

Veelgestelde vragen over digitale participatie

Met tips van recente case-studies en
participatiemedewerkers



**Betrek je burgers bij het
lokale bestuur**

citizenlab.co

Copyright - Alle rechten voorbehouden 2020





Inhoudsopgave

Inleiding	1
Op welk punt in de beleids cyclus betrek je je inwoners?	2
Hoe organiseer je je intern om met een participatieplatform te werken?	5
Hoe zorg je dat je inwoners het platform gebruiken ?	9
Hoe kies je de juiste participatiemethode ?	12
Hoe zorg je ervoor dat inwoners je platform vertrouwen ?	15
Hoe combineer je online en offline participatieprojecten?	18
Hoe bereik je een ander publiek dan je usual suspects ?	21
Wat kost een burgerparticipatieplatform?	24
Hoe houd je het platform interessant ?	27
Hoe volg je de input van inwoners op?	31

Geschreven en gepubliceerd door CitizenLab NV - Anspachlaan 65,
1000 Brussel, België - BE 0638.901.287
www.citizenlab.co
© 2020 CitizenLab

Alle rechten voorbehouden.
Deze gids mag in geen enkele vorm worden gereproduceerd
zonder toestemming van de uitgever.
Voor toestemming, contacteer: hello@citizenlab.co



Inleiding

De afgelopen vier jaar werkte CitizenLab met meer dan 125 overheden in 11 landen aan het opstarten en onderhouden van digitale participatieplatformen. Vaak hebben lokale overheden, ongeacht locatie, vergelijkbare zorgen en vragen over het lanceren van een online burgerparticipatieproject. We delen dan ook graag onze ervaringen over de terugkerende uitdagingen waar overheden in de beginfase van hun participatieproject mee geconfronteerd worden.

Er is geen gouden regel voor succesvolle (digitale) participatie, maar er zijn wel richtlijnen die hun waarde voor het bereiken van participatiedoelstellingen al ruimschoots hebben bewezen. De meeste suggesties in deze gids zijn van toepassing op elk digitaal participatieproject, maar enkele zijn specifiek afgestemd op het CitizenLab-platform.

In deze gids delen we enkele belangrijke lessen en inzichten, zowel uit onze eigen praktijkervaring als van de participatiemedewerkers van enkele overheden waar we mee samenwerken. We laten 10 terugkerende thema's de revue passeren en voegen praktische tips toe die je als regering meteen kan toepassen.

Heb je opmerkingen of vragen naar aanleiding van deze gids?
Laat het ons weten via hello@citizenlab.co



Op welk punt in de beleidscyclus betrek je je inwoners?

Als overheid kan je burgers raadplegen in elke fase van de beleidscyclus: (1) Agenderen, (2) Beleidsbepaling, (3) Beleidsuitvoering en (4) Beleidsevaluatie.

Veel professionals en onderzoekers beweren dat **burgerparticipatie de grootste toegevoegde waarde biedt in een vroeg stadium** van het beleidsproces. Laat je je inwoners de agenda bepalen of het beleid formuleren? Dan krijgen ze directe invloed op de onderwerpen die aan bod komen en hoe deze worden aangekaart. Je stelt burgers zo in staat om mee te wegen in de besluitvorming en strategieën vast te stellen, terwijl participatie de aan het einde van de cyclus helpt bij het vinden van concrete oplossingen en het evalueren van het beleid.

De voordelen van burgerparticipatie in een vroeg stadium van de beleidscyclus:

-  Als overheid krijg je een **beter beeld** van de behoeften en noden van inwoners voordat de oplossing in kaart is gebracht;
-  **Potentiële problemen worden sneller gesignaleerd**, wat de kans beperkt dat nieuwe problemen opduiken wanneer het beleid (bijna) klaar is;
-  Het biedt de mogelijkheid om **beleid te co-creëren**, en draagt zo bij aan het draagvlak voor nieuw beleid;

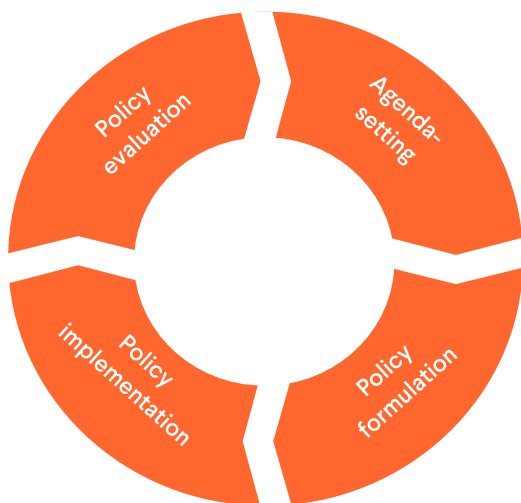
CASE STUDY

Mol, België

De Vlaamse gemeente Mol vroeg inwoners in 2019 naar hun ideeën voor het strategisch meerjarenplan voor 2020 - 2025. Onder andere via het digitale platform konden burgers voorstellen delen via de “ideeënmarkt” en op elkaars suggesties stemmen. En dit werd massaal gedaan, **meer dan 2000 keer**. Bovendien liet het totaal van alle ideeën duidelijk zien welke thema's inwoners het meest bezighouden. Zo had het overgrote deel van de ideeën betrekking op kwesties rond mobiliteit of leefomgeving.

Wim Caeyers, burgemeester van de gemeente Mol:

“Je voelt dat wanneer je tijdig met participatie start en inwoners vanaf het begin betreft, dit een zeer positief effect heeft op het eindresultaat. In Mol hebben we gemerkt dat, als je later in de beleidscyclus pas infoavonden geeft, het beleid minder gedragen wordt. Burgers hebben dan niet het gevoel dat ze echt hebben kunnen bijdragen of dat er naar hun ideeën geluisterd wordt.”



Hier is wel een kanttekening bij nodig, want de Vlaamse gemeente Mol is al jaren actief bezig met (offline) burgerparticipatie. Als (interne) participatieprocessen nieuw zijn voor de administratie kan het een uitdaging zijn om participatieprojecten meteen aan het begin van de beleidscyclus te lanceren. In dit geval kan je als overheid besluiten om met een eenvoudiger project met een lager niveau van betrokkenheid te starten, zoals een enquête of peiling over de bestaande beleidsplannen van de gemeente. Dit kan **een goede opstap** bieden om intern met digitale burgerparticipatie te leren werken.

Hou er wel rekening mee dat de meest waardevolle participatieprocessen – voor zowel stad als inwoner – uiteindelijk vroeg in de beleidscyclus plaatsvinden, omdat ze een kans bieden om beleid te co-creëren. Idealiter werkt de administratie hier naartoe en worden er uiteindelijk inspraakmogelijkheden aangeboden doorheen de hele beleidscyclus.



Hoe organiseer je je **intern** om met een participatieplatform te werken?

Het opzetten van een burgerparticipatieplatform is geen kleinigheid. Als regering moet je duidelijke doelen formuleren, deadlines hanteren en goed coördineren tussen meerdere belanghebbenden, waarvan sommige zich buiten de overheid bevinden. Een **efficiënte interne organisatie is de sleutel tot het slagen** van een project. En laat dit nu net één van de lastigste uitdagingen zijn voor veel overheden.

Stap 1: Zet de juiste mensen aan tafel

Hoeveel mensen binnen de administratie betrokken zijn zal variëren op basis van de omvang van het participatieproject en jullie gemeente. Voor elk participatieplatform zal het nodig zijn om ten minste de volgende partijen te betrekken:



Beleidsmaker: er moet sprake zijn van politieke wil en ondersteuning. De burgemeester of een gemeenteraadslid hoeft niet actief betrokken te zijn bij de implementatie van het platform, maar moet wel op de hoogte zijn van het project. Aangezien het doel van een participatieplatform is om lokale besluitvorming te beïnvloeden, moeten beleidsmakers bereid zijn om te luisteren naar de inspraak van burgers.



Projectmanager: iemand die het overzicht bewaart over het project en/of platform en de verantwoordelijkheid heeft om beleidsmakers op de hoogte te houden van de ontwikkelingen.



Communicatiemanager: het participatieplatform moet onderdeel uitmaken van de bredere communicatiestrategie en dus ook gepromoot worden via de bestaande communicatiekanalen. Met behulp van de juiste communicatie worden inwoners beter en vaker gestimuleerd om te participeren.



IT manager: wat is er technisch gezien allemaal mogelijk op het platform? Ongeacht of je zelf een platform bouwt of met een partner werkt, er moet altijd iemand in het team op de hoogte zijn van de functionaliteiten en technische mogelijkheden die het platform biedt.

Stap 2: Onderlinge verwachtingen



Definieer doelstellingen: De eerste stap is het bepalen van gezamenlijke doelstellingen en het kiezen van relevante meetinstrumenten om de vooruitgang vast te leggen. Is het doel van het project om zoveel mogelijk inwoners te bereiken? Om een specifieke leeftijdsgroep te betrekken? En hoe wordt dit gemeten?



Maak afspraken over belangrijke deadlines: dit zorgt ervoor dat het project blijft draaien. Het is zelfs verstandig om deze data, indien mogelijk, ook te delen op het platform. Zo schep je duidelijke verwachtingen naar inwoners toe.



Communicatie: Wie communiceert er met de administratie? Er moet genoeg coördinatie zijn tussen het team dat verantwoordelijk is voor het platform en de afdelingen die verantwoordelijk zijn voor de participatieprojecten. Wie is verantwoordelijk voor het beheer van het platform? Hoe wordt het platform onder de aandacht gebracht? Hoe (vaak) gaan jullie reageren op de ideeën van burgers op het platform? Hoe worden resultaten en updates gedeeld.

Stap 3: Al doende leer je

Het is essentieel om tijd vrij te maken en deze aspecten te bespreken, maar uiteindelijk moeten jullie ook gewoon de handen uit de mouwen steken. Burgerparticipatie betekent vallen en opstaan, dus geef jezelf als overheid ook de tijd om aan deze nieuwe processen te wennen. Eens de overkoepelende doelstellingen, rollen en deadlines zijn vastgesteld is het tijd om het te gaan proberen.

CASE STUDY

Texel, Nederland

De Nederlandse gemeente Texel begon met flitspeilingen bewust eenvoudig, om zo het interne proces soepel te doen verlopen. In een vroeg stadium toonde het platform al een **sterke interne samenwerking**; de locoburgemeester en wethouder Edo Kooiman was actief betrokken en hielp bij de communicatie-inspanningen om inwoners bewust te maken van het platform.

Het communicatieteam promootte het platform ook door foto's, video's en tweets over het proces te delen op de Texelse sociale kanalen. Bovendien heeft gebruikt het communicatieteam de volgende fase van het platform ook om nieuwe campagnes te lanceren. Deze acties tonen de betrokkenheid en interne afstemming van de diverse belanghebbers binnen de administratie.

Linda Dinkelman, communicatieadviseur van gemeente Texel, Nederland:

“Wij vonden het heel belangrijk om de verwachtingen van inwoners over [het participatieplatform] TexelSpreekt waar te kunnen maken: een goed werkend platform zonder beginnersfoutjes. Nu het eenmaal loopt, kijken we uit naar de volgende fase. In deze nieuwe fase kunnen inwoners wél ideeën aanleveren en daadwerkelijk met elkaar én ons in dialoog gaan.

Collega-gemeenten vertelden ons dat het goed werkt om inwoners gericht om ideeën te vragen, binnen een bepaald thema. De ideeën worden daardoor concreter. Het voordeel is bovendien dat het voor medewerkers binnen het gemeentehuis zo beter behapbaar wordt om op ideeën te reageren. We zien de volgende fase dus als een doorstart van TexelSpreekt. We brengen het straks ook weer extra onder de aandacht, om Texelaars enthousiast te maken om hun ideeën en reacties op TexelSpreekt te laten horen.”

Bij CitizenLab bieden we overheden die met ons platform van start gaan altijd een gepersonaliseerde workshop aan over interne organisatie en verwachtingen. Op basis van onze ervaringen hebben onze strategisten een **e-participatie canvas** gecreëerd. Dit raamwerk ondersteunt je administratie om de belangrijkste aspecten van je participatieproject te structureren. [Download hier gratis het e-participatie canvas.](#)



Hoe zorg je dat je inwoners het platform gebruiken?

Je hebt intern alles georganiseerd. Je platform staat klaar. Maar... niemand gebruikt het. Bewustzijn creëren over het bestaan van je platform en participatieproject is natuurlijk heel erg belangrijk. Om er zeker van te zijn dat de verschillende perspectieven binnen de gemeenschap weerspiegeld worden in de resultaten van je participatieproject is het belangrijk om een groot aantal inwoners te bereiken. Het platform goed promoten of ludiek lanceren kan hierbij helpen. Dit vereist niet per definitie een aanzienlijk budget of een groot team, maar het wel de nodige inspanning en aandacht.

3 basisprincipes om je boodschap te formuleren:

In een notendop: zorg dat je communicatie gebaseerd is op duidelijkheid, continuïteit en diversiteit. Er is ogenschijnlijk veel informatie die je kan delen, maar het is net essentieel om het eenvoudig te houden. Hoe kunnen inwoners deelnemen? Waarom zouden ze mee moeten doen? Wat wordt er met de resultaten gedaan? Een eenvoudige oproep tot actie en een duidelijke waardepropositie zullen je boodschap doen opvallen.

5 kanalen om de boodschap te verspreiden:

1. **Lokale pers:** betrek lokale nieuwskanalen via persberichten over de lancering van je platform, de resultaten en het beleid dat hieruit voortvloeit.
2. **Uitnodigingen:** (online) uitnodigingen sturen naar inwoners, bijvoorbeeld met unieke registratiecodes, zorgt niet enkel voor bewustzijn over het platform, maar maakt inwoners ook nieuwsgierig naar je projecten.
3. **E-mailcampagnes en nieuwsbrieven:** als je een mailinglijst hebt van geïnteresseerde inwoners of voormalige participanten kan je deze ook gebruiken om het nieuws te delen. Deze campagnes hoeven niet eenmalig te zijn; je kan hen ook op de hoogte blijven houden van de resultaten.
4. **Sociale media:** Facebook, Twitter, Instagram – elk platform stelt je in staat om leuke updates over het platform te delen. Verschillende gemeenschappen binnen de samenleving communiceren ook met elkaar via Facebook-groepen, zoals buurtverenigingen.
5. **Rechtstreeks webverkeer:** het platform moet makkelijk vindbaar zijn voor inwoners die ernaar zoeken via zoekmachines of de overheidswebsite. Door op je website naar het platform te linken verhoog je ook de waardering van de webpagina, waardoor je platform makkelijker te vinden is.

Rome is niet op één dag gebouwd, en hetzelfde geldt voor het publiek van je platform. Herinner inwoners voortdurend en via verschillende kanalen dat ze kunnen bijdragen aan het lokale beleid via de actieve participatieprojecten. Meld hierbij niet alleen het bestaan van het platform, maar deel ook updates van populaire ideeën of van de gemeenteraad om burgers oprecht te betrekken en enthousiast te maken.

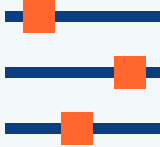
CASE STUDY

Kortrijk, België

De Vlaamse stad Kortrijk kende een sterke lancering van haar digitaal participatieplatform. Met “De Grote Bevraging” vroeg de stad haar inwoners om hun mening te delen over 5 duidelijke stellingen in diverse beleidsdomeinen. Het communicatieteam zette een sterke campagne op poten, en dat door rekening te houden met de volgende zaken:

- 1. Kick-off event:** Kortrijk lanceerde “De Grote Bevraging” op een feestelijke manier tijdens de nieuwjaarsreceptie op een groot stadsplein. Dit evenement, dat 5.000 inwoners trok, kreeg ook aandacht in de lokale pers, wat meteen het nieuws verspreidde over het participatieproject en het platform. Naar aanleiding van het evenement maakte de stad ook korte en inspirerende video’s die makkelijk online gedeeld konden worden.
- 2. Laagdrempelige start:** Als het de bedoeling is dat inwoners kennis maken met het platform kan het goed zijn om toegankelijke projecten te lanceren die een directe link hebben met het dagelijkse leven. Dit kan helpen om de betrokkenheid met het platform te vergroten, en ervoor zorgen dat burgers al een profiel hebben aangemaakt wanneer de grotere projecten van start gaan.
- 3. Snelle communicatie van resultaten:** het is ontzettend belangrijk om in een vroeg stadium te laten zien dat de input van inwoners er toe doet. Twee weken na de lancering van “De Grote Bevraging” deelde Kortrijk daarom al de eerste resultaten. Dit verhoogde de bekendheid van het project, kreeg opnieuw aandacht in de pers en bracht zo een nieuwe golf van registraties teweeg.

Download onze [gratis communicatiegids](#) om meer tips te krijgen over het lanceren van je digitale participatieplatform.



Hoe kies je de juiste participatiemethode?

Er zijn verschillende participatiemethoden, variërend van diepgaande offline debatten tot rechtstreeks online stemmen. Elke aanpak biedt een kans om jullie gemeentelijke participatiedoelstellingen te bereiken, maar brengt ook uitdagingen met zich mee. Er zijn zes veelvoorkomende participatiemethoden. Als je nog geen participatieplatform hebt, ga dan zeker op zoek naar een platform dat deze verschillende methoden ondersteunt. Zo kan je je de participatiemethode aanpassen aan je project, in plaats van omgekeerd!



Enkele vragen om per project intern te beantwoorden:

- Ligt er al een duidelijk beleidsplan op tafel waar inwoners hun mening over kunnen geven?
- Hoeveel invloed ben je bereid je inwoners te geven?
- Sta je open voor nieuwe ideeën?
- Is er extra budget beschikbaar?
- Wil je dat inwoners met elkaar in gesprek gaan?

De 6 meest gebruikte participatiemethoden:

1. **Peilingen:** laat inwoners een heldere, directe en gesloten vraag beantwoorden;
2. **Scenario Testing:** Optie-analyse: deel diverse beleidsbeslissingen waar inwoners tussen kunnen kiezen, leg de voor- en nadelen uit en bied burgers de mogelijkheid om hierover te discussiëren;
3. **Enquêtes:** geef inwoners een vragenlijst die ze individueel kunnen invullen om aan te geven hoe ze over bepaalde zaken denken, vaak inclusief redenering;
4. **Burgerbegrotingen:** laat inwoners (een deel) van het lokale budget toewijzen aan geselecteerde projecten;
5. **Ideeënverzameling:** vraag inwoners om ideeën te delen binnen een duidelijk beleidsterrein of als oplossing op een gedefinieerd probleem;
6. **Burgervoorstellen:** geef inwoners de kans om ten allen tijde voorstellen voor de stad te delen, ongeacht het onderwerp, waarop de administratie reageert indien een bepaald aantal stemmen is behaald.

Het is goed om te beseffen dat deze methoden elkaar binnen een participatieproject niet uitsluiten. Burgerbegrotingen beginnen bijvoorbeeld vaak met een ideeënfase waarin bepaald wordt welke projecten financiering zouden kunnen krijgen.

CASE STUDY

Oudenaarde, Belgium

Stad Oudenaarde lanceerde haar participatieplatform in juni 2019. De administratie heeft het platform al meermaals gebruikt om inspraak te verzamelen via diverse enquêtes over mobiliteit, leefomgeving en cultuur. De lokale overheid heeft ook inwoners gevraagd ideeën te delen om de stad te verbeteren. In dit project werden **238 ideeën gedeeld, wat leidde tot 426 reacties en 3027 stemmen.**

Jelle Didier, communicatiedienst van stad Oudenaarde:

“Wij bekijken altijd in overleg met de behandelende dienst, of eventuele externe partners, welke participatiemethode past bij een project. Een belangrijk uitgangspunt hierbij is de gradatie van inspraak die nog mogelijk is. Het is een groot verschil of er nog ruimte is voor totaal nieuwe ideeën of dat er al een aantal duidelijke randvoorwaarden bekend zijn. In de opmaak van een nieuw mobiliteitsplan hebben we zo gekozen voor een enquête, omdat het studie bureau in die fase op zoek was naar concrete knelpunten en via deze methode de inspraak beter kan afbakenen.”

We schreven een uitgebreide gids over de voor- en nadelen per methode. Daarin vind je bovendien welke methode het meest geschikt is voor welke specifieke situatie, en wat de voordelen van de verschillende methoden zijn. **[Je kan de gids over de 6 participatiemethoden hier gratis downloaden.](#)**



Hoe zorg je ervoor dat inwoners je platform vertrouwen?



Vertrouwen werkt in twee richtingen. Om inwoners ervan te overtuigen dat een platform betrouwbaar is, moeten ze het gevoel hebben dat ze datzelfde vertrouwen terugkrijgen. Het kost tijd om een vertrouwensband op te bouwen, maar onze ervaring leert dat de volgende tips je op weg kunnen helpen:



Communiceer open en duidelijk

Inwoners moeten weloverwogen beslissen om deel te nemen aan je platform of project. Door ervoor te zorgen dat ze alle informatie ter beschikking hebben laat je meteen zien dat hun stem serieus wordt genomen. Vertel duidelijk hoe de inspraak vervolgd zal worden, zodat het belang van inwoners hun bijdrage ten opzichte van de uiteindelijke beslissing vanaf het begin duidelijk is. Burgers moeten niet alleen begrijpen waarom de vraag wordt gesteld, maar ook wie hem stelt, bijvoorbeeld door de **visuele identiteit** van de stad duidelijk te maken op het platform. Ze zullen eerder geneigd zijn om deel te nemen aan je project als het platform herkenbaar is.

Inwoners moeten op het platform in elk geval een bondig antwoord kunnen vinden op de volgende vragen:

- Wat is het doel van dit project?
- Wie kan er mee doen?
- Wat gebeurt er met de inspraak?
- Welke criteria worden er gebruikt om een keuze te maken?
- Hoe en wanneer worden er stappen ondernomen?



Laat resultaat zien

Het opbouwen van vertrouwen kost tijd. De beste manier om dit te bereiken is door stapsgewijs jullie beloftes na te komen en door directe resultaten van (eerdere) participatieprojecten te laten zien. Het toont inwoners waarom ze de moeite moeten nemen om zich te registreren en deel te nemen, want het illustreert de invloed die jullie administratie bereid is om te delen. In de beginfase van het platform kan je de allereerste resultaten snel delen als update tussendoor of bijvoorbeeld informatie delen over eerdere (offline) participatieprojecten die jullie als overheid hebben uitgevoerd. Beiden laten zien dat jullie **bereid zijn naar de input te luisteren** en geven om de mening van inwoners. Hiermee inspireer je hen eerder om deel te nemen aan een nieuw project.



Neem privacy serieus

Privacy, burgergegevens en data-eigendom zijn tegenwoordig ingewikkelde onderwerpen – en niet voor niets. Leg op het platform duidelijk uit waarom je (specifieke) gegevens van inwoners vraagt en wat je van plan bent hiermee te doen. **Verzamel enkel de gegevens die nodig hebt om je besluitvormingsproces te beïnvloeden** en wees alert op het verzamelen van persoonlijke informatie wanneer deze niet relevant is of niet zal worden gebruikt. Het privacybeleid en de algemene voorwaarden van het platform moeten gemakkelijk terug te vinden zijn, zodat inwoners altijd weten waar ze zich voor inschrijven. Aangezien het gaat om gegevens in een maatschappelijke setting, is het goed om expliciet te vermelden dat de gedeelde informatie nooit zal worden gebruikt voor commerciële doeleinden.

Omdat we spreken over vertrouwen als tweerichtingsverkeer, bieden we bij CitizenLab ook de mogelijkheid voor overheden om deelnemers te verifiëren. Met meerdere partners hebben we gewerkt aan de implementatie van lokale burgerverificatie, bijvoorbeeld om officieel te stemmen, wanneer de resultaten gebaseerd moeten zijn op diverse groepen in de gemeenschap, of als alleen bepaalde buurten mogen deelnemen.

CASE STUDY

Orsay, Frankrijk

Antony Pereira, hoofd van communicatie voor de gemeente Orsay:

“Ons doel was om zoveel mogelijk mensen te betrekken en tegelijkertijd elk risico op fraude te vermijden; de projecten waar het over ging, zouden de stad enkele miljoenen euro's kosten. We hadden dus garanties nodig dat de verkregen resultaten niet bevoordeeld zouden zijn en echte burgers waren gaan stemmen.”

Orsay was de eerste Franse stad die ID verificatie implementeerde op haar burgerparticipatieplatform. Tot onze eigen verbazing heeft het verificatieproces in Orsay de burgers niet ontmoedigd om zich op het platform te registreren. Integendeel, de stad zag een stijging van 213% in het aantal geregistreerde gebruikers ten opzichte van het gemiddelde van andere platformen destijds. Orsay leidde een goede communicatiecampagne om de zichtbaarheid van het platform te helpen vergroten, maar deze **verificatie kan ook een positieve perceptie bij de burgers teweegbrengen**. Het geeft hen het vertrouwen dat het platform legitiem en serieus is, en het brengt dit over op het debat, aangezien iedereen officieel deel uitmaakt van de gemeenschap.

Hoe **combineer** je online en offline participatieprojecten?



Digitale burgerparticipatie kan een aanvulling zijn op offline projecten, maar is geen vervanging. Offline participatiemethoden is nog steeds gangbaar en hebben haar waarde bewezen door ruimte te bieden voor discussie. Recent hebben wij een [online workshop functionaliteit](#) gelanceerd die overheden de kans biedt ook via videoverbinding discussies te organiseren, maar voor inwoners zich meer op hun gemak voelen bij persoonlijke bewonersbijeenkomsten, is het fijn als deze optie blijft bestaan. Om te zorgen dat deze offline en online processen elkaar niet blokkeren maar juist versterken, is het belangrijk om een goede integratie en opvolging te implementeren.

Gelukkig hebben veel overheden onderhand manieren gevonden om offline en online elementen van hun participatieprojecten beter **op elkaar af te stemmen**. De achterliggende gedacht is om de ideeën en argumenten die in het ene domein zijn ontstaan actief over te dragen aan het andere, zodat het gesprek zich ontwikkelt en alle suggesties van inwoners bevat.

Snelle manieren om je processen te integreren:



Bij offline evenementen:

- Maak videos wanneer deskundigen of ambtenaren spreken over hun standpunten, zodat deze argumentatie ook op het platform kan worden gedeeld;
- Schrijf feedback, verhalen en suggesties van deelnemers op en plaats deze direct op het online platform. Zo kunnen jullie ontdekken of populaire ideeën van tijdens een evenement ook breder gedragen worden door het publiek op jullie platform;
- Is je project online al gestart? Deel dan een samenvatting van de lopende discussies op het platform of een overzicht van populaire ideeën. Is je offline event juist het startschot voor je online platform? Promoot dit dan door te vermelden dat de dialoog hier zal worden voortgezet en dat daar de resultaten tevens worden gepubliceerd.



Op je online platform:

- Vraag naar input voor de agenda van je offline evenement;
- Gebruik online enquêtes of peilingen om inwoners naar hun algemene indruk te vragen als een startpunt voor de offline discussies;
- Geef een duidelijke samenvatting van de belangrijkste onderwerpen en uitdagingen die naar boven kwamen tijdens het offline evenement. Dit biedt een startpunt voor de discussie en zorgt ervoor dat deze zich verder kan ontwikkelen.

CASE STUDY

Harderwijk, Nederland

De Nederlandse gemeente Harderwijk heeft haar digitale platform centraal gesteld als link om de tijd tussen twee offline evenementen te overbruggen. In de winter van 2019 organiseerde de gemeente een eerste offline "Stadsgesprek" om inwoners te betrekken bij vragen rondom **aardgasvrij wonen**, zoals: Wat zijn de uitdagingen voor de wijken? Zijn er al groene initiatieven actief in de gemeenschap? Welke kansen zien de burgers?

Na deze offline bijeenkomst werden ook ideeën gepost en gedeeld op het online participatieplatform. Hier konden inwoners gedurende drie maanden de discussie voortzetten. In juni 2019 organiseerde Harderwijk een tweede Stadsgesprek, waarbij alle eerder gedeelde ideeën in de discussie werden meegenomen en de laatste suggesties werden gedeeld.

Als evaluatie heeft de gemeente een duidelijke visualisatie gemaakt van de belangrijkste zorgen en kansen in de gemeenschap, die zowel op het online platform als via de website van de gemeente werd gedeeld. Deze inzichten worden nu meegenomen in de lopende beleidsdiscussies over een actieplan.



Hoe bereik je een ander publiek dan je usual suspects?

Een digitaal participatieproject is inclusief wanneer elke groep in jullie gemeenschap is bereikt (door kenmerken zoals geslacht, sociale klasse, locatie in acht te nemen) en wanneer zij allemaal over de nodige instrumenten beschikken om volledig te kunnen participeren. Sommige groepen zijn in de praktijk moeilijker te bereiken dan andere. Het **mengen van offline en online participatiemethodes**, zoals eerder besproken, kan helpen om een breder publiek te bereiken: het biedt meer mogelijkheden om deel te nemen en mensen kunnen de voorkeur geven het soort inspraak dat bij hen past.

Enkele praktische tips die een grote impact kunnen op de inclusie van je platform:



Taalgebruik: blijf neutraal door geen stereotypen te bevestigen en geen veronderstellingen te maken over je publiek. Zorg dat de communicatie beschikbaar is in alle talen die binnen de gemeenschap worden besproken, zodat iedereen zich welkom voelt. Dezelfde regels gelden voor visueel materiaal: foto's en afbeeldingen moeten een diversiteit aan culturen, etniciteiten, geslachten en leeftijden weerspiegelen.



Lanceer voor inclusie: alle groepen moeten op de hoogte zijn van het platform voordat ze kunnen deelnemen. Denk aan verschillende soorten advertenties of media om een divers publiek te bereiken. Een andere manier om samen te werken met leiders binnen bepaalde gemeenschappen, door het nieuws te delen in relevante Facebook groepen, of door buurtverenigingen bij je platform te betrekken.



Duidelijk design voor de User Experience (UX): een digitaal platform moet toegankelijk zijn, dat wil onder andere zeggen: werken op verschillende soorten apparaten (computer, telefoon & tablet). Daarnaast moet de software geschikt zijn voor visueel gehandicapte burgers, wat vaak gecontroleerd kan worden met speciale toegankelijkheidslabels, zoals WCAG 2.1 AA – die de CitizenLab-platformen bijvoorbeeld hebben. Als je platform niet gebruiksvriendelijk is voor verschillende soorten inwoners of apparaten, sluit je automatisch burgers uit van deelname aan je projecten.

Deze tips implementeren is helaas geen garantie voor inclusie. Het blijft **belangrijk om resultaten te meten** terwijl projecten lopen en zo te evalueren of alle stakeholders voldoende zijn betrokken. Zo niet? Dan moeten jullie als overheid je strategie daarop afstemmen. Als een specifiek groep ontbreekt, kan je overwegen hen te benaderen via een community leader of Facebook groepen om hen in elk geval de kans te geven deel te nemen aan een project.

CASE STUDY

Leiden, Nederland

Hester Tuinhof, communications advisor of the municipality Leiden:

“Het grote voordeel van digitale participatie is dat je ook inwoners kan bereiken die normaal gesproken niet naar bijeenkomsten komen. In januari 2020 zijn we daarom van start gegaan met het digitale platform ‘Doe Mee Leiden’.

Het eerste project was het Roomburgerpark. We hebben mensen op een traditionele wijze uitgenodigd een enquête in te vullen op ons platform. Buurtbewoners ontvingen een brief en we hebben het traject aangekondigd in onze Stadskrant, digitale nieuwsbrief en op social media. Communicatie is maatwerk. De communicatie richting inwoners blijft een proces waarover je, ook na de start van een project, moet nadenken. Dan kan je eventueel aanpassingen doorvoeren om je doelgroep zo veel mogelijk te betrekken. Want we vinden het belangrijk dat iedereen die mee wil doen dat ook kan doen.”

De gemeente Leiden startte een participatietraject om samen met buurtbewoners met het Roomburgerpark aan de slag te gaan. Via een enquête op het platform ‘Doe Mee Leiden’ lieten ongeveer **1.000 inwoners** weten wat hun wensen zijn voor het park. Het inrichtingsvoorstel stelde de gemeente op in co-productie met een werkgroep van uitgelote bewoners en vertegenwoordigers van organisaties die actief zijn in het Roomburgerpark. Tijdens de bijeenkomsten van deze werkgroep is de opbrengst van de enquête meegenomen.

Op zoek naar meer tips voor het lanceren van een inclusief participatieproject? Download dan onze [**gids voor inclusie in e-Democratie**](#).



Wat **kost** een participatieplatform?

Het is de vraag voor een miljoen. Hoeveel tijd en geld kan je besparen als overheid door digitale participatie? Dat hangt natuurlijk af van jullie huidige participatiebudget. Vaak wordt er overigens vergeten dat **het niet betrekken van inwoners ook (onbedoelde) kosten met zich meebrengt**. Het niet raadplegen van inwoners kan ertoe leiden dat overheden onnodige inversteringen doen die niet aansluiten bij de meest urgente behoeften van de gemeenschap.

Naast de standaardkosten van een digitaal platform, zijn er ook twee **verborgen kosten** om rekening mee te houden:



Tijd: digitale platforms worden niet vanzelf een succes. Het opzetten, het beheren en modereren van de input en het analyseren van de inspraak kost tijd. Het vereist betrokkenheid van mensen binnen de administratie: zelfs de beste platforms zullen falen als er niet voldoende stakeholder buy-in is en er geen interne ondersteuning is voor de tool.



Communicatie: het liefste heb je een apart budget om het platform te lanceren en moeite te steken in een campagne, maar het is ook mogelijk om met beperkte middelen een communicatieplan op te zetten. In geen geval mogen jullie communicatie-inspanningen stoppen bij de lancering. Ook na afloop van het project is het essentieel om te communiceren over hoe inspraak van inwoners wordt gebruikt, welke ideeën worden geïmplementeerd en hoe de tijdlijn van het beleid eruit ziet.

Wanneer je de afweging maakt wat digitale participatie voor jullie kan opleveren, neem dan ook mee welke investeringen offline burgerparticipatie vereist. Bijeenkomsten of focusgroepen vragen tijd om te organiseren, vereisen personeel ter plaatse en moeten in de verschillende fasen van het project worden herhaald. De input die tijdens deze bijeenkomsten wordt verzameld, is moeilijker te verwerken en wordt lastiger verspreid binnen de administratie. Omdat er minder inwoners per se beschikbaar zijn tijdens een specifiek moment, in plaats van 24/7, is de kans om minder bijdragen groot, waardoor het mogelijk een minder aantrekkelijke investering is om te herhalen gedurende een project.

Digitale instrumenten helpen vaak om de kosten van burgerparticipatie op de lange termijn te verlagen door het aantal inwoners dat bereikt kan worden, te verhogen.

De aard van deze input is natuurlijk anders dan de informatie die wordt gedeeld tijdens focusgroepen. Online kunnen inwoners wel korte feedback geven of projecten of ideeën die ze willen ondersteunen, maar ze zijn minder snel geneigd om een volledige argumentatie te plaatsen – en kunnen lastiger gestimuleerd worden om deze alsnog te delen.

Ondanks deze beperkingen blijft het nuttig om via digitale participatie inwoners te bereiken die niet snel naar fysieke bijeenkomsten komen. Digitale platforms bieden de kans om een groot aantal inwoners te bereiken en om op grote schaal input te verzamelen. Overheden kopen vaak een jaarlijkse licentie, waaraan nog specifieke ondersteuning en functionaliteiten aan kunnen worden toegevoegd. De prijs is in de meeste gevallen afhankelijk van twee aspecten: **het aantal inwoners in de overheid en het aantal gevraagde functionaliteiten & diensten**.

Bij CitizenLab hebben we drie kernplannen ontwikkeld voor de meest frequente aanvragen van ons platform, maar dit aanbod kan altijd worden aangepast aan specifieke behoeften. [Bekijk hier onze plannen](#) om een beter inzicht te krijgen in de prijsstelling en de mogelijkheden van de verschillende opties.

Hoe houd je het platform interessant?

Je platform is succesvol gelanceerd, intern kunnen jullie er goed mee overweg, maar hoe blijven je inwoners op de lange termijn betrokken? Als je als overheid hebt geïnvesteerd in het opzetten van een goed platform, mag je het momentum van succesvolle projecten niet verloren laten gaan. Te vaak zien gemeenteraden participatie nog als een eenmalig project, maar een participatieplatform gaat eigenlijk over het opbouwen van **continuïteit in de betrokkenheid**. Het gaat over inwoners informeren tussen de verschillende fasen van de beleidscyclus door, hen op de hoogte houden wat er met de inspraak gebeurt en hen betrekken bij de beleidsbeslissing die jullie maken.

Enkele praktische tips om je platform relevant te houden over een langere periode:



Deel (en herhaal) resultaten: geef regelmatig korte updates over wat er gaande is op het platform. Zijn er ideeën gedeeld die veel discussie hebben aangewakkerd? Of heb je gemerkt dat meerdere burgers dezelfde soort ideeën delen? Geef aandacht aan wat er gebeurt door deel te nemen aan discussies, resultaten te delen of regelmatig gemeentelijke updates te geven om zo inwoners op de hoogte te houden. Zorg er bovendien voor dat (samenvattingen van de) resultaten van afgeronde participatieprojecten gemakkelijk toegankelijk zijn op het platform, zodat inwoners de waarde van hun input blijven begrijpen.



Herinner je inwoners eraan dat het platform bestaat: inwoners registreren zich hoogstwaarschijnlijk om direct deel te nemen aan een project, maar wellicht hebben ze herinneringen nodig om terug te komen. Dit kan via directe herinneringen, maar jullie kunnen ook overwegen op creatieve manieren om de aandacht van inwoners opnieuw naar het platform te brengen. Lokale overheden kunnen bijvoorbeeld denken aan posts op sociale media over populaire ideeën, video's van raadsleden die burgers aanspreken om mee te doen aan de discussie, of het delen van ervaringen van burgers die actief betrokken zijn bij het platform.



Heb altijd een actief project: wanneer inwoners inloggen op het platform, moet er altijd een lopend participatieproject zijn en een mogelijkheid om deel te nemen. Als dit niet het geval is, zullen burgers minder snel terugkomen, omdat het niet lijkt op een actief gebruikt platform. Wanneer lopende projecten zich in een fase van analyse bevinden, zorg dan dat er wordt vermeld wanneer inwoners weer kunnen deelnemen of wanneer de resultaten worden gedeeld.



Sta burgervoorstellen toe: binnen een participatieproject kunnen inwoners soms ideeën met betrekking tot specifieke beleidsthema's delen. Maar wat als ze altijd een idee zouden kunnen delen buiten de lopende projecten om? Het zou betekenen dat ze op elk moment kunnen bijdragen aan het beleid door eenvoudigweg hun beste voorstel of meest dringende behoefte kenbaar te maken. Het biedt de burgers een eindeloze kans om deel te nemen, aangezien de voorstellen niet in het tijdsbestek of beleidsterrein van bestaande projecten hoeven te passen.

Bij CitizenLab hebben we **de functionaliteit Burgervoorstellen** ontwikkeld om ervoor te zorgen dat inwoners op ieder moment kunnen bijdragen aan de beleidsagenda. Het stelt burgers in staat om op elk gewenst moment, vanaf elke plek, over elk onderwerp ideeën uit te wisselen en opent zo het debat over het verbeteren van jullie gemeenschap via een bottom-up methode. Door voorstellen te delen en voldoende stemmen van medeburgers te krijgen, **worden inwoners in staat gesteld de beleidsagenda te beïnvloeden. De lokale overheid blijft de controle houden:** als administratie stel je een drempel vast van het aantal stemmen dat een voorstel nodig heeft. Communiceer van tevoren welke acties jullie als overheid bereid zijn te ondernemen als deze drempel wordt bereikt.

CASE STUDY

Linz, Oostenrijk

In de op twee na grootste stad van Oostenrijk, Linz, heeft de overheid besloten om burgervoorstellen op haar participatieplatform te implementeren. De stad stelde haar eigen drempel in dat voorstellen binnen 60 dagen 30 stemmen van andere inwoners moeten krijgen, om in aanmerking te komen. Als dit lukt, worden de initiatiefnemers uitgenodigd op het gemeentehuis om hun voorstel te bespreken en het met de relevante lokale deskundigen te bespreken.

In enkele maanden tijd deelden inwoners **26 unieke voorstellen** op het digitale platform, waarvan er 4 de drempel bereikten. Linz bevestigt dat de stad binnenkort het eerste burgervoorstel gaat uitvoeren: nieuwe banken voor het stadscentrum, ontworpen door een inwoner. Het was een bewuste zet om inwoners te laten zien dat de stad luistert en daarmee ook andere inwoners wil aanmoedigen om hun voorstellen te delen.

Julia Widy from HuemerIT, een consultancy, die samenwerken met de stad Linz rondom digitale participatie: *“Nu kunnen inwoners deelnemen wanneer ze maar willen, en kunnen ze al hun ideeën delen, wat de burgemeester een beter beeld geeft van de behoeften. Hoewel de burgervoorstellen nieuw zijn op het platform, zijn ze erg populair bij de inwoners - zo erg zelfs, dat we overwegen om de drempel van de benodigde stemmen te verhogen. We hebben gezien dat sommige inwoners betrokken zijn bij hun stad, en genieten van de mogelijkheid om actief te zijn.”*

Hoe volg je de **input** van inwoners op?



Wanneer het platform volledig operationeel is, resulteert dit hopelijk in veel engagement. Inwoners nemen dan de tijd om het platform te bezoeken en hun ideeën te delen, dus **jullie administratie moet de tijd nemen om deze input voldoende op te volgen**. Communiceer daarom altijd wat er gebeurt met de input die op het platform wordt gegeven, dit helpt om een vertrouwensrelatie met de gemeenschap op te bouwen.

Voor de goede orde: het opvolgen van een idee hoeft niet noodzakelijkerwijs te betekenen dat een idee wordt uitgevoerd. **Wees niet bang om "nee" te zeggen** als een suggestie niet past bij de strategie of het budget van jullie overheid. Deel de redenering hierachter altijd wel op een transparante manier via het platform, zodat inwoners snappen waarom een idee niet verder wordt opgepakt. Burgerparticipatie gaat niet over het uitvoeren van elk (populair) idee op het platform; het gaat over het aangaan van een dialoog met inwoners over welke ideeën kunnen bijdragen aan de gemeenschap.

Drie tips voor jullie administratie om input beter op te volgen:



Committeer je aan het geven van feedback: laat inwoners zich gehoord voelen door te reageren op hun ideeën. Bij grote aantallen is dit misschien moeilijk, maar niet onmogelijk. De Vlaamse stad Leuven bewijst dat het kan, zolang er maar voldoende politieke wil is. Na het verzamelen van 2.331 ideeën van burgers voor het strategisch meerjarenplan, gaf de administratie in de loop van één zomer een **antwoord op 96% van deze ideeën**. Afhankelijk van de grootte van jullie team is dit mogelijk niet haalbaar, maar het is wel een geweldige manier om een dialoog en relatie met inwoners op te bouwen.

Breng voor de start van het project in elk geval in kaart wie verantwoordelijk is voor het regelen van deze follow-ups, zodat je als administratie wel reageert op de populaire ideeën, en zo laat zien dat deze worden meegenomen in de beleidsbeslissingen.



Benut de beschikbare technologie: Het enorme voordeel van een digitaal platform is dat technologie je kan helpen om inzichten te halen uit een grote hoeveelheid gegevens. De beschikbare technologie zal per platform verschillen en bij CitizenLab werken we met **Natural Language Processing (NLP)**. NLP-technologie clustert de gedeelde ideeën en reacties geeft beleidsmakers inzicht in overkoepelende trends. Zo hielp deze technologie de Belgische Youth4Climate beweging om 1.700 ideeën te groeperen in 15 prioriteiten op het gebied van klimaatactie, die de beweging uiteindelijk deelde met politici.



Deel beleidsbeslissingen: de allerbelangrijkste follow-up is natuurlijk het resultaat van een project - en het uiteindelijke beleid. Overheden onderschatten het belang hiervan, maar als het lukt om op een bondige en aantrekkelijke manier resultaten te delen, zal dit enorme impact hebben op het aantal inwoners dat deelneemt aan een volgend project. Maak resultaten dus toegankelijk, geef duidelijk aan hoe participatie het beleid heeft geïnformeerd en probeer beleidsacties te visualiseren. Door deze informatie tastbaarder te maken, zullen inwoners het resultaat beter begrijpen en onthouden. Dit vergroot tevens de kans dat ze zich verbonden voelen met de beleidsbeslissing.

Een laatste tip...

Ana Zuljevic, Project Manager bij de Innovation Hauptplatz van de Oostenrijkse stad Linz: “Om je platform een succes te maken, kan het helpen om duidelijke processen in kaart te brengen, maar je leert ook veel door te doen. Je bent misschien wel goed voorbereid, maar als stad moet je accepteren dat er onderweg dingen gaan veranderen en dat je je moet aanpassen. Wees niet bang, **doe het gewoon!**”



Wil je inwoners online betrekken bij beleid? Wij staan klaar om te helpen!

CitizenLab heeft samengewerkt met **+125 lokale overheden** om digitale burgerparticipatie te lanceren. **Het participatieplatform biedt een mix van methoden**, waardoor overheden de toolbox per project anders kunnen inzetten. We laten je met plezier alle verschillende functionaliteiten zien en bespreken graag hoe het platform de participatieambities van jullie overheid kan ondersteunen.

[Vraag een gratis demo aan van het platform](#)



Ga van start met burgerparticipatie
in jouw stad of gemeente!

www.citizenlab.co



hello@citizenlab.co

citizenlab.co

Copyright - Alle rechten voorbehouden 2020