

DIGITALE PARTICIPATIE IN BADHOEVEDORP



Gemeente Haarlemmermeer heeft [JouwBadhoevedorp.nl](https://www.jouwbadoevedorp.nl) ingezet om bewoners en ondernemers digitaal te laten participeren. Na het omleggen van de A9 is er ruimte voor vernieuwing van het centrum met winkels, woningen en een dorpsplein en de gemeente nodigt Badhoevedorpers uit om mee te denken over het nieuwe centrum.

In de maanden juli en augustus kon Badhoevedorp meedenken over de functies, de sfeer en het uiterlijk van het nieuwe dorpsplein en de stijl van de gebouwen eromheen. Zo'n 900 mensen schreven zich in op [JouwBadhoevedorp.nl](https://www.jouwbadoevedorp.nl) en een bruisende activiteit is ontstaan met het indienen van ideeën, het beantwoorden van open vragen en het stemmen op bouwstijlen..

Hoe hebben ze dit voor elkaar gekregen? Wat werkt(e) en wat niet? Welk proces hebben ze doorlopen en welke keuzes hebben ze gemaakt? En wat kunnen ze zeggen over de resultaten? De Proeftuin Digitale Democratie ging in gesprek met [Omgevingsmanager Bart van Eijk](#).

HOEZO DIGITALE PARTICIPATIE

We vallen meteen met de deur in huis: waarom heeft Haarlemmermeer voor dit traject gekozen voor digitale participatie? Het antwoord is duidelijk: de inzet was vooral om via digitale participatie ook nieuwe mensen te bereiken; mensen die normaal gesproken niet op participatieavonden komen of die zich hier niet (durven te) laten horen. "Op de traditionele bewonersavonden komen veelal mensen die veel tijd hebben, heel betrokken zijn en voor een groot deel 50+ zijn. Dan mis je een hele grote groep. Met deze digitale participatie wilden we vooral ook de mensen horen die we normaal niet horen", aldus Bart.

Er zit een verhaal achter deze keuze. Er wordt al 10 jaar gepraat over de vernieuwing van het centrum. Het gemeentebestuur, de ondernemers en de grondeigenaren vonden het belangrijk om een volgende stap te zetten in de ontwikkeling van een nieuw centrum. Het project heeft een historie als het gaat om participatie; de meningen lopen uiteen en er zijn mensen die teleurgesteld of gefrustreerd zijn over besluiten die zijn genomen. "De gevoeligheid is er, maar er moest nu echt snel wat gebeuren", vertelt Bart. "Mede door wat ik gezien had op Zuidas en bij andere projecten, bedachten we dat digitale participatie een goede methode zou kunnen zijn en we besloten dit in te zetten op een specifiek deel van het centrumgebied."

"Met deze digitale participatie wilden we vooral ook de mensen horen die we normaal niet horen."

Het team heeft de methode en aanpak van digitale participatie uitgewerkt en besproken met de wethouder. "Dit was voor haar ook een belangrijk onderwerp, mede vanwege de gevoeligheden. Zij kon zich vinden in deze keuze en heeft dit vervolgens ook echt als aanpak uitgedragen", licht Bart toe.

[De proeftuin Digitale Democratie](#) is een initiatief van het ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (BZK), met steun van ICTU, gemeenten en een aantal externe partners. ICTU is een overheidsstichting, een onafhankelijke advies- en projecten organisatie die werkt aan een betere digitale overheid.

Foto: website Gemeente Haarlemmermeer

S TRAKKE TIJDLIJN EN TOOLKEUZE

"We hadden weinig tijd. In april van dit jaar (2019) is besloten dat we het zo zouden gaan doen. Toen hadden we nog ruim een maand om alles in te richten, want we hadden bedacht dat we voor de zomer gedurende twee weken live zouden gaan voor de poll, voordat het hele dorp met zomervakantie is."

Het team heeft zich ingelezen en georiënteerd op wat systemen wel en niet kunnen met behulp van de keuzewijzer die in de toolkit van de proeftuin is opgenomen (de Keuzewijzer e-tools Participatie van Movisie). Ze hebben drie offertes opgevraagd van partijen die dat kunnen realiseren.

"Op het moment dat je software gaat aanschaffen als gemeente heb je te maken met allerlei regels en dat duurt lang. Die tijd hadden we niet. We wilden het zoveel mogelijk buiten de deur laten ontwikkelen en hosten omdat dat sneller kan (...). Op dat moment waren er ook geen eigen ICT mensen bij de gemeente Haarlemmermeer om dit te doen. En bovendien, we hadden een deadline en dan maak je liever gebruik van mensen die dit vaker doen en ervaring hebben."

De site is uiteindelijk gerealiseerd met de open source tool Consul. De keuze was vooral gebaseerd op prijs-kwaliteit en er is bewust voor open-source gekozen om als pilot hiervan te kunnen leren voor toekomstige participatie trajecten. Alles was erop gericht binnen hele korte termijn een succesvolle pilot te kunnen draaien. "Binnen de gemeente hebben we het als pilot geframed", merkt Bart op. "Daardoor kun je sneller door de besluitvorming heen."

"Binnen de gemeente hebben we het als pilot geframed; daardoor kun je sneller door de besluitvorming heen."

H ET TEAM

Het team van de gemeente die deze participatie heeft gerealiseerd bestond uit Bart van Eijk en twee communicatie professionals. "Zij zetten zich beiden gemiddeld 1 dag per week hiervoor in, maar soms veel meer. Bijvoorbeeld nu bij het verwerken van de resultaten. Dat is pieken", aldus Bart. Het communicatieteam verzorgde ook de moderatie. "We hebben naast het communicatieteam een vaste community manager voor het project die ook Facebook in de gaten houdt, de online kanalen beheert en berichten plaatst (...). Dat heb je bij deze toepassing ook wel echt nodig: iemand die dit goed in de gaten houdt en er handig in is."

EnabList is de technische partner die de Consul site heeft gerealiseerd. Zij brachten ook een sociaal psycholoog in die heeft geholpen met het opstellen van de juiste vragen. Vanuit inhoudelijk oogpunt, maar ook de manier waarop je iets vraagt en wat je wel en niet vraagt werd hierbij meegenomen. "Dit was echt van toegevoegde waarde omdat je moet voorkomen dat je met je vraagstelling al sturing geeft. Ook gaf hij aan dat je sentimenten die er zijn moet accepteren." Deze sociaal psycholoog helpt nu ook bij het kijken naar correlaties in de antwoorden.

E N DAN STAAT HET ER: JOUWBADHOEVEDORP.NL

De indeling van de site is simpel gehouden. Naast de homepage vind je vier pagina's. Een informatiepagina, met de uitleg van het proces, de voorwaarden, de scope van het gebied, een pagina om ideeën in te brengen (waar anderen weer op kunnen stemmen) en een peilingen pagina waar mensen gevraagd wordt wat ze belangrijk vinden voor het nieuwe dorpsplein, welke functies en sfeer het moet hebben en hoe de gebouwen eromheen er qua stijl uit moeten komen te zien.



[Home](#) [Ideeën](#) [Over mij](#) [Peiling](#) [Informatie](#)

Daarnaast is er een pagina 'over mij' waar mensen vragen kunnen beantwoorden om een beeld te geven over zichzelf. Je vindt er onder meer vragen over leeftijd, het vertrouwen dat de gemeente luistert naar de wensen, hoe belangrijk mensen het vinden om te kunnen meepraten over het centrum en in hoeverre ze op de hoogte zijn van de plannen voor het centrum. Daarnaast wordt gevraagd naar hun relatie tot het dorp: of ze huidige, toekomstige of geen inwoner van Badhoevedorp zijn, welke rol ze binnen het centrum hebben (marktkoopman of -vrouw, winkelier, projectontwikkelaar, grondeigenaar of ondernemer) en waar ze bij aangesloten zijn (Businessclub Badhoevedorp, Bezorgd Badhoevedorp, Vereniging Dorpsraad Badhoevedorp of geen van allen). Deze informatie wordt onder meer gebruikt in de analyse om te kijken of de reacties representatief zijn. (Hierover verderop in dit artikel meer.)

Scope en de mate van participatie

Op de informatiepagina staat duidelijk aangegeven wat de scope is en wat er met de ideeën en stemmen gebeurt.

"Aan ons de taak om op een klein onderdeel te laten participeren, namelijk hoe gaan de gebouwen er straks uitzien, de uitstraling, de architectuur, de beeldkwaliteit en het gebruik en de inrichting van het plein", licht Bart toe. "Je moet goed duidelijk maken waar mensen wel en niet over kunnen meepraten."

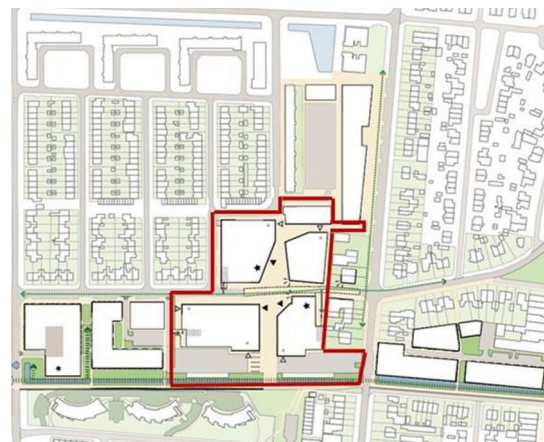
Er is een kaart met het afgebakende gebied waarover Badhoevedorpers kunnen meedenken. Daar zijn ook de uitgangspunten bij helder gemaakt, zoals bijvoorbeeld de maximale hoogte en de ligging van gebouwen en parkeerplaatsen die al is bepaald. Ook het proces van het participatietraject is duidelijk beschreven.

KANALEN

Deelnemers zijn enthousiast gemaakt om te participeren via verschillende kanalen. Ze hebben een (informele) brief thuis ontvangen, er is een digitale nieuwsbrief verstuurd (ruim 1400 abonnees), er is een [Facebook pagina](#) (inmiddels meer dan 2500 volgers) en de eigen website is gebruikt om mensen naar de participatiesite te bewegen. Daarnaast hebben ze ook gebruik gemaakt van de fysieke omgeving; zo zie je buiten op het plein bijvoorbeeld deze opvallende paal.



Ook toekomstige bewoners zijn betrokken, vertelt Bart. "Er komen 1400 nieuwe woningen en ook de behoeften van kopers zijn interessant om mee te nemen. De ontwikkelaars hebben een uitnodiging verspreid naar hun kopers."



OPVALLENDE ZAKEN

A LS U ER DIGITAAL NIET UITKOMT

In de 4500 brieven die zijn verstuurd stond ook de optie vermeld voor het bijwonen van een fysieke inloopavond. "Op deze inloopavond kwamen uiteindelijk maar ca. 15-20 mensen. In de aankondigingsbrief hebben we deze bijeenkomst als secundair geframed. Daar stond: 'als u er digitaal niet uitkomt, of met iemand van het project wilt spreken, dan kunt u naar de bijeenkomst komen.' Ik denk dat het voor veel mensen ook de eer te na is om dit toe te geven. Het was voor nu ook echt de bedoeling om mensen digitaal te laten participeren."

**"Als u er digitaal niet uitkomt,
dan kunt u naar de
bijeenkomst komen."**

G ELDENDE RICHTLIJNEN

Voor de site is uitgegaan van de al geldende gemeentelijke richtlijnen. Bijvoorbeeld op het gebied van toegankelijkheid (er is ook een pagina opgenomen waarin de web toegankelijkheid wordt toegelicht) en ook de privacy regels van de gemeente hebben ze van toepassing verklaard op de Consul omgeving. Die staan in aangepaste vorm op de site. "Dus eigenlijk is het volledige beleid van de gemeente van toepassing", aldus Bart.

Z ELF GEMAAKTE VIDEO'S

Ze hebben video's toegevoegd om de inhoud aantrekkelijk te maken. Filmpjes van ondernemers, bewoners en de stedenbouwkundige en landschapsarchitect die met de input aan de slag gaat om ontwerpen te maken. Interessant is dat ze deze filmpjes gewoon zelf hebben gemaakt met een mobiele telefoon.

T ONE OF VOICE

De 'tone of voice' is informeel en jargon is weggelaten in de communicatie. Ze hebben zo min mogelijk ambtelijke en afstandelijke taal gebruikt. Brieven zijn afgesloten met vriendelijke groet en een naam. "Op de website spreken we iedereen aan met je en jij en gebruiken simpele taal. Ook omdat dat meer aanspreekt bij de doelgroepen die we willen bereiken."

Z O LAAGDREMPELIG MOGELIJK

Het team heeft de participatie zo laagdrempelig mogelijk gemaakt. "Je hoeft geen app te installeren en iedereen kan zich gewoon registreren. Je geeft een e-mailadres op en een wachtwoord, je krijgt een verificatie mail met een link en je bent binnen. Je mag een alias opgeven of je eigen naam", vertelt Bart. "Daar hadden we van alles anders kunnen doen. Met unieke codes en dergelijke. Maar hier hebben we niet voor gekozen. Er zullen misschien mensen zijn die heel erg betrokken zijn en met 4 mailadressen meedoen, maar als je 4500 mensen of gezinnen uitnodigt om deel te nemen dan verwatert dat door de massa. Het deel 'over mij' met de rollen is toch ook een soort check dat je iets hebt met het dorp en dat je het recht hebt om mening te geven. Maar we kunnen dit niet controleren."

**"Op de website spreken we
iedereen aan met je en jij
en gebruiken simpele taal."**

T EGENSLAGEN EN LESSONS LEARNED

Tot dusver klinkt het allemaal prachtig, maar de totstandkoming van de site is niet van een leien dakje gegaan. Met name op het technische vlak waren er behoorlijk wat tegenslagen.

“We hadden bedacht dat we voor de zomervakantie twee weken live zouden gaan voor de poll, maar dat is niet gelukt,” vertelt Bart. “Bij de inrichting liepen we tegen allerlei kinderziekten en technische problemen aan (...) Ik ging er vanuit dat Consul een bijna kant en klaar pakket was, maar om het op maat werkend te krijgen is best veel werk. Wij hebben het zo logisch mogelijk ingedeeld en een aantal tabbladen gewoon uitgezet.” Bart vertelt over de mate van maatwerk en dat je soms ook gewoon moet accepteren dat niet alles op de site helemaal is zoals je graag zou willen en dat het belangrijk is om te focussen op actie. “We hebben bijvoorbeeld wel namen van tabbladen laten aanpassen, maar bepaalde dingen kunnen ook gewoon niet. Je kunt het niet teveel aanpassen en op maat willen maken, ook om de updates te kunnen blijven draaien (...). Uiteindelijk is het allemaal goed gekomen, maar we zijn daardoor wel iets later begonnen.”

Daarnaast waren er nog een paar spannende momenten. “In de week dat we startten bleek dat een grote groep gebruikers zich niet kon registreren. Van onder meer Google, Gmail en Microsoft accounts kregen mensen de bevestigingsmail niet binnen. Na een hoop gepuzzel is dit uiteindelijk opgelost, maar dat was wel even spannend. Hadden we net 4500 brieven verstuurd en dan werkt het niet...”

Door de (technische) tegenslagen zijn ze later begonnen. De participatie startte 1,5 week voor de zomervakantie. Ze besloten toen in ieder geval een hele maand juli online participatie te gaan, in plaats van de geplande twee weken. “En gedurende de rit is de periode nogmaals verlengd”, vult Bart aan. “We hebben gezegd: laten we de hele zomer afmaken tot 31 augustus. Er bleven namelijk ook nog steeds reacties komen.”

M ONITOREN EN MODEREREN

Zo'n 900 mensen schreven zich in op JouwBadhoevedorp.nl en een bruisende activiteit ontstond met het indienen van ideeën, het beantwoorden van open vragen en het stemmen op bouwstijlen. Tijdens de participatieperiode kwamen er eigenlijk alleen maar nette en zinvolle reacties.

Op de site is een pagina opgenomen met regels en een uitleg van de werkwijze. Hier staat bijvoorbeeld dat ideeën of reacties die bestempeld kunnen worden als racistisch, haatdragend, beledigend, kwetsend, of reacties die gericht zijn op personen, worden verwijderd door de moderator.

“We hebben slechts 1 reactie verwijderd omdat die onfatsoenlijk was.”

Drie reacties vereisten de aandacht. “Er kwam bijvoorbeeld een bericht in de trant van: nou als dit participatie is, hoe haal je het in je hoofd, je moet elkaar fysiek kunnen spreken”, vertelt Bart. “En er waren ook paar sterke meningen. Dan is de vraag of we hier als gemeente op gaan reageren of dat we de discussie laten gaan en/of bewoners elkaar laten corrigeren. Het advies wat wij opgevolgd hebben is om terughoudend te zijn in het ingrijpen. Je wil het debat niet verstoren en je wilt meningen niet onderdrukken. Berichten met weinig likes verdwijnen toch ook onderaan de ijs. We hebben maar 1 of 2 keer gereageerd. Een keer toen iemand aangaf een Hema te willen en daarop ook veel likes kreeg. Toen hebben we aangegeven dat we als gemeente niet het type winkel bepalen; daar gaan we als gemeente niet over. We hebben slechts 1 reactie verwijderd omdat die echt onfatsoenlijk was.”

A NALYSEREN

Het team zit nu in de analyse fase. De analyse van de ingediende ideeën is opgedeeld in 4 categorieën. Bart licht deze categorieën toe:

1 Categorie 1: reacties die binnen de scope vallen en waar we als gemeente iets mee kunnen; waar we invloed op hebben.

2 Categorie 2: reacties binnen de scope, maar waar we als gemeente geen invloed op hebben (tot dusver lijkt er niets binnen deze categorie te vallen).

3 Categorie 3: reacties buiten de scope, maar waar we als gemeente mogelijk toch op een bepaalde manier iets mee kunnen (bijvoorbeeld de wens voor een buiten zwembad, bij het bestaande binnen zwembad. Dat is buiten de scope want buiten het centrum gebied, maar we zouden het mogelijk wel bij de directie van het zwembad kunnen neerleggen of aan collega's kunnen doorsturen).

4 Categorie 4: reacties buiten de scope, waar we als gemeente ook geen invloed op hebben (zoals het voorbeeld van de wens voor een Hema).

A RBEIDSINTENSIEF

De analyse is arbeidsintensief. En dat is ook een les voor het team geweest. "In Consul heb je heel veel open velden waar je vrije tekst kan invullen, die we niet konden weghalen", licht Bart toe. "Dat is niet handig, want daar moet je wel wat mee." Er is een peilingen pagina en een ideeën pagina. De stemmen op een idee zijn prima te analyseren, maar er zijn ook mogelijkheden om mensen toelichting te laten geven op deze peilingen, op architectuurideeën bijvoorbeeld. "Dat is veel data die allemaal uitgelezen en geïnterpreteerd moet worden en dat is veel werk", aldus Bart.

Enabl.ist verzorgt de export van data. Dit is een export database op basis waarvan correlaties uitgevoerd kunnen worden. Bijvoorbeeld het filteren van alle reacties vanuit 1 geanonimiseerde gebruikers code (userID). "Wat we doen is dat we reacties dat we reacties koppelen aan een en hetzelfde geanonimiseerd gebruikers code", vertelt Bart. "Sommige mensen hebben de neiging om op alle velden waar het maar kan hun punt te maken. Dan heb je wel 20x het woord groen vanuit een gebruikerscode, maar als je dat 20x laat meetellen en iemand anders heeft dezelfde mening maar zegt het maar 1x dan krijg je een vertekend beeld. Dus wat we proberen is dat dan 1x te laten meetellen."

R EPRESENTATIEF

Het streven was om echt een representatieve groep mensen te laten deelnemen, dus een representatie van alle bewoners van Badhoevedorp.

"De gegevens uit de 'over mij' pagina helpt ons om in combinatie met de antwoorden een slag dieper te gaan in de analyse", licht Bart toe. "En we kunnen kijken of we nou een beetje het gemiddelde van het dorp te pakken hebben. De leeftijden van de participanten gaan we bijvoorbeeld naast de leeftijdsopbouw van het dorp leggen (...). Je wil dat de leeftijdsgroepen van deelnemers representatief zijn voor de bewoners. Dat lijkt tot dusver goed te zijn. Het zou jammer zijn als een hele groep buiten beschouwing is gebleven of een groep juist over vertegenwoordigd is."

VERVOLG: DE TWEEDE RONDE

Na de analyse wordt een samenvatting de resultaten op de website geplaatst en mensen die zich hebben ingeschreven ontvangen daarover een e-mail. De ideeën en stemmen worden verwerkt in een programma van eisen, dat naar het college van burgemeester en wethouders gaat.

Daarna gaat de stedenbouwkundige en landschapsarchitect drie schetsontwerpen voor het dorpsplein en de openbare ruimte maken. Ook op deze schetsontwerpen kunnen de Badhoevedorpers weer stemmen. Er komt dus een tweede ronde waarin opnieuw om input gevraagd wordt. Daarna wordt een beeldkwaliteitsplan gemaakt, dat wordt dan gebruikt om de bouwplannen voor de nieuwbouw in het centrum aan te toetsen.

Bart zou bij toekomstige projecten digitale participatie zeker weer in overweging nemen. "Maar soms is digitale participatie helemaal niet geschikt", stelt Bart. "Als het bestuur van een gemeente een bepaalde visie heeft en er eigenlijk al een plan is, ga dan ook niet vragen. Je kunt mensen niet eerst vragen wat ze willen en er vervolgens niets mee doen. Als je er iets met participatie gaat doen, dan moet je ook bereid om echt iets uit handen te geven, anders moet je het geen participatie noemen. Dan raken mensen gefrustreerd."

"Ik moet er niet aan denken om een avond te organiseren in een zaal met 480 meningen."

CONCLUDEREND

Als Bart kijkt naar het traject tot nu toe, heeft hij een positief beeld. "Ik heb binnen Zuidas en Haarlemmermeer verschillende vormen van participatie gezien en ik ben wel fan van deze laagdrempelige online variant. Zoals het nu lijkt hebben we met deze digitale participatie een meer diverse leeftijdsgroep bereikt en sowieso beduidend meer mensen. Er waren nu 900 participanten, waarvan ruim de helft de peilingen heeft ingevuld. "Dat is een behoorlijke groep. Ik moet er niet aan denken om een avond te organiseren in een zaal met 480 meningen."

"We hebben ook nieuwe mensen weten te bereiken; mensen die we normaal niet horen. Het voordeel is dat je mensen hun eigen mening kunt laten geven zonder dat ze al te veel beïnvloed worden door de schreeuwers (...). Daarbij kun je het participatieproces met een online variant transparanter maken en helpt het om een groter draagvlak te creëren. We hebben natuurlijk wel al voor dit centrum participatieavonden gehad met kleine groepen en dat heeft ook wat opgeleverd, maar het is vervolgens heel lastig om de vertaalslag te maken naar: is dit nou de wens van het hele dorp? Dus wat we gedaan hebben is dat eigenlijk uitvergroot en met iets meer keuze opties voorgelegd aan iedereen, waardoor we nu meer zekerheid hebben dat wat eruit komt ook gedragen wordt."

MEER WETEN?

BEKIJK HET OVERZICHT MET TIPS & TRICKS
OP DE VOLGENDE PAGINA
EN LEES MEER OVER HOE OOK JIJ AAN DE
SLAG KUNT GAAN MET DIGITALE
PARTICIPATIE!



TIPS & TRICKS OP EEN RIJTJE

- ➔ Voeg video's toe om de inhoud aantrekkelijk te maken. Zoals Bart het zegt: "Een filmpje van een ontwerper geeft een gezicht. Dat is geen ambtenarij. Bijvoorbeeld dat de ontwerper vertelt hoe zij de uitkomsten van de participatie leest en wat ze er mee gaat doen. Veel leuker om te zien en komt veel dichterbij dan een ambtelijke tekst daarover."
- ➔ Houd de 'tone of voice' informeel en laat ambtelijke taal en jargon is weg in de communicatie.
- ➔ Communiceer helder wat de scope is, waar mensen wel en niet over kunnen meepraten en wat er met de ideeën en stemmen gebeurt.
- ➔ Voor wat betreft de inrichting (van Consul): vergeet perfectie en focus op actie. Bart zegt hierover: "Je kunt heel veel, maar niet alles kan op maat en soms moet je je gewoon gaan voor wat wel kan. Bijvoorbeeld nu, we willen de ideeën pagina eigenlijk wel zichtbaar houden, maar zonder de mogelijkheid om nog te reageren. Dat kan niet binnen consul. Het zij zo."
- ➔ Als je uitbesteedt: betrek de eigen ICT afdeling voortijdig en grondig.
- ➔ Maak gebruik van de geldende gemeentelijke richtlijnen. Vaak kunnen deze eenvoudig worden toegepast of aangepast voor de participatie omgeving (zoals inclusie- en privacy beleid).
- ➔ Maak de participatieomgeving zo laagdrempelig mogelijk: bij voorkeur zonder aparte app die gedownload moet worden en zonder ingewikkeld registratie proces.
- ➔ Zorg dat je een beperkte hoeveelheid vrije tekst velden opneemt, vanwege de arbeidsintensieve analyse.

BEGIN GEWOON

En misschien wel de belangrijkste tip: begin gewoon. Zoals Bart het zegt: "Elk project, klein of groot, heeft een participatievraagstuk in zich. Vanuit een project kun je snel starten en met een online variant kun je grotere groepen bereiken en dat kan iets anders brengen dan zaaltjes met gefrustreerde en teleurgestelde bewoners, zwetende projectmanagers en een eindsituatie waarin niemand wint."

Begin heel klein, bijvoorbeeld met een peiling. Bart: "Als je bijvoorbeeld een park wilt ontwerpen, leg dan twee of drie verschillende ontwerpen voor (bv een gericht op spelen, ander op sport en weer een ander op rust en groen); ontwerpen die binnen de gemeente al akkoord bevonden zijn. En dan leg je het heel simpel voor: dit zijn de ontwerpen en u mag kiezen. Dit hoeft ook helemaal niet binnen een ingewikkelde Consul omgeving overigens, dit kan ook via een poll op Facebook of op je eigen website".

Voor wat betreft de technische inrichting: vergeet perfectie en focus op actie.

OK AAN DE SLAG?

Sluit je aan bij de Proeftuin Digitale Democratie!

Vanuit het samenwerkingsprogramma 'Democratie in Actie' onderzoeken en stimuleren we nieuwe manieren om inwoners te betrekken en mee te laten doen. Het doel van de proeftuin is een grotere betrokkenheid van inwoners bij lokaal beleid creëren met het gebruik van digitale participatietools.

DEMOCRATIE
in actie



Ben je geïnteresseerd en wil je meer weten?

Lees hier meer over wat de proeftuin biedt of bekijk alvast onze toolkit, met nuttige handreikingen, onderzoeken en best practices om het digitale democratie-proces in jouw gemeente te helpen opstarten.

Of neem contact met ons op via:
digitaledemocratie@ictu.nl