



Gemeente Amsterdam
Stadsdeel West

Gereedschapskist Participatie

Versie mei 2013

Inhoudsopgave

Inhoudsopgave	2
Inleiding	3
Vorbereiding	
Gouden regels	5
Beslisboom Participatie	5
Stap 1 Bepaal de context.....	5
Stap 2 Maak een doelgroep(en)analyse.....	5
Stap 3 Maak een krachtenveldanalyse.....	6
Stap 4 Bepaal de meest voor de hand liggende participatievorm	6
Stap 5 Stel een startnotitie en bijbehorend communicatieplan op	6
Uitvoering	
Inrichting van het participatieproces.....	8
Hoe bereik je je doelgroepen?	8
Communicatiemiddelen	9
Planning.....	9
Bijeenkomsten (werkvormen).....	9
Afronding	10
Bijlagen	
Bijlage 1: Faciliteren	11
Bijlage 2: Startbijeenkomst / kick-off	12
Bijlage 3: Brainstorm	12
Bijlage 4: Ontwerpgroep.....	13
Bijlage 5: Checklist bijeenkomst.....	13
Bijlage 6: Tijdens de bijeenkomst.....	14
Bijlage 7: Interessante links.....	15

Inleiding

Op 17 juli 2012 zijn de Kadernota 'Ruimte voor burgers in West' en de Uitwerkingsnota (zie [intranet](#)) en de bijbehorende Beslisboom (zie pagina 4) vastgesteld door de stadsdeelraad. Het dagelijks bestuur wil bewonersparticipatie mogelijk maken bij alle facetten van het stadsdeelwerk, waar dat kan. Bewoners kunnen vaker en eerder meepraten, meedenken, meewerken of meebeslissen óf zelf aan de slag, gefaciliteerd door het stadsdeel.

Wat betekent dat voor ons?

We geven meer ruimte aan burgers, zoeken altijd naar beïnvloedingsruimte voor burgers én naar mogelijkheden om die te creëren. Is die beïnvloedingsruimte er niet en ook niet te creëren, dan beperken we ons tot het informeren van burgers. Is er wel beïnvloedingsruimte (te creëren), dan streven we naar de meest vergaande vorm van participatie op de ladder van raadplegen, adviseren, coproduceren, meebeslissen en faciliteren. Als voorwaarde voor agendering in staven en DB geldt voortaan dat projectplannen en beleidsstukken een participatieparagraaf bevatten.

Hulpmiddelen

Bij de keuze voor de participatievorm en de ontwikkeling van de participatieparagraaf kun je gebruik maken van de Beslisboom Participatie (zie pagina 4). Verder kun je bij het opzetten, uitvoeren en bijstellen van participatietrajecten putten uit deze Gereedschapskist Participatie.

Gereedschapskist

De Gereedschapskist Participatie biedt geen kant en klaar recept, maar wel praktische informatie, aandachtspunten en adviezen over het gebruik van de Beslisboom Participatie en de uitvoering van participatietrajecten. Het is een 'dynamisch' product, dat - op basis van onze eigen behoeften en ervaringen - steeds weer kan worden aangevuld en bijgesteld.

Reacties en input zijn meer dan welkom, stuur ze (bij voorkeur per mail) naar [Gürbüz Yabas](mailto:g.yabaz@west.amsterdam.nl) (g.yabaz@west.amsterdam.nl).

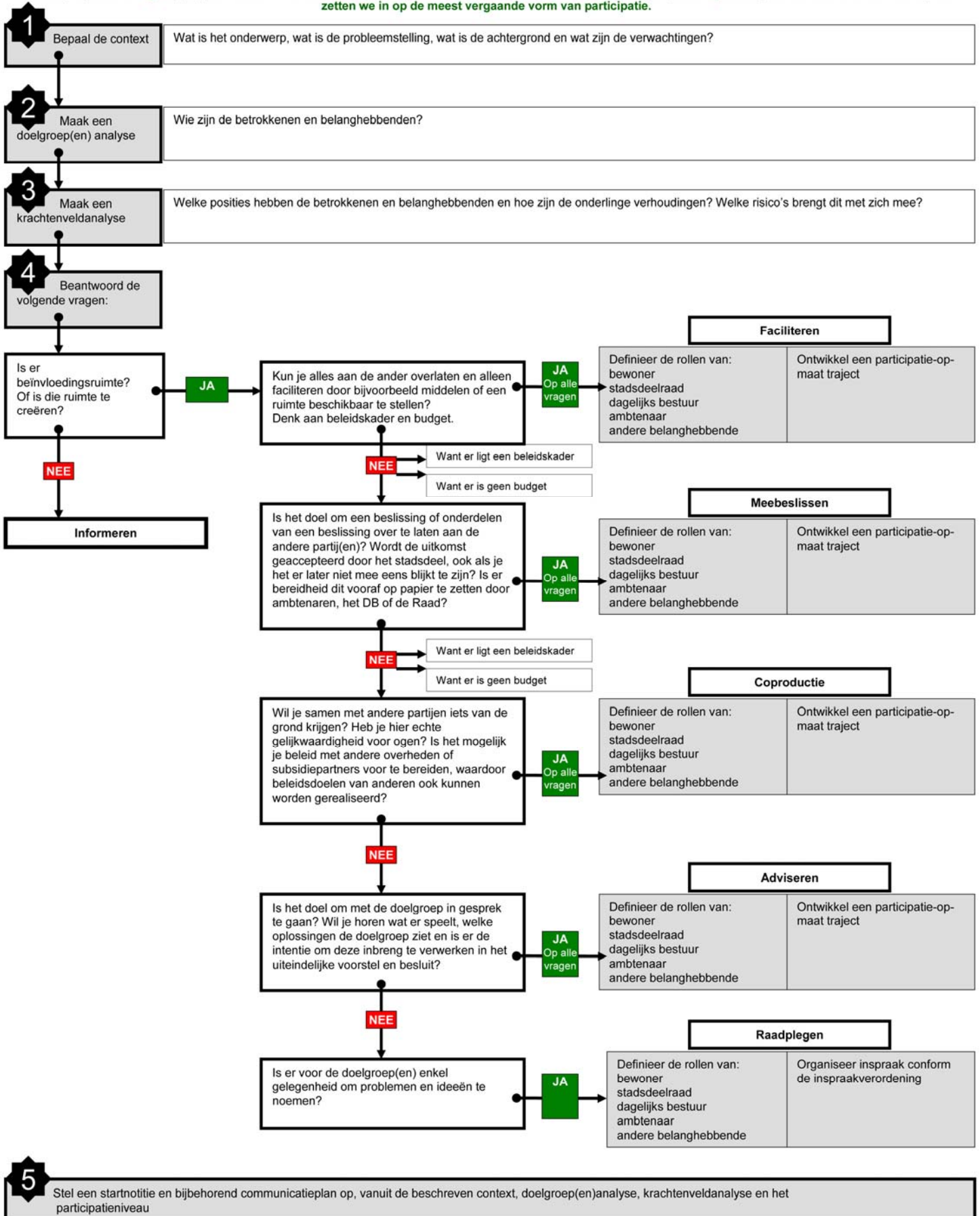
Voor jou niet aan de orde?

Denk niet te snel dat er in jouw werk geen participatietrajecten (meer) aan de orde zijn, bijvoorbeeld omdat je aan een lopend project werkt en/of omdat er bij jouw project of activiteit al participatie heeft plaatsgevonden. Het is van belang om ook in volgende fases – aan de hand van de Beslisboom – steeds opnieuw de mogelijkheden voor participatie te onderzoeken en uit te werken.

Behalve uit de Gereedschapskist Participatie, kun je ook putten uit de Gereedschapskist Communicatie (zie [intranet](#)).

BESLISBOOM PARTICIPATIE

Deze beslisboom is een hulpmiddel. Door een aantal vragen te beantwoorden geeft deze snel inzicht in de vorm van participatie die het beste past bij de specifieke context, bepaalde doelgroep(en) en krachtenveld van een inspanning. Is er geen beïnvloedingsruimte voor burgers, dan blijft het bij informeren. Is er wel ruimte, dan zetten we in op de meest vegaande vorm van participatie.



Gouden regels

1. Beweeg mee. Zorg voor maatwerk. Er is geen participatietraject hetzelfde.
2. Wees duidelijk. Over de randvoorwaarden, de mogelijkheden en onmogelijkheden. Geef de grenzen aan.
3. Geef ruimte. Aan ideeën en (verschillende) standpunten. Sta open voor verrassingen.
4. Houd oog voor de verschillende belangen én de mogelijkheden om er samen uit te komen.
5. Koppel terug. Zorg voor goede verslaglegging en houd iedereen op de hoogte van de ontwikkelingen.
6. Wees open en eerlijk. Zeg wat je doet, doe wat je zegt.

Beslisboom Participatie

Wordt het informeren, raadplegen, adviseren, coproductie, meebeslissen of faciliteren?

Maak die keuze aan de hand van de Beslisboom Participatie (zie pagina 4): (1) bepaal de context, (2) maak een doelgroep(en)analyse, (3) maak een krachtenveldanalyse, (4) bepaal de meest voor de hand liggende participatievorm en (5) stel een startnotitie en bijbehorend communicatieplan op. Hieronder worden deze stappen nader toegelicht.

Stap 1 Bepaal de context

Wat is het onderwerp, de probleemstelling, de achtergrond en wat zijn de verwachtingen van het project/de activiteit?

Belangrijk:

- Leg in de beginfase meteen contact met collega's die relevante kennis, ervaring en netwerken hebben (buurtcoördinator, communicatieadviseur, en anderen);
- Leeft het onderwerp in de buurt (of vinden alleen professionals het belangrijk)? Als je twijfelt, peil het dan, bijvoorbeeld via de buurtcoördinator en/of op een buurtoverleg. Als een onderwerp niet leeft, ligt een lager participatieniveau voor de hand;
- Zorg dat je je verhaal ook goed kunt overbrengen aan de buurt.

Stap 2 Maak een doelgroep(en)analyse

Wie zijn de betrokkenen en belanghebbenden?

Stel de doelgroepen vast en schat hun houding zo goed mogelijk in

Wie (bewoners, ondernemers, organisaties) hebben er belang bij (de uitkomsten van) het project?

Hoe staan ze er tegenover (positief, negatief, neutraal, betrokken, afwachtend, passief)?

- Onderscheid eerst zoveel mogelijk verschillende groepen om zeker te weten dat je iedereen in beeld hebt en kijk daarna of je kunt clusteren;
- Schakel zo mogelijk actieve bewoners, sleutelfiguren of de 'voorhoede' in om doelgroepen te benoemen;
- Probeer zo volledig mogelijk te zijn; als je doelgroepen over het hoofd ziet, voelen die zich later mogelijk gepasseerd, met alle gevolgen van dien;
- Denk niet alleen aan omwonenden, bezoekers/gebruikers, instellingen en organisaties, maar ook bijvoorbeeld aan potentiële of toekomstige bewoners en bezoekers/gebruikers;
- Denk ook aan 'negatief belanghebbenden' die tevreden zijn met de huidige situatie en liever geen veranderingen willen;
- Houd rekening met belanghebbenden die weinig vertrouwen hebben in de overheid en zich niet/onvoldoende gehoord voelen;
- Schat per doelgroep en per situatie in hoe je ze het beste kunt benaderen; houd daarbij ook rekening met het belang voor de verschillende doelgroepen om te participeren;
- Investeer in het inventariseren, benoemen en 'horen' van de verschillende groepen.

Bepaal per doelgroep wat je ermee wilt

Wie wil je consulteren of laten meebeslissen? Wie wil je alleen informeren?

Wat is de mogelijke bijdrage van de verschillende doelgroepen? Levert hun inbreng een nieuwe invalshoek?

Hoe en wanneer informeer je 'de rest' (die niet direct bij het proces betrokken is)?
Zorg dat je de buurt regelmatig op de hoogte stelt van de ontwikkelingen.

Stap 3 Maak een krachtenveldanalyse

Welke posities hebben de betrokkenen en belanghebbenden en hoe zijn de onderlinge verhoudingen?
Welke kansen en risico's brengt dit met zich mee?
Bij het maken van dit soort analyses kun je (bijvoorbeeld) gebruik maken van de Factor C-benadering (zie [intranet](#)).

Vraag je af:

- Wat willen de betrokkenen en belanghebbenden?
- Zijn er groepen met tegengestelde belangen?
- Zijn die belangen overbrugbaar?
- Blijkt uit eerdere contacten met vertegenwoordigers van die groepen dat ze bereid zijn compromissen te sluiten?

Stap 4 Bepaal de meest voor de hand liggende participatievorm

In de Beslisboom Participatie is daarvoor een aantal hulpvragen opgenomen (zie pagina 4).
Is er bijvoorbeeld geen beïnvloedingsruimte en is die ook niet te creëren, dan leidt de Beslisboom naar 'informereren'. Kun je daarentegen alles aan de ander overlaten en alleen faciliteren, door bijvoorbeeld middelen of een ruimte beschikbaar te stellen, dan leidt de Beslisboom naar 'faciliteren'.

Iedere participatievorm heeft zijn eigen kenmerken:

Faciliteren

Het bestuur laat los, laat initiatief/uitvoering aan de burger, biedt ondersteuning (tijd, geld, deskundigheid, materiële hulpmiddelen), wijst op randvoorwaarden.

Meebeslissen

Het bestuur geeft burgers en belanghebbenden de bevoegdheid om binnen randvoorwaarden (wetgeving, beleidskader) zelf te beslissen / beleid uit te voeren.

Coproductie

Het bestuur werkt op basis van gelijkwaardigheid met burgers en belanghebbenden samen.
Beleidskaders liggen op hoofdlijnen vast of worden ontwikkeld.

Adviseren

Het bestuur vraagt advies waarbij veel ruimte is voor inbreng en discussie. Beleidskaders liggen op hoofdlijnen vast of worden ontwikkeld.

Raadplegen

Het bestuur raadpleegt burgers en belanghebbenden over een gesloten vraagstelling binnen een gegeven probleemomschrijving. Beleidskaders liggen vast.

Informereren

Het bestuur informeert betrokkenen en belanghebbenden (bijvoorbeeld via een bijeenkomst).
Beleidskaders liggen vast.

Stap 5 Stel een startnotitie en bijbehorend communicatieplan op

Als voorwaarde voor agendering in staven en DB geldt dat projectplannen en beleidsstukken een participatieparagraaf bevatten. Die stel je op aan de hand van een aantal vaste kernvragen; dat zorgt voor duidelijkheid, voorkomt willekeur en stuurt in de goede richting (naar het faciliteren van bewonersparticipatie bij alle facetten van het stadsdeelwerk waar dat kan en nuttig is).

In de participatieparagraaf beschrijf je het (concept-)participatietraject-op-maat, aan de hand van o.a. deze kernvragen:

VOORBEREIDING

- Welk(e) doel(en) beogen we met participatie?
- Welk(e) resulta(a)t(en) verwachten we?
- Wie zijn de belanghebbende(n); hoe ziet het krachtenveld eruit (belangen, meningen, invloed)?
- Welke doelgroep(en) willen we laten participeren (en waarom)? Hoe bereiken we ze?
- Wat voor input willen we van deze doelgroep(en) en hoe halen we die op?
- Wat is de rol van de overheid (raad, DB, ambtelijke organisatie)?
- Hoeveel ruimte is er (beleidsruimte, tijd, geld, technische mogelijkheden)?
- Hoeveel ruimte kan/wil het stadsdeel (politiek-bestuurlijk en ambtelijk) geven?
- Hoeveel ruimte geeft de raad (aan de bewoners/buurtten en aan de ambtelijke organisatie)?

Vaste onderdelen van het participatietraject-op-maat zijn:

- Krachtenveldanalyse;
- Participatieniveau (informereren, raadplegen, adviseren, meebeslissen, coproduceren, faciliteren);
- Aanpak, middelen en methoden (traditioneel én vernieuwend);
- Rollen voor de verschillende partijen (bewoners/belanghebbenden, raad, DB, ambtelijke organisatie);
- Communicatie (in- en extern, vooraf, tijdens en achteraf, tijdig, transparant, eerlijk, helder, zorgvuldig).

Inrichting van het participatieproces

Bedenk, nadat je de (eerste vier) stappen van de Beslisboom hebt doorlopen, hoe je het participatieproces gaat inrichten.

- Bedenk welke expertise je wilt mobiliseren en of die aanwezig is bij de doelgroepen;
- Geef potentiële deelnemers duidelijk aan welke ruimte hen wordt geboden en wat de randvoorwaarden en grenzen zijn;
- Zorg dat de verschillende doelgroepen voldoende aan bod komen;
- Bedenk vooraf hoe je de inbreng gaat gebruiken/verwerken;
- Zoek ook bewoners/belanghebbenden die willen meedenken over het proces;
- Koppel terug aan de deelnemers hoe de inbreng is gebruikt/verwerkt;
- Informeer ook de andere belanghebbenden gedurende het hele project over de voortgang en de uitkomsten; bedenk daarbij per doelgroep wat de effectiefste methode is;
- Blijf ook de passievere en afwachtende belanghebbenden steeds informeren;
- Na verloop van tijd kunnen context, doelgroepen en krachtenveld veranderd zijn en kan het noodzakelijk zijn om een paar stappen terug te doen.

Specifieke aandachtspunten bij de verschillende participatievormen:

Meebeslissen begint met het aanstellen van een voor alle partijen acceptabele procesmanager die de procesinrichting in samenspraak met alle partijen op zich neemt. Belangrijk is om voor de start gezamenlijk de verschillende rollen, rechten en bevoegdheden en de procesinrichting vast te leggen.

Bij **Coproductie** krijgen burgers een gelijkwaardige rol; het is daarom van belang dat ze optimaal op de hoogte worden gesteld van alle mogelijkheden. Geef eerst volop ruimte voor ideeën (begin met een brainstorm of een variant daarop) en werk op basis daarvan het project verder uit, bijvoorbeeld in een ontwerpgroep.

Adviseren draagt het risico met zich mee dat burgers (te) hoge verwachtingen hebben van wat er met hun inbreng gaat gebeuren. Het stadsdeel haalt lokale kennis op, maar kan naar eigen inzicht besluiten wat daarmee wordt gedaan. Houd hier rekening mee:

Schep realistische verwachtingen door helder te communiceren over de mogelijkheden van burgers in een proces van 'adviseren'.

Geef in voorkomende gevallen duidelijk aan waarom met (een deel van) de inbreng niets wordt gedaan.

Over **Faciliteren** is extra informatie opgenomen in [Bijlage 1](#).

Hoe bereik je je doelgroepen?

- Zoek groepen op op de plek waar ze vaak samenkomen: bijvoorbeeld op straat, bij een welzijnsorganisatie, in een buurthuis/ruimte, bij de kerk/moskee, ouderruimte van scholen, jongerenclubs, verenigingen, hangplekken van jongeren...
- Zoek sleutelfiguren die anderen kunnen meetrokken;
- Gebruik contacten en netwerken van de buurtcoördinator/wijkbeheerder;
- Werk samen met (of vraag ideeën van) kunstenaars in de wijk die de doelgroepen kennen;
- Zet verschillende kanalen in.

Belangrijk:

- Overtuig je doelgroepen van nut en noodzaak om mee te doen. Wat hebben zij er zelf aan om mee te doen?
- Vraag je af of je zelf mee zou doen (en of je verwacht dat je vrienden/ burens/ ouders enz. dat zouden doen) en pas daar je verwachtingen/strategie op aan;
- De meeste mensen moet je actief opzoeken. Je bent er niet met het verspreiden van een flyer of een bericht op de website of in de stadsdeelkrant;

- Noteer (uiteraard alleen als je daarvoor toestemming krijgt) naam, adres, e-mail en telefoonnummer van je contacten, zodat je ze nog een keer kunt benaderen. Ga hier zorgvuldig mee om; geef concreet aan wat je met de gegevens gaat doen en wijk daar niet vanaf (respecteer de privacy-richtlijnen);
- Een reminder (mail, kaartje, telefoontje) vlak voor de bijeenkomst kan mensen over de streep trekken.

Communicatiemiddelen

- Pas je aan de doelgroepen aan: zorg ervoor dat de middelen die je gebruikt passen bij/ aankomen bij/ begrepen worden door/ gezien worden door/ herkend worden door de doelgroepen;
- Vaak zijn voor verschillende doelgroepen ook verschillende communicatiemiddelen nodig;
- Bedenk: hoe directer/ persoonlijker de uitnodiging, hoe groter de kans is dat men er gehoor aan geeft;
- Zet behalve traditionele middelen als brief, flyer, poster, ook digitale middelen als websites en Facebook in (waarbij je zo mogelijk aanhaakt bij bestaande groepen);
- Zorg voor een flyer/kaartje als je mensen op straat of tijdens een activiteit van een andere organisatie (ouderoetend op school enz.) uitnodigt, dan kun je ze een reminder meegeven.

Planning

Blijf realistisch, vooral als je een planning maakt voor een serie bijeenkomsten:

- Houd ruimte voor minstens één extra bijeenkomst;
- Zorg dat je voldoende tijd hebt om zo nodig (communicatie-/presentatie)materiaal te ontwikkelen;
- Te veel tijd tussen de bijeenkomsten vergroot het risico dat mensen afhaken (en maakt het proces meestal niet doorzichtiger);
- Met te veel bijeenkomsten kort op elkaar vraag je (te) veel van de belanghebbenden.

Bijeenkomsten (werkvormen)

Kies wat voor soort bijeenkomst(en) nodig zijn

Bij Raadplegen of Adviseren kun je het simpel houden en bijvoorbeeld een informatieavond of inloopmiddag organiseren. Bij Coproductie en Meebeslissen ga je uitgebreider te werk.

In Bijlagen 2, 3 en 4 vind je informatie en adviezen over drie types bijeenkomsten:

- [Startbijeenkomst / kick-off](#);
- [Brainstorm](#);
- [Ontwerpgroep](#).

Bereid de bijeenkomst(en) goed voor

Maak zo nodig gebruik van een checklist (zie [Bijlage 5](#)), met aandachtspunten en adviezen op het gebied van:

- Locatie;
- Tijdstip;
- Zaalinrichting;
- Ondersteunende middelen;
- Ontvangst;
- Gespreksleider.

Tijdens de bijeenkomst

Maak zo nodig gebruik van [Bijlage 6](#), waarin verschillende aandachtspunten zijn opgenomen, ook over omgaan met weerstand en omgaan met zelfbenoemde deskundigen.

Na afloop

Na tegenvallende opkomst:

- Bel na om te achterhalen waarom men niet geweest is;

- Heb je er alles aan gedaan? Maak dat duidelijk voor de beslissers en bespreek in overleg met degenen die wel meedoen, of en hoe je verder gaat.

Als nieuwe groepen zich later in het proces aandienen

- Neem ze serieus, ga in ieder geval met ze praten, om te horen wat ze willen, ze bij te praten over wat er al is, wellicht te verleiden om mee te gaan doen;
- Probeer ze in het proces te krijgen; lukt dat niet, neem dan wel hun inbreng mee en meld dat aan hen terug;
- Geef ze in een ontwerpgroep (enige) ruimte om van gedachten te wisselen over hun ideeën en zoek samen naar mogelijkheden om er iets mee te doen;
- Blijf steeds transparant over de (on)mogelijkheden van het moment.

Als je een doelgroep later in het proces bij een deelaspect betreft:

- Geef duidelijk aan wat je van hen verwacht;
- Bedenk van te voren wat je met de inbreng gaat/kan doen.

Afronding

Zorg ervoor dat de buurt van de uitkomsten op de hoogte gesteld wordt; doe dat op een manier die aansluit bij de start en eventuele tussenmomenten, zodat mensen het herkennen.

Richt je op alle doelgroepen, ook al zijn ze er niet allemaal bij geweest.

Geef aan:

- Wat er tot stand is gekomen dankzij bewoners;
- Of er nog inspraak mogelijk is;
- Wanneer het eindresultaat gerealiseerd wordt.

Belangrijk:

Verander je na de laatste bijeenkomst nog iets ingrijpends aan het ontwerp voor je het aan de buurt presenteert? Plan dan een extra overleg in, of informeer de meedenkers en vraag of ze behoefte hebben aan een extra overleg. Als je je gezamenlijke proces serieus neemt, moeten de meedenkers zich optimaal in het eindresultaat herkennen.

Koester belangrijke contacten:

- Zorg voor erkenning/ waardering;
- Bel nog eens;
- Betrek ze bij andere acties (maar waak ervoor ze te overvragen).

Bijlage 1: Faciliteren

Het volgende stuk is gebaseerd op het artikel van Meryem Kilic 'Derde generatie burgerparticipatie, hoe doe je dat?' uit 2008 ([artikel online](#)).

Faciliteren verschilt fundamenteel van de andere participatievormen. Waar het initiatief bij de andere participatievormen bij het stadsdeel ligt, ligt bij deze participatievorm het initiatief bij de burger. De volgende definitie, die spreekt over 'derde generatie burgerparticipatie', weet het treffend te verwoorden:

“Derde generatie burgerparticipatie ontstaat als de burger kansen ziet in zijn omgeving en zelf of samen met andere burgers werkt aan de ontwikkeling van iets moois op straat, in de wijk en de stad. De overheid kan een rol hebben bij derde generatie burgerinitiatieven, maar dat hoeft niet. Het speelt in eerste instantie tussen burgers en burgers, en de overheid komt in beeld als de burgers de overheid nodig hebben.”

Niet alle burgerinitiatieven zijn gelijk van aard. Er zijn drie burgerrollen met betrekking tot burgerinitiatieven, die alle drie ook een andere rol van de overheid vereisen:

1. De handen uit de mouwen-burger

De handen uit de mouwen-burger ziet kansen in zijn directe omgeving en steekt zelf de handen uit de mouwen en gaat aan de slag. Denk bijvoorbeeld aan iemand die zijn eigen straat schoonhoudt of andere bewoners aanspreekt over het gebruik van de broodbak. Deze burger is een doener en laat zich niet door regels of structuren belemmeren.

Hoe kan het stadsdeel een handen uit de mouwen – burger faciliteren?

Door WEL met gepaste afstand ruimte te bieden, soms ja te knikken, en soms ook mogelijkheden te bieden, bijvoorbeeld door het geven van een kleine stimulans in de vorm van middelen of door het geven van toestemming om iets te ontwikkelen of uit te voeren.

Door NIET in de weg te staan, initiatieven te blokkeren of te verhinderen door een strikte of te nauwe interpretatie van de regels.

2. De informele leider

De informele leider is leider van een specifieke groep, doordat hij fungeert als een rolmodel en/of zich inzet voor de eigen groep. Deze burger heeft een actief netwerk, weet goed wat er speelt in de omgeving en heeft bovendien een goed beeld van wat werkt en wat niet. De informele leider haalt mensen van de eigen groep uit een isolement en zorgt zo dat onbereikbare groepen bereikbaar worden. Ook kan hij mensen van zijn eigen groep motiveren en stimuleren om een actievere rol te hebben in de buurt.

Hoe kan het stadsdeel een informele leider faciliteren?

Door WEL de problemen die hij aankaart en de oplossingen die hij formuleert serieus te nemen, door hem steun of hulp te bieden wanneer nodig en door samen te werken aan oplossingen.

Door NIET de informele leider te institutionaliseren, want onafhankelijkheid stelt hem in staat een informele leider te zijn.

3. De ondernemende burger

De ondernemende burger heeft 3 M's: een mening, macht en middelen. Hij is ondernemend van aard en heeft zodoende een neus voor kansen en heeft een duidelijke mening over hoe hier iets mee gedaan kan worden. Hij heeft vaak ook macht of status binnen het stadsdeel, omdat hij zich heeft bewezen op een specifiek thema en daar vaak voor wordt benaderd. En hij heeft middelen: geld en/of mensen dat/die hij kan inzetten om zijn doel te bereiken en kan daarin ook samenwerken met niet gelijkgestemden. Hij brengt en haalt kennis, verbindt partijen en werkt samen met anderen aan problemen die de overheid zelf niet kan oplossen.

Hoe kan het stadsdeel een ondernemende burger faciliteren?

Door WEL de ondernemende burger te verbinden aan andere ondernemende burgers en/of een maatschappelijk doel en door het proces te faciliteren.

Door NIET het initiatief over te nemen.

Bijlage 2: Startbijeenkomst / kick-off

Bij intensievere participatietrajecten is een goede start belangrijk. Een goede start geeft een project vleugels, een slechte start haal je niet meer in. Steek er dus voldoende energie in.

Zorg bijvoorbeeld voor een duidelijk startmoment. Doe iets bijzonders wat aansluit bij het project/doel en de doelgroepen, bijvoorbeeld:

- Een 'toetermoment' met een band/ trommelaars om mensen naar hun raam te lokken zodat ze zien dat er iets gebeurt;
- Een kleine act door een of twee acteur(s), waarmee de aandacht wordt gevestigd op wat er staat te gebeuren. Je kunt acteurs inzetten om aandacht te vragen voor het evenement, om reacties te ontlokken op iets wat staat te gebeuren, om een stem te geven aan iets wat onder de oppervlakte bij veel mensen leeft enz.;
- Een marktkraam/tent op de plek waar iets gaat gebeuren;
- Een activiteit voor de doelgroep(en): markt, sportdag, spelletjes;
- Een tekenwedstrijd als het kinderen raakt.

Belangrijk:

- Maak duidelijk (en 'straal uit') dat de inbreng van bewoners belangrijk is voor het project;
- Zorg dat jouw project optimaal de aandacht krijgt; ga niet met een kleine, onopvallende kraam op een groot sportevenement staan;
- Zorg voor herkenbaarheid en wees daarin consequent (huisstijl, gebruik van de kindertekeningen waarmee je gestart bent, een bepaalde opzet van plattegronden enz.);
- Als mensen zich ergens voor op kunnen geven (brainstorm, ontwerpgroep enz.), geef dan duidelijk aan hoeveel tijd het ze gaat kosten en check of het moment dat je bedacht had (avond, middag) hen schikt. Wanneer blijkt dat er veel bezwaren zijn, zul je je planning moeten aanpassen en iedereen moeten informeren die zich heeft aangemeld.

Bijlage 3: Brainstorm

Brainstormen is in principe eenmalig. Dat maakt het gemakkelijker om er mensen voor te krijgen.

Verbind er een thema aan, bijvoorbeeld 'dromen over de toekomst'.

- Kader het niet te veel in, dat slaat de brainstorm dood;
- Elk idee is bruikbaar, want het 'rare' idee van de één kan een ander op een volgend idee brengen;
- Wees er helder over dat niet alles kan worden gerealiseerd. De meeste mensen zijn realistisch genoeg om dat te begrijpen;
- Als de brainstorm niet op gang komt, stel dan vragen als: Wat doe je over tien jaar? Wat doen je kinderen? Woon je dan nog hier? Stel dat jij mag bedenken hoe de einduitkomst/het eindresultaat is, wat zie je dan voor je? Wat zou je er(mee) willen doen? Kan dat nu? Zou dat beter kunnen? Wat is er nodig? (en pas de vragen vervolgens verder aan aan het project);
- Een verslag in de vorm van 'wordcloud' kan handig/leuk zijn. Wordclouds zijn wel moeilijk te doorgronden voor mensen die leesblind of laaggeletterd zijn; zet bij de instellingen alle woorden horizontaal (zoals [Wordle](#) of [Tagxedo](#)).

Varianten/aanvullingen op een brainstorm:

- Laat foto's maken van wat er (niet) goed is, of wat men elders goed vindt. Je kunt ook zelf foto's maken, maar daaraan kleeft het risico dat je teveel stuurt;
- Laat ideeën noteren op post-its; laat prioriteren met behulp van stickers. Dit vergt wel de nodige taligheid van de deelnemers; laat ze zo nodig in groepjes werken (dat werkt bovendien wat sneller);
- Laat tekeningen maken (dit is vooral geschikt voor kinderen); je kunt later in het proces weer iets met de tekeningen doen;
- Huur een tekenaar in die tijdens de brainstorm mee-tekent. Zeker bij wat grotere groepen volwassenen biedt dat een gezamenlijk beeld (dat je ook verder in het proces kunt gebruiken); bovendien herkennen mensen die minder 'talig' zijn hun inbreng (bijvoorbeeld [Tekenaar aan tafel](#) of [Zone 5300 sneltekenen](#)).

Belangrijk:

Niet iedereen praat even makkelijk in een grote groep. Werk in subgroepjes als er meer dan 15 á 20 mensen zijn; geef een duidelijke instructie, check of die begrepen is en zorg voor een goede verslaglegging/ terugkoppeling (bijvoorbeeld door collega's).

Bijlage 4: Ontwerpgroep

In een ontwerpgroep zitten mensen die een aantal bijeenkomsten mee willen doen. Zij vertegenwoordigen elk een deelbelang. Een ontwerpgroep kun je bijvoorbeeld inzetten bij Coproductie.

Vooraf:

- Zorg ervoor dat alle belangen in de groep vertegenwoordigd zijn of dat er in elk geval inbreng van alle belangengroepen beschikbaar is;
- Maak de groep niet te groot; het proces wordt dan moeilijk te beheersen. Laat mensen eventueel in duo's werken (de ervaring leert dat niet iedereen altijd aanwezig kan zijn). Wees in het begin ook weer niet al te bang voor een te grote groep; er vallen gaandeweg altijd mensen af.

Eerste bijeenkomst:

- Zorg voor structuur, maar geef de aanwezigen ook zo veel mogelijk ruimte;
- Wees helder over de randvoorwaarden: wat kan wel en wat kan niet?;
- Geef aan wat je verwacht van de aanwezigen, hoeveel bijeenkomsten, hoeveel tijd per bijeenkomst, eventueel 'huiswerk' (zoals het maken van foto's);
- Houd er rekening mee dat het bovenstaande al behoorlijk veel tijd kost, maar zorg ook voor een inhoudelijk agendapunt: laat bijvoorbeeld zien wat er al gedaan is, binnen het stadsdeel of met (groepen) bewoners of vertel wat er uit eerdere brainstormen is gekomen en hoe je daarmee aan de slag wilt gaan.

Bijlage 5: Checklist bijeenkomst

Locatie

- Kies een locatie in de buurt, die past bij het doel en de doelgroep (hoe dichterbij hoe beter);
- Denk bijvoorbeeld aan een multifunctionele accommodatie (MFA) of een schoollokaal;
- Realiseer je dat het stadsdeeltkantoor voor veel mensen een hoge drempel heeft;
- De locatie moet goed bereikbaar, laagdrempelig en toegankelijk zijn voor alle bewoners (ook voor mensen die bijvoorbeeld slecht ter been zijn).

Tijdstip

- Zorg voor een tijdstip dat bij de doelgroep(en) past;
- Let ook op voetbalwedstrijden, feestdagen, concurrerende bijeenkomsten in het stadsdeel of voor de betreffende groep, etc.
- Rond etenstijd is vooral voor ouders met kleine kinderen lastig;
- Zondagmiddag is voor professionals misschien minder aantrekkelijk, maar kan wel weer zorgen voor een grotere opkomst.

Zaalinrichting

- Zorg voor een opstelling die uitnodigt om samen te praten, dus geen bioscoopopstelling, maar een u-vorm of cirkel; de aanwezigen moeten elkaars gezicht kunnen zien om gemakkelijk op elkaar te kunnen reageren;
- Als mensen iets op moeten schrijven, zorg er dan voor dat ze aan een tafel kunnen zitten en zorg voor voldoende pennen en papier.

Ondersteunende middelen

Microfoon:

- Is de zaal groot of heb je (hebben de sprekers) een zachte stem, zorg dan voor een microfoon. Nadeel daarvan is wel dat het de bijeenkomst wat officieel en afstandelijk maakt, dus als het even kan, liever niet.

Powerpointpresentatie:

- Kan in principe veel verduidelijken, maar vergroot ook de afstand tussen professionals en bewoners. Voor mensen die het niet gewend zijn is het imponerend en het kan het gevoel geven dat 'ze' het allemaal al bedacht hebben;
- Is niet zo flexibel (even snel een paar plaatjes terug schakelen is lastig);
- Mensen moeten opstaan en naar het scherm lopen om iets aan te wijzen.

Flip-over/plattegronden:

- Bij het tekenen op een flip-over (of grote plattegronden) zien mensen iets ontstaan in plaats van dat je ze confronteert met iets dat je vooraf hebt bedacht en in dat in één keer op het scherm te zien is.

Ontvangst

- Zorg dat je minstens een half uur van te voren gereed bent om mensen te ontvangen (dus ook dat je de apparatuur en andere zaken dan al gecheckt hebt en dat alles werkt en in orde is, zodat je optimaal aandacht hebt voor de vroegkomers);
- Houd er rekening mee dat niet iedereen zal komen; een deel heeft wellicht uit beleefdheid toegezegd;
- Zorg meteen voor een goede, gastvrije sfeer: heet iedereen persoonlijk welkom bij binnenkomst, bied wat te drinken aan (iets lekkers erbij wordt meestal erg gewaardeerd);
- Bied hulp aan mensen die slecht ter been zijn, leid ze zo nodig naar een zitplaats;
- Ga niet met een groepje ambtenaren bij elkaar staan, maar meng je in het gezelschap en leg contacten (ook met mensen die je nog niet kent).

Gespreksleider

- Dit kan de projectleider, een (onafhankelijke) extern ingehuurde persoon of een collega zijn. Via de interne Trainerspool West kom je in contact met collega's die in principe beschikbaar zijn als gespreksleider (zie [intranet](#));
- De gespreksleider moet 'zijn handen vrij hebben' om de orde van de vergadering te bewaken; dat is lastig als hij/zij ook nog zelf een inleiding of presentatie moet verzorgen.

Taken, de gespreksleider:

- Leidt het onderwerp in, licht het participatietraject en de bijbehorende rollen van burgers en het stadsdeel toe en bespreekt zo nodig de spelregels van de bijeenkomst;
- Geeft de aanwezigen voldoende ruimte en tijd voor inbreng, vragen en discussie;
- Zorgt dat iedereen aan bod komt;
- Leidt weerstand in goede banen;
- Is 'neutraal': reageert hetzelfde op professionals als op bewoners (wie te veel uitweidende professionals alle ruimte biedt, kan bewoners daarna niet kort houden);
- Waakt ervoor dat wat er gebeurt voor iedereen te volgen is;
- Vraagt bij professionals door als die moeilijke woorden of jargon gebruiken;
- Leeft zich in in de aanwezigen, let op hun reacties en lichaamstaal (luisteren ze aandachtig of haken ze af?) en speelt daarop in;
- Bewaakt de transparantie in het proces;
- Houdt het leuk/ gezellig/ veilig;
- Streeft ernaar dat iedereen de bijeenkomst tevreden verlaat.

Bijlage 6: Tijdens de bijeenkomst

Aandachtspunten:

- Zorg voor een 'veilige' sfeer, zodat bewoners hun mening durven geven en zich niet geïntimideerd voelen door andere aanwezigen/ buurtbewoners;
- Probeer mensen (en jezelf!) te laten denken in mogelijkheden, niet in beperkingen;
- Probeer bewoners die te lang doorpraten in te perken, wanneer je merkt dat anderen erdoor afhaken;
- Laat ook negatieve geluiden toe en probeer uit te vinden wat de onderliggende boodschap is en hoe je 'negatieve geluiden' kunt ombuigen in een constructieve bijdrage aan het proces;

- Accepteer verschillen; wees niet te bang voor confrontaties tussen de verschillende groepen; misschien zijn er compromissen mogelijk;
- Soms komen mensen met iets dat totaal buiten de orde is. Ga er kort op in (zonder discussie) en/of geef aan dat er op een ander moment (bijvoorbeeld tijdens de pauze) individueel op teruggekomen wordt omdat de anderen hier niet voor gekomen zijn.

Omgaan met weerstand

Soms is er veel weerstand tegen een idee/ voorstel omdat bewoners het niet ervaren als de oplossing van hun probleem. Ga erop in, achterhaal zo mogelijk wat de weerstand veroorzaakt en probeer er ter plekke iets aan te doen:

- Houd zo nodig een korte pauze om met collega's te overleggen;
- Kun jij (kan het stadsdeel) iets doen om het probleem op te lossen of moet de oplossing van een andere partij komen? Geef dat aan, maar verwijst niet 'koud' door (zorg dat duidelijk is wie contact gaat leggen, bied zo nodig aan dat zelf te doen);
- Wees zo duidelijk mogelijk over wie welke vervolgstap gaat zetten en wanneer/hoe wordt teruggekoppeld;
- Zorg dat mensen zich in elk geval gehoord en begrepen voelen;
- Geef vervolgens aan dat je er nu niet meer aan kunt doen en dat je door wilt gaan met het programma. De kans is klein dat alle aanwezigen de weerstand steunen; de rest wil (waarschijnlijk) door met het programma.

Omgaan met zelfbenoemde deskundigen ('buurtburgemeesters')

- Neem ze serieus, maar houd ze 'kort' (vooral als je merkt dat anderen afhaken);
- Stel eventueel voor om na of buiten de bijeenkomst individueel verder te praten (bijvoorbeeld met een deskundige van het stadsdeel);
- Kies er eventueel voor hen van te voren te spreken en maak tijdens de bijeenkomst duidelijk dat hun inbreng in de overwegingen wordt meegenomen.

Bijlage 7: Interessante links

www.hetnieuwetussen.nl

www.participedia.nl

www.stadlabamsterdam.nl