

## STAKEHOLDERSANALYSE DE BUURTCAMPING

In de stakeholdersanalyse hieronder zijn de partijen op basis van belang en invloed ingedeeld. De stakeholders zijn weergegeven in een tabel die ingedeeld is op basis van de mate van invloed en de belangrijkheid van de stakeholders. De indeling is bepaald door de categorieën: beïnvloeder (1), sleutelfiguur (2), toeschouwer (3) en belanghebbende (4). De indeling van de stakeholders bepaalt de omgangs- en communicatiewijze.

STAKEHOLDERS DE BUURTCAMPING

		mate van belang			
		laag	matig	hoog	zeer hoog
= = = = = = =	zeer hoog			gemeenten	bestuur
	hoog		sponsors	fondsen	medewerkers beheerders
	matig	media leveranciers	lokale ondernemers		vrijwilligers
	laag			andere maatschappelijke initiatieven sociale wijkteams	deelnemers/kampeerders (o.a. minima)
				1	2
				3	4

### Stakeholderdialogoog:

1. Beïnvloeder: veel invloed, matig belang: communicatie in de vorm van rapporteren op basis van overeengekomen doelstellingen en afwijkingen daarvan, betrekken, op de hoogte houden. Met de sponsors heeft De Buurtcamping minimaal 1x per kwartaal formeel en tussendoor vaker informeel overleg.
2. Sleutelfiguur: veel invloed, groot belang: communicatie gebaseerd op intensief onderling samenwerken, zowel met gemeenten, fondsen, bestuur, medewerkers als met de beheerders van de lokale teams. Met de medewerkers minimaal op wekelijkse basis. Met beheerders, bestuur en gemeenten op maandelijkse basis en met fondsen op twee maandelijkse basis.
3. Toeschouwer: weinig invloed, weinig belang: communicatie met media, leveranciers en lokale ondernemers gebaseerd op contact op irreguliere basis, afhankelijk van de activiteiten.
4. Belanghebbende: communicatie op basis van informeren over en weer. Regelmatig overleg met vrijwilligers, sociale wijkteams en andere maatschappelijke initiatieven. De communicatie met de deelnemers is vooral gebaseerd op informeren. Tijdens de activiteiten is er ook interactie en na afloop wordt hun om input gevraagd middels onderzoek.