een job, of dat professionele instellingen meer bijdragen dan buurtinitiatieven.

Planning

Fase A	Maak een grove inschatting van de kosten en verken de mogelijkheden voor financiering. Schets het verdienmodel. Maak aan de partners duidelijk wat de financiële consequenties zijn. Maak een overzicht van financieringsopties. Maak een gedetailleerde begroting en een gedetailleerd inkomstenplan. Dien subsidiedossiers in, zoek sponsors, filantropische of crowdfunding organisaties. Evalueer of de begroting en het dekkingsplan sluitend en realistisch zijn.
Fase B	Breng door monitoring de terugverdieneffecten voor institutionele partners in beeld. Verken mogelijkheden tot het versterken van een extern verdienmodel. Bekijk interne opbrengsten en evalueer hun impact op de deelnemers en op de financiering van het systeem.
Fase C	Bespreek terugverdieneffecten met het beleid en de institutionele partners. Verken mogelijkheden tot versterken van extern verdienmodel. Evalueer het interne verdienmodel en stuur eventueel bij. Evalueer de financiële leefbaarheid van de gemeenschapsmunt op lange termijn.

12. Meer bij de hoofdstukken van dit handboek

Hier vind je wat materiaal bedoeld om de diverse hoofdstukken nog meer uit te diepen. Je vindt vooral Nederlandstalig materiaal, maar ook enkele Engelstalige websites zijn zeer de moeite. Je krijgt hier geen volledig overzicht van alles wat er in Vlaanderen rond cocreatie en gemeenschapsmunten gebeurt. De bedoeling is enkel één en ander wat concreter te maken en inspiratie te bieden. Via de websites die je hier vindt, kun je zelf heel wat bijkomend materiaal vinden. Veel surfplezier!

Meer weten algemeen

- Over het Europees project Community Currencies In Action:
 - www.fairfin.be/complementaire-munten/ccia
- Over complementaire munten en gemeenschapsmunten:
 - De meest uitvoerige website over complementaire munten in het algemeen is www.lietaer.com
 - Muntuit is het Nederlandstalige informatieplatform voor gemeenschapsmunten: www.muntuit.be.

Over mogelijkheden van cocreatief beleid

- Over de veranderende context en de actieve rol van burgers
 - animatiefilmpje 'Uitdagingen voor het maatschappelijk middenveld' op www.deverenigdeverenigingen.be
- Voorbeelden van grassroots en cocreatieve initiatieven in Vlaanderen
 - Transition towns : www.transitie.be
 - De nieuwe deeleconomie: www.gedeelddoor.be
 - LETS Vlaanderen: www.letsvlaanderen.be
 - Ministerie van Ideeën : www.ministerievanideeen.be
 - Tapazz: www.meetup.com/Tapazz-nights

Over haalbare doelen voor gemeenschapsmunten

- Hoe leren mensen actief burgerschap en governance: het Europese onderzoeksproject ETGACE (Education & Training for Governance & Active Citizenship in Europe) toont het belang van de koppeling tussen Challenge (welke nood is er?), Connection (waarom zou ik meedoen?) en Capacity (welke talenten zet ik in?) om actief burgerschap te leren (ec.europa.eu/research/social-sciences/pdf/etgace_en.pdf.)
- Het denken in systemen, systeemdoelen en -waarden: www.donellameadows.org/archives/leverage-points-places-to-intervene-in-a-system, meer bepaald het hoofdstuk 'The goals of the system'

Bij het hoofdstuk 'Door wie, met wie, voor wie?'

- Een methodiek voor burgerparticipatie door kwetsbare groepen: www.van-ik-naar-wij.be
- Methodieken voor participatieve planning en design:
 - www.map-it.be
 - www.strategicdesignscenarios.net

- Participatief leren werken met bestuurders: www.burgermeesteracademie.nl
- Cocreatief werken in organisaties: www.de-raet.be/index.php/cocreatie
- Governance voor cocreatie:
 - bazaarcreatief.wordpress.com
 - memorandum over de deeleconomie op www.gedeelddoor.be

Meer over bestaande modellen van gemeenschapsmunten

- Ruilmodel
 - www.timebanks.org
 - www.communityforge.net
- Beloonmodel
 - Torekes: www.torekes.be
- Mixmodel
 - Troeven: www.troeven.be
 - Makkie: www.makkie.cc

Ondersteuning bij planning en opstart van gemeenschapsmunten

- Expertorganisaties voor het ontwikkelen en implementeren van gemeenschapsmunten:
 - www.time2care.be
 - www.qoin.org
 - www.socialtrade.org
 - www.justaddspice.org

Over de aanpak van werving en communicatie

- Wervende communicatiestrategie: de brochure 'Marketing en klantenwerving, handreiking voor initiatieven' op www.hieropgewekt.nl (pdf)

Over monitoring en bevraging

- Websites:
 - Gratis online tool voor bevragingen:
 - nl.surveymonkey.com
 - www.limesurvey.org/nl
 - Toegankelijke site: www.allesovermarktonderzoek.nl/vragenlijsten
- Handboeken:
 - W. Dijkstra et al. (1999). Onderzoek met vragenlijsten (ISBN 9053835881)
 - B. Baarda et al. (2010). Basisboek enquêteren, handleiding vragenlijst en enquêtes (ISBN:9789001764418)

In verband met juridische randvoorwaarden

- Wetgeving op het vrijwilligerswerk: www.vrijwilligerswetgeving.be
- Privacycommissie: www.privacycommission.be/nl

Meer over financieringskanalen

- Europese subsidies: www.vleva.eu/subsidiewijzer
- Crowdfunding: socrowd.be
- Filantropie: www.filantropie.be

Algemene achtergrond

Wie zich grondiger wil verdiepen in het waarom en hoe van complementaire munten in het algemeen, vindt in volgende Nederlandstalige publicaties een uitstekende inleiding.

- Bernard Lietaer et al. (2012). Geld en duurzaamheid. Van een falend geldsysteem naar een monetair ecosysteem. Uitgeverij Jan Van Arkel (ISBN 978 90 6224 521 5)
- Bernard Lietaer (in press) In het hart van het geld. (zal in 2014 worden verspreid door de Universiteit voor het Algemeen Belang vzw)
- Bernard Lietaer (1999). Het geld van de toekomst. (gratis pdf) <http://www.scribd.com/doc/79858435/Het-Geld-Van-De-Toekomst-dank-aan-Roelof-Groenenboom>.

Verklarende woordenlijst

- **Administratiepunt:** contactpunt waar deelnemers zich kunnen inschrijven en hun vraag en aanbod kunnen posten.
- **Beleidshefboom:** synoniem voor beleidsinstrument.
- **Beleidsinstrument:** elke maatregel die een bestuur kan treffen om beleidsdoelen te bereiken: belastingen heffen op bepaalde producten of gedrag (denk aan kilometerheffing of taksen op tabaksproducten), infrastructuur aanleggen of aanpassen (bv. het centrum autovrij maken), subsidies uitdelen (zoals een wijkbudget), een bepaalde dienstverlening aan burgers voorzien (bv. advies over woningisolatie). Ook gemeenschapsmunten kunnen voor bepaalde doelen als beleidsinstrument worden ingezet.
- **Beloönmodel:** muntmodel waarbij professionele of overheidsorganisaties vrijwilligers met munten belonen wanneer zij activiteiten verrichten voor de organisatie, voor de buurt of voor elkaar.
- **Beloönpunt:** punt of munteenheid die in omloop komt als een institutionele partner een vrijwilliger beloont voor zijn of haar inzet. Dit punt kan geruild worden voor een wederdienst of voor een verzilveroptie.
- **Bemiddeling:** het koppelen van vraag en aanbod, hetzij door de deelnemers informatie over elkaars noden en diensten te verstrekken, hetzij door een (professionele of vrijwillige) bemiddelaar in te schakelen.
- **Betaalplatform:** een online platform voor betalingen en voor het bijhouden van saldi in gemeenschapsmunten. Aan het platform kunnen een aantal functies gekoppeld zijn, zoals het bijhouden van gegevens voor monitoring of het afhouden van heffingen.
- **Cocreatie:** beleidsmodel waarbij de overheid met de burgers samen beleidsdoelen realiseert. Cocreatie bestaat in het versterken van het initiatief van burgers (microniveau) door middel van een mechanisme of organisatie zoals bv. een gemeenschapsmunt (mesoniveau), en door een aangepaste omkadering en ondersteuning vanuit het beleid (macroniveau).
- **Complementaire munt:** een muntsysteem dat naast (en aanvullend op) de nationale munt gebruikt wordt binnen een bepaalde kring of gemeenschap. Naast commerciële munten die bedrijven ondermeer inzetten om klanten te binden of hun koopgedrag te beïnvloeden (getrouwheidskaarten of spaaracties), zijn er gemeenschapsmunten die helpen om maatschappelijke doelen te realiseren.
- **Contactpunt:** plek waar deelnemers terecht kunnen voor administratieve verrichtingen in verband met de gemeenschapsmunt: registreren, vraag en aanbod posten, munten op de rekening zetten of afhalen, en verzilveren. Contactpunten kunnen verspreid zitten bij andere diensten of instellingen (bv. aan het onthaal van de bibliotheek of het woonzorgcentrum) en/of de muntkring kan een eigen loket hebben.
- **Consortium:** groep van institutionele actoren die samenwerken voor het opzetten van een gezamenlijk initiatief, bv. een gemeenschapsmunt. Het consortium kan een eigen rechtsvorm krijgen (bv. vzw of coöperatie).
- **Crowdfunding:** vorm van financiering waarbij een grote groep (Engels: 'crowd') van particulieren geld schenkt of leent aan een doel dat ze willen steunen, eventueel in ruil voor een tegenprestatie of erkenning.
- **Deelnamebijdragen:** bijdragen die deelnemers betalen om de kosten van een

- gemeenschapsmunt te dekken. Deze kunnen op diverse wijzen en onder diverse vormen geïnd worden. Voor verschillende groepen van gebruikers worden soms andere bijdragen gehanteerd.
- **Deelnemer:** iedereen die zich in een gemeenschapsmunt registreert, vrijwillige inzet levert en transacties uitvoert.
 - **Denominatie:** aanbiedingswijzen van een munt. Bij een tijdmunt (met 'tijd' als nominatie) gaat het om minuten, kwartieren of uren, bij andere munten werkt het zoals de euro, met diverse biljetten en/of jetons. Elektronische betaalplatformen laten toe met meer (en kleinere) denominaties te werken dan fysieke dragers; minuten bijhouden in een schriftje is lastig, en jetons (in grote hoeveelheden) maken, kost veel. Bij elektronische betaling stellen die problemen zich niet.
 - **Extern verdienmodel:** mechanisme waarbij de kosten voor het runnen van de gemeenschapsmunt worden gedragen doordat een deel van de terugverdieneffecten die de gemeenschapsmunt opbrengt, aan de organisatie ervan worden afgestaan.
 - **Gebruiker:** synoniem voor deelnemer.
 - **Gemeenschapsmunt:** een complementaire munt die gebruikt wordt binnen een geografisch gebied of een sociale gemeenschap voor het realiseren van maatschappelijke doelen. Gemeenschapsmunten kunnen uitgaan van een grassroots initiatief of van (een consortium van) institutionele actoren.
 - **Governance:** beleidsprocessen die mee door de burgers gedragen worden. Burgers zijn daarbij niet slechts de cliënt of ontvanger van het beleid, maar spelen er een actieve rol in. Te onderscheiden van top-down bestuursvormen.
 - **Grassroots initiatief:** initiatief dat gedragen wordt door burgers van onderuit, zonder betrokkenheid van een institutionele partner, professionele organisatie of beleidsinstantie.
 - **Grassroots gemeenschapsmunt:** munt gehanteerd binnen een grassroots initiatief, zonder betrokkenheid van de overheid of een institutionele partner. Te onderscheiden van institutionele gemeenschapsmunt.
 - **Heffing:** elke techniek waarmee binnen het muntsysteem munten aan de rekeningen van deelnemers worden onttrokken om daarmee een gezamenlijk doel te realiseren, zoals het financieren van de eigen administratie of de opbouw van een solidariteitsfonds. Heffingen bestaan in diverse vormen, zoals saldoheffing, aanrekenen van transactiekosten, solidariteitsheffing, weglekken, heffing bij inschrijven, periodieke heffingen of rente op negatieve saldi.
 - **Implementatieteam:** het team dat een gemeenschapsmunt introduceert en beheert.
 - **Institutionele gemeenschapsmunt:** muntkring die is opgezet vanuit gemeentes, institutionele spelers en/of professionele organisaties. Te onderscheiden van grassroots gemeenschapsmunt.
 - **Intern verdienmodel:** mechanisme waarbij de kosten voor het runnen van de gemeenschapsmunt worden gedragen door inkomsten van binnen de muntkring zelf. Die inkomsten kunnen bv. voortkomen uit saldoheffing, weglekken of het aanrekenen van transactiekosten.
 - **Kredietpunt:** een munt die in omloop komt doordat een deelnemer iets voor een andere deelnemer doet. De verstrekker krijgt een positief saldo (credit), de ontvanger een evenredig negatief saldo (debet). Een positief saldo kan worden gebruikt om een wederdienst te kopen, een negatief saldo kan worden aangezuiverd door een wederdienst te presteren. De wederdienst hoeft niet aan dezelfde persoon te zijn, maar aan iemand van de muntkring in zijn geheel.
 - **LETS-kring of -systeem:** Local Exchange and Trade System. Grassroots initiatief waarbij een groep van burgers onderling diensten ruilen. Het initiatief gaat uit van en wordt geleid door de

deelnemers, zonder betrokkenheid van een institutionele partner of professionele organisatie. Ze kunnen eventueel ook met een gemeenschapsmunt werken.

- **Loket:** contactpunt dat specifiek voor de gemeenschapsmunt is ingericht, en waar alle administratieve functies verricht kunnen worden (registreren en posten, transacties registreren, munten storten en afhalen, en verzilveren).
- **Marktplaats:** plek waar vraag en aanbod bijeengebracht worden en aan elkaar gekoppeld kunnen worden. Dit kan op elektronische wijze gebeuren (bv. een pagina op de website waar deelnemers hun vraag en aanbod posten, of een app die hen signaleert wie nood heeft aan hun aanbod). Ook een brochure of een prikbord kunnen als marktplaats functioneren; denk aan de strookjes bij de bakker ('kinderoppas gezocht' of 'ik geef bijles wiskunde'). Ook standjes op evenementen, ruilbeurzen en markten vormen goede marktplaatsen.
- **Mixmodel:** een muntmodel gebaseerd op een combinatie van het ruilmodel en het beloonmodel.
- **Monitoring:** alle processen die worden ingezet om op te volgen of de gemeenschapsmunt haar doelstellingen bereikt en door de gebruikers als positief ervaren wordt. Dit gebeurt zowel door cijfergegevens te verzamelen (eventueel automatisch via het betaalplatform) als door de ervaringen en verwachtingen van deelnemers te bevragen.
- **Munten:** de eenheid die deelnemers krijgen voor inzet, en die ze gebruiken voor onderlinge betalingen of om te verzilveren. Munten kunnen gebaseerd zijn op tijd of op (een tegenwaarde van) euro's.
- **Muntkring:** synoniem voor gemeenschapsmunt.
- **Nominatie:** de eenheid die gehanteerd wordt om de waarde van een bepaalde mate van inzet te benoemen. Bij gemeenschapsmunten zijn de meest voorkomende nominaties tijd en (tegenwaarde van) euro's. De gekozen eenheid wordt aangeboden in bepaalde vooraf bepaalde hoeveelheden (denominaties)
- **Onbenutte capaciteiten:** menselijke talenten, vaardigheden, zin of tijd, of materiële middelen (bv. braakliggend terrein, lokalen of computers) die niet (volledig) benut worden. Deze middelen kunnen zowel worden ingezet om noden te lenigen als om deelnemers te belonen of te werven.
- **Onderaannemer:** bedrijf of organisatie die diensten of producten levert om de gemeenschapsmunt te laten functioneren, bv. ICT-ondersteuning, juridisch advies of verzekeringen.
- **Onvervulde noden:** alle behoeften die noch door de markt, noch door de overheid worden vervuld. Deze noden hebben te maken met evoluties in de context (vergrijzing, toenemend armoederisico, milieuproblemen ...) en vergen dus ook een aanpassing van de beleidsinstrumenten.
- **Participatieladder:** een reeks van maatregelen om burgers bij een top-down beleid te betrekken, gerangschikt volgens de intensiteit van de betrokkenheid. Het beeld van de ladder geeft ook een hiërarchie aan, waarbij mensen hoger op de ladder meer inspraak hebben.
- **Partners:** de partijen (institutionele actoren) die bij de lancering van een gemeenschapsmunt betrokken zijn en die er samen verantwoordelijkheid voor dragen (zoals overheid, zorgverstrekkers, publieke dienstverleners en/of handelaren).
- **Punten:** synoniem voor munten.
- **Ruilmodel:** Een gemeenschapsmunt waar deelnemers elkaar onderling waarderen met munten, en ze hun munten alleen kunnen gebruiken om wederdiensten van elkaar te verkrijgen.
- **Saldoheffing:** het afroemen van het positieve saldo van deelnemers met een percentage of vast bedrag per tijdsinterval. De heffing zet deelnemers ertoe aan om punten sneller weer uit te geven,

- en doet de munt beter circuleren.
- **Solidariteitsfonds – Solidariteitspot:** een fonds of pot waaruit je punten wegschenkt aan deelnemers die veel noden hebben maar weinig mogelijkheden om zelf te verdienen.
 - **Solidariteitsheffing:** een heffing die gebeurt met de bedoeling om een solidariteitsfonds te spijzen.
 - **Terugverdieneffect:** doet zich voor als een uitgave van de overheid zichzelf (deels) terugverdient door de gunstige gevolgen van die uitgave voor andere overheidsuitgaven (die dalen) of inkomsten (die stijgen). Dat laatste doet zich bv. voor wanneer belastingen in gemeenschapsmunten geïnd worden.
 - **Tijdsdunt:** gemeenschapsdunt met tijd als eenheid of nominatie.
 - **Tijdbank of Timebank:** zeer veel voorkomend muntsysteem van het ruilmodel, en met tijd als nominatie.
 - **Top-down:** beleidsmaatregelen die door de overheid worden toebedeeld of opgelegd, met de burger in de ontvangende rol als 'cliënt' van beleid, eventueel met een zekere mate van inspraak of participatie. Te onderscheiden van cocreatie.
 - **Transactiekost:** bijdrage die een deelnemer of institutionele partner betaalt voor het gebruik van het betaalplatform. Dit kan in euro's of in gemeenschapsmunten gebeuren, of in een mix van beide.
 - **Uitgiftepartner:** institutionele speler (organisatie, publieke dienst of bedrijf) die deelnemers beloont voor vrijwillige activiteiten.
 - **User experience:** alle aspecten van de interactie tussen een gebruiker en een aanbieder van een dienst. Hier gaat het om de relatie tussen deelnemer en muntsysteem, die zo georganiseerd wordt dat ze zonder haperingen of frustraties verloopt en als aangenaam en kwalitatief ervaren wordt.
 - **Verzilveren:** inruilen van verdiende punten voor een dienst of product dat door een partner in de muntkring wordt aangeboden. Dit gebeurt aan een verzilverloket.
 - **Verzilverloket:** contactpunt waar deelnemers gespaarde punten kunnen verzilveren.
 - **Verzilveroptie:** product of dienst van een organisatie, handelaar of instelling (de verzilverpartners) waarvoor met gemeenschapsmunten betaald kan worden.
 - **Verzilverpartner:** een institutionele actor (organisatie, publieke dienst of bedrijf) waar deelnemers diensten of goederen kunnen verkrijgen tegen betaling met gemeenschapsmunten.
 - **Waarderingspartner:** synoniem voor uitgiftepartner.
 - **Wederzijds krediet:** mechanisme voor het uitwisselen van diensten in het ruilmodel. Een deelnemer krijgt krediet(punten) door het verrichten van een dienst, en daarmee kan hij een wederdienst betalen. 'Wederzijds' betekent evenwel niet dat de wederdienst tussen dezelfde personen moet gebeuren, maar wel binnen de muntkring.
 - **Weglekken:** mechanisme waardoor jetons en biljetten die te lang ongebruikt blijven, niet langer door de gebruiker kunnen worden geruild. Op jetons en biljetten staat dan de vervaldatum vermeld. Bij online betaalsystemen kan een lange tijd ongebruikte rekening worden opgeheven. Het positieve saldo komt dan terug in het systeem (zie ook intern verdienmodel).
 - **Wisselkantoor:** contactpunt waar deelnemers transacties registreren, en/of biljetten en jetons op een rekening zetten of afhalen.

Colofon

Depotnummer: D/2014/3241/073

Verantwoordelijke uitgever: Guido Decoster, administrateur-generaal Agentschap voor Binnenlands Bestuur

Boudewijnlaan 30
1000 Brussel

Auteurs: Bernard Lietaer, Anne Snick & Edgar Kampers

Ondersteuning: Lieven De Maesschalck & Hugo Wanner

Stuurgroep: Igor Byttebier, Monique De Ceuster, Tom Dutry, Annelies Jacques, Suzy Maes, Liesbet Schruers, Frederik Serroen, Dirk Temmerman, Barbara Van den Bossche, Gert Van Eeckhout

www.thuisindestad.be



GEDRUKT DOOR ARTOOS

- ✓ ISO 14001
- ✓ 100% GROENE ENERGIE
- ✓ KLIMAATNEUTRAAL BEDRIJF
- ✓ MVO GEDREVEN

KLIMAATNEUTRAAL GEDRUKT
certificaat nr.: 53520-1401-1013
www.artoos.be



MIX
Papier van
verantwoorde herkomst
FSC® C007370

“Met een complementaire munt zetten we bewoners aan om iets constructief te doen voor hun wijk, in ruil voor een alternatieve vergoeding in plaats van ‘echt geld’. De betaling in ‘Torekes’ belooft hun inzet en zorgt ervoor dat mensen samen dingen ondernemen in hun wijk en dat mensen met een verschillende achtergrond makkelijker met elkaar in contact komen. Met de Torekes kunnen ze dingen kopen in winkels in de wijk. Bovendien zijn ze vaak een welgekomen extraatje voor mensen die het wat moeilijker hebben om rond te komen.”

Daniël Termont, burgemeester stad Gent

“Een uitmuntend initiatief van de Vlaamse Overheid om appel te doen op expertise van eigen bodem die nu aangereikt wordt aan lokale besturen. Een noodzakelijk en vindingrijk instrument om voor en met burgers de transitie naar een Bruto Nationaal Gelukkiger Vlaanderen te bevorderen. Een inzet van levensbelang, voor het algemeen belang.” **Leonor Wiesbauer, docent filosofie Sint Lucas Antwerpen & voorzitter Universiteit voor het Algemeen Belang vzw**

“Alternatieve munten, beheerd door burgers en met het welzijn van de lokale gemeenschap als doel, leveren een concreet instrument om onze samenleving te bevrijden van de actuele financiële speculatie en roof. Deze munten maken het bovendien mogelijk om aan geld terug een sociale betekenis te geven en om burgers eens te meer in staat te stellen bij te dragen tot de verdere ontplooiing van het algemeen belang. Dit handboek gaat dan ook over een realiseerbare utopie.” **Riccardo Petrella, professor emeritus economie en politicologie aan de UCL e.a., bezieler van de Groep van Lissabon & medeoprichter van de internationale University for the Common Good**