

Participatiemiddelen voor- en nadelen

+ anderen



PERSOONLIJK GESPREK

+

- Interactief
- Persoonlijk dus je kunt altijd het goede gesprek voeren
- Zorgt voor vertrouwen

-

- Om te weten wat er onder een brede doelgroep leeft heb je veel gesprekken nodig
- Kost veel tijd

TENTOONSTELLING

+

- Stimuleert om beeldend en creatief resultaat te laten zien
- Brengt mensen op de been
- Mensen zien letterlijk hun inbreng terug

-

- Tentoonstelling is meer een slotstuk, niet geschikt als start van een traject
- Interactie is beperkt en vraag om extra werkvormen/inspanning

ONLINE PLATFORM VOOR INITIATIEVEN

+

- Heel erg interactief
- In één overzicht alle informatie over alles wat er in de stad gebeurt bij elkaar
- Stimuleert initiatief

-

- Je moet het actief promoten zodat inwoners en organisatie het gaat gebruiken
- Vraagt om vertrouwen in inwoners

INTERACTIEVE PROJECTWEBSITE

+

- Eigen uitstraling

-

- Op een gegeven moment moet je 100'en websites in de lucht houden
- Kost meer tijd/geld om een nieuwe URL te communiceren
- Bewoners raken het spoor kwijt waar ze welke informatie kunnen terug vinden

SPREEKUUR/INLOOPPUNT

+

- Kan laagdrempelig zijn als je het in de wijk doet (laagdrempeliger dan het gemeentehuis)

-

- Werkt alleen als de locatie en openingstijden aansluiten bij de beschikbaarheid van de doelgroep
- Zorg voor constante openingstijden en voldoende bezetting

WIJKSCHOUW/WIJKBEZOEK

+

- Iedereen heeft hetzelfde beeld van wat er speelt
- Persoonlijk contact zorgt voor goede relaties en vertrouwen

-

- Met name geschikt voor verbeteringen in de openbare ruimte en minder voor nieuwe ideeën en sociale thema's

BIJEENKOMST

+

- Persoonlijk contact en gesprek heeft meerwaarde
- Relatief makkelijk te organiseren

-

- Werkt alle voor mensen die op dat moment kunnen dus je sluit een deel van de doelgroep uit
- Je hebt goede werkvormen nodig om te voorkomen dat de groepdynamiek het resultaat in de weg gaat zitten
- Je hebt veel bijeenkomsten nodig om tot gedeeld resultaat te komen

CO-CREATIESESSIE/ ONTWERPATELIER

+

- Dilemma's worden helder
- Leidt tot het goede gesprek
- Draagt bij aan creatieve oplossingen

-

- Werkt alleen voor mensen die op dat moment kunnen, je sluit een deel van de doelgroep uit
- Veel voorbereidingstijd
- Meerdere sessies nodig
- Je moet veel moeite doen om mensen die niet op de sessie waren bij te praten zodat ze weer gelijkwaardig kunnen meedoen

HUISKAMERBIJEEENKOMST

+

- Laagdrempelig
- Helpt moeilijk bereikbare doelgroepen
- De gemeente is prominent de organisator

-

- Bereik is beperkt voor kleinere groepen
- Alleen geschikt voor lokale problematiek

GESPREKKEN TIJDENS BESTAANDE EVENEMENTEN

+

- Met een kleine inspanning tref je veel mensen want die zijn daar al aanwezig
- Persoonlijk dus je voert het goede gesprek
- Het is verrassend omdat mensen de gemeente daar niet verwachten

-

- Mensen zijn op die plek met een ander doel dus willen de gesprekken vaak kort houden waardoor de diepgang beperkt is
- Weersafhankelijk bij buitenevenementen

EVENEMENT ORGANISEREN

+

- Je treft nieuwe doelgroepen die niet naar standaard bijeenkomsten komen
- Het is verrassend
- Je bent als gemeente positief zichtbaar
- Leidt daardoor tot positieve en creatieve oplossingen

-

- Kost relatief veel tijd en geld
- Zorg dat het middel niet belangrijker wordt dan het doel

+

- Doelgroepen zijn op de plek waar ook het besluit genomen wordt
- Verbeterd de relatie tussen politiek en samenleving

-

- Voor veel mensen een enorme drempel om raadszaal binnen te lopen
- Geen tijd om een goed gesprek te voeren
- Geen ruimte meer om ideeën te melden tenzij de raads bijeenkomst heel vroeg in het proces zit

BIJEENKOMST MET MENTIMETER

+

- Voegt interactiviteit toe aan een plenaire bijeenkomst
- Iedereen kan zijn mening geven ook als niet voor een groep durft te spreken
- Goedkoop
- Het is een goede aanleiding voor het juiste gesprek

-

- Iedereen heeft een smartphone of tablet nodig met internet
- Om het kwalitatief te maken moet het wel aanleiding zijn voor een gesprek

WORKSHOP

+

- Goed middel om met elkaar de diepte in te gaan over een onderwerp
- Het helpt om mensen op hetzelfde kennisniveau te krijgen
- Helpt om tot een gedeelde aanpak te komen

-

- Werkt alleen voor mensen die op dat moment kunnen, je sluit een deel van de doelgroep uit
- Veel voorbereidingstijd
- Je hebt meerdere sessies nodig
- Je moet veel moeite doen om mensen die niet op de sessie waren bij te praten zodat ze weer gelijkwaardig kunnen meedoen

DEBAT

+

- Meerdere kanten worden belicht
- Mensen leren elkaars standpunten kennen

-

- Vaak dezelfde mensen die aan het woord zijn anere mensen durven niet of hebben schroom
- Vaak vijandig en gelijk hebben / gelijk krijgen ipv tot de juiste oplossing komen
- Werkt alleen voor mensen die op dat moment kunnen, je sluit een deel van de doelgroep uit

RONDETAfelGESPREK

+

- Je komt relatief snel tot de kern van de zaak / inhoud
- Kwalitatief dus je kan met elkaar het goede gesprek voeren

-

- Je zit met een vertegenwoordiging en de vraag is of die de achterban goed vertegenwoordigen
- Je moet veel moeite doen om mensen die niet op de sessie waren bij te praten en betrokken te houden
- Als je niet uitkijkt gaat het over de belangen van diegene die aan tafel zitten

KLANKBORDGROEP

+

- Het is eenvoudig te organiseren

-

- Vertegenwoordigen ze een groep of zichzelf?
- Ze reageren op plannen maar dragen er zelf niet of nauwelijq aan bij
- Uitwisseling van voors- en tegens en ideeën worden niet verder gebracht
- Er komt geen gedeelde oplossing

WIJKRAAD

+

- Actieve betrokken bewoners
- Als ze de wijk vertegenwoordigen is het een gemakkelijk aanspreekpunt voor de gemeente

-

- Werkt alleen voor lokale problematiek
- De vraag is vaak in hoeverre ze er in slagen om echt de wijk te vertegenwoordigen

ONLINE PANEL

+

- Groot bereik
- Online dus op het moment dat het hun uitkomt kunnen ze meedenken
- Kost relatief weinig moeite om te maken en om in te vullen

-

- Kwantitatief
- Niet interactief
- Mist motivering / achtergrond bij antwoorden
- Verzameling van individuele meningen
- Bij een gesloten panel sluit je mensen buiten

SOCIALE MEDIA

+

- Actueel en snel
- Groot bereik met juiste inzet
- Als je tijd en geld te besteden hebt een heel goed en inzichtelijk middel
- Je bereik neemt snel toe naarmate mensen je bericht meer delen
- Je bereikt ook mensen die je anders niet bereikt

-

- Niet iedereen zit op social media
- Werkt alleen als je je eerst verdiept in de doelgroep en ze op de juist manier weet aan te spreken
- Levert in toenemende mate alleen bereik op als je betaalt
- Vooral de nieuwere netwerken missen interactie (bv instagram)

WHATSAPP



- Snel contact
- Lage drempel
- Potentieel een grote doelgroep



- Kan slechts met 1 persoon of beperkt aantal mensen in een groep
- Interactie heeft beperkte diepgang
- Het initiatief komt per definitie van één kant
- 24/7 bereikbaarheid is lastig te organiseren
- Uitkomsten zijn moeilijk te verwerken tot gedeelde oplossing
- Uitkomsten zijn lastig transparant te communiceren

ONLINE BUURTNETWERKEN



- Kan bijdragen aan de verbinding in de wijk
- Brengt mensen met elkaar in contact over een groot aantal onderwerpen



- Kost relatief veel tijd en geld om dit op te zetten en een succes te maken en te houden
- Is vaak erg lokaal gericht
- Gaat vaak over een veelheid van onderwerpen, waarbij de diepgang soms ontbreekt

APPS ALS 'VERBETER DE BUURT'



- Mensen kunnen gemakkelijk en op het moment dat het hen uitkomt een bijdrage leveren
- Techniek werkt gemakkelijk en is vrij beschikbaar, dus vrijwel iedereen kan ermee werken



- Beperkt zich tot meldingen in de openbare ruimte

DIGITAAL MEEONTWERPEN



- Mensen kunnen meedoen op het moment dat het hen uitkomt
- Relatief groot bereik mogelijk
- Technische ideeën van professionals worden verrijkt met vaak creatieve en praktische input van ervaringsdeskundigen



- Software is veelal nog niet vrij beschikbaar
- Niet iedereen heeft de techniek onder controle, dus sluit mensen uit

CROWDFUNDING WEBSITES

+

- Stimuleert ideeën waarvan financiering niet alleen geregeld kan worden door initiatiefnemer
- Mensen voelen zich betrokken bij plannen van andere waarin ze geld steken

-

- Niet geschikt voor (gedeelde) planvorming
- Thema van interactie is beperkt (gaat over geld)

ENQUÊTE

+

- Groot bereik
- Relatief eenvoudig te maken en in te vullen
- Online dus op het moment dat het hun uitkomt kunnen ze meedenken
- Verslaglegging en terugkoppeling is redelijk eenvoudig

-

- Met vaak merendeels gesloten vragen, kwantitatief
- Niet interactief
- Mist motivering / achtergrond bij antwoorden
- Verzameling van individuele meningen

BURGERBERAAD

+

- Je kunt met een groep mensen een vraagstuk uitvoerig uitdiepen
- Loting kan zorgen voor een diverse groep deelnemers

-

- Redelijk intensief voor organisatie en deelname
- Niet iedereen die wil kan meedoen

REFERENDUM

+

- Je hebt een algemeen beeld van de mening in je gebied

-

- Kan alleen plaatsvinden als dit door de gemeenteraad wordt goedgekeurd
- Weinig interactie alleen maar ja/nee voor/tegen
- Je mist snel achtergrond informatie en mensen kunnen moeilijk de gevolgen overzien
- Je zit vast aan de uitkomst

ONLINE COMMUNITYSOFTWARE

+

- Actueel en snel
- Eén plek om alles te delen
- Helpt om iedereen op het juiste informatieniveau te houden

-

- Vraagt om installatie van aparte apps op computers van derden
- Sluit gemakkelijk snel mensen uit i.v.m. inloggegevens
- Moeilijk om overzicht te bewaren
- Werkt met name in kleinere groepen

COMMUNITY

+

- Betrokken inwoners gaan structureel samen aan de slag
- Hebben dezelfde ideeën en werken aan dezelfde doelen
- Makkelijk aanspreekpunt voor de gemeente om mee te praten

-

- Vraagt veel inspanning om een actieve community op te bouwen (niet in 1 dag geregeld) en te onderhouden

SCHETSBOEK / -TEKENING

+

- Creatief
- Laagdrempelig
- Geschikt voor kinderen
- Stimuleert nieuwe ideeën en verder te denken
- Kan ingevuld worden op een moment dat het men uitkomt

-

- Beperk jezelf tot een paar goede vragen zodat verwerking van input niet te veel tijd in beslag gaat nemen
- Het is soms lastig te interpreteren wat er achter de tekening zit

PRIJSVRAAG

+

- Leuk om mee te doen en er valt iets te winnen!
- Kan creativiteit stimuleren bij de juiste prijsvraag

-

- Sommige mensen doen alleen mee voor de prijs
- Eenmalig middel

PARTICIPATIEVE BEGROTING



- Je maakt inzichtelijk wat financieel de dilemma's zijn en wat er mogelijk is



- Drempel om mee te doen de meeste mensen hebben geen kennis van begrotingen
- Hoe krijg je mensen enthousiast om hieraan mee te doen? Klinkt voor de meeste mensen niet heel erg leuk

EXPERTSESSIE(S) / ADVIESRADEN



- Je zit met de mensen aan tafel die verstand hebben van zaken waardoor ideeën sneller op tafel komen
- Ook mensen die in de uitvoering zitten en doelen daadwerkelijk gaan realiseren worden direct betrokken
- Inwoners krijgen zicht op de afwegingen van professionals



- Je zit met een vertegenwoordiging en de vraag blijft of die de achterban goed vertegenwoordigen
- Je moet veel moeite doen om mensen die niet op de sessie waren bij te praten en betrokken te houden
- Als je niet uitkijkt gaat het over de belangen van diegene aan tafel zitten
- Heel intensief met een kleine groep mensen

FONDS VOOR MAATSCHAPPELIJKE INITIATIEVEN



- Stimuleert groei van nieuwe initiatieven
- Mensen gaan zich meer betrokken voelen bij hun omgeving
- Door een fonds weten initiatiefnemers beter waar ze met hun ideeën naartoe kunnen



- Vraagt een andere manier van werken voor veel organisaties (gemeentes)
- Kost veel tijd om initiatiefnemers op weg te helpen
- Financiële middelen moeten wel beschikbaar zijn

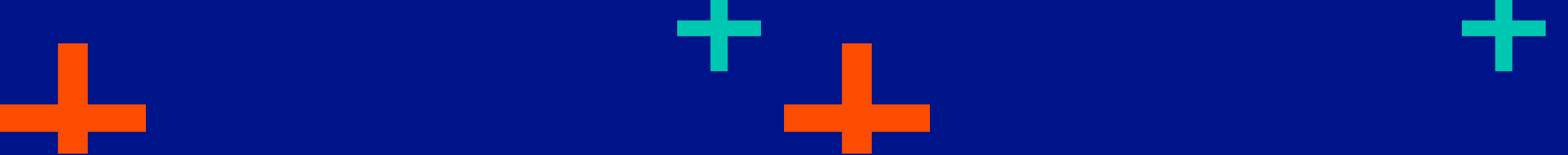
AMBASSADEURSNETWERK



- Laagdrempelig en vertrouwd
- Je bereikt doelgroepen die je normaal als gemeente moeilijker betreft

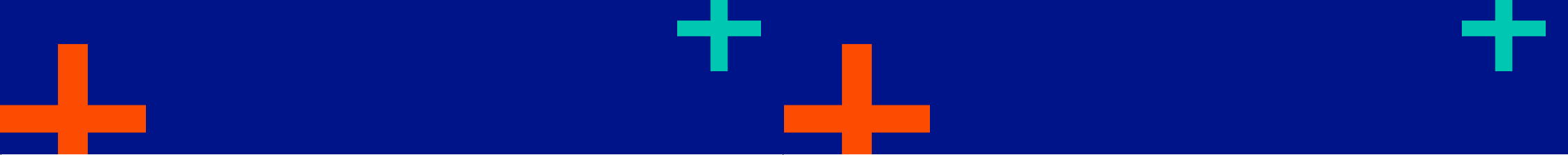


- Ambassadeurs zijn soms moeilijk vindbaar
- Je bent voor het resultaat van het proces afhankelijk van anderen



<p data-bbox="246 271 313 319">+</p>	<p data-bbox="806 287 840 311">-</p>
--------------------------------------	--------------------------------------

<p data-bbox="1366 271 1433 319">+</p>	<p data-bbox="1926 287 1960 311">-</p>
--	--



<p data-bbox="246 1069 313 1117">+</p>	<p data-bbox="806 1085 840 1109">-</p>
--	--

<p data-bbox="1366 1069 1433 1117">+</p>	<p data-bbox="1926 1085 1960 1109">-</p>
--	--



Meer weten over de inzet van de participatie middelen?

Neem contact met ons op:
post@plusanderen.nl of vul het contact formulier in op de pagina van de workshops.

