

**'Mensen willen best meehelpen aan het verbeteren van hun buurt, maar van de gemeente willen ze vooral zo min mogelijk last hebben.'**

David Kok in gesprek met Willem Dudok

**'Burgerparticipatie' is een hot topic in gemeenteland, momenteel. Ik zie jou meteen fronsen.**

'Het impliceert dat er momenteel kennelijk iets 'mis' is met de participatie van burgers in de samenleving. Dat vind ik een rare veronderstelling. Overal zijn initiatieven, kleine en grote, waar burgers bijdragen aan het wel en wee van het dorp of de stad. Of ze nu vrijwilliger bij de kinderboerderij of sportvereniging zijn, plastic zakken opruimen in het park of de buurvrouw helpen met boodschappen doen.'

**Da's nastrevenswaardig, toch?**

'Als burgerparticipatie inderdaad het 'mehelpen aan het verbeteren van de gemeentelijke samenleving' zou betekenen, lijkt het me uitermate nastrevenswaardig. Maar de meeste ambtenaren bedoelen eigenlijk: we willen dat burgers meer 'participeren' in het werk dat wij van de gemeente doen. Dat is toch echt wat anders, en daar gaat het volgens mij ook vaak mis. Mensen willen volgens mij best meehelpen aan het verbeteren van hun straat, hun buurt of hun school. Maar van de gemeente willen ze toch vooral zo min mogelijk last hebben. Kennelijk zit er een mismatch tussen de belevingswereld van de ambtenaar en die van de burger.'

**Is het streven naar meer 'burgerparticipatie' daar geen antwoord op?**

'Ja, maar waar je voor moet oppassen, is dat de gemeente in het centrum van alle 'participatie' komt te staan. Je moet om te beginnen erkennen dat er al heel veel interessants gebeurt in gemeenten, zónder dat ambtenaren er per se een rol in spelen. Een beetje bescheidenheid over je eigen rol lijkt me nastrevenswaardig. Ik heb soms het idee dat ambtenaren geen idee hebben van wat er allemaal al aan 'participatie'-initiatieven in hun gemeente plaatsvinden. Dan zou ik de vraag ook om kunnen draaien: ben je als gemeente eigenlijk wel voldoende betrokken bij wat burgers allemaal doen?'

**Jij spreekt liever over 'betrokkenheid' dan over 'participatie', zei je eerder.**

'Ja, omdat ik het een warmer woord vind, maar ook omdat het meer wederkerigheid en gelijkwaardigheid veronderstelt. In die zin beschrijft het ook beter de ideale relatie tussen burger en overheid. Het is volgens mij de belangrijkste achterliggende vraag voor gemeenten bij alle projecten rondom 'burgerparticipatie': hoe organiseren we betrokkenheid van burgers in een moderne samenleving? En vervolgens, vanuit mijn vak als communicatie-adviseur: rondom welke thema's, op welke toon en met welke taal? En, als online-specialist: welke rol kan moderne communicatie-technologie daarin spelen en hoe organiseren we dat?'

Laten we voor het gemak een concreet voorbeeld nemen. Stel: gemeente X wil graag dat burgers meepraten over nieuw te formuleren onderwijsbeleid, en wenst daarvoor gebruik te maken van online communicatie-instrumenten. Wat zou je gemeenten adviseren, op dat vlak?

'Dat hangt natuurlijk nogal af van de huidige stand van zaken. Heeft de gemeente al ervaring met dit type-trajecten? Hoe is de basis-infrastructuur; functioneert de website naar behoren, maken ze al gebruik van sociale kanalen om met burgers te communiceren? Dat maakt natuurlijk nogal wat uit, als je aan de slag gaat met zo'n project. Maar wat ons áltijd helpt bij het nadenken over dit soort dingen, is een simpel modelletje - afkomstig uit de marketing-wereld - waarin verschillende niveaus van betrokkenheid worden gekoppeld aan de communicatie die daarbij past:



Afbeelding 39: niveaus van betrokkenheid

'Je ziet daar eigenlijk meteen de allergrootste valkuil waar veel gemeenten in trappen: verreweg de meeste 'burgerparticipatie'-projecten zijn een variant op co-creatie, zoals: denk mee over de invulling van de nieuwe wijk, of lever input voor dit nieuwe beleid. Dat vraagt om een enorme hoeveelheid bestaande betrokkenheid bij dergelijke thema's, op een niveau dat je bijna professioneel bezig moet zijn met dit soort kwesties om een zinnige en bevredigende bijdrage te kunnen leveren. Wie zullen daar dus vooral aan meedoen? Beroepsinsprekers, semi-lobbyisten en gemeenteraadsleden-in-spe.

'Terug naar jouw hypothetische onderwijsbeleid-project: als je wil dat het een discussie wordt die breder is dan voor de semi-profs, dan zul je die dus laagdrempeliger moeten maken. "Wat vindt u van het onderwijs in uw stad?", is voor veel mensen moeilijk te beantwoorden, maar wie een ouder vraagt: "wat gaat er

goed en wat kan er beter op de school van uw kind?”, krijgt ongetwijfeld veel meer reacties. En die ideeën kunnen vervolgens voor de verantwoordelijke ambtenaar evengoed input zijn voor nieuw beleid.’

### **Is dat een pleidooi voor Jip en Janneke-taal?**

‘Nou, niet in de zin dat je burgers als kleuters moet aanspreken. Maar wel dat je als gemeente aan moet sluiten bij de belevingswereld van de burger, en dat dat ook geldt voor de taal die je gebruikt. Inwoners zijn niet bezig met ‘beleid’, die zijn bezig met de school van hun kinderen, of de buurt waarin ze wonen een beetje schoon is of niet, of ze hun auto in de buurt kan parkeren. Je neemt ze serieus door ze op dat niveau te bevragen. Dan kun je bovendien meteen kijken welke mensen eventueel bereid zijn om een grotere bijdrage te leveren. Als iemand met heel veel zorg en enthousiasme je vragen beantwoordt, dan is ‘ie wellicht klaar voor een stapje ‘hoger’. Dat zijn dan de mensen die je uitnodigt voor - bijvoorbeeld - een bijeenkomst over het thema, of die je nadrukkelijk op de hoogte houdt van de vorderingen van het project.’

### **In de taal van je model: dat zijn dan je ‘volgers’, of ‘sympathisanten’?**

‘Ja. Mensen met wie je - in elk geval voor wat betreft dit thema - echt een wederkerige, waardevolle relatie kunt gaan opbouwen. Dat wil niet zeggen dat iedereen die lager in de piramide zit onbelangrijk is. Juist niet. In elke betrokkenheidslaag zitten mensen die bereid zijn om een stapje meer te doen dan ze nu doen; de kunst is vooral om die te identificeren en te faciliteren.’

### **Hoe doe je dat?**

‘Op het allerlaagste niveau van de betrokkenheids-piramide gaat het bijvoorbeeld heel erg over het zoeken naar een eerste contact, een aanhaakmoment. Voor wat betreft zo’n onderwijsproject: door als ambtenaar bijvoorbeeld actief te laten zien waar je mee bezig bent. Door tweets en blogposts geef je potentieel-geïnteresseerden een gelegenheid om aan te haken, simpel mee te denken, betrokken te raken. Vertel bijvoorbeeld over de stand van zaken, stel simpele maar relevante vragen via tweets, of ga online op zoek naar mensen waarvan je vermoedt dat ze onderwijs in jouw gemeente interessant vinden. Dat zijn echt niet alleen maar ouders; dat kan ook een onderwijsjournalist zijn, of iemand van de kinderopvang. Je ziet vanzelf welke mensen happen, en die daag je vervolgens weer uit op een wat hoger niveau. Zo bouw je gestaag aan de betrokkenheid bij en het netwerk rondom zo’n project.’

### **Dat klinkt als iets dat veel tijd kost.**

‘Dat doet het zeker. Je kunt misschien op korte termijn best af en toe een succesje halen, maar het gaat nou eenmaal over het bouwen van relaties met mensen en rondom projecten. Dat kost - net als in het echte leven - inderdaad tijd, maar het is

niet alsof er een alternatief is. Ja, lege internetfora waar een paar ambtenaren wanhopig proberen om mensen te enthousiasmeren om iets te vinden van het laatste ruimtelijke ordeningsproject en blij zijn met elke reactie die ze krijgen. Daarvan kan ik je misschien wel twintig voorbeelden laten zien, en ik ken niemand die daar blij van wordt. Sterker: het draagt alleen maar bij aan het cynisme, en het gaat direct ten koste van de terechte ambitie om écht te werken aan nieuwe relaties tussen burgers en gemeente.'

### **Wat is dan de voornaamste toegevoegde waarde van online, wat jou betreft?**

'Een van de beste praktijkvoorbeelden die ik ken - weliswaar niet van de overheid maar van de politie - is dat van de wijkagenten die massaal aan het twitteren zijn geslagen. Mijn oom is er zo een, hij vertelde dat 'ie dankzij Twitter hele andere netwerken in zijn wijken kan organiseren dan 'ie zou doen als 'ie alleen maar praatjes op straat zou maken. Veiligheid is een gevoel; mensen vinden het prettig om te zien waar een agent bezig is in hun wijk, dat ze het gevoel hebben dat ze 'm wat beter leren kennen, dat 'ie maar één tweet of DM van ze verwijderd is, mocht er eens iets aan de hand zijn.

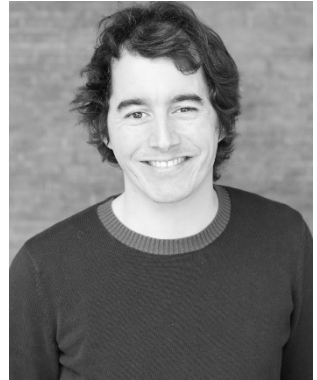
'Ik denk dat online en sociale media daar perfect voor zijn: we kunnen nu concreet vorm geven aan al die verschillende gradaties van betrokkenheid die er in de relatie tussen gemeente en burger kunnen bestaan. Van het allerlaagste niveau - een burger die 'zijn' ambtenaar of agent volgt op Twitter - tot het allerhoogste niveau: het raadslid dat een online netwerk van experts gebruikt om samen een raadsvoorstel te maken. Het is veel eenvoudiger geworden om als gemeente met relatief weinig middelen hele betekenisvolle relaties aan te gaan met grote groepen burgers. En dat gebeurt gelukkig steeds meer en steeds beter.'

---

## Over Willem

Willem Dudok (1979) is mede-eigenaar en -oprichter van Johnny Wonder, een bureau voor online communicatie en campagnes.

Bij Johnny Wonder is Willem verantwoordelijk voor strategie en conceptontwikkeling en werkt onder meer aan projecten voor NS, de NTR en de Consumentenbond. Ook begeleidde hij begin dit jaar de Gemeente Amsterdam bij de communicatie rondom het nieuwe beleid voor Airbnb in de stad, dat door Amsterdammers én de wereldpers werd geprezen.



Eerder werkte Willem onder andere voor campagnebureau BKB, de Amsterdamse verkiezingscampagne van Lodewijk Asscher in 2010 en het Kabinet van de Burgemeester in Amsterdam.

Twitter: @willemdudok / @johnnywonder\_nl

Website: JohnnyWonder.nl