

A W A R E N E S S

# Participatie als maatschappelijke trend

*White paper – Achtergrond informatie*



Berghauser Pont Academy | online cursus | april 2021

## Kansen voor online participatie

### Inleiding

De huidige tijd maakt dat we participatie op een andere manier moeten organiseren. Fysiek bij elkaar komen om meer te weten te komen tijdens een informatieavond of om mee te denken tijdens een burgerforum is nu lastiger te organiseren. Meer dan ooit moeten we creatieve, digitale oplossingen inzetten voor interactie met en tussen groepen stakeholders.

Digitaal is veel mogelijk. We ontdekken dat overleggen en samenwerken ook prima kan zonder in dezelfde ruimte te zitten. Iedereen heeft snel veel geleerd en dat geldt niet alleen voor mensen die vanuit professioneel oogpunt inmiddels veel online zijn. Ook sociale contacten vinden steeds meer digitaal plaats, via een app op de telefoon of een online tool.

Dit alles biedt kansen voor online participatie. Kennis van de verschillende tools is al aanwezig. Mensen herkennen het voordeel van met weinig moeite mee kunnen doen op een plek die hen past. Het zal een deel van de mensen sneller overtuigen om mee te doen, omdat digitaal soms makkelijker is dan naar een zaaltje gaan. Onze ervaring leert dan ook dat digitale participatie zeker kan en zijn meerwaarde heeft.



### Aan de slag: een goed begin is het halve werk

Ook bij het vormgeven van een digitale participatieaanpak vragen complexe opgaven om duurzame oplossingen. Die ontstaan pas wanneer mensen op een goede manier betrokken worden. Dat lukt alleen wanneer er een juiste balans is tussen kennis van de inhoud en de invloed die deze kennis heeft op stakeholders en wat zij inbrengen. Door vanaf de start van het proces deze twee zaken te ontwikkelen, groeit de samenhang. Dat versterkt het draagvlak voor het proces en de acceptatie van de uiteindelijke uitkomst.

De hoeveelheid beschikbare apps en tools voedt de neiging direct te willen kijken naar welke middelen ingezet kunnen worden. Om te zorgen dat er gezamenlijk draagvlak voor de uiteindelijke keuzes ontstaat, adviseren we echter eerst stil te staan bij de inrichting van het proces. Dan wordt helder of de gekozen tools inderdaad de gewenste mate van participatie opleveren. Dit voorkomt dat mensen mogelijk teleurgesteld afhaken. Vragen die helpen bij de inrichting van het proces zijn:

- Wie zijn stakeholders bij een bepaald plan of idee of initiatief?
- Waarom willen we dat stakeholders participeren?
- Wat is het doel van de participatie?
- Hoeveel ruimte biedt de initiatiefnemer aan deelnemers om invloed uit te oefenen?
- Welke inhoudelijke issues spelen een rol?
- Welke stakeholders willen we wanneer en met welke intensiteit betrekken?
- En (hoe) willen stakeholders dat zelf ook?

Op basis van de antwoorden op deze vragen bepaal je de verdere aanpak en uiteindelijk de in te zetten tools. De te kiezen aanpak hangt zo af van de opgave en de betreffende (groep) stakeholders. Het is dus slim te starten met een (beknopte) issue- en stakeholderanalyse.

### Gelaagde participatie

Voor het betrekken van belanghebbenden wordt vaak één participatieniveau gekozen: één van de treden uit de participatieladder. In de praktijk is dat ene niveau vaak te beperkt. Bij zo'n *one size fits is all* aanpak ligt 'participatiefrustratie' al snel op de loer. Niet elke belanghebbende kan, moet of wil even intensief betrokken zijn. Kies je voor een aanpak waarop iedere belanghebbende op dezelfde manier mee moet doen, dan wordt de ene participant overvraagd en geacht meer te participeren dan zij zelf mogelijk willen en kunnen, terwijl de ander het juist niet intensief genoeg vindt en het gevoel krijgt niet gehoord te worden.

Tegelijkertijd vragen projectleiders zich af waarom er zo weinig mensen actief mee doen. Wij kiezen – afhankelijk van het onderwerp en de speelruimte – daarom vaak voor een gelaagde participatiestructuur, waarbij verschillende groepen gelijktijdig participeren. Elk op een passend participatieniveau en met een daarbij horende verwachte en gewenste inzet. Welke stakeholder op welk niveau en op welke wijze participeert wordt vooraf bepaald met de opdrachtgever.

Het grote voordeel van deze gelaagde benadering is dat elke (groep) stakeholder(s) op maat betrokken kan zijn, passend bij belang en ruimte voor beïnvloeding van een plan. Het verkleint de kans op participatiemoeheid en leidt tot betere plannen met meer draagvlak.

We onderscheiden de volgende vier participatieniveaus:

- Informeren
- Consulteren
- Adviseren
- Coproduceren



### Informeren

Bij informeren (wat eigenlijk een communicatieniveau is en geen niveau van participatie) gaat het om iedereen die goed geïnformeerd moet worden, omdat ze vroeger of later met een plan te maken krijgen. Dat staat nog even los van of een plan hen heel erg raakt of er maar heel zijdelings iets van zullen merken. Om deze laatste groep goed te bereiken, is een laagdrempelig aanbod bestaande uit zowel offline als online middelen van belang. Naar mate mensen meer door een plan geraakt worden zal informeren niet meer volstaan en kunnen ze beter in een van de volgende participatieniveaus betrokken worden. Dan zal de informatieverstrekking die bij dat niveau hoort ook intensiever zijn.

### Consulteren

Plannen of voorstellen hebben invloed op de omgeving of het dagelijkse leven van mensen die erdoor worden geraakt. Soms positief, soms negatief en soms valt met de veranderingen prima leven. Om af te kunnen wegen of het voordeel van de een niet te zwaar drukt op de ander moet je de verschillende belangen raadplegen. Bij consulteren gaat het erom de uiteenlopende visie en meningen op te halen bij verschillende groepen belanghebbenden en belangstellenden. Consulteren verplicht tot goed luisteren wat mensen inbrengen en netjes terug te koppelen wat je met hun opmerkingen doet of hebt gedaan. Maar consulteren is geen belofte dat je ook zal overnemen wat mensen inbrengen. De resultaten kunnen wel worden gebruikt als input voor een participatiekerngroep in het volgende participatieniveau.

### Adviseren

Bij adviseren gaat het ook om stakeholders die vanuit grote betrokkenheid of een groot belang, dan wel vanwege hun bijzondere expertise, gevraagd zijn om te adviseren op een plan of voornemen. Denk hierbij aan een participatiekerngroep of een adviesgroep. Zij adviseren over de inhoud en kwaliteit van oplossingen, scenario's en varianten. Aan de waarden, functies, thema's en trends die zij signaleren en inbrengen wordt groot belang gehecht, omdat zij deskundig zijn of een belangrijke spreekbuis zijn. Bij een adviserende rol hebben de participanten speciale rechten en plichten: hun advies wordt in principe overgenomen, maar daar staat tegenover dat van hen ook een gedegen bijdrage in tijd en inzet wordt verlangd. Ze hebben dus veel invloed, maar zijn niet verantwoordelijk voor (delen van) ontwikkeling en realisatie.

### Coproduceren

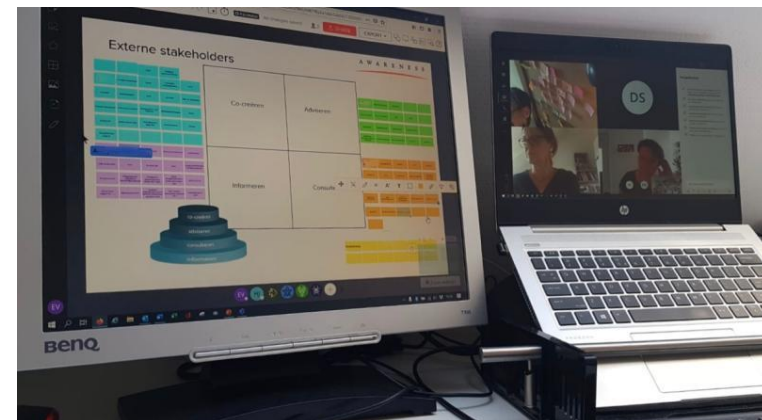
Stakeholders die coproduceren zijn stakeholders met een zeer groot toegekend belang. Vanuit dit belang en een grote betrokkenheid zijn zij gevraagd een feitelijke bijdrage te leveren aan het te realiseren plan of project (de 'productie'). Denk bijvoorbeeld aan de samenwerking tussen de gemeente en een ontwikkelaar bij het realiseren van een woonwijk. Van hen mag een actieve inzet verwachten door mee te doen aan de participatie en mede vorm te helpen geven aan het proces. Stakeholders die op dit niveau meedoen zijn medeverantwoordelijk voor (delen van) de ontwikkeling en de realisatie.

### Het kiezen van de juiste tools

Goed inzicht in wat gevraagd en verwacht wordt van (de rol van) participanten zorgt ervoor dat een (passende) keuze gemaakt kan worden uit de beschikbare tools. We kiezen hier vooral de online oplossingen voor zaken die fysiek (even) niet meer mogelijk lijken. Dat betekent echter niet dat offline tools niet (meer) in te zetten zijn.

Ook nu kan de conclusie zijn dat een (deels) offline aanpak het beste werkt bij het gekozen doel en de gewenste stakeholders. Als je weet waarom je iets wilt en met wie, kun je creatief kijken naar je ideale aanpak. In die aanpak is vaak een mix het effectiefst: digitale media en fysiek drukwerk, digitaal 'bijeenkomen' en fysieke ontmoetingen. Zo ontstaat een proces waarin online en offline elkaar versterken en lukt het om zo veel mogelijk mensen de kans te geven mee te doen.

Op de volgende pagina's geven we een aantal voorbeelden van digitale tools die je in aanvulling op fysieke participatie bijeenkomsten kunt inzetten. We hebben de tools ingedeeld naar een paar veel voorkomende werkvormen waaraan je in participatieprocessen behoefte kunt hebben.





## 1 - Participatiebijeenkomst

De kern van je participatie is waarschijnlijk een fysieke bijeenkomst. Een moment waarop mensen met elkaar in gesprek kunnen en vooral elkaar in de ogen kunnen kijken. Dat maakt participatie ook zo waardevol, want door elkaar te zien, krijg je meteen een beter gevoel bij de intenties van mensen. Dat zorgt voor begrip en daar geloven we bij Awareness in. Vaak organiseren we daarom klankbordgroepen, denktanks en soms zelfs burgerfora. Door de coronacrisis is dat ineens niet zonder meer mogelijk en daarom hebben we goed nagedacht over online manieren om te participeren.



### Mentimeter

Via Mentimeter kan je eenvoudig presentaties geven en mensen interactief betrekken bij je thema.

Gebruiksgemak: ★ ★ ★ ★ ★



### Microsoft Teams

Microsoft Teams laat je mensen interactief informeren en laat hen direct vragen stellen. Handig is de Office-integratie.

Gebruiksgemak: ★ ★ ★ ★ ★



### WebEx

Alternatief voor Zoom en Microsoft Teams, ontwikkeld door Cisco en laat je presenteren en interactieve sessies houden.

Gebruiksgemak: ★ ★ ★ ★ ★



### Zoom

De meest toegankelijke tool voor online sessies. Biedt veel mogelijkheden en is makkelijk te gebruiken.

Gebruiksgemak: ★ ★ ★ ★ ★

## 2 - Informatieavond

Normaal zou je buurtbewoners inlichten over je plannen door ze voor een informatieavond of een inloopavond uit te nodigen. Daar kan je ze immers alle informatie geven die ze nodig hebben en het nodige draagvlak voor je plannen creëren. Maar een traditionele informatieavond is voorlopig geen optie en dus moeten we op zoek naar alternatieven. Wat te denken van een webinar via YouTube, of een video die je streamt via Vimeo. Of een magazine via Foleon, of een Zoom-call waar mensen ook vragen kunnen stellen?



### Foleon

In plaats van een informatieavond, kan je mensen ook een brochure of magazine sturen met alles dat ze moeten weten.

Gebruiksgemak: ★ ★ ★ ★ ★



### YouTube

Microsoft Teams laat je mensen interactief informeren en laat hen direct vragen stellen. Handig is de Office-integratie.

Gebruiksgemak: ★ ★ ★ ★ ★



### Vimeo

Houd een livestream en praat mensen bij over je onderwerp. En via YouTube kan je ze ook vragen laten stellen.

Gebruiksgemak: ★ ★ ★ ★ ★



### Zoom

De meest toegankelijke tool voor online sessies. Biedt veel mogelijkheden en is makkelijk te gebruiken.

Gebruiksgemak: ★ ★ ★ ★ ★

### 3 - Workshops en trainingen

Een workshop of training kan je face-to-face houden, maar je kan hem ook prima digitaal verzorgen. Denk aan een YouTube-livestream waar je een verhaal houdt en je publiek de kansen geeft om vragen te stellen. Ook via Vimeo kan je goed een training geven. Wil je echter een workshop houden, dan zal je een interactieve sessie moeten organiseren waarbij je zelf ook naar je publiek kan kijken. Dat doe je via Zoom, waar je mensen ook zelf kan zien.



#### YouTube

YouTube maakt het makkelijk om trainingen te geven, waarbij je publiek via de chat vragen kan stellen.

Gebruiksgemak: \* \* \* \* \*



#### Vimeo

Plaats op Vimeo een (beveiligde) video van jezelf en het verhaal dat je wil houden.

Gebruiksgemak: \* \* \* \* \*



#### Zoom

De meest toegankelijke tool voor online sessies. Biedt veel mogelijkheden en is makkelijk te gebruiken.

Gebruiksgemak: \* \* \* \* \*

### 4 - Interview

Een goed gesprek voer je het liefst fysiek. Maar als het echt niet anders kan, is videobellen een mooi alternatief. Belangrijk bij een interview is dat het een toegankelijke techniek is en dat je elkaar kan zien. Ook kan het erg handig zijn als je een gesprek kan opnemen. Op basis daarvan komen wij tot de volgende drie voornaamste tools voor interviews.



#### Microsoft Teams

Als je iemand wil interviewen en het gesprek wil opnemen, is Microsoft Teams een goede oplossing.

Gebruiksgemak: \* \* \* \* \*



#### Zoom

Ook voor Zoom geldt dat je makkelijk iemand kan interviewen en het gesprek bijvoorbeeld kan opnemen.

Gebruiksgemak: \* \* \* \* \*



#### WhatsApp

Met miljoenen gebruikers wereldwijd is het de meest gebruikte berichtenapp. En videobellen is erg makkelijk.

Gebruiksgemak: \* \* \* \* \*

### 5 - Meningspeiling

Wil je bijvoorbeeld een enquête organiseren, dan kon je dat tot de coronacrisis op drie manieren doen: volledig digitaal, volledig fysiek of een combinatie daarvan. Die combinatie is nog altijd het beste: stuur mensen bijvoorbeeld een brief om hen te wijzen op een online enquête. Hoe dan ook zijn er veel zeer toegankelijke manieren om online vragenlijsten op te stellen en aan mensen op te sturen.



#### Google Forms

Een eenvoudige oplossing waar je mensen ook de ruimte kan geven om zelf antwoorden uit te tikken.

Gebruiksgemak: ★ ★ ★ ★ ★



#### SurveyMonkey

De meest gebruikte software voor enquêtes. Dit maakt het makkelijk resultaten te analyseren.

Gebruiksgemak: ★ ★ ★ ★ ★



#### Maptionnaire

Maak het visueel met behulp van Maptionnaire. Laat zien waar het over gaat en vraag mensen daarop te reageren.

Gebruiksgemak: ★ ★ ★ ★ ★

### 6 - Omgevingsmanagement

Langlopende participatieprojecten zijn uiterst complex om te organiseren in deze tijden van corona. Gelukkig zijn er ook goede online tools om de omgeving op langere termijn te betrekken bij je participatieproces. Geef mensen de kans om mee te denken en te stemmen, met elkaar in gesprek te gaan en zo gezamenlijk tot conclusies te komen.



#### METT

Neem de omgeving mee in complexe opgaves, informeer bewoners en geef een terugkoppeling op vragen.

Gebruiksgemak: ★ ★ ★ ★ ★



#### Buurbook

Een digitale omgeving waar bewoners en professionals met elkaar in gesprek kunnen. Snel op te zetten.

Gebruiksgemak: ★ ★ ★ ★ ★



#### Consul

Vraagt meer werk om op te zetten, maar het meest complete platform van al. Maakt online debat goed mogelijk.

Gebruiksgemak: ★ ★ ★ ★ ★

A W A R E N E S S



Awareness B.V.  
Zeestraat 84  
2418 AD Den Haag

KvK 27138129  
BTW NL.8006.37.896.B.01  
IBAN NL30 INGB 0002 9720 45