

Burgerinitiatief

en de rol van de ontwerper

Afstudeeronderzoek

Grafisch ontwerp
AKV | St.Joost
Den Bosch
2016

Rozemarijn Oudejans

Onder begeleiding van:
Ad van der Kouwe
Matthias Noordzij
Kiko Luijten

Samenvatting

Door een steeds verder terugtrekkende overheid komen meer taken en verantwoordelijkheden bij burgers te liggen. Hierdoor ontstaat een noodzaak voor bottom-up initiatieven en actief burgerschap. Zowel burgers als overheden moeten vaak nog wennen aan deze nieuwe verhoudingen: burgers zijn niet gewend zelf initiatief te nemen en als ze dat doen, lopen ze vaak vast in gemeentelijke procedures. Gemeenten weten niet altijd hoe ze om moeten gaan met initiatieven van burgers en hebben moeite de controle uit handen te geven. Er wordt al veel gedaan om burgerinitiatieven de ondersteunen. Kennisorganisaties, adviesbureaus, energiemaatschappijen, woningbouwcorporaties en gemeenten ondersteunen initiatieven met subsidies, informatie, advies en begeleiding. Mijn onderzoeksvraag is welke rol grafisch ontwerpers kunnen spelen bij de stimulering en ondersteuning van burgerinitiatieven.

Om deze vraag te beantwoorden, heb ik onderzocht wat een burgerinitiatief precies is, welke partijen betrokken zijn bij burgerinitiatieven en hoe initiatieven het beste ondersteund kunnen worden. Daarnaast heb ik het specifieke proces van burgerinitiatief in de gemeente Tilburg onderzocht. Door al deze informatie te inventariseren en analyseren, heb ik een duidelijk beeld gekregen van hoe het proces van burgerinitiatief verloopt en waar in het proces problemen optreden. Een van de knelpunten in het proces is de communicatie van gemeente naar burgers. Gemeenten maken niet altijd duidelijk aan burgers dat er ondersteuning beschikbaar is voor burgerinitiatieven en dat initiatieven op prijs gesteld worden.

Grafisch ontwerpers zijn bij uitstek geschikt om dit probleem op te lossen. Met hun kennis en vaardigheden kunnen zij de grote hoeveelheid complexe informatie over het proces van burgerinitiatief inzichtelijk maken en duidelijk communiceren naar burgers. Ontwerpers stimuleren hiermee het ontstaan van nieuwe initiatieven en ondersteunen burgers bij de uitvoer van hun ideeën. Ik heb deze oplossing in de praktijk gebracht door een digitale interface te ontwerpen waarin burgers stap voor stap worden meegenomen in het proces van burgerinitiatief in de gemeente Tilburg. Om burgers actief te informeren over deze interface en hen te laten weten dat de gemeente burgerinitiatieven verwelkomt, heb ik in dezelfde stijl een promotiecampagne ontworpen.

Met het ontwerp van de interface en de campagne heb ik aangetoond welke waardevolle rol grafisch ontwerpers kunnen spelen bij de stimulering en ondersteuning van burgerinitiatieven. Door de communicatie over burgerinitiatief te verbeteren, opereert de ontwerper op het snijvlak tussen overheid en burgers en treedt hij op als intermediair in het proces van burgerinitiatief.

Inhoudsopgave

Inleiding	7
Aanleiding	7
Maatschappelijke relevantie	7
Relevantie voor het vakgebied	7
Wie houden zich bezig met burgerinitiatief?	9
Wat is het probleem?	9
Doel van mijn onderzoek	11
Aanpak	11
Wat is een burgerinitiatief?	13
Definitie	13
Wie zijn de initiatiefnemers?	13
Waarom nemen burgers initiatief?	15
Ontwikkelpad van een burgerinitiatief	16
Welke partijen spelen een rol bij burgerinitiatieven?	19
Overheid	19
Kennis- en netwerkorganisaties	19
Adviesbureaus	20
Semi-overheid en bedrijven	20
Frontlijnmedewerkers	20
Maatschappelijk werk en politie	20
Ondersteuning van burgerinitiatieven	21
Specifiek, flexibel en snel	21
Verschillende manieren	21
Van burgerparticipatie naar participerende overheid	23
Communicatie tussen gemeente en burgers	23
Online platforms	25
Knelpunten en de rol van de ontwerper	27
Contact tussen burgers zorgt voor lokaal draagvlak	27
Vaardigheden van initiatiefnemers ondersteunen	27
Beleid ten aanzien van burgerinitiatief veranderen	29
Openheid en vertrouwen tussen partijen creëren	29
Duidelijke communicatie naar burgers	31
Welke rol heeft de voorkeur?	31
De situatie in Tilburg en mijn ontwerpoplossing	33
Burgerinitiatief in Tilburg	33
Knelpunten in Tilburg	34
Mijn ontwerpoplossing	34
Conclusies en evaluatie	45
Antwoord op de onderzoeksvraag	45
Verder onderzoek	47
Evaluatie	47
Mijn positionering	47
Bronnen	49



(Schwarz, M., Krabbendam, D. (2013). *Sustainist design guide*. Amsterdam: BIS Publishers. Op 7 mei gedownload van <http://www.thebeach.nu/en/page/355/sustainist-design-guide>)



(Blommestijn, R. (2013). *PÄRTICIPERÜ*. Op 7 mei gedownload van <https://www.vn.nl/de-doe-het-lekker-zelfmaatschappij/>)

Inleiding

Aanleiding

Tijdens mijn derde jaar van de opleiding grafisch ontwerp aan de AKV | St.Joost las ik de *Sustainist Design Guide*.¹ Dit boek heeft mijn kijk op het ontwerpvak enorm veranderd. Sustainist design, een combinatie van social design en duurzaamheid, is een hoopgevende en inspirerende visie op de toekomst van het (grafisch) ontwerpvak. Een toekomst waarin ontwerpers meer en meer zullen werken midden ín en mèt de maatschappij in plaats van vóór de maatschappij. Tijdens mijn stage bij The Beach, een netwerkorganisatie in Amsterdam Osdorp, mede opgericht door Diana Krabbendam, een van de auteurs van de *Sustainist Design Guide*, heb ik kunnen zien hoe sustainist design werkt in de praktijk. Ik heb ervaren hoe ontwerpers buurtbewoners kunnen helpen met het verwezenlijken van hun ideeën voor de buurt. Kennis en vaardigheden uit mijn eerdere studie sociale geografie bleken hierbij goed van pas te komen. Dit bracht mij op het idee om mijn afstudeeronderzoek te focussen op burgerinitiatieven en de rol die grafisch ontwerpers hierbij kunnen spelen.

Maatschappelijke relevantie

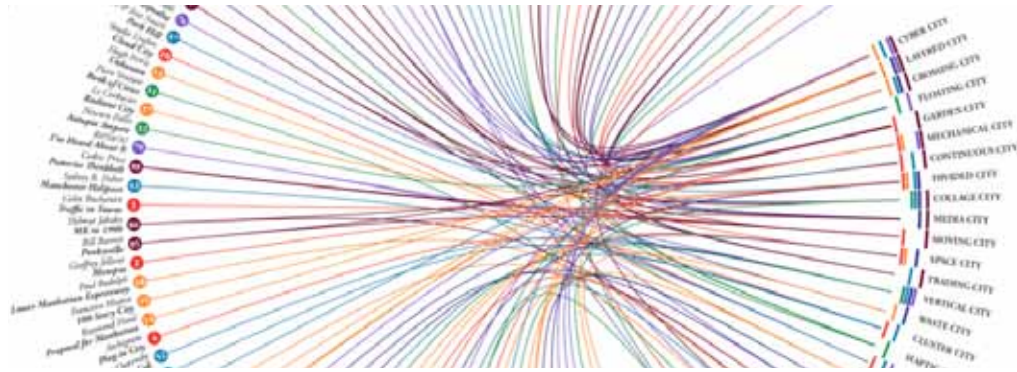
Naast mijn eigen interesse in sociaal betrokken ontwerp is er ook een actuele, maatschappelijke aanleiding voor mijn afstudeeronderzoek. Door een steeds verder terugtrekkende overheid komen meer taken en verantwoordelijkheden bij burgers te liggen. Hierdoor ontstaat een noodzaak voor bottom-up initiatieven en actief burgerschap. Zowel burgers als overheden moeten vaak nog wennen aan deze nieuwe verhoudingen: burgers zijn niet gewend zelf initiatief te nemen en als ze dat doen, lopen ze vaak vast in gemeentelijke procedures. Gemeenten weten niet altijd hoe ze om moeten gaan met initiatieven van burgers en hebben moeite de controle uit handen te geven.

Relevantie voor het vakgebied

Het is van belang voor het vakgebied van grafisch ontwerp om te onderzoeken welke rol ontwerpers kunnen spelen in deze belangrijke trend van burgerinitiatief. Het veranderende maatschappelijk speelveld zorgt ervoor dat de rol van de ontwerper ook zal veranderen. Waar ontwerpers eerst in opdracht van gemeenten of bedrijven werkten, zullen zij in de toekomst meer met burgers samenwerken. Deze nieuwe rol vraagt om een andere aanpak en andere visie op het ontwerpvak. Zoals de *Sustainist Design Guide* betoogt, zijn samenwerking met andere disciplines en partijen, lokale geworteldheid, inbedding in maatschappelijke netwerken en oog voor de menselijke maat belangrijke aspecten van het ontwerpwerk van de toekomst.²

1. Schwarz, M., Krabbendam, D. (2013). *Sustainist design guide*. Amsterdam: BIS Publishers

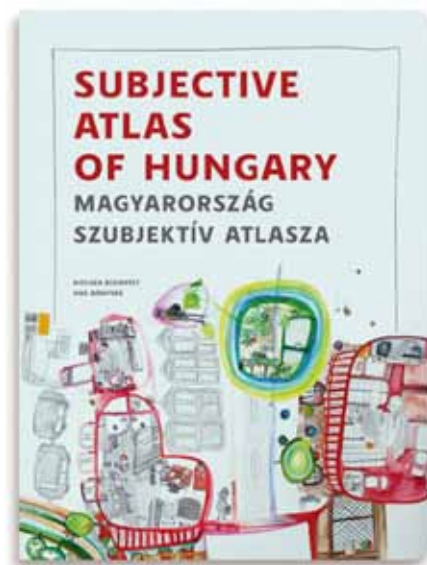
2. Idem



(Pollastri, S. *A visual history of the future* (2014). Op 6 mei gedownload van <http://seremiru.com/a-visual-history-of-the-future/>)



(DesignArbeid. *Atlas van de wijk* (jaar onbekend). Op 6 mei gedownload van (<http://designarbeid.nl/projecten/atlas-van-de-wijk/>)



(DeVet, A. *Subjective atlas of Hungary* (2011). Op 6 mei gedownload van http://www.annelysdevet.nl/content/politiek/atlas_hungary/)



(Mag Stad? (2015). Op 6 mei gedownload van <http://www.magstad.nl>)



(Engelbregt, M. *Hotline naar het Volk* (2006). Op 6 mei gedownload van <http://www.ebg.nl/?id=1291199535&lan=nl>)

Wie houden zich bezig met burgerinitiatief?

Burgerinitiatief is een hot item en een aantal ontwerpers en kunstenaars houdt zich al bezig met de nieuwe verhoudingen tussen burgers en overheid. Sommigen zijn hierbij vooral oplossingsgericht. Het Amsterdamse Design Arbeid bijvoorbeeld brengt met hun *Atlas van de wijk* bewoners, buurtinitiatieven en lokale bedrijven met elkaar in contact op basis van talenten, expertise of vragen. Ontwerper Tabo Goudswaard heeft samen met adviesbureau TwynstraGudde het onderzoeksprogramma *Mag stad?* opgezet waarmee burgerinitiatieven worden opgespoord door middel van artistieke strategieën. Andere ontwerpers richten zich meer op het weergeven van de processen, zoals de Italiaanse ontwerpster Serena Pollastri die de leefbaarheid in steden onderzoekt door stedelijke veranderingsprocessen te analyseren en weer te geven in prachtige datavisualisaties. Tenslotte zijn er ontwerpers die problemen tussen overheid en burgers bloot willen leggen en de discussie hierover op gang willen brengen. De Belgische ontwerper Annelys DeVet bijvoorbeeld maakt met haar serie subjectieve atlanten maatschappelijke kwesties in een land zichtbaar. Kunstenaar Martijn Engelbregt stelt met zijn *Hotline naar het volk* de communicatie tussen overheid en burgers ter discussie.

Ook binnen andere vakgebieden wordt gekeken naar burgerinitiatieven. Gemeentes, kennisorganisaties, adviesbureaus, energiemaatschappijen en woningbouwcorporaties houden zich bezig met het onderzoeken, stimuleren en begeleiden van burgerinitiatieven. Dit heeft geleid tot livijge rapporten, begeleidingstrajecten voor ambtenaren, initiatievenloketten voor burgers, de inzet van buurtmakelaars, online platforms en vele andere manieren om burgerinitiatieven te ondersteunen.

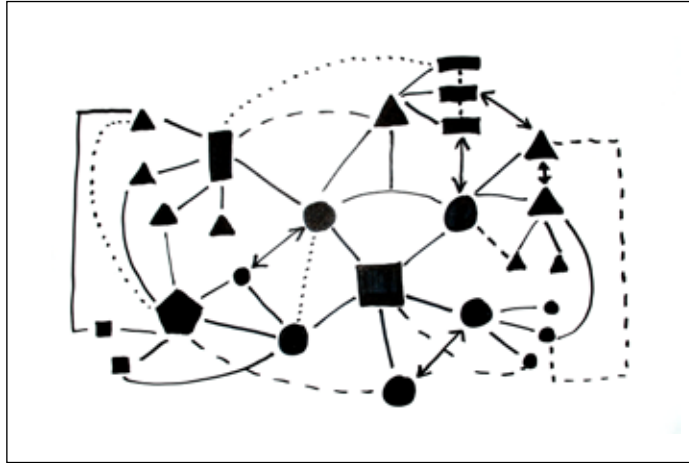
Wat is het probleem?

Ondanks alle stimulering en ondersteuning komen nog niet overal voldoende initiatieven van de grond of, als dat wel gebeurt, lopen initiatieven in een vroeg stadium vast. Hoe komt dat? Enerzijds ontbreekt het de initiatiefnemers aan kennis, kunde of tijd en loopt een initiatief daardoor stuk. Of een initiatief komt niet van de grond omdat het onvoldoende draagvlak heeft bij andere buurtbewoners.¹ Anderzijds lijkt er een discrepantie te bestaan tussen beleid en werkelijkheid: waar de rijksoverheid de maatschappelijke betrokkenheid van burgers zegt te willen stimuleren, is het gemeentebeleid vaak nog niet afgestemd op burgers die met een initiatief komen. Als initiatieven niet binnen het gemeentebeleid passen, weten gemeenten niet altijd wat ze ermee aan moeten.² Of gemeenten beschrijven wel hoe de burger kan participeren bij gemeentelijke plannen, maar niet hoe de gemeente kan participeren bij plannen van burgers.³

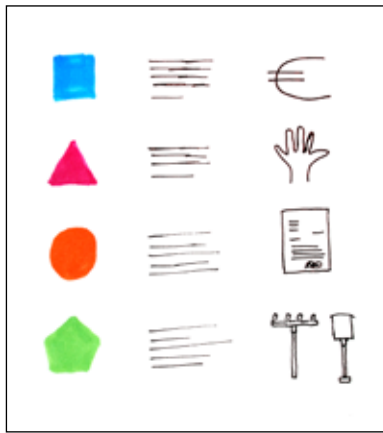
1. Snoeker, B.J. R. (2014). *Initiatieven uit een krimpende samenleving: Een analyse van de omgang van krimp gemeenten met bottom-up initiatieven*. Utrecht: Universiteit Utrecht.

2. Denktank Vereniging van Nederlandse Gemeenten (2013). *Van eerste overheid naar eerst de burger. Over maatschappelijke initiatieven die de lokale overheid uitdagen*. Den Haag: Vereniging van Nederlandse Gemeenten.

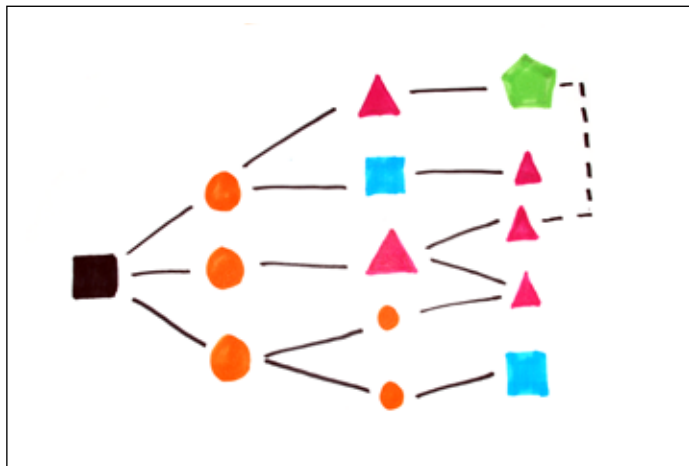
3. Snoeker, B.J. R. (2014). *Initiatieven uit een krimpende samenleving: Een analyse van de omgang van krimp gemeenten met bottom-up initiatieven*. Utrecht: Universiteit Utrecht.



Inventariseren



Analyseren



Visualiseren

(eigen beeld)

Doel van mijn onderzoek

Met mijn onderzoek wil ik aantonen dat grafisch ontwerpers een waardevolle rol kunnen spelen in het proces van burgerinitiatief. Ik wil onderzoeken hoe ontwerpers hun ontwerp-denken kunnen inzetten om burgerinitiatieven te stimuleren. Hoe ontwerpers met hun unieke kennis en vaardigheden de bij burgerinitiatieven betrokken partijen kunnen ondersteunen. De hoofdvraag van mijn onderzoek is dan ook: **Welke rol kunnen grafisch ontwerpers spelen bij de stimulering en ondersteuning van burgerinitiatieven?** Om deze vraag te kunnen beantwoorden heb ik de volgende deelvragen opgesteld:

- Wat is een burgerinitiatief?
- Welke partijen spelen een rol bij burgerinitiatieven?
- Hoe kunnen burgerinitiatieven ondersteund worden?
- Wat zijn de knelpunten in het proces van burgerinitiatief?
- Wat kunnen ontwerpers doen om deze knelpunten op te lossen?

Aanpak

Om deze onderzoeksvragen te beantwoorden, zal ik door middel van literatuuronderzoek eerst een theoretisch kader schetsen. Hierin zal ik duidelijk omschrijven wat een burgerinitiatief is, wie de initiatiefnemers zijn en waarom zij initiatief nemen. Verder zal ik beschrijven welke partijen er, naast de initiatiefnemer, nog meer betrokken zijn bij burgerinitiatieven en op welke manier zij burgerinitiatieven het beste kunnen ondersteunen. Door al deze informatie te inventariseren en analyseren wil ik een duidelijk beeld krijgen van hoe het proces van burgerinitiatief verloopt, wat de factoren zijn die een burgerinitiatief tot een succes maken en waar in het proces de knelpunten zitten. Vervolgens zal ik bekijken op welke manier grafisch ontwerpers kunnen helpen de gesignaleerde problemen op te lossen.

Mijn literatuuronderzoek zal ik aanvullen met informatie uit de praktijk, door verschillende partijen te interviewen die een rol spelen in het proces van burgerinitiatief in mijn woongemeente Tilburg. Op basis van informatie uit deze interviews zal ik een beeld schetsen van hoe het proces van burgerinitiatief werkt in Tilburg en waar specifieke knelpunten zitten in deze gemeente. Voor die knelpunten zal ik een grafische oplossing ontwerpen om burgerinitiatief in de gemeente Tilburg te stimuleren en ondersteunen.

Ik zal mijn onderzoek afsluiten met een conclusie en evaluatie, waarbij ik ook zal kijken naar mijn eigen positionering als ontwerper.



Ben Opgenort, initiatiefnemer van de buurttuin in Tilburg-Noord, is een typisch voorbeeld van een best person. Best persons zijn de kern van een initiatief; ze zijn een spin in het web van de wijk, ze trekken de kar, zetten door, mobiliseren mensen, leggen verbanden, ze zijn zeer gemotiveerd en vol passie (en daardoor soms moeilijk aan te sturen), ze zijn zeer betrokken bij het initiatief en de buurt en hebben kennis van binnenuit. (eigen beeld)

Wat is een burgerinitiatief?

Definitie

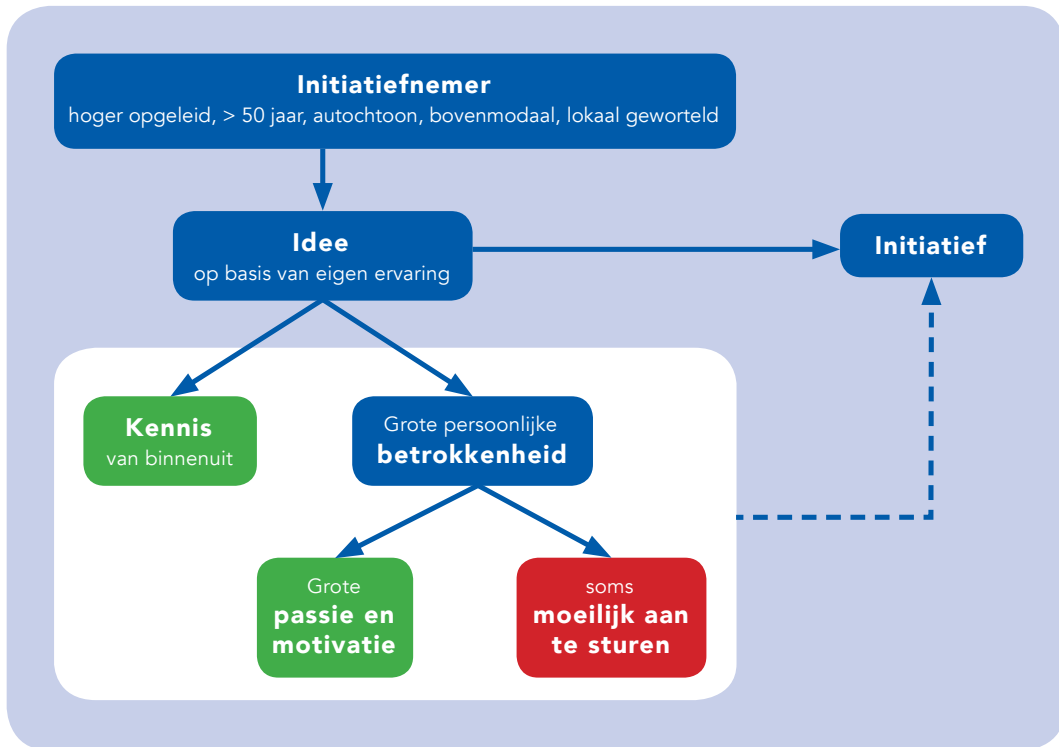
De overheid treedt steeds verder terug en verandert haar top-down benadering in een bottom-up proces. In plaats van dat de overheid het beleid bepaalt, willen gemeenten burgers meer betrekken bij de beleidsvorming en burgers stimuleren zelf verantwoordelijkheid en initiatief te nemen. Burgerinitiatieven, ook wel bewonersinitiatieven, zijn "collectieve activiteiten van burgers die zich richten op het verbeteren van de kwaliteit van de buurt. Bewoners bepalen zelf wat ze willen, hoe ze dat willen bereiken en wanneer ze dat doen. Gemeenten en instellingen hebben daarbij een stimulerende, faciliterende of coproducerende rol." ¹ Burgerinitiatieven spelen zich af op lokale schaal, in wijken en buurten en hebben draagvlak onder buurtbewoners nodig: "... de noodzaak tot ingrijpen moet lokaal geworteld zijn; alles staat of valt met een gevoelde urgentie bij lokale bewoners." ² Als zij het nut van een initiatief niet inzien, is er onvoldoende draagvlak in de buurt en zal het initiatief stranden.

Wie zijn de initiatiefnemers?

Vaak zijn de initiatiefnemers hoger opgeleide autochtone mannen of vrouwen van boven de vijftig met een bovenmodaal inkomen die al lang in de wijk wonen.³ Uit mijn gesprek met Emrik Mol, vrijwilliger in de buurtmoestuin in Tilburg-Noord, kwam dit beeld ook naar voren: "Degenen die vanaf het begin af aan in de wijk wonen, zijn inmiddels allemaal met pensioen. Zij zijn degenen die het initiatief hebben genomen en zich betrokken voelen bij de buurttuin." ⁴ Initiatiefnemers zijn niet altijd een afspiegeling van de bevolking in hun buurt, maar formele procedures (bijvoorbeeld stemmen over de selectie van initiatieven of buurttevredenheidspelingen) en het stimuleren van de communicatie tussen de initiatiefnemer en andere buurtbewoners kunnen de legitimiteit en representativiteit van burgerinitiatieven versterken.⁵

Succesvolle burgerinitiatieven lijken vooral gedragen te worden door *best persons*. "Dit zijn de trekkers, doorzetters, initiatiefnemers in een wijk. Zij mobiliseren mensen, leggen verbanden en zijn een spin in het web van de wijk. Zij zijn de reden waarom een initiatief in de ene wijk wel werkt maar in een andere wijk niet van de grond komt: men heeft het idee overgenomen, maar niet de mensen." ⁶ Ben Opgenort, initiatiefnemer van de buurttuin in de Tilburgse wijk Stokhasselt, is zo'n *best person*.

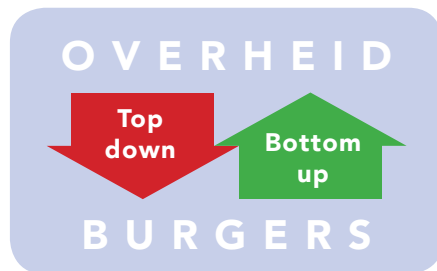
-
1. Denters, S.A.H., Tonkens, E.H., Verhoeven, I., Bakker, J.H.M. (2013). *Burgers maken hun buurt*. Den Haag: Platform 31
 2. Hepworth, J., Prinsen, Y. (2015). Ook de overheid moet participeren. Op 23 november 2015 ontleend aan <http://ruimtevolk.nl/2015/09/03/ook-de-overheid-moet-participeren/>
 3. Denters, S.A.H., Tonkens, E.H., Verhoeven, I., Bakker, J.H.M. (2013). *Burgers maken hun buurt*. Den Haag: Platform 31
 4. Mol, E. (vrijwilliger buurttuin Tilburg-Noord). Tilburg, 24 september 2015.
 5. Lans, J. van der (2014). *Een wijkgerichte aanpak: het fundament*. Den Haag: Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties.
 6. Idem



De initiatiefnemer is de kern van het initiatief (eigen beeld)



Zakelijkheid en professionaliteit van initiatiefnemers is van doorslaggevend belang voor een succesvol initiatief (eigen beeld)



De overheid verandert haar beleid van top-down naar bottom-up (eigen beeld)



Motieven voor initiatieven (eigen beeld)

Ben woont al 25 jaar in de wijk en heeft het initiatief genomen voor de buurttuin. Hij trekt de kar, stuurt vrijwilligers aan, iedereen in de wijk kent hem, hij is iedere dag in de buurttuin te vinden en vertelt altijd enthousiast over 'zijn' tuin.¹ De andere vrijwilligers beamen dat het aan Ben te danken is dat de buurttuin zo'n groot succes is geworden.

De initiatiefnemers zijn zelf dus de kern van het initiatief. Ze zijn zeer gemotiveerd om hun idee te realiseren, maar door diezelfde passie zijn ze soms ook moeilijk aan te sturen of lastig om mee samen te werken. Hun motivatie komt voort uit de persoonlijke betrokkenheid bij hun eigen idee. Ideeën ontstaan vaak door iets wat mensen zelf hebben meegemaakt, in hun eigen omgeving, iets wat ze willen veranderen. Daardoor beschikken initiatiefnemers over kennis 'van binnen uit', waardevolle informatie die geworteld is in de maatschappelijke realiteit en niet afkomstig van de plaatselijke overheid.²

Het interesseert initiatiefnemers vaak niet of hun idee wettelijk is toegestaan en of het binnen het gemeentebestuur past. Helaas lopen ideeën daardoor vaak vast in gemeentelijke procedures en wetgeving, omdat een initiatief uiteindelijk toch toestemming of ondersteuning van de gemeente nodig heeft. Zakelijkheid en professionaliteit van initiatiefnemers zijn dan ook van doorslaggevend belang voor een succesvol initiatief.³

Waarom nemen burgers initiatief?

Er zijn verschillende redenen waarom mensen actief worden in hun buurt. In de publicatie *Burgers maken hun buurt* van kennis- en netwerkorganisatie Platform 31 worden vier motieven voor burgerinitiatief genoemd:

1. Doelgericht motief; men neemt initiatief om maatschappelijke problemen op te lossen en verbeteringen door te voeren in de eigen buurt.
 2. Sociaal motief; men wil vooral samen met anderen actief zijn.
 3. Plichtgebonden motief; men heeft het gevoel aan de burgerplicht te willen voldoen.
 4. Eigenbelang; men wil een particulier oplossen of werkervaring op doen.
- Bestuurders en ambtenaren denken vaak dat burgers vooral handelen uit eigenbelang, maar uit onderzoek blijkt dat met name sociale en doelgerichte motieven belangrijk zijn.⁴

1. Opgenort, B. (initiatiefnemer buurttuin Tilburg-Noord). Tilburg, 24 september 2015.

2. Denktank Vereniging van Nederlandse Gemeenten (2013). *Van eerste overheid naar eerst de burger. Over maatschappelijke initiatieven die de lokale overheid uitdagen*. Den Haag: Vereniging van Nederlandse Gemeenten.

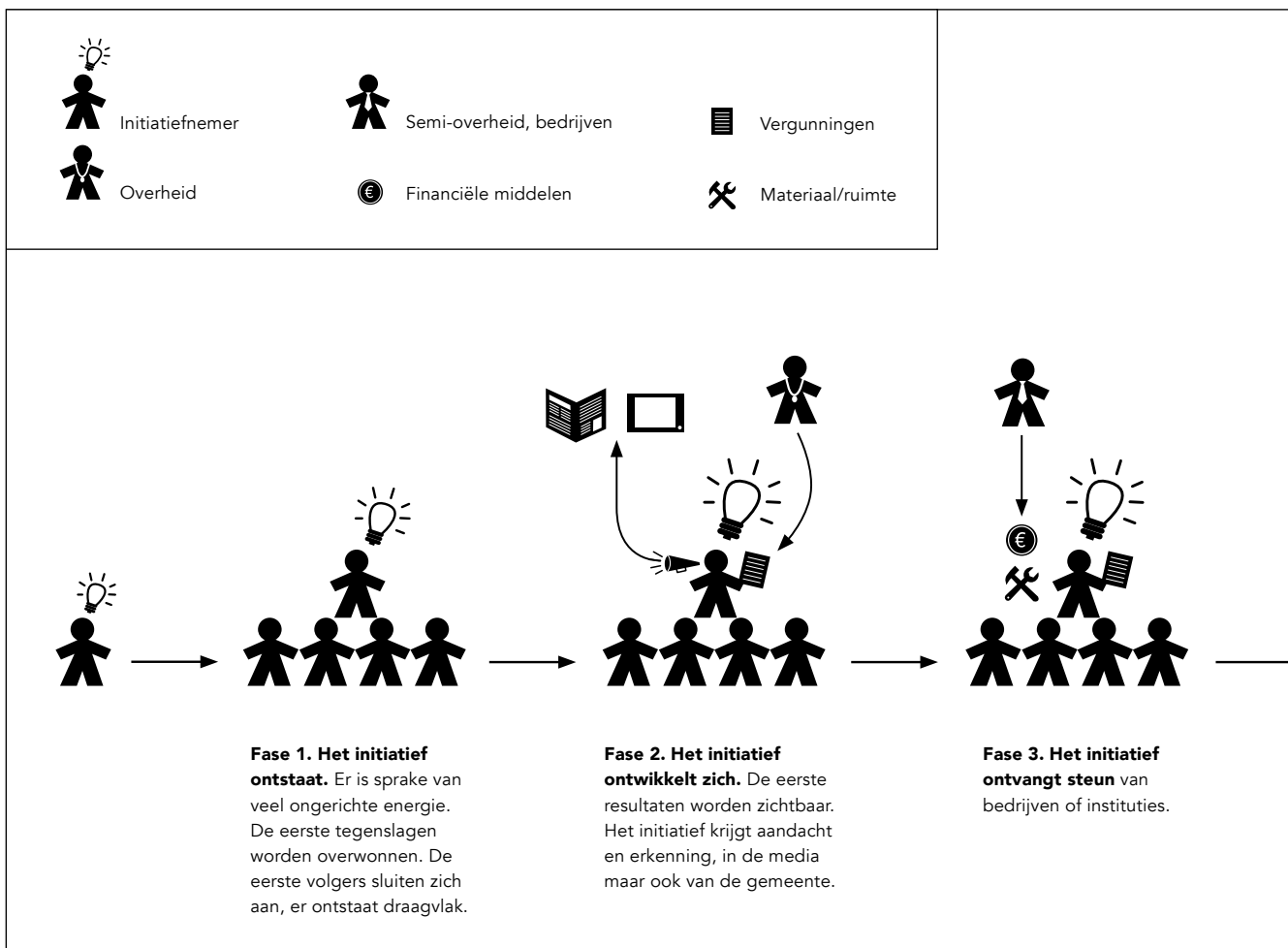
3. Dijk, K. (2015). *Hoe burgerinitiatieven succesvol zijn*. Op 24 november 2015 ontleend aan <http://ruimtevolk.nl/2015/09/07/hoeburgerinitiatieven-succesvol-zijn/>.

4. Denters, S.A.H., Tonkens, E.H., Verhoeven, I., Bakker, J.H.M. (2013). *Burgers maken hun buurt*. Den Haag: Platform 31.

Ontwikkelpad van een burgerinitiatief

De Denktank van de Vereniging van Nederlandse Gemeenten schets in haar publicatie een algemeen ontwikkelpad van burgerinitiatieven. Dit ontwikkelpad is geen blauwdruk voor het verloop van maatschappelijke initiatieven, want ieder initiatief ontwikkelt zich op een specifieke manier. Onderstaand scenario doet dan ook geen recht aan de brede variatie die de praktijk laat zien, maar kan wel helpen te begrijpen wat er gebeurt tijdens de ontwikkeling van burgerinitiatieven.

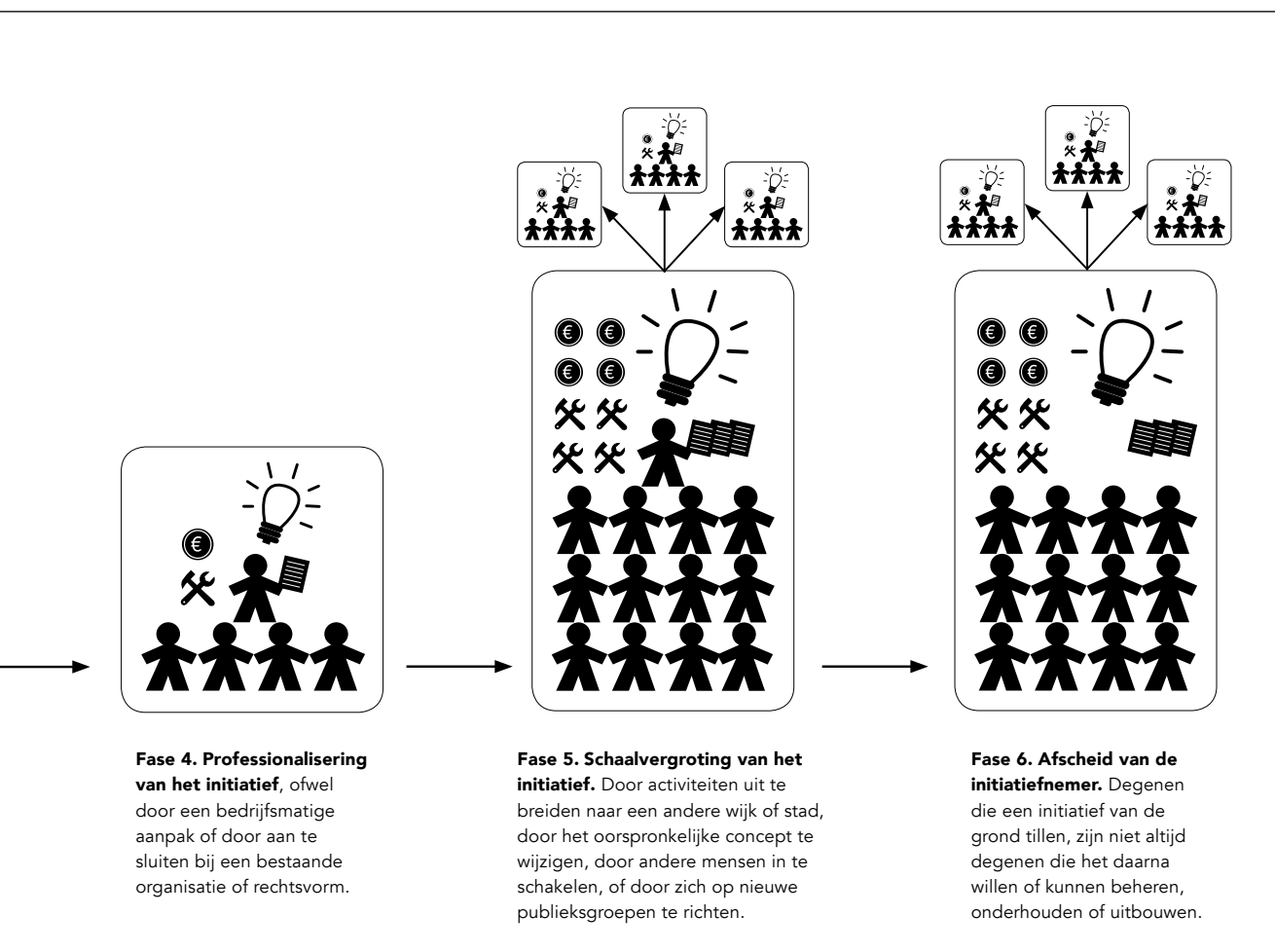
Wanneer een initiatief ontstaat, is er in eerste instantie sprake van veel ongerichte energie. De eerste volgers sluiten zich aan, er ontstaat draagvlak, maar ook moeten de eerste tegenslagen worden overwonnen. Vervolgens komt het initiatief in een stroomversnelling. De eerste resultaten worden zichtbaar en het initiatief krijgt aandacht en erkenning, in de media maar ook van de gemeente. De volgende stap is dat het initiatief steun ontvangt van bedrijven of instituties. Dan zal het initiatief verder professionaliseren, ofwel door een meer bedrijfsmatige aanpak of door zich

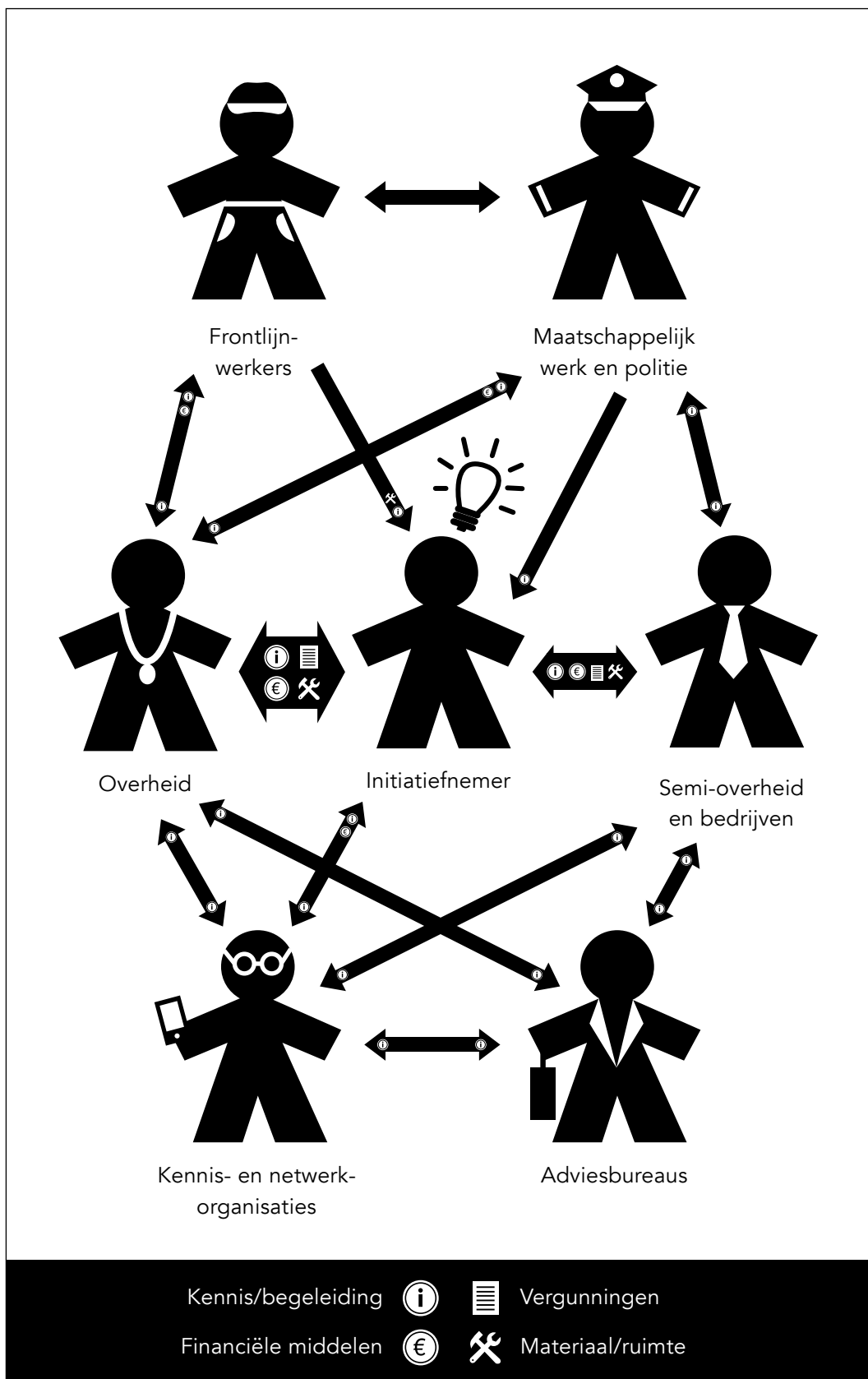


Ontwikkelpad van een burgerinitiatief (eigen beeld)

aan te sluiten bij een bestaande organisatie of rechtsvorm. Daarna zal mogelijk schaalvergroting van het initiatief optreden door activiteiten uit te breiden naar een andere wijk of stad of door zich op nieuwe publieksgroepen te richten. Tenslotte zal meestal afscheid worden genomen van de initiatiefnemer. Degenen die een initiatief met veel energie van de grond tillen, zijn niet altijd degenen die het daarna willen of kunnen beheren, onderhouden of uitbouwen. De vraag is dan hoe men op een passende wijze en op een passend moment afscheid kan nemen van de initiatiefnemer, terwijl de continuïteit van het project onder de hoede van anderen gewaarborgd is.¹

1. Denktank Vereniging van Nederlandse Gemeenten (2013). *Van eerste overheid naar eerst de burger. Over maatschappelijke initiatieven die de lokale overheid uitdagen*. Den Haag: Vereniging van Nederlandse Gemeenten.





De belangrijkste partijen in het proces van burgerinitiatief (eigen beeld)

Welke partijen spelen een rol bij burgerinitiatieven?

Zoals blijkt uit het vorige hoofdstuk zijn initiatiefnemers de kern van burgerinitiatieven. Samen met mensen uit de wijk zetten zij hun idee om in een initiatief. Maar naast initiatiefnemers en deelnemende burgers zijn er vaak ook externe partijen betrokken bij burgerinitiatieven. Deze externe partijen zorgen voor ondersteuning van initiatieven door middel van kennis, begeleiding, geld, vergunningen, materiaal of ruimte.

Overheid

De overheid is meestal de belangrijkste externe partij bij burgerinitiatieven. De rijksoverheid bepaalt het beleid aangaande burgerinitiatief in grote lijnen en de lokale overheid (gemeenten) vullen dit beleid in en voeren het uit. Maar er is een onduidelijke rolverdeling tussen de verschillende overheidslagen. De Europese Unie en de rijksoverheid moedigen bottom-up initiatief aan, de provincie heeft geen eenduidige mening en de gemeente wil de regie het liefst in eigen hand houden.¹ Met initiatievenloketten, buurtmakelaars, wijkbudgetten, online communities en campagnes willen gemeentes burgerinitiatieven stimuleren en ondersteunen. Maar initiatieven moeten wel binnen het beleid passen, anders weten gemeenten niet wat ze ermee aan moeten. Het systeem is niet ingericht op spontane initiatieven en gemeenten durven de controle over initiatieven niet los te laten en de zeggenschap over te dragen aan burgers. Dit vergt een grote omslag in het denken van veel ambtenaren.²

Kennis- en netwerkorganisaties

Een groot aantal kennis- en netwerkorganisaties houdt zich bezig met burgerinitiatief. Sommigen, zoals Platform31, Platform Omgevingsmanagement en online platform Gebiedsontwikkeling.nu, richten zich vooral op professionals (ambtenaren, adviseurs, ontwikkelaars etc) en niet op burgers. Zij doen onderzoek en verzamelen en delen kennis door middel van opleidingen, publicaties, congressen en excursies. Andere organisaties, zoals Ruimtevolk, Pakhuis De Zwijger en online platform Nieuworganiseren.nu, richten zich ook op burgers. Door middel van blogs, events, publicaties, projecten en programma's delen zij kennis, leggen ze nieuwe verbindingen tussen overheden, maatschappelijke instellingen, burgers en ondernemers en ondersteunen zij initiatieven. Al deze kennis- en netwerkorganisaties worden gekenmerkt door een grote multidisciplinariteit. Planologen, sociologen, vastgoedontwikkelaars, burgerinitiatiefnemers, ontwerpers, filosofen, academische onderzoekers, innovatieve ondernemers; vanuit alle vakgebieden houdt men zich bezig met burgerinitiatief.

1. Snoeker, B.J. R. (2014). *Initiatieven uit een krimpende samenleving: Een analyse van de omgang van krimp gemeenten met bottom-up initiatieven*. Utrecht: Universiteit Utrecht.

2. Shaminée, A. (2014). *Handboek soldaat voor de gebiedsontwikkelaar: nu met social-design-toolkit*. Op 28 november 2015 ontleend aan <http://www.gebiedsontwikkeling.nu/artikel/9843-handboek-soldaat-voor-de-gebiedsontwikkelaar-nu-met-social-design-toolkit>.

Adviesbureaus

Adviesbureaus die actief zijn op het gebied van burgerinitiatief richten zich met name op het adviseren en trainen van overheden in het omgaan met burgerinitiatieven. Adviesbureau TwynstraGudde heeft bijvoorbeeld in samenwerking met ontwerper Tabo Goudswaard het programma *MagStad?* ontwikkeld waarmee ambtenaren burgerinitiatieven opsporen door middel van artistieke strategieën. Andere adviesbureaus, zoals BügelHajema en De Hictoloog, treden op als tussenpersoon die de dialoog op gang brengt tussen gemeente en burgers en faciliteren en ondersteunen zo het proces van burgerinitiatief.

Semi-overheid en bedrijven

Energiemaatschappijen, woningbouwcorporaties, lokale ondernemers en bedrijven zijn vaak betrokken als externe partij bij burgerinitiatieven. Zo heeft energienetwerkbeheerder Enexis samen met burgers een online platform voor energiebesparing opgezet (buurkracht.nl). Woningbouwcorporaties stellen vaak ruimte ter beschikking voor initiatieven en ondernemers ondersteunen burgerinitiatieven bijvoorbeeld met financiële middelen.

Frontlijnwerkers

Frontlijnwerkers zoals participatiemakelaars, buurtregisseurs, wijkambtenaren en opbouwwerkers, al of niet in dienst van eerder genoemde partijen, spelen een belangrijke rol bij de ondersteuning van burgerinitiatieven. Doordat frontlijnwerkers in nauw contact staan met burgers signaleren ze wat er leeft in de wijk. Zij kunnen buurtbewoners stimuleren en ondersteunen bij de uitvoer van hun initiatief.

Inez Rastovac en Kitty Marijnissen, wijkregisseurs in de gemeente Tilburg, verwoordden het als volgt: "Wij als wijkregisseurs zijn de ogen en oren van de gemeente in de wijk, wij weten wat er speelt. Bewoners weten ons te vinden als ze een idee hebben en wij helpen ze om de weg te vinden binnen de gemeente, dwars door alle ambtelijke lagen heen" Rastovac, I., Marijnissen, K. (wijkregisseurs gemeente Tilburg). Tilburg, 14 maart 2016.

Maatschappelijk werk en politie

Tenslotte fungeren maatschappelijk werkers en wijkagenten vaak als aanspreekpunt voor burgers en verwijzen zij door naar andere partijen voor de juiste ondersteuning.

Ondersteuning van burgerinitiatieven

Het is belangrijk dat er voldoende ondersteuning is voor burgerinitiatieven: "Door te grote terughoudendheid met het aanbieden van ondersteuning ontplooiën juist degenen die ondersteuning echt nodig hebben minder vaak initiatieven." ¹ Maar hoe kunnen burgerinitiatieven het beste ondersteund worden?

Specifiek, flexibel en snel

Bewonersinitiatieven worden gekenmerkt door een grote verscheidenheid en dynamiek. Het is daarom van belang om "initiatieven niet tegemoet te treden met één vooropgezet idee over hoe de ondersteuning vorm moet worden gegeven. Ondersteuning moet juist inspelen op specifieke behoeftes." ² Bovendien kan de behoefte aan ondersteuning in de loop van het initiatief veranderen, wat aanpassing noodzakelijk maakt. Ondersteuning van burgerinitiatieven dient daarom specifiek en flexibel te zijn, geen 'one size fits all'-oplossing. Verder moeten gemeenten "snel, handjeklap kunnen inspringen op burgerinitiatieven en moet er geen vertraging optreden door langdurige procedures." ³

Verschillende manieren

In de publicatie *Burgers maken hun buurt* van kennis- en netwerkorganisatie Platform 31 worden drie manieren genoemd om met bewonersinitiatieven om te gaan:

Stimuleren: bewoners worden door bijvoorbeeld wijkbudgetten en professionele begeleiding aangemoedigd om iets te gaan doen voor hun buurt. Bij deze vorm van ondersteuning is er veel interactie tussen burgers en professionals. Professionals spelen een actieve rol in het aanjagen en realiseren van bewonersinitiatieven.

Faciliteren: overheid of andere instituties bieden ruimte en zo nodig hulp aan een bewonersinitiatief dat uit zichzelf ontstaat. Hierbij is sprake van een grotere afstand tussen de partijen en stelt de overheid zich meer terughoudend op. Om erachter te komen wat een initiatief nodig heeft, is er wel altijd enig contact nodig tussen de betrokken partijen.

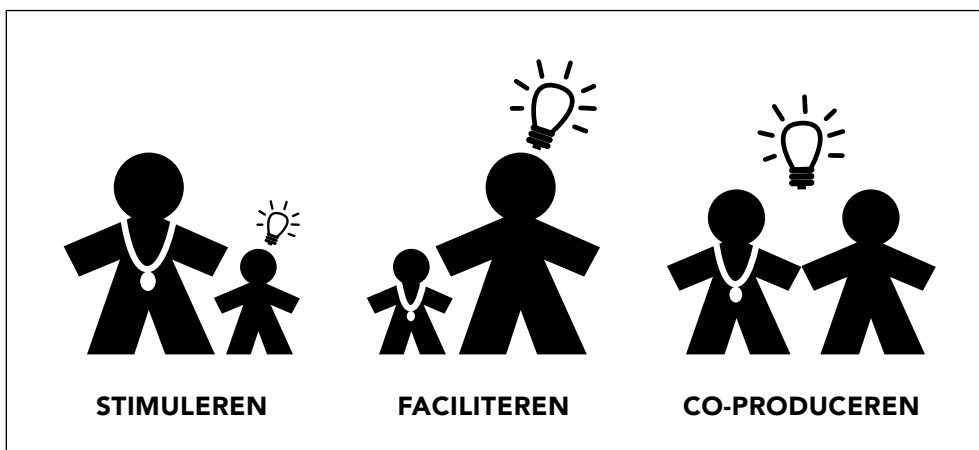
Co-produceren: bewoners en ambtenaren of sociale professionals ontwikkelen samen een initiatief en voeren dit samen uit, ongeacht waar het initiatief ontstaan is. Er is een gelijkwaardige samenwerking en alle partijen hebben belang bij het initiatief. Hierdoor kunnen wel competentieconflicten ontstaan (wie doet wat en wie draagt de verantwoordelijkheid?) of wrijving door verwachtingsverschillen tussen de partijen.⁴

1. Denters, S.A.H., Tonkens, E.H., Verhoeven, I., Bakker, J.H.M. (2013). *Burgers maken hun buurt*. Den Haag: Platform 31.

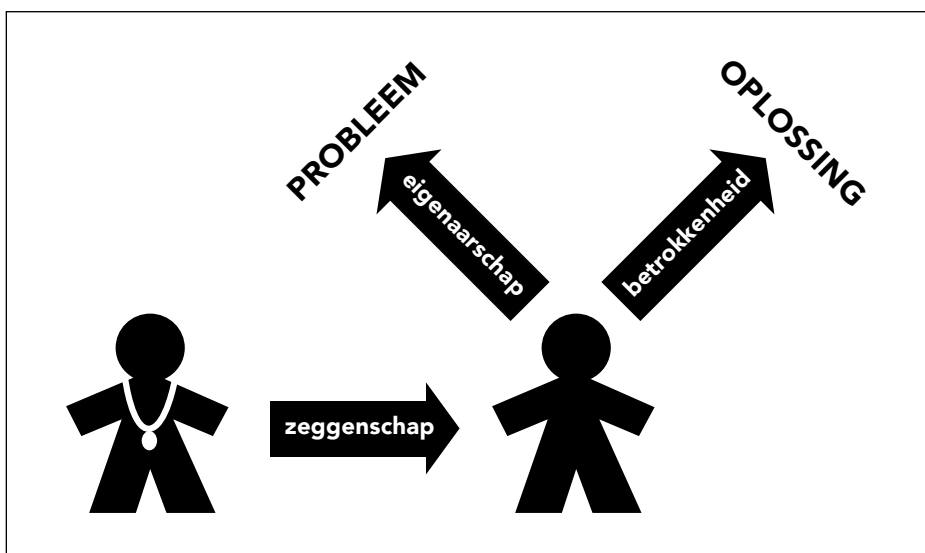
2. Idem.

3. Samentafel De Hictoloog (organisatieadviseurs in de zorg- en welzijnsector). Hoekstra, P. (Hictoloog), Laurey, C. (Hictoloog), Kauffman, H. (Hictoloog), Noteboom, P. (VNG) en Spaan, E. (student International Lifestyle studies, Fontys Hogeschool Tilburg). Bunnik, 9 maart 2016.

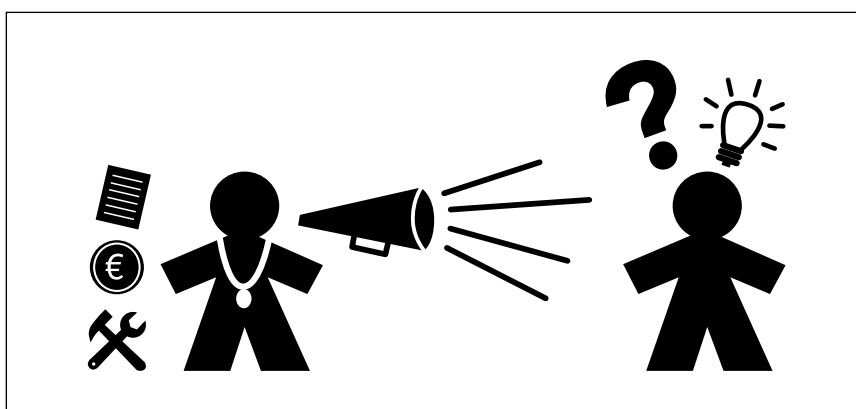
4. Denters, S.A.H., Tonkens, E.H., Verhoeven, I., Bakker, J.H.M. (2013). *Burgers maken hun buurt*. Den Haag: Platform 31.



Zeggenschap van burgers en overheid bij verschillende vormen van ondersteuning van burgerinitiatieven (eigen beeld)



Een participerende overheid zorgt voor betrokken burgers (eigen beeld)



Gemeenten communiceren niet altijd duidelijk naar burgers dat er ondersteuning is voor burgerinitiatieven (eigen beeld)

Van burgerparticipatie naar participerende overheid

Een succesvol initiatief vraagt om een overheid die loslaat en alleen op hoofdlijnen de regie voert; participeren werkt alleen als het van twee kanten komt.¹ Cultuurpsycholoog Jos van der Lans noemt in zijn onderzoek naar een wijkgerichte aanpak het belang van zeggenschap. Wanneer de overheid bewoners daadwerkelijk zeggenschap geeft over wat er in hun wijk moet gebeuren, nemen zij meer en meer het heft in eigen handen. Zo komt het eigenaarschap van de publieke zaak te liggen bij de mensen die het meest betrokken zijn. Burgers zijn dan niet meer alleen dragers van problemen, maar worden eigenaren van oplossingen. Door dit eigenaarschap ontstaat duurzame betrokkenheid van burgers bij oplossingen. De taak van instanties en overheden is niet langer het zorgen voor de oplossing, maar zorgen dat mensen zich verantwoordelijkheid voor het probleem kunnen toe-eigenen en zelf oplossingen kunnen ontwerpen.²

Monique Knapen, aanspreekpunt voor burgerinitiatief van de gemeente Tilburg, bevestigt dat de gemeente nog een stap te maken heeft met haar houding ten aanzien van burgerinitiatieven: "We moeten kijken hoe we als gemeente beter kunnen aansluiten bij wat er in de stad gebeurt, in plaats van dat de stad moet aansluiten op regels en beleid van de gemeente. Dit is een ontwikkeling van burgerparticipatie naar een participerende overheid."³

Communicatie tussen gemeente en burgers

Gemeenten maken niet altijd voldoende duidelijk aan burgers dat er ondersteuning mogelijk is voor burgerinitiatieven. "Mensen weten niet altijd dat de mogelijkheid bestaat om zelf iets voor je buurt te doen en dat dat zelfs wordt verwelkomd."⁴ Beleidsmedewerker van de gemeente Tilburg, Monique Knapen, zegt hierover: "Burgers zoeken niet altijd hulp van de gemeente bij hun plannen. Omdat ze de hulp van de gemeente niet nodig hebben, of omdat ze niet weten dat de gemeente ondersteuning biedt."⁵ Duidelijke communicatie van ondersteuningsmogelijkheden door de gemeente naar burgers is dus van groot belang.

Uit onderzoek van Peter Joosten blijkt dat burgers graag actief geïnformeerd willen worden door de gemeente, in plaats van dat ze zelf op zoek moeten naar informatie op de website van de gemeente. Mensen ontvangen gemeentelijke informatie bij voorkeur via een email, een brief of de huis-aan-huis-krant. Zelf contact opnemen met de gemeente doet men het liefst via email, de website of telefonisch.⁶

-
1. Hepworth, J., Prinsen, Y. (2015). Ook de overheid moet participeren. Op 23 november 2015 ontleend aan <http://ruimtevolk.nl/2015/09/03/ook-de-overheid-moet-participeren/>.
 2. Lans, J. van der (2014). Een wijkgerichte aanpak: het fundament. Den Haag: Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties.
 3. Knapen, M. (aanspreekpunt burgerinitiatief gemeente Tilburg). Tilburg, 8 maart 2016.
 4. Denters, S.A.H., Tonkens, E.H., Verhoeven, I., Bakker, J.H.M. (2013). Burgers maken hun buurt. Den Haag: Platform 31.
 5. Knapen, M. (aanspreekpunt burgerinitiatief gemeente Tilburg). Tilburg, 8 maart 2016.
 6. Joosten, P. (2014). Burgers twitteren niet met de gemeente. Op 3 december ontleend aan <http://www.socialmediameetlat.nl/pdf/digiloog/3%20joosten.pdf>

BUURBOOK

Hoe werkt het? Wat is BUURBOOK? Inschrijven? Bloggen?

Je buurt is belangrijk. Je woont er, je werkt er. Door mee te doen met Buurbook weet je meer en wordt je buurt nog beter.

Blijf op de hoogte, schrijf je in!

Ga naar je buurt

Post een idee

Buurbook is een platform dat buurtgerichten adverteert over wat er in hun buurt gebeurt: op sociaal, ruimtelijk en economisch gebied. Spontaan idee of doorloopt plan, overeen- kom metdoeren: bewoner, professional, bedrijf of overheidsorganisatie. Laat je horen!

Nieuws

(BUURbook. Op 16 april 2016 gedownload van <https://buurbook.nl>)

HeelNederlandDeelt

Aanmelden Plaats advertentie

De eerste, openbare deeltwinkel van samenwerkende deeltzaken voor iedereen in Nederland.

Waar ben je naar op zoek? Zoek

Locatie 15 km Startdatum Einddatum

Wel zoeken, maar er is nog veel meer! Maak kennis met de buurt.

Delen verbindt: "De HOCH vinden we dit samen vaak anders en spontaan verbond. (Overnemen, met een idee)"

Vertrouwd en dichtbij: "Hoeveelheid van een voorbeeld en deeltje? Dat weten we zoeken als je dat kan delen!"

Goed voor het milieu: "Ik ben blij dat ik via HEEL een afval bij kan dragen aan een beter milieu."

(HeelNederlandDeelt. Op 16 april 2016 gedownload van <http://www.heelnederlanddeelt.nl>)

Home | Over Voor je Buurt | Academie | Veelgestelde vragen | Blog | Contact

Voor je Buurt

Bekijk alle projecten Hoe werkt het? Start een project

Crowdfunding voor buurtinitiatieven

Zo draag je bij

- 1 Kies een project waaraan je wilt bijdragen
- 2 Doneer geld of iets anders (actie, kennis of ruimte)
- 3 Volg het project en zie je beloning tegemoet

Bekijk de projecten!

Update

Plan van der Vorst ding bij aan **voorjebuurt.nl** 40 nieuwe geboden

92% bereikt

1 taak voltoerd

25 dagen te gaan

Draag bij aan dit project

Muurschildering Kleine Dom

van: Speelruimte De Kleine Dom

Na 25 jaar is het tijd om de prachtige muurschildering bij Speelruimte De Kleine Dom in Utrecht eens helemaal op te knippen. Hulpverrichter en kunstenaar Merianne Baghuis gaat...

Plan van der Vorst ding bij aan **voorjebuurt.nl** de wedstrijd is er!

(Voor je Buurt. Op 16 april 2016 gedownload van <https://www.voorjebuurt.nl>)

Online platforms

Online platforms en communities ter ondersteuning van burgerinitiatieven zijn de afgelopen jaren als paddestoelen uit de grond geschoten. Sommige platforms richten zich vooral op het leggen van verbindingen tussen mensen (buurbook.nl, nextdoor.nl) of op het zichtbaar maken van vraag en aanbod in een wijk of buurt (heelnederlanddeelt.nl, verbeterdebuurt.nl). Anderen focussen meer op het financieren en faciliteren van ideeën, het informeren van initiatiefnemers of het promoten van initiatieven (voorjebuurt.nl, idealenkompas.nl). Er zijn platforms die zich richten op specifieke initiatieven, zoals bijvoorbeeld buurkracht.nl dat zich richt op initiatieven voor energiebesparing. Platforms zijn voor en door burgers opgezet (mijnbuurtje.nl) of door adviesbureaus ontwikkeld voor gebruik door gemeenten (xibe.nl). Sommige platforms zijn landelijk (maexchange.nl, krachtinnl.nl), maar de meesten richten zich op wijk- of buurtniveau.



The screenshot shows the homepage of Buurkracht.nl. The header includes navigation links for 'HOME', 'BUURTEN', 'ZO WERKT HET', 'OVER ONS', and 'MIDDEL', along with a 'MIDDEL' button. The main headline reads 'Samen met je buren energie besparen, dat is slim voor jezelf!'. Below this is a 'DOE OOR HET!' button and a play button icon. A large image shows a group of people in a garden with a trampoline. The text 'Oosterhout' is visible below the image. The 'Zo werkt het' section explains the process of finding initiatives and implementing energy-saving measures. The 'Buurkracht in cijfers' section displays four statistics: 138 buurten met buurkracht, 4768 deelnemende buren, 1649 energiebesparende maatregelen, and 132.765 kWh's bespaard.


(Buurkracht. Op 16 april 2016 gedownload van <https://www.buurkracht.nl>)



The screenshot shows the homepage of XiBE.nl. The header includes navigation links for 'HOME', 'SOLU', 'PROMOTIE', 'CONTACT', and 'STUUR'. The main headline reads 'XiBE ideeplatform'. Below this is a lightbulb icon with a hand inside, symbolizing an idea. The process is divided into four steps: 01 Verzamelen, 02 Selecteren, 03 Realiseren, and 04 Rapporteren. The bottom section features a quote from Frankwatching: 'XiBE is een krachtige tool met nadruk op realisatie van ideeën.' and a quote from XiBE: 'XiBE is een krachtig ideeplatform en legt de nadruk op realisatie en de opbrengsten van de ideeën.' There is also a 'MKB Innovatie Top 100 2016' award logo.

(XiBE. Op 16 april 2016 gedownload van <http://www.xibe.nl>)

JE GAAT EEN PAKJE AFHALEN BIJ JE BUUR



Hoe kun je het afhaalmoment iets persoonlijker maken?

Stap 1: Bereid je goed voor:

Jij besluit op welk moment je gaat aanbellen, dus jij kunt je beter voorbereiden dan je buur. Je weet natuurlijk niet of je gelegen komt, dus hou het kort! Geef de mogelijkheid om het gesprek te eindigen aan de buur.

Stap 2: Bel aan en stel jezelf voor:

Hoi ik ben **[naam]** je postbode. Kun je goed een handje van huisnummer ...
Ligt hier een pakje voor mij?

Ja

Oh, wat fijn dat u mijn pakketje in ontvangst wilde nemen!

Stap 3: Vertel iets over jezelf aan de hand van het pakje:

Ik ben heel blij met/ nieuwsgierig naar dit pakketje want...

Ik kon niet thuis zijn om het pakje in ontvangst te nemen want ...
(vertel kort hoe zeer je bent. Maak 1 met je persoonlijke)

Stap 4: Ga op zoek naar wat je gezamenlijk hebt en stel daar een vraag over:

Zeg, weet jij iets over de internetneilheid/ riool/ de wegoebrekking/ het ophalen van afval/ de nieuwe winkel/ deze TCB gesprekstips?
(let op: de gezamenlijkheid vermindert kans op tegengestelde tips. Het eigenares of postbode, begin nooit zwaarder over andere buren.)

Ik wil nog even zeggen dat ik je haar altijd zo leuk vind zitten.

Ga je hier in de buurt naar de kapper?

Klopt het dat jij ook een hond hebt? Waar laat jij hem uit?

Wat ik wilde vragen: ben jij een collega bent van **[werkgever]** waar?

Oh, dat dacht ik. Waar werk je dan als ik vragen mag?

Stap 5: Biedt iets aan als dank: (ook voor de buren)

Alzjeblijft, ik heb nog iets meegenomen, zelfgebakken/ uit de moestuin.
(tip: het kan op een warm-droog schiedoffie. Het verstuiven kan lichtbrengen van het zakbatterij is een mogelijk vervolgmoment.)

Ik ga straks de sloep vegen, zal ik jouw sloep ook even meenemen?

Stap 6: Rond het gesprek af op een positieve manier:

Goh, leuk om met je te praten, maar ik ga nu het pakje maar eens uitpakken!

Nogmaals dank voor het aannemen van het pakketje en tot een volgend pakje moment, misschien dan bij mij aan de deur?

JE BUUR KOMT EEN PAKJE AFHALEN



Hoe kun je het afhaalmoment iets persoonlijker maken?

Stap 1: Bereid je goed voor:

Lees alvast de achternaam/initialen/ voornaam op het pakketje. Bekijk het pakketje, is het zwaar, ruikt het, staat er een afzender op?

Stap 2: Maak een goed begin:

Ah, ben jij buurman/vrouw **[lees achternaam]** van huisnummer ...?

Ja

Hier is je pakketje! Ik ben **[lees een handje van je naam]**.

Vraagje: waar staan die initialen voor?

(noemt voornaam)

Ah! aangenaam, ik ben **[lees voornaam]**.

Goh, wat leuk om te doen eigenlijk, ik voel me net Sinterklaas! Ik hoop dat je er blij mee bent/ ik hoop dat je het nog niet hebt/ ik hoop dat het de juiste kleur is.

Stap 3: Ga op zoek naar wat je gezamenlijk hebt en stel daar een vraag over:

Zeg, weet jij iets over de kabelaanluiting/ parkeerplaatsen/ de bomen in de straat/ de postbezorging/ een zwertfiets/ deze TCB gesprekstips?
(let op: de gezamenlijkheid vermindert kans op tegengestelde tips. Het eigenares en postbode, begin nooit zwaarder over andere buren.)

Ik zag dat jij ook een auto hebt van het merk ... Bij welke garage ben jij?

Mag ik eens vragen, heb jij nog tips voor een goede fietsenmaker/ friseur?

Zeg hoorde ik nou laatst Frans Bauer/ Beethoven/ ACDC uit je raam?

Neem

Oh, dan hoorde ik misschien iets anders. Welke muziek luister je dan?

Of vraag iets over het pakketje: **[lees voornaam]**

Oh, ik zie dat het pakje afkomstig is van ... heb je goede ervaringen met hen?

He, ik bestel ook vaak bij deze winkel ... misschien kunnen we eens verzendkosten delen?


Best wel een zwaar/groot/vreemdsoortig/licht/mysterieus pakje, het is misschien ongepast maar ik werd stiekem nieuwsgierig wat erin zou kunnen zitten. Heb jij dat ook?

Stap 4: Rond het gesprek af op een positieve manier, of nodig uit:

Goh, leuk om even met je te praten, maar ik ga nu weer even verder met ...

Eigenlijk raar dat we elkaar zo weinig spreken of op straat tegenkomen, heb je nog tijd voor een bakje koffie?

PAKJE MOMENT GESPREEKSTIPS



TCB pakketservice wil het onderling contact tussen buren bevorderen. Het afhalen van een pakje bij de buren duurt gemiddeld slechts 12 seconden. Dat is noodig kort. Een stoplicht geeft u al meer tijd en aandacht. Mensen verdienen beter. Wij dagen u uit om met deze afhaaltips van het moment minimaal een minuut te maken. Bereidt je voor. Overwin je angst. Pakje moment.

TCB PAKKETSERVICE IS EEN IDEE EN INITIATIEF VAN TILBURG COWBOYS - WWW.TILBURGCOWBOYS.NL In het kader van de Europese Social Innovation Week

(Tilburg Cowboys. *Betere Buren Pakje Moment* (2015). Op 6 mei gedownload van <http://www.toffey.nl/betere-buren-pakje-moment/>)

Knelpunten en de rol van de ontwerper

Ondanks alle inzet van initiatiefnemers en ondersteuning door externe partijen slagen veel burgerinitiatieven niet. Waar lopen burgerinitiatieven op vast? Wat kunnen ontwerpers doen om deze knelpunten op te lossen, zodat er meer initiatieven ontstaan en meer initiatieven succesvol verlopen?

Contact tussen burgers zorgt voor lokaal draagvlak

Zoals in het eerste hoofdstuk al ter sprake kwam, is lokaal draagvlak van groot belang voor burgerinitiatieven. Service designer Jorik Hepworth en wijkontwikkelaar en planoloog Yvette Prinsen stellen in hun artikel *Ook de overheid moet participeren* dat voor een succesvol burgerinitiatief de noodzaak tot ingrijpen lokaal geworteld moet zijn; alles staat of valt met een gevoelde urgentie bij lokale bewoners en ondernemers.¹ Want als bewoners het nut van een initiatief niet inzien, is er onvoldoende draagvlak en zal het initiatief stranden. Contact tussen bewoners is essentieel voor het ontstaan van draagvlak. Wanneer burens met elkaar praten over hun ideeën, ontdekken zij gedeelde belangen, groeit er cohesie tussen bewoners en ontstaat er animo en draagvlak voor initiatieven.

Ontwerpers kunnen een vonk creëren die ervoor zorgt dat mensen bij elkaar komen, dat het gesprek op gang komt tussen buurtbewoners en dat ideeën en draagvlak ontstaan voor initiatieven. Zij kunnen een plek of evenement ontwerpen waar burens samenkomen en ideeën uitwisselen, fysiek of digitaal. Denk hierbij aan online platforms, ontmoetingsplekken in de wijk, buurtbijeenkomsten of wijkfestivals. Burgers kunnen ook met elkaar in contact gebracht worden door middel van een campagne. Een voorbeeld hiervan is het *Betere Burens Pakje Moment*, een sociaal experiment door Tilburg CowBoys. Hierbij werden pakjes opzettelijk afgegeven bij de burens en werden bewoners uitgedaagd het afhaalmoment te gebruiken om elkaar beter te leren kennen.² Door contact tussen burgers op gang te brengen, creëren ontwerpers een voedingsbodem en draagvlak voor burgerinitiatieven.

Vaardigheden van initiatiefnemers ondersteunen

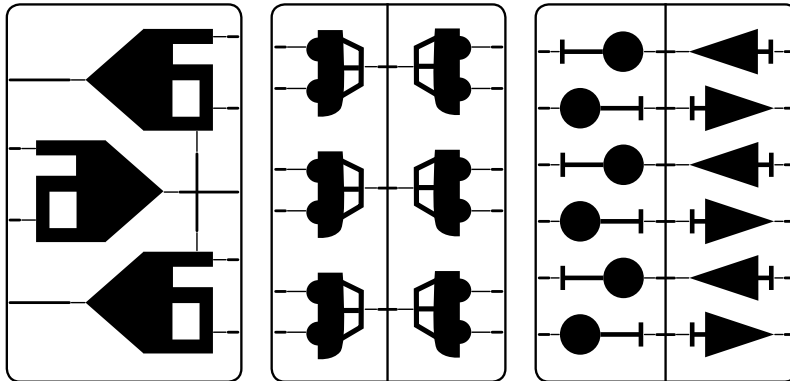
Uit het eerste hoofdstuk van dit onderzoek bleek ook dat zakelijkheid en professionaliteit van initiatiefnemers van doorslaggevend belang zijn voor een succesvol initiatief.³ Maar het ontbreekt burgers nogal eens aan de kennis en kunde die nodig zijn voor de uitvoer van hun initiatief. Wijkregisseurs Inez Rastovac en

1. Hepworth, J., Prinsen, Y. (2015). *Ook de overheid moet participeren*. Op 23 november 2015 ontleend aan <http://ruimtevolk.nl/2015/09/03/ook-de-overheid-moet-participeren/>

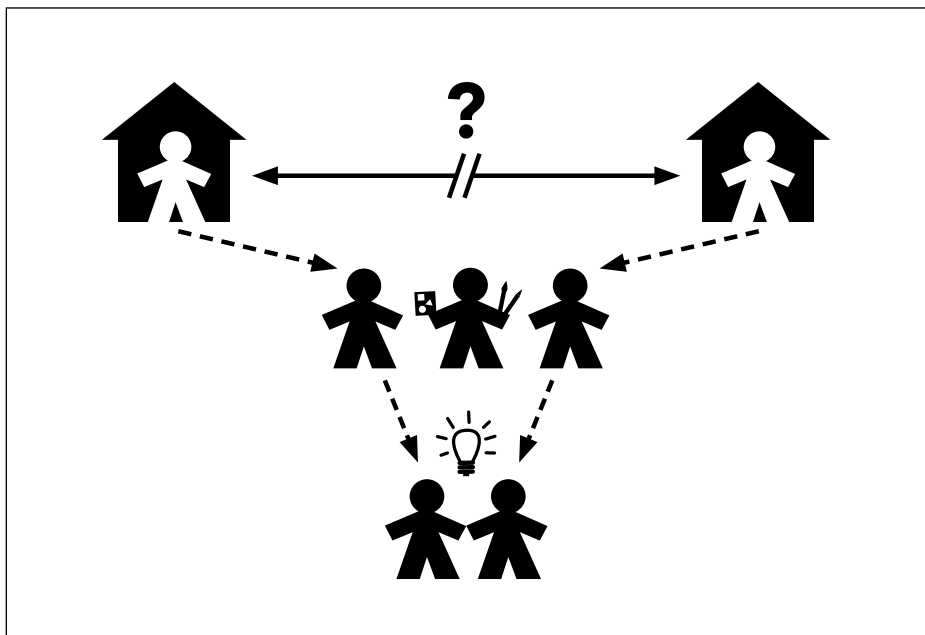
2. Brabants Dagblad, regio Tilburg (3 september 2015). *Tilburg CowBoys houdt sociaal experiment om contact tussen burens te verbeteren*. Op 2 mei 2016 ontleend aan <http://www.bd.nl/regio/tilburg-e-o/tilburg/tilburg-cowboys-houdt-sociaal-experiment-om-contact-tussen-burens-te-verbeteren-1.5206959>

3. Dijk, K. (2015). *Hoe burgerinitiatieven succesvol zijn*. Op 24 november 2015 ontleend aan <http://ruimtevolk.nl/2015/09/07/hoe-burgerinitiatieven-succesvol-zijn/>

Toolkit voor Buurtontwerp



Schets voor ontwerpreedschap (eigen beeld)



Ontwerpers kunnen contact tussen burgers tot stand brengen, wat zorgt voor het ontstaan van initiatieven en lokaal draagvlak (eigen beeld)

Kitty Marijnissen signaleren dit probleem ook en hebben een suggestie voor een oplossing: "Bewoners willen inspraak en de gemeente wil bewoners mee laten bepalen bij veranderingen in hun wijk. Maar de meeste burgers begrijpen niks van verkeerscirculatieplannen en ontwerptekeningen en weten niet hoe ze hun ideeën kunnen vormgeven. Er zou eigenlijk een soort gereedchapskist moeten zijn om bewoners te helpen hun eigen buurt vorm te geven."¹

Ontwerpers kunnen een gereedschap ontwikkelen om burgers te ondersteunen bij de ontwikkeling van hun initiatief. Een ontwerpgerederschap kan met methodieken uit de ontwerpwereld bewoners helpen hun ideeën vorm te geven. Het kan bestaan uit een toolkit, methode of spel dat door wijkregisseurs ingezet wordt bij hun samenwerking met burgers. Maar de ontwerper kan ook zelf optreden als gereedschap, bijvoorbeeld in de vorm van een creatieve workshop met wijkbewoners. Op deze manier kunnen ontwerpers burgers ondersteunen bij de ontwikkeling van hun initiatief wanneer het burgers zelf ontbreekt aan voldoende vaardigheden.

Beleid ten aanzien van burgerinitiatief veranderen

Om het ontstaan van burgerinitiatieven te stimuleren, zal de overheid de controle moeten loslaten en zeggenschap moeten overdragen aan burgers. Op pagina 23 is al omschreven dat beleid ten aanzien van burgerinitiatief zich nog verder moet ontwikkelen. De gemeente moet participeren in de ideeën van de burger in plaats van dat de burger participeert in de ideeën van de gemeente.

Ontwerpers zijn niet toegerust om dit bestuurlijke en beleidsmatige probleem op te lossen. Het is een taak van beleidsadviseurs en bestuurskundigen om ervoor te zorgen dat de overheid de controle loslaat, meer zeggenschap geeft aan burgers en het beleid ten aanzien van burgerinitiatieven verandert.

Openheid en vertrouwen tussen partijen creëren

Voor succesvolle ondersteuning van burgerinitiatieven is het van belang dat externe partijen openstaan voor samenwerking met burgers. Planoloog Bas Snoeker stelt in zijn onderzoek naar bottom-up initiatieven dat hoe meer een gemeente open staat voor bottom-up initiatief, hoe meer initiatieven in die gemeente ontstaan.² Daarnaast moet er sprake zijn van vertrouwen tussen de partijen en wordt de kans van slagen van burgerinitiatieven groter naarmate de betrokken partijen gedeelde interesses en ambities hebben.³

Ontwerpers kunnen de partijen bij elkaar brengen door een evenement te ontwerpen waar men elkaar leert kennen en op een creatieve manier met elkaar aan de slag

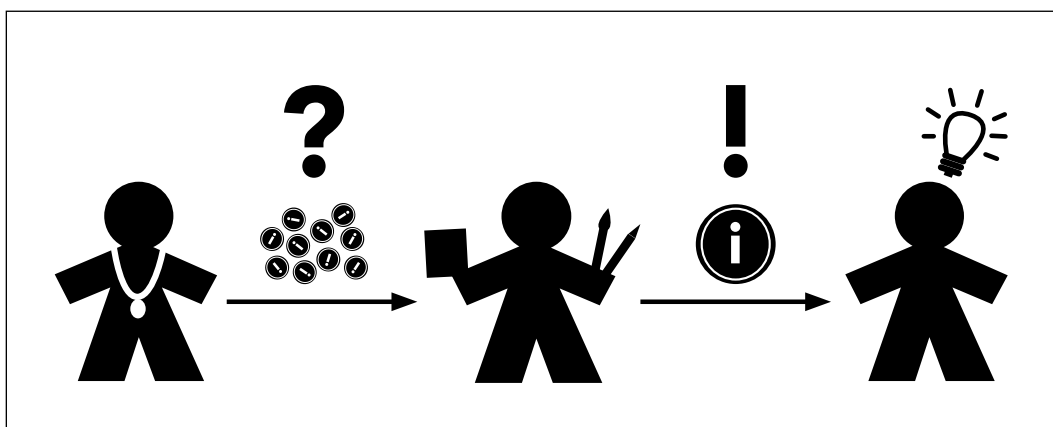
1. Rastovac, I., Marijnissen, K. (wijkregisseurs gemeente Tilburg). Tilburg, 14 maart 2016.

2. Snoeker, B.J. R. (2014). *Initiatieven uit een krimpende samenleving: Een analyse van de omgang van krimpgemeenten met bottom-up initiatieven*. Utrecht: Universiteit Utrecht.

3. Dijk, K. (2015). *Hoe burgerinitiatieven succesvol zijn*. Op 24 november 2015 ontleend aan <http://ruimtevolk.nl/2015/09/07/hoeburgerinitiatieven-succesvol-zijn/>



Poster voor **VAN ONDEREN** ontwerpfestival waar bewoners en professionals op een creatieve manier samenwerken met ontwerpers om problemen in een wijk op te lossen. (eigen beeld)



Ontwerpers ondersteunen burgerinitiatieven door het verbeteren van de communicatie van gemeente naar burgers (eigen beeld)

gaat met ideeën voor de wijk. "Tijdens creatieve sessies vervagen cultuur- en statusverschillen doordat iedereen met eenzelfde blik, namelijk die van de initiator, naar de wijk kijkt."¹ Op deze manier zullen gedeelde interesses en ambities naar boven komen en zal er openheid en vertrouwen ontstaan tussen de verschillende partijen. Een voorbeeld van een creatief evenement dat partijen bij elkaar brengt is het VAN ONDEREN-festival dat ik in het derde jaar van mijn opleiding aan AKV | St.Joost heb ontworpen. VAN ONDEREN is een bottom-up ontwerpfestival waarbij bewoners en professionals op een creatieve manier samenwerken met ontwerpers om problemen in een wijk op te lossen. Door deze samenwerking stimuleren ontwerpers openheid en vertrouwen tussen partijen waardoor de slagingskans van initiatieven vergroot wordt.

Duidelijke communicatie naar burgers

Op pagina 23 kwam al ter sprake dat duidelijke communicatie van gemeente naar burgers van groot belang is voor het slagen van burgerinitiatieven. Maar gemeenten maken niet altijd voldoende duidelijk aan burgers dat er ondersteuning beschikbaar is voor burgerinitiatieven en dat initiatieven op prijs worden gesteld.² De meeste informatie over ondersteuningsmogelijkheden is tekstueel van aard; pagina's vol tekst over subsidiemogelijkheden en instructies voor het aanvragen van vergunningen. Veel mensen zullen worden afgeschrikt door zulke grote hoeveelheden tekst. Bovendien is deze informatie vaak alleen op de website van de gemeente te vinden en nergens anders (bijvoorbeeld in folders of op posters).

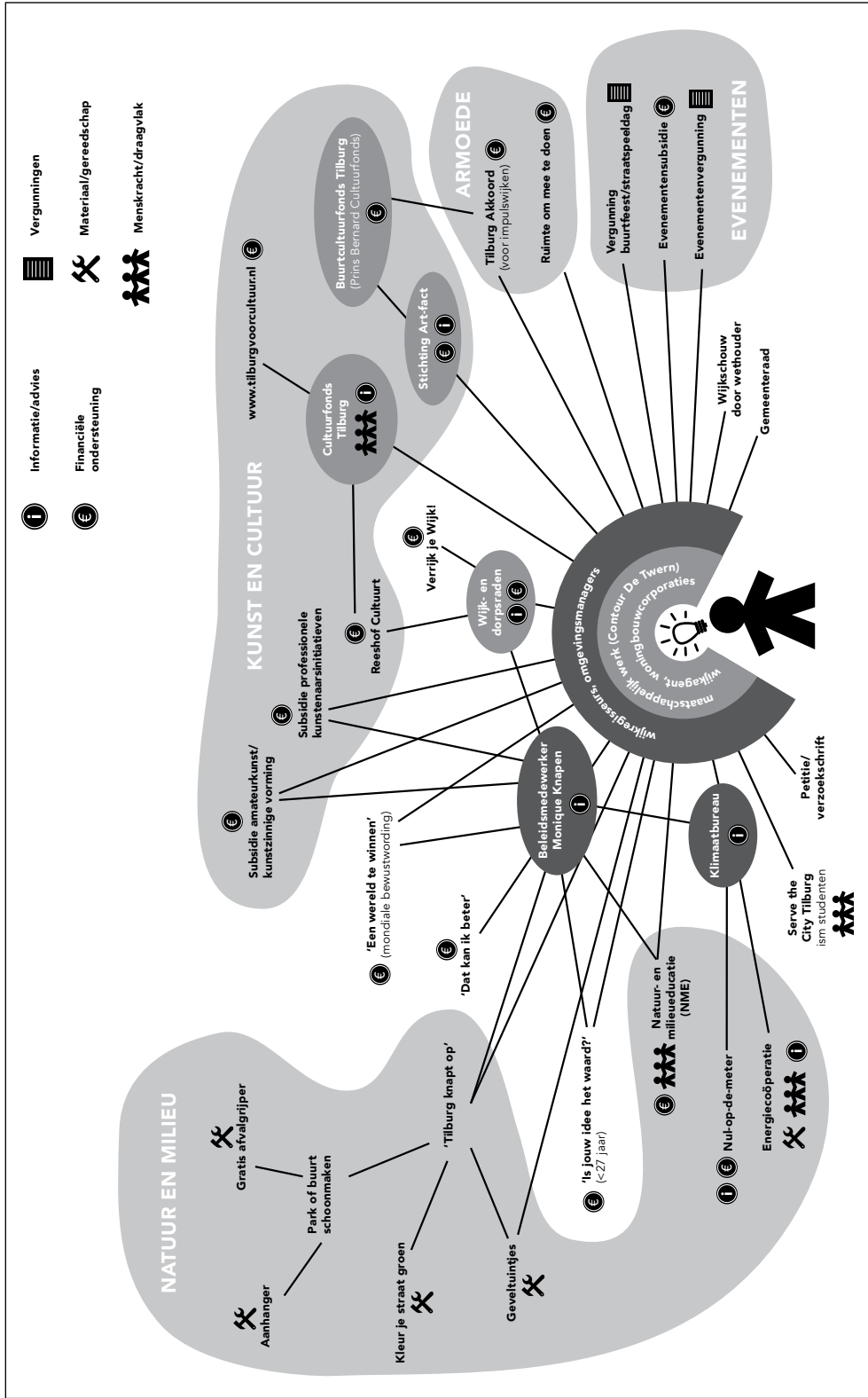
Grafisch ontwerpers zijn bij uitstek geschikt om dit probleem op te lossen. Zij kunnen met hun kennis en vaardigheden de grote hoeveelheid complexe informatie over het proces van burgerinitiatief inzichtelijk maken voor burgers. Bijvoorbeeld door een digitale interface of instructiefolder te ontwerpen waarin burgers stap voor stap worden meegenomen in het proces van burgerinitiatief. Om burgers te laten weten dat de gemeente hun initiatieven op prijs stelt en verwelkomt, kan een poster- of advertentiecampagne ontwikkeld worden. Ontwerpers verbeteren op deze manier de communicatie tussen gemeente en burgers en ondersteunen initiatiefnemers bij het uitvoeren van hun idee.

Welke rol heeft de voorkeur?

Grafisch ontwerpers kunnen burgerinitiatieven het beste kan ondersteunen door middel van de laatst genoemde oplossing: het inzichtelijk en toegankelijk maken van het proces van burgerinitiatief. Dit sluit het beste aan bij de kennis en vaardigheden van grafisch ontwerpers. Door het complexe proces van burgerinitiatief inzichtelijk te maken en duidelijk te communiceren naar burgers stimuleren ontwerpers het ontstaan van nieuwe initiatieven en ondersteunen zij burgers bij de uitvoer van hun ideeën.

1. Hepworth, J., Prinsen, Y. (2015). *Ook de overheid moet participeren*. Op 23 november 2015 ontleend aan <http://ruimtevolk.nl/2015/09/03/ook-de-overheid-moet-participeren/>

2. Denters, S.A.H., Tonkens, E.H., Verhoeven, I., Bakker, J.H.M. (2013). *Burgers maken hun buurt*. Den Haag: Platform 31.



Inventarisatie van partijen die in Tilburg betrokken zijn bij burgerinitiatieven en ondersteuningsmogelijkheden voor initiatieven (eigen beeld)

De situatie in Tilburg en mijn ontwerpoplossing

Burgerinitiatief in Tilburg

Zoals gezegd in het eerste hoofdstuk van dit onderzoek doet een theoretisch model van het proces van burgerinitiatief geen recht aan de complexiteit en variatie die burgerinitiatieven in de praktijk laten zien.¹ Om een beter beeld te krijgen van hoe het proces van burgerinitiatief in de praktijk werkt, heb ik de situatie in mijn woonplaats Tilburg onderzocht. Ik heb diverse websites over burgerinitiatief in Tilburg geraadpleegd^{2,3,4,5} en een buurttuin in Tilburg-Noord bekeken als voorbeeld van een geslaagd burgerinitiatief. Verder heb ik gesprekken gevoerd met de volgende mensen:

- Monique Knapen, aanspreekpunt voor burgerinitiatief in de gemeente Tilburg⁶
- Inez Rastovac en Kitty Marijnissen, wijkregisseurs in de gemeente Tilburg⁷
- Ben Opgenort, initiatiefnemer van de buurttuin in Tilburg-Noord⁸
- Sander van Bussel, kunstenaar en initiatiefnemer uit Tilburg⁹
- Brigitte de Leeuw, penningmeester van de wijkraad Tilburg-Reeshof¹⁰

Op basis van al deze bronnen heb ik een inventarisatie gemaakt van de partijen die in Tilburg betrokken zijn bij burgerinitiatieven en wat voor ondersteuning er beschikbaar is voor initiatieven (zie afbeelding hiernaast). Dit beeld bevestigt dat de praktijk van burgerinitiatieven veel complexer is dan de theorie doet vermoeden. De partijen die een rol spelen bij burgerinitiatieven in Tilburg zijn niet zo eenvoudig weer te geven als in het model in het tweede hoofdstuk van dit onderzoek. De gemeente is inderdaad de grootste externe partij, maar deze blijkt te bestaan uit vele afdelingen die niet altijd samenwerken. Er is een centraal aanspreekpunt voor burgerinitiatieven in de persoon van beleidsmedewerker Monique Knapen, maar niet alle initiatieven verlopen via haar. Wijk- en dorpsraden en het Cultuurfonds blijken een belangrijke rol te spelen bij burgerinitiatieven in Tilburg. Deze partijen zijn zelfstandige stichtingen maar ontvangen subsidie van de gemeente of werken samen met lokale ondernemingen. Hierbij is soms sprake van conflicterende belangen of juist belangenverstrengeling. Dit maakt het beeld van burgerinitiatieven in Tilburg er niet overzichtelijker op.

-
1. Denktank Vereniging van Nederlandse Gemeenten (2013). *Van eerste overheid naar eerst de burger. Over maatschappelijke initiatieven die de lokale overheid uitdagen*. Den Haag: Vereniging van Nederlandse Gemeenten.
 2. Gemeente Tilburg, <http://www.tilburg.nl/stad-bestuur/bestuur/initiatieven-en-participatie/>, geraadpleegd op 5 mei 2016.
 3. Tilburgers, <http://tilburgers.nl/burgerparticipatie-hoe-doen-we-dat/>, geraadpleegd op 5 mei 2016.
 4. Tilburg knapt op, <https://www.facebook.com/Tilburgknaptop>, geraadpleegd op 5 mei 2016.
 5. Tilburg voor cultuur, <https://www.tilburgvoorcultuur.nl>, geraadpleegd op 5 mei 2016.
 6. Knapen, M. (aanspreekpunt burgerinitiatief gemeente Tilburg). Tilburg, 8 maart 2016.
 7. Rastovac, I., Marijnissen, K. (wijkregisseurs gemeente Tilburg). Tilburg, 14 maart 2016.
 8. Opgenort, B. (initiatiefnemer buurttuin Tilburg-Noord). Tilburg, 24 september 2015
 9. Van Bussel, S. (kunstenaar en initiatiefnemer uit Tilburg). Den Bosch, 9 maart 2016.
 10. De Leeuw, B. (penningmeester Wijkraad Tilburg-Reeshof). Tilburg, 5 mei 2016.

Knelpunten in Tilburg

Uit mijn onderzoek naar het proces van burgerinitiatief in Tilburg komen een aantal problemen naar voren. Deze problemen komen overeen met knelpunten die ik in het vorige hoofdstuk heb gesignaleerd.

Wijkregisseurs Inez Rastovac en Kitty Marijnissen signaleren dat het vaak ontbreekt aan contact tussen burgers. "Er is vaak weinig contact tussen burens. Men weet niet van elkaar waar ze mee bezig zijn, terwijl ze soms hetzelfde willen. Burencontact is juist nodig om draagvlak te creëren voor ideeën en initiatieven." ¹

De wijkregisseurs zien ook dat burgers vaak niet over de vaardigheden beschikken die nodig zijn voor de uitvoer van hun initiatief: "Bewoners willen inspraak en de gemeente wil bewoners mee laten bepalen bij veranderingen in hun wijk. Maar de meeste burgers begrijpen niks van verkeerscirculatieplannen en ontwerptekeningen en weten niet hoe ze hun ideeën voor de wijk kunnen vormgeven." ²

Verder maakt de gemeente Tilburg niet altijd voldoende duidelijk aan inwoners welke ondersteuning beschikbaar is voor burgerinitiatieven en dat initiatieven op prijs worden gesteld. De informatie van de gemeente over burgerinitiatieven bestaat uit grote hoeveelheden tekst op de website van de gemeente. Monique Knapen bevestigt dit: "De informatie van de gemeente over burgerinitiatief wordt nu voornamelijk tekstueel aangeboden. Visueel zou voor sommige mensen misschien beter werken." ³

Zoals ik al concludeerde in het vorige hoofdstuk zijn grafisch ontwerpers bij uitstek geschikt om dit laatste communicatieprobleem op te lossen. Met hun kennis en vaardigheden kunnen zij de grote hoeveelheid complexe informatie over het proces van burgerinitiatief inzichtelijk maken voor burgers. Hiermee verbeteren ontwerpers de communicatie tussen gemeenten en burgers en ondersteunen zij inwoners bij het uitvoeren van hun initiatieven.

Mijn ontwerpoplossing

Mijn ontwerpoplossing voor het communicatieprobleem tussen gemeente en burgers in Tilburg bestaat uit twee delen. Ten eerste een redactioneel ontwerp in de vorm van een digitale interface die het proces van burgerinitiatief in Tilburg inzichtelijk maakt voor burgers. Ten tweede een campagne-ontwerp dat burgers informeert over de interface en mensen aanspoort om gebruik te maken van de interface voor de uitvoer van hun initiatief.

De interface moet toegankelijk en laagdrempelig zijn voor alle inwoners van Tilburg en moet initiatiefnemers stap voor stap meenemen in het proces van burgerinitiatief. Omdat informatie snel veroudert (bijvoorbeeld contactgegevens of beschikbaarheid

1. Rastovac, I., Marijnissen, K. (wijkregisseurs gemeente Tilburg). Tilburg, 14 maart 2016.

2. Idem

3. Knapen, M. (aanspreekpunt burgerinitiatief gemeente Tilburg). Tilburg, 8 maart 2016.

van subsidies), ligt een digitale interface het meest voor de hand. Digitale informatie is makkelijk en snel te updaten, terwijl een analoge folder al is verouderd op het moment dat hij gedrukt is.

Burgers geven aan het liefst actief geïnformeerd te worden door de gemeente in plaats van zelf op zoek te moeten naar informatie.¹ Het bestaan van de interface zal dan ook actief door de gemeente aan inwoners bekend gemaakt moeten worden. Hiervoor zal ik een campagne ontwerpen die de interface promoot en die mensen uitnodigt hun initiatief uit te voeren.

Mijn eerst ontwerp voor een interface heb ik gebaseerd op de *We Can Do It!*-poster uit de Tweede Wereldoorlog, ontworpen door J. Howard Miller. De sfeer van aanpakken en nostalgische gemeenschapszin heb ik hiermee vertaald naar de tegenwoordige tijd. Door het zakelijke proces van burgerinitiatief een gezicht te geven, heb ik de interface persoonlijk en laagdrempelig gemaakt voor burgers. De reacties op dit eerste ontwerp tijdens Discussie en Debat waren echter dat het beeld archaïsch en erg veilig is en dat het ontwerp eigenheid en rebelsheid mist.²

Voor mijn tweede ontwerp heb ik een meer abstract beeld gebruikt dat ik gemaakt heb met lino. Grafisch kunstenaar Harrie Schalken wees mij op het belang van abstractie: "Een beeld moet abstract genoeg zijn om vragen op te roepen en te boeien, maar herkenbaar genoeg zijn om door iedereen te worden begrepen."³ Mijn zelfgemaakte en met de hand afgedrukte beeld geeft het tweede ontwerp meer eigenheid dan het eerste. Kritiekpunt van docent Ad van der Kouwe op mijn tweede ontwerp was echter dat de tekst niet bij het beeld past en tekst en beeld geen verbinding aangaan met elkaar.⁴ Geïnspireerd op de actieposters door het Franse Atelier Populaire van eind jaren '60 heb ik mijn teksten vervolgens met de hand getekend zodat ze beter bij het beeld aansluiten.

De laatste weken voor mijn afstuderen wil ik gebruiken om mijn handgemaakte beeld verder te ontwikkelen en de interface te ontwerpen. Voor het ontwerp van de campagne wil ik gebruik maken van hetzelfde beeld om de link tussen campagne en interface duidelijk te maken en de herkenbaarheid te vergroten. Tot slot wil ik onderzoeken of ik de infographics die ik in de loop van dit onderzoek heb gemaakt om mijn verhaal te verduidelijken ook kan gebruiken voor de interface.

Mijn ontwerp voor de interface en de campagne kan de communicatie tussen de gemeente Tilburg en haar inwoners verbeteren en initiatieven in Tilburg stimuleren en ondersteunen.

1. Joosten, P. (2014). Burgers twitteren niet met de gemeente. Op 3 december ontleend aan <http://www.socialmediameetlat.nl/pdf/digiloog/3%20joosten.pdf>

2. Discussie en Debat. Luijten, K., Noordzij, M., Van der Kouwe, A. AKV I St.Joost. Den Bosch, 29 maart 2016.

3. Schalken, H. (beeldend kunstenaar en neerlandicus). Wouw, april 2016.

4. Van der Kouwe, A. (docent AKV I St.Joost). Den Bosch, 24 april 2016.



(Miller, J.H. *We Can Do It!* (1942).
Op 5 mei gedownload van https://en.wikipedia.org/wiki/Rosie_the_Riveter)



(eigen beeld)



Eerste ontwerpen voor campagne burgerinitiatief Tilburg (eigen beeld)



Voor welke wijk heb je een idee?




Wat voor soort idee heb je?



Natuur en milieu



Kunst en cultuur



Sport en spel



Evenement



Armoedebestrijding



Anders



Wat heb je nog nodig?



Informatie/
advies



Materiaal/
gereedschap



Vergunningen



Mensen



Financiële
ondersteuning



Promotie

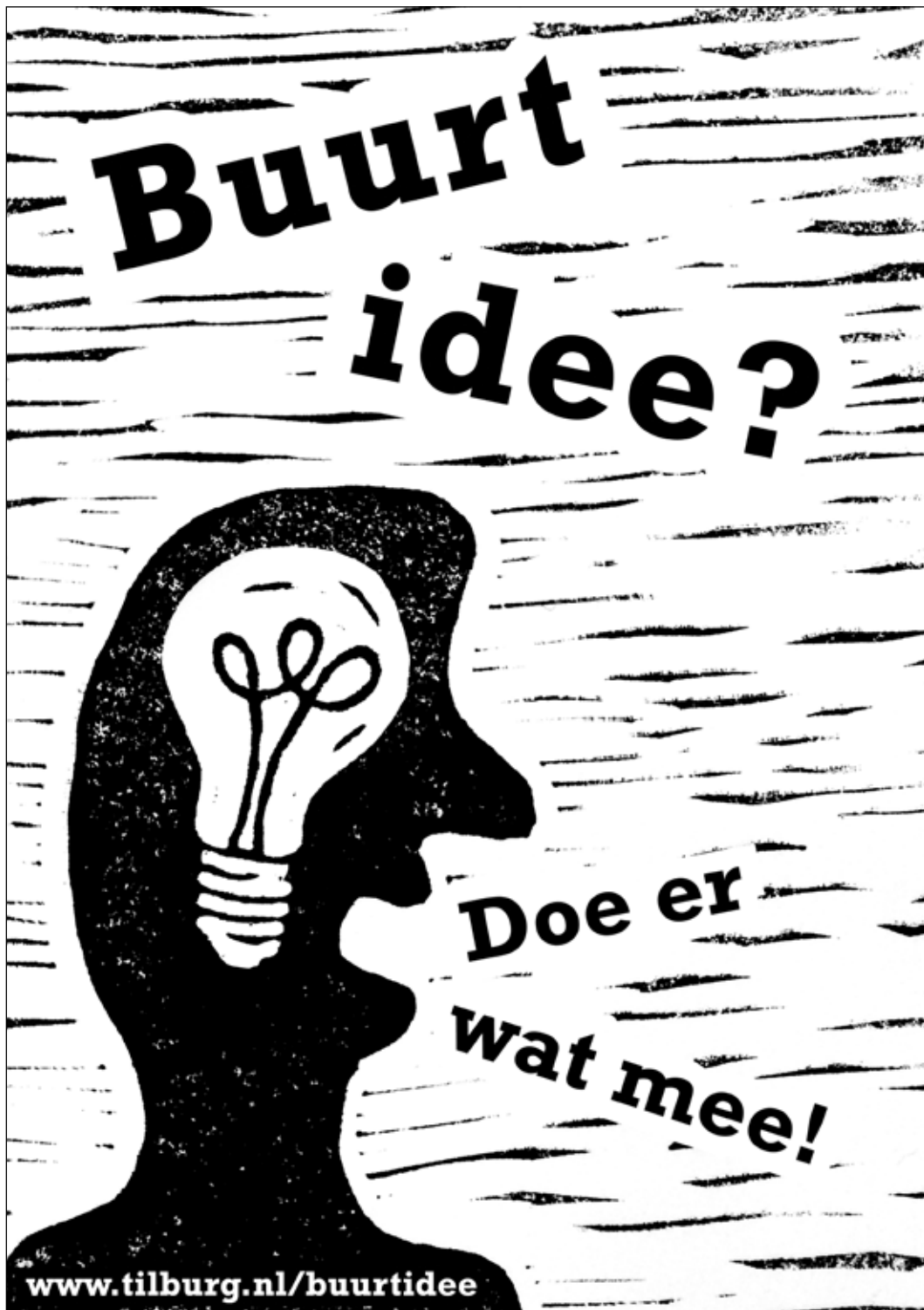
Eerste ontwerp voor interface burgerinitiatief Tilburg (eigen beeld)



Linosnedes voor tweede ontwerp (eigen beeld)



Tweede ontwerp voor campagne burgerinitiatief Tilburg (eigen beeld)

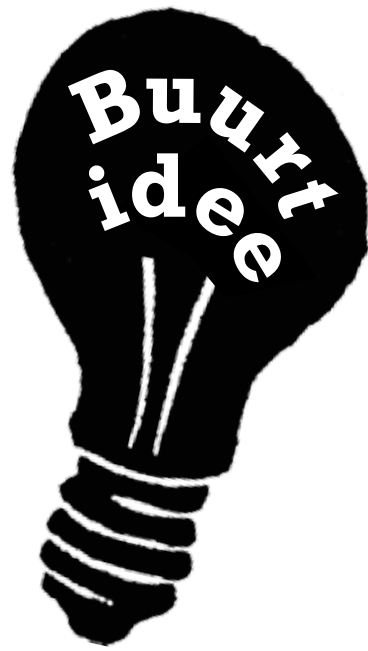


Tweede ontwerp (aangepast) voor campagne burgerinitiatief Tilburg (eigen beeld)



Posters van Atelier Populaire

Op 1 juni 2016 gedownload van (van links naar rechts, van boven naar beneden)
<http://samsmyth.tumblr.com/post/35205667462/nraybould-the-struggle-continues-atelier>
<https://mai68inenglish.com/category/atelier-populaire/>
<http://www.columbia.edu/cu/computinghistory/1968/68-france.html>
<http://theredlist.com/wiki-2-343-917-997-view-poster-art-profile-atelier-populaire-of-may-1968.html>
<https://www.artefactmagazine.com/2015/05/22/paris-1968-art-revolution/>
<http://autonomies.org/ru/2014/02/amidst-the-art-of-may-68-latelier-populaire-de-paris/>
<https://refotograficart.wordpress.com/2013/01/25/poster-art-atelier-populaire-of-may-1968/>
<http://theredlist.com/wiki-2-343-917-995-view-chronology-profile-1960s.html>



Schetsen voor campagne-logo (eigen beeld)



Derde ontwerp voor campagne burgerinitiatief Tilburg (eigen beeld)

Wat is een buurtidee?

Een buurtidee is een eigen idee van bewoners om hun straat, buurt of wijk te verbeteren. Bewoners maken samen een plan en voeren het samen uit. Dit kan een eenmalig evenement zijn, zoals een straatfeestdag, maar ook een doorlopende activiteit, zoals een buurtmoestuin. Het kan een digitaal hulpsysteem voor de wijk zijn, of een wijkfeest cultuur voor buurtkinderen.

Vroeger te gade de gemeente alles. Nu kun je ook zelf actie ondernemen. De gemeente en andere instanties helpen je hierbij. Met vergunningen, subsidies en adressen. Maar het begint bij jou. En je buuren. Wat is er nodig in jouw wijk? Waar heeft jouw buurt behoefte aan?

Kom samen in actie en maak werk van je wijk!

Hulp nodig bij de uitvoer van je idee

Specialist voor Tilburg:
art-fact.nl
vrijloofwijk.nl
tilburgvoornieuw.nl
facebook.com/Tilburgkanpop

Specialist voor Tilburg:
art-fact.nl
vrijloofwijk.nl
tilburgvoornieuw.nl
facebook.com/Tilburgkanpop

Specialist voor Tilburg:
art-fact.nl
vrijloofwijk.nl
tilburgvoornieuw.nl
facebook.com/Tilburgkanpop

Oké, je hebt een idee

In je eentje krijg je het niet voor elkaar. Daarom is het belangrijk dat je andere mensen vindt die je willen helpen.

WERK

Dus: zoek contact! Praat over je idee met je buuren en mensen in de straat.

Maak hoe pak je dat aan?

Hang een kaart in het wijkcentrum of bij de supermarkt. Zo vind je mensen met wie je samen kunt werken aan jouw idee.

SAMEN

Mijn idee is:

Doe je mee? Neem dan contact op met:

Mijn idee is:

Doe je mee? Neem dan contact op met:

Mijn idee is:

Doe je mee? Neem dan contact op met:

Mijn idee is:

Doe je mee? Neem dan contact op met:

Definitief ontwerp campagnefolder burgerinitiatief Tilburg (eigen beeld)

Conclusies en evaluatie

Antwoord op de onderzoeksvraag

Om te onderzoeken welke rol grafisch ontwerpers kunnen spelen bij de stimulering en ondersteuning van burgerinitiatieven heb ik eerst onderzocht wat een burgerinitiatief precies is, welke partijen betrokken zijn bij burgerinitiatieven en hoe initiatieven het beste ondersteund kunnen worden. Daarnaast heb ik het proces van burgerinitiatief in de gemeente Tilburg bekeken. Door al deze informatie te inventariseren en analyseren, heb ik een duidelijk beeld gekregen van hoe het proces van burgerinitiatief verloopt en waar in het proces problemen optreden. De belangrijkste knelpunten zijn:

- er is te weinig contact tussen burgers, waardoor te weinig draagvlak bestaat voor initiatieven,
- er is onvoldoende openheid en vertrouwen tussen de betrokken partijen,
- het ontbreekt burgers aan voldoende vaardigheden om hun initiatief uit te voeren,
- de communicatie over burgerinitiatief van gemeente naar burgers is niet altijd voldoende duidelijk.

Grafisch ontwerpers kunnen helpen deze problemen op te lossen. Zij kunnen contact tussen burgers op gang brengen door het ontwerpen van platforms, evenementen of campagnes. Ontwerpers kunnen openheid en vertrouwen tussen partijen creëren door mensen op een creatieve manier te laten samenwerken aan ideeën voor de wijk. Een ontwerpgeroederschap kan met methodieken uit de ontwerpwereld burgers helpen hun ideeën vorm te geven wanneer zij zelf over onvoldoende vaardigheden beschikken.

Maar grafisch ontwerpers zijn vooral geschikt om de communicatie te verbeteren tussen gemeente en burgers. Met hun kennis en vaardigheden kunnen zij de grote hoeveelheid complexe informatie over het proces van burgerinitiatief inzichtelijk maken en duidelijk communiceren naar burgers. Ontwerpers stimuleren hiermee het ontstaan van nieuwe initiatieven en ondersteunen burgers bij de uitvoer van hun ideeën.

Deze laatste oplossing heb ik verder verkend door een digitale interface te ontwerpen die inwoners van Tilburg stap voor stap meeneemt in het proces van burgerinitiatief. Door het zakelijke proces van burgerinitiatief een eigen gezicht te geven, wil ik de interface persoonlijk en laagdrempelig maken voor burgers. Om burgers actief te informeren over het bestaan van de interface en hen te stimuleren werk te maken van hun ideeën, zal ik in dezelfde stijl een promotiecampagne ontwerpen.

Het ontwerp van de interface en de campagne toont aan welke waardevolle rol grafisch ontwerpers kunnen spelen bij de stimulering en ondersteuning van burgerinitiatieven. Door de communicatie over burgerinitiatief te verbeteren, opereert de ontwerper op het snijvlak tussen overheid en burgers en treedt hij op als intermediair in het proces van burgerinitiatief.

Verder onderzoek

De laatste weken voor mijn afstuderen wil ik gebruiken om mijn ontwerp van de interface en de campagne verder uit te werken. Vervolgens wil ik mijn ontwerpen testen door ze voor te leggen aan inwoners van Tilburg. Vinden gebruikers mijn ontwerp duidelijk en begrijpen ze het proces van burgerinitiatief? Stimuleert mijn campagne-ontwerp hen om de interface te gebruiken en werk te maken van hun ideeën? De reacties van inwoners wil ik gebruiken om mijn ontwerpen aan te scherpen en beter aan te laten sluiten bij de wensen van de doelgroep, de inwoners van Tilburg.

Om de interface operationeel te maken, zal ik de hulp nodig hebben van programmeurs en systeemontwikkelaars omdat mijn eigen kennis op dit gebied tekort schiet. Om de interface te implementeren binnen de website van de gemeente Tilburg zal nauw samengewerkt moeten worden met specialisten binnen de gemeente. Een volgende stap in de uitvoering van mijn ontwerp zou kunnen zijn om te onderzoeken hoe de interface zou kunnen worden toegepast in andere gemeenten in Nederland. Het proces van burgerinitiatief verloopt in iedere gemeente anders, dus het ontwerp zal per gemeente aangepast moeten worden.

Evaluatie

Terugkijkend op mijn onderzoeksproces heb ik vooral veel tijd besteed aan literatuuronderzoek en het inventariseren van het proces van burgerinitiatief in de gemeente Tilburg. Mijn uitgebreide onderzoek heeft gezorgd voor een goede basis voor mijn ontwerp en duidelijkheid in wat ik wilde ontwerpen en voor wie. Omdat mijn onderzoek veel tijd in beslag heeft genomen, heeft het er wel voor gezorgd dat ik pas laat ben begonnen met daadwerkelijk ontwerpen. Het meeste ontwerpwerk moet nog gebeuren na het afronden van dit onderzoeksverslag, in de laatste weken voor mijn afstuderen. Wanneer ik eerder met ontwerpen was begonnen, had ik uitgebreidere gebruikerstests kunnen doen en mijn ontwerp verder kunnen verfijnen.

Mijn positionering

Dit afstudeeronderzoek heeft het beeld bevestigd dat ik had over mijn eigen positie als grafisch ontwerper. Door mijn eerdere opleiding sociale geografie beschik ik over inhoudelijke kennis op het gebied van sociaal-maatschappelijke processen. Dit maakt het voor mij mogelijk om complexe informatie over het proces van burgerinitiatief te analyseren en structureren. Door mijn opleiding als grafisch ontwerper ben ik in staat om die complexe informatie te visualiseren en inzichtelijk te maken voor een specifieke doelgroep. Mijn voorkeur voor sociaal ontwerp zorgt bovendien voor betrokkenheid bij het onderwerp.

Mijn vakinhoudelijke kennis, mijn betrokkenheid bij sociaal ontwerp en mijn vaardigheden als redactioneel en campagne-ontwerper bepalen mijn positionering als grafisch ontwerper. Ik wil mij profileren als betrokken ontwerper met inhoudelijke kennis die opereert als intermediair op het snijvlak tussen overheid en burgers.

Bronnen

Boeken

Franke, S., Niemans, J., Soeterbroek, F. (2015). *Het nieuwe stadmaken: van gedreven pionieren naar gelijk speelveld*. Haarlem: Trancity-Valiz.

Schwarz, M., Krabbendam, D. (2013). *Sustainist design guide*. Amsterdam: BIS Publishers.

Online publicaties

Brabants Dagblad, regio Tilburg (3 september 2015). *Tilburg CowBoys houdt sociaal experiment om contact tussen burens te verbeteren*. Op 2 mei 2016 ontleend aan <http://www.bd.nl/regio/tilburg-e-o/tilburg/tilburg-cowboys-houdt-sociaal-experiment-om-contact-tussen-burens-te-verbeteren-1.5206959>

Denktank Vereniging van Nederlandse Gemeenten (2013). *Van eerste overheid naar eerst de burger. Over maatschappelijke initiatieven die de lokale overheid uitdagen*. Den Haag: Vereniging van Nederlandse Gemeenten.

Denters, S.A.H., Tonkens, E.H., Verhoeven, I., Bakker, J.H.M. (2013). *Burgers maken hun buurt*. Den Haag: Platform 31. Op 2 december ontleend aan http://www.platform31.nl/uploads/attachment_file/41/Publicatie_Burgers_maken_hun_buurt.pdf

Dijk, K. (2015). Hoe burgerinitiatieven succesvol zijn. Op 24 november 2015 ontleend aan <http://ruimtevolk.nl/2015/09/07/hoe-burgerinitiatieven-succesvol-zijn/>

Gemeente Tilburg (2009). *Informeel de buurt tijdig! Handreiking burgerparticipatie*. Op 4 april 2016 ontleend aan <http://www.tilburg.nl/stad-bestuur/bestuur/initiatieven-en-participatie/>

Hepworth, J., Prinsen, Y. (2015). Ook de overheid moet participeren. Op 23 november 2015 ontleend aan <http://ruimtevolk.nl/2015/09/03/ook-de-overheid-moet-participeren/>

Instituut voor Publiek en Politiek, Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties (jaar onbekend). *Help een burgerinitiatief!* Op 26 november 2015 ontleend aan https://vng.nl/files/vng/vng/Documenten/Extranet/Burgerzaken/bestanden_burgerparticipatie/Waaiier_HelpEenBurgerinitiatief.pdf

Joosten, P. (2014). *Burgers twitteren niet met de gemeente*. Op 3 december ontleend aan <http://www.socialmediameetlat.nl/pdf/digiloog/3%20joosten.pdf>

Lans, J. van der (2014). *Een wijkgerichte aanpak: het fundament*. Den Haag: Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties. Op 2 december ontleend aan http://www.josvdlans.nl/publicaties/2014-04_BZK_Een%20wijkgerichte%20Aanpak_Het%20Fundament.pdf

Shaminée, A. (2014). *Handboek soldaat voor de gebiedsontwikkelaar: nu met social-design-toolkit*. Op 28 november 2015 ontleend aan <http://www.gebiedsontwikkeling.nu/artikel/9843-handboek-soldaat-voor-de-gebiedsontwikkelaar-nu-met-social-design-toolkit>

Snoeker, B.J.R. (2014). *Initiatieven uit een krimpende samenleving: Een analyse van de omgang van krimp gemeenten met bottom-up initiatieven*. Utrecht: Universiteit Utrecht. Op 2 december ontleend aan [http://www.bouwstenen.nl/files/wijkplaats/Initiatieven%20uit%20een%20krimpende%20samenleving%20-%20Snoeker%20\(BJR\)%20-%202014.pdf](http://www.bouwstenen.nl/files/wijkplaats/Initiatieven%20uit%20een%20krimpende%20samenleving%20-%20Snoeker%20(BJR)%20-%202014.pdf)

Team Informatie- en Kenniscentrum gemeente Tilburg (2014). *Samenvatting Burgeronderzoek gemeente Tilburg 2014*. Op 4 april 2016 ontleend aan <http://www.tilburg.nl/fileadmin/files/stad-bestuur/bestuur/burgerparticipatie/burgeronderzoek-samenvatting-2014.pdf>

Websites

BUURbook, <https://buurbook.nl>, geraadpleegd op 16 april 2016.

Buurkracht, <https://www.buurkracht.nl>, geraadpleegd op 16 april 2016.

Buurtbalie, <http://www.buurtbalie.nl>, geraadpleegd op 16 april 2016.

BügelHajema, <http://www.bugelhajema.nl/>, geraadpleegd op 23 november 2015.

De Hictoloog, <http://dehictoloog.nl> geraadpleegd op 31 maart 2016.

Gebiedsontwikkeling.nu, <https://www.gebiedsontwikkeling.nu>, geraadpleegd op 18 april 2016.

Gemeente Tilburg, <http://www.tilburg.nl/stad-bestuur/bestuur/initiatieven-en-participatie/>, geraadpleegd op 5 mei 2016.

HeelNederlandDeelt, <http://www.heelnederlanddeelt.nl>, geraadpleegd op 16 april 2016.

IdealenKompas, <http://www.idealenkompas.nl>, geraadpleegd op 16 april 2016.

Kracht in NL, <http://krachtinnl.nl>, geraadpleegd op 16 april 2016.

MAEXchange, <https://www.maexchange.nl>, geraadpleegd op 16 april 2016.

Mijnbuurtje, <http://www.mijnbuurtje.nl>, geraadpleegd op 16 april 2016.

Nextdoor, <https://nextdoor.nl>, geraadpleegd op 16 april 2016.

Nieuworganiseren.nu, <http://www.nieuworganiseren.nu/cases/ruimte-voor-burgerinitiatief/>, geraadpleegd op 24 november 2015.

Oog voor de buurt, <http://oogvoordebuilt.nl>, geraadpleegd op 23 november 2015.

Pakhuis De Zwijger, <http://dezwijger.nl>, geraadpleegd op 2 januari 2016.

Platform 31, <http://www.platform31.nl>, geraadpleegd op 4 december 2015.

Platform Omgevingsmanagement, <http://www.platformomgevingsmanagement.nl>, geraadpleegd op 8 januari 2016.

Ruimtevolk, <http://ruimtevolk.nl/>, geraadpleegd op 23 november 2015.

The Beach, <http://www.thebeach.nu>, geraadpleegd op 24 november 2015.

Tijd voor Samen, <http://www.tijdvoorsamen.nl/>, geraadpleegd op 23 november 2015.

Tilburg knapt op, <https://www.facebook.com/Tilburgknaptop>, geraadpleegd op 5 mei 2016.

Tilburg voor cultuur, <https://www.tilburgvoorcultuur.nl>, geraadpleegd op 5 mei 2016.

Tilburgers, <http://tilburgers.nl/burgerparticipatie-hoe-doen-we-dat/>, geraadpleegd op 5 mei 2016.

TwynstraGudde, <http://www.twynstragudde.nl/opleiding/succesvolle-burgerinitiatieven-workshop-magstad>, geraadpleegd op 27 november 2015.

Verbeterdebuurt, <http://www.verbeterdebuurt.nl>, geraadpleegd op 16 april 2016.

Vereniging Nederlandse Gemeenten, <https://vng.nl/onderwerpenindex/bestuur/burgerparticipatie>, geraadpleegd op 27 november 2015.

Voor je Buurt, <https://www.voorjebuurt.nl>, geraadpleegd op 16 april 2016.

XiBE, <http://www.xibe.nl>, geraadpleegd op 16 april 2016.

Interviews en gesprekken

De Leeuw, B. (penningmeester Wijkraad Tilburg-Reeshof). Tilburg, 5 mei 2016.

Discussie en Debat. Luijten, K., Noordzij, M., Van der Kouwe, A., AKV | St.Joost. Den Bosch, 29 maart 2016.

Knapen, M. (aanspreekpunt burgerinitiatief gemeente Tilburg). Tilburg, 8 maart 2016.

Mol, E. (vrijwilliger buurttuin Tilburg-Noord). Tilburg, 24 september 2015.

Opgenort, B. (initiatiefnemer buurttuin Tilburg-Noord). Tilburg, 24 september 2015.

Rastovac, I., Marijnissen, K. (wijkregisseurs gemeente Tilburg). Tilburg, 14 maart 2016.

Samentafel De Hictoloog (organisatieadviseurs in de zorg- en welzijnsector). Hoekstra, P. (Hictoloog), Laurey, C. (Hictoloog), Kauffman, H. (Hictoloog), Noteboom, P. (VNG) en Spaan, E. (student International Lifestyle studies, Fontys Hogeschool Tilburg). Bunnik, 9 maart 2016.

Schalken, H. (beeldend kunstenaar en neerlandicus). Wouw, april 2016.

Twilt, M. (information designer en docent AKV | St.Joost). Den Bosch, 12 januari 2016.

Van Bussel, S. (kunstenaar en initiatiefnemer uit Tilburg). Den Bosch, 9 maart 2016.

Van der Kouwe, A. (docent AKV | St.Joost). Den Bosch, 24 april 2016.

