

De beginnersgids voor

digitale participatie



Wat je leert in deze handleiding

In deze handleiding leer je de basis van digitale participatie. Zowel beginners als ervaren participatiespecialisten kunnen de gids gebruiken. Het leggen van een solide fundament voor je participatieproject is immers de sleutel tot het succes ervan.

- **De theorie:** wat is burgerparticipatie en waarom is het belangrijk?
- **Een betrouwbaar stappenplan** om je participatiestrategie op te stellen
- **Praktijkvoorbeelden** van onze samenwerkingen met meer dan 300 gemeenten wereldwijd.

Inhoudsopgave

Introductie: de voordelen van burgerparticipatie.....	3
Het stappenplan naar digitale participatie	4
Casestudy: +4.450 inwoners dragen bij aan stadsontwikkeling in Leident	6
Werkblad: de theorie in praktijk brengen.....	8
Enkele praktische tips zodat je van start kunt	10
Casestudy: Hoe de stad Almere een mix van online en offline participatie inzet voor oudere bewoners	11

Introductie: de voordelen van burgerparticipatie

Een platform voor digitale participatie helpt overheden en community's met het maken van beleid dat inclusiever, responsiever en meer participatief is. Zo is de gemeente niet afhankelijk van de input van een handjevol besluitvormers.

Dit levert digitale participatie je op:

- Bereik een groter en diverser publiek tegen een lagere prijs. Digitale participatie helpt je om mensen te bereiken die normaal gesproken geen tijd hebben om een raadsvergadering of workshop te bezoeken. Denk bijvoorbeeld aan gezinnen met jonge kinderen, professionals met een volle agenda of mensen die van ver moeten reizen.
- Krijg meer instemming en publieke steun voor besluiten. Als leden van de community het gevoel hebben dat hun ideeën en meningen worden gehoord en overwogen, zullen ze eerder geneigd zijn om de genomen besluiten te steunen (en in de toekomst opnieuw deel te nemen aan participatieprojecten).
- Vergroot de efficiëntie en responsiviteit. Duizenden papieren enquêtes verwerken of proberen iets te maken van op een post-it gekrabbelde ideeën: het hoeft niet meer, want je kunt nu de input van je community analyseren met een druk op de knop. Dit betekent dat je meer tijd kunt steken in substantiële participatie en responsiviteit.
- Bereik besluitvorming van hogere kwaliteit. Door beter op de hoogte te zijn van wat je community belangrijk vindt, ben je in staat om de juiste prioriteiten te stellen voor de inzet van je tijd en budgetten.

Heb je al inspiratie gekregen om je participatieproject op te zetten? Zorg ervoor dat je een tastbaar project voor ogen hebt voordat je begint. Burgerparticipatie moet nooit een bijzaak zijn. Of je nou je prioriteiten identificeert, je plannen in elkaar zet of middelen verdeelt: zorg ervoor dat je participatie bewust inbouwt in het gehele proces van besluitvorming. Alleen zo ben je verzekerd van succes.

Het stappenplan naar digitale participatie

Spring niet in het diepe zonder te weten waar je landt. Dit stappenplan leidt je door het proces van het voorbereiden en opzetten van een strategie voor online participatie. Als je de stappen volgt, heb je een aanpak die is afgestemd op je community.

1

Denk na over je middelen

Om een succesvol participatieproject op te zetten, heb je tijd, budget en een toegewijd team nodig. Dit betekent dat je moet zorgen voor sterke interne steun (van beleidsmakers, managementteams en je communicatieteams) en genoeg mensen om op tijd te kunnen reageren op feedback van de community. En ook heel belangrijk: zorg ervoor dat je team bereid is om de resultaten van je participatieproces te gebruiken, anders is je werk voor niets en tegelijkertijd zullen inwoners afhaken als zij zien dat hun input niet wordt gebruikt. Inwoners zijn lokale ervaringsdeskundigen en het is cruciaal om hun feedback op waarde te schatten.

Verduidelijk je doelstellingen

Ben je problemen aan het identificeren, oplossingen aan het bedenken of beslissingen aan het nemen? Bepaal voordat je van start gaat wat je belangrijkste doelen zijn. Die doelen bepalen namelijk welke instrumenten en methoden je kunt gebruiken om ze te bereiken. Wil je dat leden van de community hun ideeën delen (ideation), middelen toewijzen (burgerbegroting) of stemmen over verschillende scenario's (peiling)?

2

3

Bepaal wie je wilt bereiken

Denk na over de verschillende bevolkingsgroepen in je doelgroep en zoek de beste manieren om hen te bereiken. Let daarbij op de groepen binnen je community die traditioneel minder worden gehoord. Het is voor representatieve besluitvorming van groot belang om ook naar hen te luisteren.

Bedenk een communicatieplan

Om mensen betrokken te maken, moet je je boodschap verspreiden. Het is hierbij erg belangrijk dat je de juiste kanalen kiest om je boodschap te verspreiden. Denk na over de communicatiekanalen die je tot je beschikking hebt, zoals je website, de lokale krant, social media of nieuwsbrieven. Door online en offline kanalen te combineren bereik je een breder publiek.

4

5

Verslaglegging van je plannen

Om het meeste uit je werk voor participatie te halen moet je besluiten welke gegevens het belangrijkst zijn om te rapporteren aan welke stakeholders. De beheerderskant van ons platform helpt je om betrokkenheid, demografische gegevens en belangrijke inzichten bij te houden en deze op een duidelijke, samenhangende manier terug te koppelen naar besluitnemers. Dankzij onze Natural Language Processing-technologie helpt het Go Vocal-platform je om vergelijkbare ideeën te groeperen en gemeenschappelijke thema's te identificeren. Vervolgens kun je die thema's toewijzen aan verschillende interne afdelingen en direct feedback geven aan deelnemers op het platform.

Collaborate wisely

Om een breder publiek te bereiken, is het belangrijk om na te gaan welke externe stakeholders of lokale leiders van de community je rechtstreeks kunt betrekken. Om meer jongeren te betrekken moet je misschien samenwerken met schoolbesturen of met lokale jongerengroepen. Denk er bijvoorbeeld ook aan om religieuze of culturele leiders te betrekken. Ook andere op niches gerichte organisaties, bedrijven of influencers kunnen je helpen.

6

7

Identificeer je hulpmiddelen

Afhankelijk van het soort feedback dat je van je community wilt ontvangen, bepaal je welke hulpmiddelen en methoden je kunnen helpen je doelen te bereiken. De meest populaire methoden zijn:

- Ideeën verzamelen (het verzamelen van schriftelijke input of je community vragen om ideeën vast te pinnen op een interactieve kaart);
- Burgerbegrotingen (je community betrekken bij het toewijzen van overheidsbudgetten);
- Burgervoorstellen (het aangaan van een doorlopende dialoog met je community door middel van een digitale 'ideeënbus');
- Analyse van opties (het voorleggen van verschillende opties voor je publiek, waar zij commentaar op kunnen leveren en over kunnen discussiëren)
- Peilingen of enquêtes (het verzamelen van input van je publiek over vooraf vastgelegde vragen).

Wil je meer weten over participatie? Raadpleeg onze handleiding over de 6 populairste participatiemethoden.

Combineer offline en online methoden

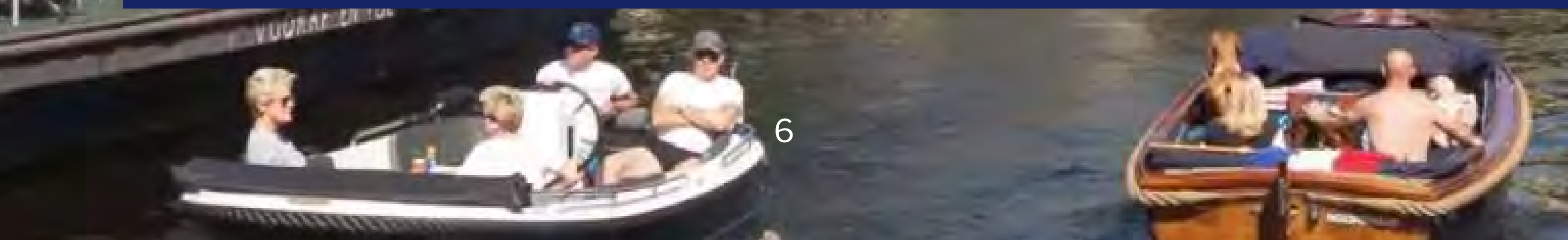
Online participatieplatforms bieden lokale overheden één centraal punt om feedback en ideeën uit de community te verzamelen, te delen en te bespreken. Door deze online methoden aan te vullen met meer traditionele offline strategieën, en vice versa, creëer je een inclusiever participatieproces.

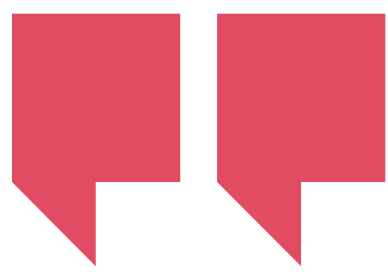
8



CASESTUDY

**+4.450 inwoners dragen bij aan
stadsontwikkeling in Leiden**





Het DoeMee platform helpt ons om burgerparticipatie op maat aan te bieden en is een goede aanvulling op de offline participatiemogelijkheden. De ene inwoner vult het liefste een vragenlijst in, terwijl de andere juist graag met buurtbewoners in gesprek gaat. Met het platform krijgen we als gemeente meer mogelijkheden om participatie vorm te geven en kunnen bewoners en andere belanghebbenden op verschillende manieren meedoen.”

Hester Tuinhof, bestuurscommunicatieadviseur van de gemeente Leiden

De gemeente Leiden lanceerde haar participatieplatform “Doe Mee Leiden” begin 2020 met een enquête over de herinrichting van het Roomburgerpark. De bedoeling was om samen te bekijken hoe het park gevormd kon worden tot een waar sportpark. Met ruim 950 deelnemers bleek deze enquête een knallende start van hun burgerparticipatieproject.

Tegenwoordig zet Leiden haar platform vooral in om inwoners te betrekken bij de verschillende wijkprojecten. Inwoners kunnen zo hun meningen, ideeën en suggesties aandragen. Wat opvalt binnen de projecten is dat de gemeente verschillende participatiemethoden combineert. Inwoners kunnen vaak kiezen, bijvoorbeeld of ze een survey invullen, een idee plaatsen of deelnemen aan een online workshop.

Werkblad | de theorie in praktijk brengen

Om de stappen uit het stappenplan toe te passen op je unieke lokale situatie, kun je de vragen hieronder gebruiken.

1. Denk na over je middelen

- Voor dit project hebben we een budget van €
- De teams die we intern aan boord moeten krijgen zijn:

- Wie wordt verantwoordelijk voor het stroomlijnen van het proces, en het zorgen voor responsiviteit en transparantie?

- Over welke informatie beschik je al? Heb je bij de leden van je community al eens een enquête afgenomen over dit of een vergelijkbaar onderwerp? Van wanneer dateren de resultaten en wat wezen ze uit?

2. Verduidelijk je doelstellingen

- Het belangrijkste doel van dit participatieproject is (kies er maximaal één):
 - a. Prioriteiten stellen
 - b. Analyseren van de opties
 - c. Ideeën verzamelen
 - d. Budgetten toewijzen
 - e. Snelle feedback

- Maak een planning:

- Op deze datum willen we het project starten: __ / __ / ____
- Op deze datum willen we afronden: __ / __ / ____
- Deze stappen moeten we in de tussentijd nemen:

3. Bepaal wie je wilt bereiken

- Bepaal je belangrijkste doelgroep. Wil je niet je gehele community betrekken? Probeer dan zo specifiek mogelijk te zijn in termen van leeftijd, geslacht, culturele achtergrond, etniciteit, locatie en andere belangrijke indicatoren:

- Hoe kun je in contact komen met je belangrijkste doelgroep? Schrijf een paar ideeën op van plaatsen waar dit publiek vaak komt, zowel online als offline:

4. Stel een communicatieplan op

- Welke communicatiekanalen heb je tot je beschikking? Selecteer alle relevante opties.

- ☐ Social media (Twitter, Facebook, LinkedIn, Nextdoor...)
- ☐ De website van de gemeente
- ☐ Nieuwsbrieven / mailings
- ☐ Lokale kranten / pers
- ☐ Anders: _____

- Hoe ga je communiceren over de uitvoering van je project? En over de voortgang? En hoe sluit je de feedbackloop en communiceer je de resultaten als het proces is afgerond?

5. Verslaglegging van je plannen

- Over welke gegevens denk je dat je stakeholders het liefst updates ontvangen?

- Hoe ga je deze interessante gegevens delen met je belangrijkste stakeholders?

6. Slim samenwerken

- Welke lokale leiders van de community of externe stakeholders kun je betrekken? Denk aan non-profitorganisaties, scholen, overheidsinstellingen, stedenbouwkundigen en religieuze of culturele leiders:

7. Identificeer je hulpmiddelen

- Kijk nog eens terug naar je antwoord op vraag 2 en bekijk welke methode het beste past bij je doel:
 - a. Prioriteiten stellen —verzameling van input, peilingen of initiatieven
 - b. Analyse van opties—scenario's plannen of begrotingsspel
 - c. Ideeën verzamelen —verzameling van input of initiatieven
 - d. Burgerbegrotingen —begrotingsspel
 - e. Snelle feedback—peiling, enquêtes of verzameling van input.

8. Combineer offline en online methoden

- Bedenk een offline alternatief voor iedere methode die je van plan bent om te gebruiken. Bijvoorbeeld: vul een online-enquête aan met een geprinte enquête of organiseer een fysieke workshop als aanvulling op een project voor online-inputverzameling.

Enkele praktische tips zodat je van start kunt



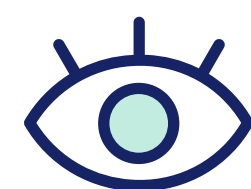
Balans is essentieel als het om je planning gaat. Je wilt voorkomen dat een project zo lang voortduurt dat het zijn momentum verliest, maar je moet je community ook genoeg tijd geven om deel te nemen – en je team genoeg tijd geven om de input te analyseren.



Sommige mensen hebben wat minder digitale vaardigheden en niet iedereen gebruikt technologie. Om ervoor te zorgen dat je participatieplatform voor iedereen beschikbaar is, zou je voor die mensen tablets ter beschikking kunnen stellen in openbare bibliotheken of je stadhuis. Of bied face-to-face opties aan waarvan je team de resultaten zelf zal uploaden.



Als je moeite hebt om te beslissen in welke fase van de beleidscyclus je het participatieproces wilt integreren, onthoud dan deze vuistregel: betrek je community zo vroeg en zo vaak mogelijk.



Zorg ervoor dat je de aandacht van de mensen trekt! Experimenteer met visuals, infographics en (mind)maps. Bedenk ook een pakkende URL voor je platform.



Het opzetten van een eenmalig participatieproject helpt je om de antwoorden of inzichten te krijgen die je nodig hebt over een specifiek onderwerp of plan. Maar om de collectieve intelligentie van je community optimaal te benutten, moet je overwegen hoe je burgerparticipatie integreert als een blijvend onderdeel van je besluitvormingsproces.

CASESTUDY

Hoe de stad Almere een mix van online en offline participatie inzet voor oudere bewoners



Een gemengde aanpak die online en offline participatie combineert is vaak de beste optie om een breed publiek te bereiken. Almere besloot een uitgebreide gemengde strategie op te zetten om haar oudere bevolking te ondersteunen.

Een van de offline methodes was de netwerkcoalitie 'Thuis in Haven'. Maatschappelijke partners, bewoners en bewonersorganisaties komen er geregeld fysiek samen om bestaande en nieuwe initiatieven voor ouderen in Almere Haven voor te stellen. Bijvoorbeeld over een digitaal vangnet,

kleinschalig vervoer, respijtzorg en een plek waar mensen met (beginnende) dementie met hun mantelzorgers, familie en vrienden terecht kunnen voor advies en sociaal contact.

En ook online gaat het gesprek onverstoord verder. Zo werd recent de stadsconferentie 'Kleurrijk Almere' georganiseerd, in de vorm van een online workshop. Tijdens deze conferentie met maar liefst 100 inwoners, vrijwilligers en professionals werd er in breakout rooms volop gebrainstormd om ideeën te verzamelen en te prioriteren.



Online burgerparticipatie
voor lokale overheden!

www.govocal.nl

hello@govocal.com

Written and Published by Go Vocal SA - Pachecolaan 34,
1000 Brussels, Belgium - BE 0638.901.287
www.govocal.com
© 2022 Go Vocal

All rights reserved.
No portion of this book may be reproduced in any form
without permission from the publisher.
For permissions contact: hello@govocal.com