



Inspiratienota geWOONtebreker Wetteren



Tree company
Tri.zone
31 mei 2022

Ter attentie van
Gemeente Wetteren

Inleiding

Deze inspiratienota is geschreven naar aanleiding van het geWOONtebreker-traject in de gemeente Wetteren, met ondersteuning van de provincie Oost-Vlaanderen. Dit traject was gekaderd binnen de centrumvisie van de gemeente en binnen het wijkrenovatieproject Stuyvenberg. Binnen beide projecten stonden de volgende twee vragen centraal:

- Kernversterking: Hoe kunnen we de ruimte in het centrum kwalitatief verbeteren en efficiënter benutten? En hoe kunnen burgers hieraan meewerken?
- Hoe creëren we bewustwording rond het verplaatsingsgedrag naar en in het centrum?

Deze inspiratienota reikt een drietal ambities aan waarmee de gemeente een antwoord kan bieden op de bovenstaande vragen. Met deze ambities kunnen gemeenten hun inwoners beter betrekken bij de inrichting van de woonomgeving. Bij elke ambitie geven we ter inspiratie voorbeelden van hoe andere gemeenten deze ambitie realiseerden. Zo worden gedragsveranderingen rond verplaatsing en beleving in het centrum gedragen door de bewoners en krijgen de gemeentebesturen duidelijk inzicht in de wensen en noden van hun inwoners.

Om de aanbevolen ambities beter te begrijpen, gaan we eerst in op het gelopen traject.

Trajectverloop geWOONtebreker Wetteren

Fase 1: Laat je horen (survey)

Om in de eerste fase van het traject zoveel mogelijk stakeholders te betrekken, werd een laagdrempelige online bevraging gemaakt. Om van de bewoners te horen hoe volgens hen meer dynamiek en levendigheid in het centrum ontwikkeld kan worden, werden vragen gesteld over hoe het centrum volgens hen eruit moet komen te zien. Om bewustwording te creëren rond het verplaatsingsgedrag, werden vragen gesteld over de huidige manier van verplaatsen van de bewoners en wat hen zou stimuleren om zich anders te verplaatsen.

In totaal namen maar liefst 1183 bewoners deel aan de bevraging. Dit is ongeveer 5% van het aantal inwoners van de gemeente Wetteren en naar schatting ongeveer 10% van de huishoudens. De tendens in de resultaten was duidelijk: men vraagt om meer groenvoorzieningen, meer plaatsen om te verblijven en uit te kunnen rusten en veiligere mogelijkheden om je met de fiets of te voet door het centrum te verplaatsen. Volgens de bewoners zou deze combinatie hen stimuleren om zich minder met de auto naar en in het centrum te verplaatsen én maakt dit het aangenamer om in het centrum te verblijven.

De bewoners die zich verder wilden engageren in het traject konden hun e-mailadres achterlaten om betrokken te worden bij de tweede fase.

Fase 2: Denk mee (ideeënfase)

In de tweede fase gingen we met de geëngageerde bewoners kijken hoe de gemeente concreet levendigheid en dynamiek in het openbaar domein kan versterken, maar ook wat bewoners nodig hebben om zich makkelijker of anders te verplaatsen naar en in het centrum. We vroegen hen om na te denken over:

- Wat burgers samen kunnen doen;
- Wat het lokaal bestuur kan doen;
- Wat bedrijven kunnen doen.

Vaak kijken burgers naar het lokaal bestuur als het gaat om vormgeving van de woonomgeving. Daarom vroegen wij hen expliciet na te denken over wat zij als burger zelf zouden kunnen doen. Aangezien bedrijven ook gevestigd zijn in het centrum, wilden wij weten welke rol bewoners voor hen zien rond de levendigheid en dynamiek. In totaal werden bijna 60 ideeën verzameld voor de inrichting van het openbaar domein en de mobiliteit in en naar het centrum. Vanuit de gemeente werd een antwoord gegeven op elk idee en werd de indiener aangespoord om in de volgende fase een concreet project in te dienen.

De ideeën die kaderen binnen een gemeentelijke bevoegdheid, worden verder onderzocht door de gemeente Wetteren. Het gaat niet alleen om zaken die de gemeente zelf kan uitvoeren, maar ook over zaken waar derden bij betrokken zijn. Denk aan het aankaarten van een specifieke verkeerssituatie bij het Agentschap Wegen & Verkeer of het open ruimtegebruik bespreken met scholen.

Fase 3: Doe mee (projectoproep)

In de derde fase evolueerden ideeën tot projecten. De gemeente Wetteren lanceerde een subsidiereglement voor burgerinitiatieven rond duurzame mobiliteit en de kwaliteitsvolle inrichting van het openbaar domein in Wetteren-Centrum. Indieners van een projectvoorstel konden rekenen op een subsidie tot 2500 euro. Er werd één project ingediend: de plaatsing van een buitenschaaktafel op de Markt.

Ambities voor gedragen gedragsverandering

Tijdens het traject zijn we verschillende uitdagingen tegengekomen op het vlak van participatie. Zo bleek het voor burgers niet makkelijk om de stap te zetten van “mee denken” naar “mee doen”. Ook het betrekken van bepaalde doelgroepen bleek geen evidentie. Daarnaast is het belangrijk om te weten hoe online en offline participatie op

elkaar afgestemd moeten worden, om ook de digitaal minder vaardige burgers te betrekken. Omdat we in deze inspiratienota een antwoord bieden op deze uitdagingen, zien we deze als ambities die zullen helpen om te komen tot het gewenste resultaat en gedragsverandering. Daarom beschrijven wij de volgende ambities:

1. Burgers aanzetten om de stap te zetten van “mee denken” naar “mee doen”
2. Specifieke doelgroepen betrekken, voornamelijk de handelaars
3. Offline en online participatie zo goed mogelijk op elkaar afstemmen

In wat volgt omschrijven we kort elke ambitie en reflecteren we daarop. We beschrijven ook enkele cases en scenario's waar inspiratie uit geput kan worden.

Ambitie 1: Van “mee denken” naar “mee doen”

Omschrijving ambitie

In de tweede fase van het traject zagen we dat veel burgers en betrokkenen relatief gemakkelijk een idee op het digitale platform plaatsen. Toch was er slechts één betrokkene die zich uiteindelijk engageerde om zijn/haar idee zelf uit te voeren. We gaan in op welke ondersteuning burgers nodig hebben om zich voldoende zelfzeker te voelen om zelfstandig een project te trekken en hoe we de klassieke rolverdeling tussen bestuur en burger kunnen veranderen.

Reflectie

Deze ambitie is een bekende uitdaging in een participatieve benadering van beleid. Vaak gaat men ervan uit dat het gemeentebestuur initiatief neemt om zaken te realiseren op openbaar domein. Burgers mogen dan ‘**mee denken en mee doen**’ in de ideeën en initiatieven van de gemeente. Als burgers in plaats daarvan bijvoorbeeld permanent ideeën of projecten kunnen indienen – niet gekaderd binnen een bepaald gemeentelijk initiatief – kunnen zij meer geneigd worden om zelf actie te ondernemen.

Een ander kader waarbij burgers zich engageren om hun de handen uit de mouwen te steken, is een **burgerbudget of burgerbegroting**. Hierbij weet de burger die een idee of project indient op voorhand dat deze het ook zelf zal moeten uitvoeren. Het engagement daalt wanneer de gemeente toelaat dat het project door een andere betrokkene opgepakt kan worden.

Als gemeente kan je ook initiatieven opzetten waarbij **de realisatie draait rond actie van de burgers**. Een voorbeeld is een groepsaankoop van planten voor ontharding in een wijk. De optelsom van engagementen om deel te nemen aan de groepsaankoop zorgt ervoor dat het uiteindelijke doel van het initiatief, zoals ontharding, bereikt wordt.

Cases en scenario's

Goede voorbeelden in dit kader zijn vaak een bepaalde vorm van experimenten. Zo lanceerde het burgercollectief [Commons Lab](#) in september 2020 een experiment waarbij symbolisch een voedselbos geplant werd voor alle Antwerpenaren. Praktisch gezien kregen de inwoners toegang tot verschillende (mobiele) elementen van een voedselbos, die rondreisden langs verschillende pleinen.

In de gemeente **Kampenhout** wordt een gelijkaardige aanpak gehanteerd. Naar aanleiding van een intensieve bevraging over de ruimtelijke planning van een van de deeldorpen, worden burgers uitgedaagd en uitgenodigd om hun concrete idee zelf uit te werken. De ideeën focussen zich rond behoeften van burgers, zoals leefbaarheid, ontmoeten en verbinden. Alle ideeën en plannen zijn welkom. Belangrijk is wel dat de burger(s) het zélf in handen nemen, duidelijk aangeven wat ze van de gemeente verwachten en instaan voor de uitvoering. Enkele principes stimuleren de burgers tot het nemen van actie: tijdelijkheid (beperkt in de tijd, vb: de eindejaarsperiode) en omkeerbaarheid ('We kunnen teruggaan naar zoals het vroeger was'). Hierdoor wordt een open context gecreëerd, zodat burgers niet gedurende jaren verantwoordelijk hoeven te zijn voor hun actie. De gemeente ondersteunt bij praktische en logistieke zaken, zoals druk van flyers, communicatie in gemeenteberichten, bijdragen in een 'prijs', ...

In de gemeente **Zoutleeuw** was een zeer beperkt budget uitgetrokken voor het realiseren van concrete klimaatacties. Het doel was om de CO₂-reductie op het grondgebied te reduceren, in het kader van het klimaatactieplan. Via het 'Tupperware-concept' werden inwoners uitgenodigd bij een concrete realisatie van een bouwrenovatieproces (dak- en muurisolatie). Op die manier werden ze van dichtbij betrokken bij het verloop, kregen ze inhoudelijke kennis over materialen en financieringsmogelijkheden, ontmoetten en stimuleerden ze elkaar. De impact is groter dan wanneer de gemeente enkel informatie zou gegeven hebben over energierenovatie. Het aspect van 'directe betrokkenheid bij een medebewoner van Zoutleeuw' zet uiteindelijk veel meer in gang dan enkel de renovaties, namelijk: een bewustzijn over klimaat en over het eigen initiatief, keuzes die gemaakt kunnen worden,... Er werd hierover een blog geschreven aan de brede bevolking.

Stad **Herentals** ging op zoek naar de verwachtingen van de huidige 45-jarigen voor hun culturele vrijetijdsbesteding eens ze op pensioen zijn. Om meer dan de 'usual suspects' te bereiken, ging de stad creatief te werk. In plaats van adviesraden, verenigingen, avondscholen, ... aan te schrijven, werd aan elk adviesraadslid gevraagd om de namen van drie mensen door te geven die NIET in een vereniging of adviesraad zitten, maar waarvan het adviesraadslid denkt dat ze uitgenodigd kunnen worden om mee te participeren. Opmerking: deze case dateert van voor de GDPR-regelgeving.

Toegepast op de gemeente Wetteren zou je 2 of 3 van de ingediende ideeën uit fase 2 kunnen aanbieden als 'civic lab'. Je maakt het praktisch en logistiek mogelijk dat de inwoners deze ideeën 'uittesten'. Indien succesvol zullen deze experimenten gemakkelijker een (meer structureel) vervolg krijgen vanuit de burgers.

Ten slotte geven we nog graag deze methodiek mee: organiseer als gemeente een **activiteit/evenement/feest** rond het thema of doelstelling dat je wil bereiken. Inwoners kunnen op een zeer laagdrempelige manier deelnemen, krijgen inspiratie geboden en ondertussen kunnen de burgers zelf bekijken of en wat ze zelf kunnen/willen doen binnen het thema.

Ambitie 2: Specifieke doelgroepen betrekken

Omschrijving ambitie

Tijdens het traject bleek het een uitdaging om bepaalde doelgroepen op een constructieve manier te betrekken. Handelaars bijvoorbeeld hebben ook een belangrijke stem in bepaalde vraagstukken in het centrum, zoals rond parkeren. Het is dus belangrijk dat hun visie meegenomen wordt. We hebben enkele suggesties om hen aan te sporen mee te denken en mee te werken aan de mogelijke oplossingen.

Reflectie

Tijdens het traject was er speciale aandacht voor verschillende doelgroepen. Zo werd een klankboekgroep gevormd met Wetterse experts. Dit waren mensen die zich eerder hadden aangemeld in kader van de vorming van adviesraden. De klankbordgroep verenigde mensen met kennis van verschillende beleidsdomeinen en had een positieve dynamiek om zaken af te toetsen over een beleidsvisie. De samenstelling van de klankbordgroep alsook de opvolging vroeg behoorlijk wat tijd van het gemeentebestuur, maar er kwam ook veel feedback van de groep.

De handelaars als doelgroep op een constructieve manier betrekken bleek minder evident. Een extra factor is het feit dat de informatiedoorstroming van de afgevaardigden naar de rest van de handelaars niet optimaal was. We zagen hierbij een verschil tussen jongere en oudere handelaars. Dat is niet zo verwonderlijk, aangezien jonge ondernemers zich gemiddeld actiever inzetten op hun toekomstige ondernemersactiviteiten. Ze willen bijgevolg flexibeler inspelen op kansen en maatschappelijke ontwikkelingen.

Om alle handelaars maximaal en constructief te betrekken, kan het opzetten van experimenten ook een aangewezen methodiek zijn. Je kan hen bijvoorbeeld vijf voorstellen laten formuleren voor aantrekkelijke winkelstraten. Daarvan kunnen de beste vertaald worden naar omkeerbare experimenten.

Nog beter, of als volgende stap, is om hen zelf een actieve rol te geven. Je betreft hen stap voor stap:

- Welke noden ondervind jij als handelaar, je klanten, leveranciers...?
 - Als jij het gemeentebestuur was, wat zou je er dan zelf aan doen?
 - Wat heb je nodig om deze oplossing te realiseren?

Idealiter worden na prioritering ook deze oplossingen opgezet als experimenten, zodat bijsturing en omkeerbaarheid mogelijk zijn. Zo ondervinden de handelaars ook zelf met welke factoren ze moeten rekening houden én kunnen ze bijdragen aan acties die voor hen relevant zijn.

Cases en scenario's

Een soortgelijke aanpak werd o.a. toegepast in de **gemeente Olen**. De gemeente beschikt over een mooi centrum, dat helaas doorkruist wordt door een drukke gewestweg. Uiteindelijk stelden een aantal van de (horeca-) ondernemers zelf voor om de parkeerplaatsen voor hun deur te verplaatsen naar achter hun zaak, zodat ruimte vrij kwam voor een terras en het centrale dorpsplein meer gezelligheid en sfeer uitstraalt.

Ambitie 3: Offline en online participatie zo goed mogelijk op elkaar afstemmen

Omschrijving ambitie

In de gemeente Wetteren wilden we zowel alle inwoners van de gemeente bereiken als specifiek de inwoners van de wijk Stuyvenberg. Deze laatste groep was digitaal minder goed bereikbaar. Toch is er in dit traject sterk ingezet op digitale participatie zonder deze groep te benadelen. In de reflectie staan enkele manieren die in dit traject toegepast zijn. Aanvullend geven wij enkele praktijkvoorbeelden waarin digitale en fysieke participatie een aanvulling vormen voor elkaar.

Reflectie

Voor participatie vertrekken we van het volgende principe: niet alle burgers moeten betrokken zijn bij het beleid, maar zoveel mogelijk burgers moeten de kans krijgen om betrokken te worden. Het is de integratie van verschillende methodes en platformen die de mogelijkheden voor burgers vergroot om hun stem te laten horen. Dit kan met fysieke thema- of droom-avonden, korte individuele gesprekken, een digitale en papieren bevraging, een on- én offline ideeënbus via participatieplatform,... Een digitaal participatieplatform is complementair aan niet-digitale communicatie en participatie.

Online methodieken hebben een groter bereik dan fysieke methoden waardoor ze meer mensen toegang bieden om te participeren. De drempel is lager om vanuit je zetel online te registreren en een idee in te dienen, dan wanneer je een hele avond moet vrijmaken

voor een participatieavond. Anderzijds zijn online interacties minder diepgaand. Hoewel offline methodieken meer diepgang kunnen brengen, bereiken zij een minder grote groep burgers. Door beide te combineren, worden de sterkste trajecten van grotere omvang gebouwd.

Om online en offline methodieken op elkaar af te stemmen, moet je eerst zorgen voor parallelle communicatie/participatie. Op het moment dat er een online ideeënfase loopt via het participatieplatform, moet dat ook offline zichtbaar zijn. Dit kan bijvoorbeeld door een fysiek startmoment te organiseren waarop men zowel digitaal als op papier kan deelnemen. Hiervoor hoeft geen apparatuur aangekocht te worden. Werken met de eigen toestellen en het aanbieden van bijvoorbeeld QR-codes om met de eigen toestellen het platform te bereiken is zeker mogelijk. Aanvullend is het belangrijk te communiceren via bijvoorbeeld gemeentelijke infobladen en pancarten in het straatbeeld.

Maar het werkt ook andersom. Als er een participatieavond plaatsgevonden heeft, moet dat ook zichtbaar zijn op het online platform. Transparante communicatie in beide richtingen is noodzakelijk om zowel de offline als de online doelgroepen aan boord te houden.

In de wisselwerking tussen online en offline kan je ook variëren. Zo kan je de output van een offline avond publiceren op het online platform om daar burgers feedback te laten geven. Andersom kun je eerst online ideeën verzamelen die nadien tijdens fysieke sessies verdiept en uitgewerkt worden. Je kan ze dan ook al laten prioriteren met het oog op het omzetten naar actie.

Cases en scenario's

Burgerbegroting district Antwerpen

Het district Antwerpen verdeelt sinds 2014 jaarlijks 10% van zijn budget via een burgerbegroting. Sinds 2019 betreft het 1,4 miljoen euro waarover burgers rechtstreeks beslissen waar dit aan wordt besteed. Burgers hebben een volledige, bindende stem over dit budget: zowel bij het toewijzen van budgetten per thema als bij het kiezen van de finale projecten is de stem van de burgers bindend.

Het district Antwerpen werkt hiervoor reeds sinds 2014 met [het Bpart participatieplatform](#). Dat is het centrale platform voor de burgerbegroting in het district Antwerpen en het heeft in elke fase een belangrijke rol:

- burgers worden geïnformeerd over het hele traject en vinden er bij de start het budgetgame terug om thema's te selecteren en het budget te verdelen;
- het platform is een centraal kanaal om alle praktische details voor de offline events terug te vinden;

- dossiers voor mogelijke projecten worden ingediend via het Bpart participatieplatform en worden behandeld door het district;
- ingediende voorstellen die aan de spelregels van de burgerbegroting voldoen worden gepubliceerd, waarna iedereen op Bpart finaal hun stem kan uitbrengen op basis van hun rijksregisternummer;
- de verkozen voorstellen worden gepubliceerd na het afsluitende burgerbegrotingsfestival, waar alle on- en offline stemmen samengebracht worden.

Met het participatieplatform wordt een breed publiek bereikt. Voor burgers die iets meer tijd kunnen vrijmaken om te participeren, zijn er de offline events om de thema's te kiezen, het budget te verdelen over de thema's en is er uiteindelijk het burgerbegrotingsfestival, waar gestemd wordt op de projecten.

Het district besteedt ook elk jaar veel aandacht aan het betrekken van moeilijker bereikbare doelgroepen. Dat gebeurt veelal via intermediaire contactpersonen.

In 2021 registreerden maar liefst 2752 burgers zich op het platform. Zij dienden uiteindelijk 135 weerhouden projecten in, waarvan er 87 in 2022 in uitvoering gaan.

Meer informatie: <https://burgerbegroting.be/>

Hoogstamdroomgaard

Het traject Hoogstamdroomgaard had als doelstelling om de hoogstamboomgaarden duurzaam te verankeren in Vlaanderen. Door participatief te werken, werd steun gecreëerd voor de resultaten, werd de inhoud rijker en ontstond er meer eigenaarschap bij de betrokken stakeholders.

De initiatiefnemer was het agentschap Onroerend Erfgoed, Vlaamse overheid. Het gaat om burgerparticipatie met initiatief vanuit de overheid. Burgers werden geraadpleegd en gevraagd advies te geven. De andere stakeholders maakten beslissingen en gaven het project vorm.

Burgers kenden vaak het begrip hoogstamboomgaarden niet en waren zich niet bewust van de grote waarde. Bij dit project begonnen we met een interactieve applicatie in samenwerking met Toerisme Limburg en Het Belang van Limburg: ontdek jouw ideale wandeling in Haspengouw. In de applicatie dachten burgers na over wat ze mooi vinden aan Haspengouw en welke rol de hoogstamboomgaarden hierin hebben. Zo werden mensen zich bewust van het belang van hoogstamboomgaarden. Circa 1700 mensen namen deel aan verschillende bevestigingen over hoogstamboomgaarden, streekidentiteit en landschap. Ongeveer 30 rechtstreeks betrokkenen, zoals eigenaars en beheerders, werden offline geïnterviewd.

Zich bewust van de meerwaarde van hoogstamboomgaarden, werden in een volgende stap eigenaars en geïnteresseerden gevraagd om tijdens offline workshops mee na te denken hoe we de bestaande boomgaarden beter kunnen beschermen en nieuwe aanleggen. Deze lijst ideeën vormde de basis voor een actieplan om op verder te werken. Op het einde werd iedereen die tijdens het traject had geparticipeerd, opnieuw geïnformeerd en geactiveerd om met de acties aan de slag te gaan.

Meer informatie: <https://www.hoogstamdroomgaard.be/>

Vorm 3010 – gemeente Kessel-Lo

‘Vorm 3010’ is een twee jaar durend participatietraject om met inwoners plannen te maken voor Kessel-Lo. Samen formuleren ze beleidsadviezen over de straten, pleinen en buurten van de toekomst. Ook het nieuwe mobiliteitsplan maakt deel uit van het traject. Dat gebeurt door op geregelde momenten elke inwoner de kans te geven om deel te nemen, bijvoorbeeld door hun mening te vragen via het online participatieplatform. Met hun input gaat een geloot burgerpanel van 25 Kesselaars telkens aan de slag.

Zo werd in de eerste fase een grote online bevraging gehouden bij de inwoners van Kessel-Lo over de openbare ruimte. Enerzijds was het de bedoeling om Kesselaars aan het denken te zetten over hun buurt. De resultaten uit de bevraging gaten we in een samenvatting. Anderzijds wilde de gemeente input verzamelen voor het burgerpanel. De panelleden bogen zich over de resultaten en stelden 10 prioriteiten op voor Kessel-Lo.

Naast de combinatie online-offline heeft de gemeente Kessel-Lo ook aandacht voor de verschillende buurten. Wanneer ze in een buurt grote mobiliteitsmaatregelen invoeren, plannen we rondetafelgesprekken. De gemeente betreft de inwoners uit de buurt ook als een straat of plein heraangelegd wordt, er snelheidsremmende maatregelen komen (naar aanleiding van de invoering van zone 30) of als er grote ontwikkelingen gepland staan.

Meer informatie: <https://www.vorm3010.be/>

Algemene conclusies

Deze ambities kunnen zowel door grotere als kleinere gemeenten nagestreefd en waargemaakt worden. In sommige gevallen zal meer creativiteit gevraagd worden, maar er zijn vijf lessen die uit deze ambities gehaald kunnen worden.

1. Experimenteer met tijdelijke en omkeerbare inrichtingen.

Zoals eerder in deze nota beschreven, hebben experimenten het voordeel van tijdelijkheid en omkeerbaarheid. Maar zoals zo vaak is de communicatie die ermee gepaard gaat minstens even belangrijk. Communiceer vooraf:

- wat je gaat doen;
- waarom je het gaat doen;
- wat de impact ervan is;
- en wat je eruit wilt leren.

Stel je dus open op en geef toe dat je 'iets wilt proberen', uiteraard wel op een gefundeerde en doordachte manier. Communiceer ook tijdens het experiment. Bedank en beloon burgers voor hun inzet en ondersteun hen. Geef het experiment, het engagement en de successen de nodige aandacht.

Uiteraard is ook de evaluatie cruciaal. Wat waren de sterke punten? Wat zijn aandachtspunten voor de toekomst? Hoe hebben de burgers het experiment ervaren? Was het een verbetering t.o.v. de situatie voorheen? En ten slotte de vraag daar aan gekoppeld: blijft het experiment gehandhaafd of wordt er teruggekeerd naar de situatie van voorheen? Communiceer ook zeker over deze zaken om de burgers op de hoogte te brengen van wat jullie samen bereikt hebben.

2. Ondersteuning is niet noodzakelijk en hoeft niet financieel te zijn.

De ondersteuning die de gemeente voor ogen heeft is niet altijd degene die de burger nodig heeft. In sommige gevallen kunnen burgers zelfs geheel zelfstandig aan de slag. Probeer de burgers of andere stakeholders zelf te laten ontdekken/formuleren welke ondersteuning nodig is. Geef wel op voorhand aan dat projecten (onder bepaalde voorwaarden) ondersteund kunnen worden. Als burgers zelf actie ondernemen, is namelijk vaak eerder praktische ondersteuning nodig dan financiële.

3. Laat deelnemers zich verplaatsen in de schoenen van het gemeentebestuur, en andersom.

“Wat zou jij doen aan deze nood als je burgemeester was?” Vertrekkend vanuit die vraag krijg je vaak verrassende ideeën, of ideeën die verrassend sterk lijken op de visie van het gemeentebestuur. Als je vertrekt vanuit gedeelde behoeften is er veel meer

mogelijk. De volgende vraag is dan: “Wat heb je nodig om deze oplossing te realiseren?” Andersom kunnen besturen zichzelf de vraag stellen “Wat zou ik verwachten van het bestuur als deze uitdaging in mijn wijk opgelost moet worden?”. Op die manier wordt een uitdaging meer benaderd vanuit de logica van de beleving dan van de administratie.

4. Zorg ervoor dat iedereen toegang heeft tot de projectcommunicatie, zowel offline als online.

Participatie gaat er over dat zoveel mogelijk burgers de kans moeten krijgen om betrokken te worden. Om dat te bekomen, zet je communicatiekanalen in die zich richten op verschillende doelgroepen. Sommige mensen hebben enkel tijd voor online communicatie en participatie, andere mensen hebben enkel toegang tot offline kanalen en methodieken. Om beide groepen te bereiken, is het belangrijk om in de communicatiestrategie gebruik te maken van alle beschikbare kanalen.

5. Resultaten en vervolgstappen (circulair) benoemen: elke uitkomst moet inbreng zijn voor de volgende stap(pen).

Ten slotte een cruciale vereiste voor succesvolle participatie: communiceer wat met de bijdrage en het engagement van de mensen zal gebeuren. Welke impact zal hun voorstel hebben? Tot welke volgende stap leidt dat dan? Geef ook steeds aan hoe ze in de volgende fases nog betrokken kunnen worden. Dit betekent dat als zij niet meer betrokken kunnen worden in vervolgstappen, dit ook gecommuniceerd moet worden.