



**bataljong**

Sterk beleid  
voor jonge inwoners

# Stappenplan Beleidsparticipatie

## 8-stappenplan



MEER INFO VIND JE OP:  
[www.bataljong.be/bouwstenen](http://www.bataljong.be/bouwstenen)



# Inleiding

Dit document neemt je stapsgewijs mee om participatief aan de slag te gaan. Voor een klein of groot project, structureel of ad hoc. Bepaalde stappen moet je altijd zetten, sommige zullen groter of kleiner zijn, met meer of minder collega's/betrokkenen worden uitgedacht.

Deze stappen sluiten aan op de vorige bouwsteen 'afwegingskader', die je overtuigde dat je over een bepaald onderwerp/vraag een participatief traject wil organiseren en dat je graag burgers wil betrekken bij een actueel vraagstuk.



## Hoe pak je dat nu verder aan?

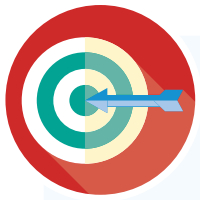
Elk project of startvraag is anders. Sommige zijn heel ingewikkeld. Bij bepaalde onderwerpen sta je niet alleen aan het roer. Bij andere kleinere trajecten kan je misschien wel het initiatief nemen als dienst. Of het nu over een klein of groot participatietraject gaat, een aantal stappen neem je best in overweging bij het uitwerken van elk participatie-initiatief.

Aan de hand van een **8-stappenmodel**<sup>1</sup> kan je je traject vormgeven. Doorloop alle stappen, kies eruit wat je kan gebruiken om je traject vorm te geven. Per stap geven we enkele richtvragen mee en dagen we je uit om de stap te bereiken via een methodiek of kader. Soms kunnen dat er meer zijn. Je neemt dan diegene die je het meest interessant vindt of aansluit bij je onderwerp.

Ben je nog niet helemaal zeker of je beleidsparticipatie gaat organiseren? Gebruik dan het **afwegingskader**: [www.bataljong.be/bouwstenen](http://www.bataljong.be/bouwstenen)

---

1 Geïnspireerd op het 7-stappenmodel van provincie Oost-Vlaanderen.



# Stap 1: Wat wil je bereiken?

Het is belangrijk dat je weet waarom je een participatietraject wil opstarten en wat je daarmee wil bereiken. Om te voorkomen dat je te snel naar oplossingen zoekt voor een uitdaging, ga je best eerst na wat er achter de vraag/uitdaging of nood zit.

**Bijvoorbeeld:** kinderen willen meer speelruimte kwam als nood naar voor.

Een snelle oplossing → organiseer eens inspraak over welk speeltuig de kinderen willen.

Wat is de vraag achter de vraag? Willen kinderen wel een speeltuig? Of hebben ze eerder nood aan een open ruimte met verschillende uitleefmogelijkheden?

## Waarom wil je nu net een participatietraject organiseren?

Het antwoord hierop vertaal je naar doelstellingen en die vormen je leidraad van je participatieproject. Je werkt er naartoe en weet wat je wil bereiken op het einde van de rit.

Welke **doelen** wil je bereiken met het traject? De doelstellingen zullen verschillen bij grote of kleine trajecten. Werk bij grote projecten eerder met niveaus (strategische en operationele doelstellingen) of baken mijlpalen af binnen het project.

**Bijvoorbeeld:** we willen te weten komen wat kinderen en jongeren willen doen op openbare plekken.

## Hoe bepaal je duidelijke doelstellingen?

Er zijn een aantal trucjes om duidelijke doelstellingen te formuleren. Hoe concreter een doelstelling geformuleerd is hoe gemakkelijker je achteraf kan bekijken of de doelstelling gehaald is.

Formuleer je doelstelling aan de hand van de SMART-formule. **SMART** is een letterwoord waarbij elke letter staat voor:

<b>S</b>	<b>Specifiek</b>	<b>WAT</b> wil je bereiken?
<b>M</b>	<b>Meetbaar</b>	<b>WAARAAN</b> kan je merken dat je je resultaat bereikt hebt?
<b>A</b>	<b>Acceptabel</b>	<b>WAAROM</b> wil ik deze doelstelling bereiken?
<b>R</b>	<b>Relevant</b>	<b>WELKE</b> acties zijn er nodig om mijn doel te bereiken?
<b>T</b>	<b>Tijdsgebonden</b>	<b>WANNEER</b> moet mijn doel bereikt worden?

**Bijvoorbeeld:** We bevrage de kinderen over wat er moet komen op het speelterrein op het Dorpsplein.

SMART: De jeugddienst bevrage de kinderen van het 4<sup>de</sup> leerjaar in de Dorpsschool over verschillende speelfuncties voor het nieuwe speelterrein op het Dorpsplein, in 2022.

### TIP:

Er zijn nog andere manieren om je doelstelling concreet en uitdagend te maken. In dezelfde analogie als SMART heb je ook AMORE of MAGIE (zie bijlage).



## Stap 2: Wie zijn de stakeholders?

Wie zijn je stakeholders? Met andere woorden: wie heeft er belang bij de hoofdvraag van je onderwerp en de doelstelling(en) van je participatietraject? De usual suspects zal je snel kunnen opnoemen maar heb je dan alle belanghebbenden opgelijst? Niet iedereen die op je lijst staat zal een even grote rol in het traject spelen. De ene hou je beter

enkel op de hoogte terwijl je de andere best zo dicht mogelijk betreft.

Door een stakeholdersanalyse op te maken, krijg je op een eenvoudige manier een goed overzicht over alle mogelijke doelgroepen. Daarna kan je een selectie maken van wie je wil betrekken en op welke manier (stap 3).

### Wie wil je betrekken?

Maak een lijstje van alle doelgroepen die iets te maken hebben met je onderwerp. Sluit geen enkele doelgroep uit. De selectie volgt pas later. Zet de doelgroepen daarna uit in een rooster of schema van een stakeholdersanalyse.

Heb je alle stakeholders opgelijst?

Denk hierbij ook ruimer dan de doelgroep 'kinderen en jongeren'.

- Buren?
- (Groot)ouders?
- Middenstand?
- Buurtorganisaties?

Hieronder vind je een model van een stakeholdersanalyse.

#### TIP:

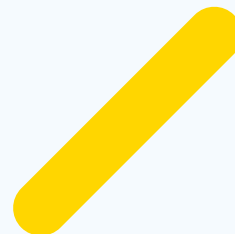
In bijlage kan je een stakeholdersanalyse terugvinden toegepast op het voorbeeld van speelruimte.

### Belang- en invloedhebbende





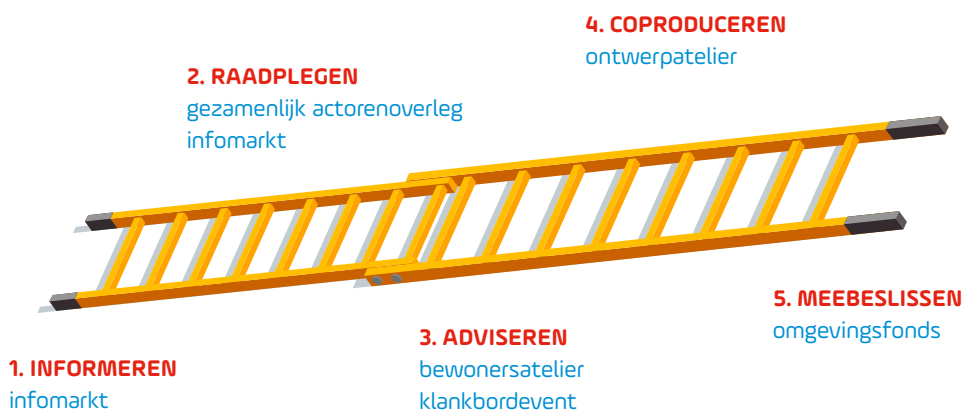
## Stap 3: Welke rol kunnen de stakeholders opnemen?



In de vorige stap heb je bepaald welke doelgroepen er belang hebben bij je participatietraject. Belang hebben wil niet automatisch zeggen dat je alle doelgroepen op eenzelfde manier bij je traject zal betrekken. Welke rol(len) mogen de belanghebbenden hebben in het traject? Bepaal vooraf welke doelgroep/deelnemers je op welke manier wil betrekken. Met andere woorden: hoeveel inspraak en ruimte krijgen je deelnemers binnen het participatietraject? Mogen de deelnemers

enkel suggesties geven of krijgen ze zelf de eindverantwoordelijkheid in handen?

Er zijn een aantal niveaus van participatie. Hierbij gebruiken we de ladder van Roger Hart. De ladder telt 5 treden waarbij je bij elke trede een meer intense vorm van deelname krijgt. Wat niet wil zeggen dat de hoogste vorm van participatie op de ladder de beste is. Integendeel: alle treden zijn belangrijk. Daarom leggen we de ladder plat.



**Informeren:** is op zich geen 'participatie' maar wel een absolute voorwaarde om te kunnen participeren. Als je als burger geen informatie krijgt, dan kan je ook niet op een goede manier participeren. Een voorwaarde van goede burgerparticipatie is het geven van informatie over het onderwerp. Wat gaat er gebeuren? Wat zijn de plannen? Welke uitdagingen zijn er? Welk probleem uit zich? Een gekende vorm van informeren door een gemeente-bestuur is het organiseren van een infoavond.

**Raadplegen:** bij deze stap wil je weten wat burgers denken over een bepaald onderwerp. Er worden nog geen verwachtingen geschept. Je wil als bestuur enkel input verzamelen. Een enquête uitsturen of een online poll zijn hier voorbeelden van.

**Adviseren:** je laat je adviseren door de burger en vraagt hen om een oplossing voor te stellen over het thema of probleemstelling. Het advies is niet bindend. Adviesraden zijn hier een voorbeeld van.

**Coproduceren:** het bestuur en de betrokken doelgroep gaan samen op zoek naar oplossingen. De groep beslist welke richting er uitgegaan wordt. Vaak worden experts over het thema betrokken en samengebracht met de expertise van de burger (hoe ervaren zij het?). Die twee soorten van ervaringen kunnen tot een nieuwe oplossing leiden.

**Meebeslissen:** een groep burgers krijgt de verantwoordelijkheid binnen een afgesproken kader, bepaald door het beleid. Het burgerbudget is daar een voorbeeld van.

INFORMEREN	RAADPLEGEN	ADVISEREN	COPRODUCEREN	MEEBESLISSEN
Politiek en bestuur houden burgers op de hoogte van de genomen beslissingen. Burgers leveren geen input.	Politiek en bestuur bepalen beleidsrichting. Burger is gesprekspartner. Resultaten zijn niet bindende bouwstenen voor het beleid.	Politiek en bestuur laten burgers problemen en oplossingen formuleren. Ideeën hebben volwaardige rol in beleidsontwikkeling.	Politiek, bestuur en betrokkenen komen samen probleemagenda en oplossingen overeen. Politiek verbindt zich aan oplossingen die bij de uiteindelijke besluitvorming naar voor komen.	Politiek en bestuur laten de besluitvorming over aan de burgers. Politiek neemt de resultaten over, na toetsing aan specifieke randvoorwaarden.
Vb.: hoorzitting, infoavond	Vb.: burgerpanel, focusgroep, enquête	Vb.: adviesraad	Vb.: werkgroep, world café	Vb.: burgerbudget

**Bijvoorbeeld:** Als we de doelstelling nemen van het speelterrein op het Dorpsplein, dan kunnen we ons afvragen welke rol we de kinderen van het 4<sup>de</sup> leerjaar willen/kunnen geven in het participatietraject.

- **Wil** de jeugddienst weten wat de kinderen graag zouden willen (raadplegen)?
- **Of** betrekken we hen in een proces waarbij de jeugddienst samen met de kinderen voorstellen zal formuleren? (adviseren)
- **Of** nog een stapje verder: samen met beleidsmakers, diensten (en externen) de omgeving bekijken en opties van speelmogelijkheden overlopen en dan verschillende keuzes naar voor schuiven? (coproduceren?)

**TIP:**

Kies voor de rol die je kan waarmaken en garanderen. Als je aanvoelt dat de schepen of college het laatste woord willen, dan moet je niet kiezen voor coproduceren of meebeslissen. Stel je ook de vraag: is er voldoende financiële draagkracht en personeelstijd voorzien om de gekozen vorm van participatie te kunnen organiseren?



## Stap 4: Is de participatiestrategie afgecheckt?

Stap 1, 2 en 3 zijn belangrijke stappen. Als je ze alle drie optelt, dan heb je je participatiestrategie. Je weet waarom je participatie gaat organiseren samen met welk doel, welke doelgroep(en) en in welke rol je hen wil betrekken.

### Belangrijke stap 1+2+3 = participatiestrategie

Het is belangrijk om na deze drie stappen te hebben doorlopen, je participatiestrategie te laten goedkeuren door het college of diegene die het mandaat heeft. Mag je verder met je plan? Je kan beter nu nog bijschaven dan op het einde van het traject te botsen op een college of leidinggevende die het resultaat niet wil volgen omdat ze het niet eens waren met de doelstellingen of rol die de doelgroep heeft gekregen. Als het college/leidinggevende akkoord gaat is er een gedragenheid en ligt de weg open.

### Tips voor de nota of een gesprek

Bereid je nota voor het college of gesprek voor je leidinggevende goed voor. Gebruik al je gegevens van voorgaande stappen om je nota/gesprek body te geven.

- Kader de doelstelling: waarom wil je participatie organiseren?
- Wat zijn de mogelijke 'winsten' om hierover participatie te organiseren? Zie ook onze [visietekst](#).
- Welke doelgroepen wil je betrekken gebaseerd op de stakeholdersanalyse?
- Welke rollen wil je de bepaalde doelgroepen geven binnen het traject?

Krijg je hier een 'Go' voor? Werk dan verder en schrijf een plan uit om de verdere aanpak vorm te geven.



## Stap 5: Hoe ziet je participatie-actie eruit?

### Plan. Set. Go!

In deze stap teken je je plan uit. Hoe gaat je traject er juist uitzien? Welke elementen heb je nodig om je doel te bereiken?

### Wie zit mee in de cockpit?

Wie trekt het participatietraject? Ben jij dat in samenwerking met een collega? Of zijn er meerdere diensten bij betrokken? Zodra je met verschillende diensten rond tafel zit kan je werken met een stuurgroep/kerngroep. De stuurgroep bepaalt het verloop van het traject.

### Wat is de timing?

Hoeveel tijd heb je om het traject te doorlopen en wanneer moet het beleidsvoorstel of uitvoering van het traject gebeuren?

**TIP:** Is er een duidelijk eindpunt van het traject? Plan dan retroactief terug in de tijd. Als het resultaat tegen datum x moet uitgevoerd worden, wat moet er dan tegen de volgende meeting gebeurd zijn?

### Hoeveel contactmomenten?

Bepaal hoeveel keer je de gekozen doelgroep wil contacteren en betrekken bij je traject. Plan deze contactmomenten nauwkeurig in en zorg dat er genoeg tijd is om de informatie te verwerken.

- Welke activiteiten plan je met wie en wanneer?
- Wie komt wanneer samen?
- Hoe ziet het verloop van je traject er uit?
- Werk je met een kerngroep/stuurgroep?
- Plan je momenten en zet al een periode vast.

Afhankelijk van de grootte van je traject kan dit een hele grote planning of eerder geringe planning worden. Het is vooral de bedoeling dat je je participatietraject zo goed mogelijk planmatig uittekent.

### Hoeveel budget?

Voorzie zowel budget voor het proces als voor de uitkomst van het proces. Een vergaderzaal huren, materiaal, een hapje en drankje voorzien vraagt ook een budget.

Voorzie ook een budget om het eigenlijke idee te kunnen verwezenlijken. Dit kan natuurlijk ook begroot zijn bij een andere dienst. Ga na hoeveel budget er voorzien kan worden, zodat de ideeën binnen het budget kunnen passen.

### Bepaal je methodiek(en)

Hoe ga je je doelgroep betrekken? Op welke manier? Kortom: welke methode ga je gebruiken? Kies je voor online of offline methodieken of wordt het een combinatie van beiden? Bekijk per doelgroep wat er best past.

Ga ook na of de gekozen methodiek bij de rol past die je in stap 3 hebt bepaald.

**Bijvoorbeeld:** Als je gekozen hebt om je doelgroep te laten adviseren dan is het gepast om een online enquête af te nemen bij die doelgroep. Dit zou echter niet passen als je kiest voor een cocreatieve aanpak.

Verschillende methodieken staan hier verzameld op de [website van Bataljong](#) en zie ook de bijlage.







## Stap 6: Heb je een draaiboek opgemaakt?

De contactmomenten met je doelgroep die je wil betrekken, bereid je best op maat voor. Welke methodiek past het beste bij de doelstelling en de doelgroep? Per inspraakactiviteit of contactmoment maak je een draaiboek op over het verloop van het contactmoment.

### Draaiboek

Hoe verloopt het contactmoment ideaal? Maak een plan op hoe het volgens de timing ideaal verloopt, wie wat doet en welk materiaal er moet zijn. Zo weet iedereen welke taak hij/zij moet uitvoeren en hoe het contactmoment juist in elkaar zit.

#### Wat vind je terug in een draaiboek:

- Tijdsbepaling + wat er dan gebeurt?
- Wie verantwoordelijk is voor een taak op dat moment
- Welk onderwerp/methodiek/onderdeel er plaatsvindt
- Op welke locatie (vb. als er meerdere vergaderzalen gebruikt worden)

#### Enkele ingrediënten van zo'n moment zijn:

- Verwelkoming - introductie
- Doel van het moment
- Wat gaan jullie doen?
- Hoe?
- Uurschema
- Feedback

#### Bijvoorbeeld:

UUR	WAT	WIE	MATERIAAL	PLAATS
14u	Start intro project klas 4A	Jan en Tina	Presentatie + foto	Allemaal samen foyer
14u30	Start bevraging – methodiek X	An en Tim	Methodiek benodigdheden: X	Zaal 1 Zaal 2
15u30	Terugkoppeling	Jan en Tina	Flappen en stiften	Allemaal samen foyer
16u	Verdere verloop schetsen	An en Tim	Tijdslijn	Allemaal samen foyer



## Stap 7: Wie doet wat tijdens de participatie-actie?



Het participatietraject heeft een duidelijk plan en de draaiboeken van de activiteiten zijn een feit. Het moment is aangebroken om het eerste contact te hebben met de doelgroep(en). Heb aandacht voor zowel de organisatorische elementen als de inhoudelijke die geregeld en toebedeeld moeten worden.

### Organisatorisch

- Ga je op locatie of moet je een locatie vastleggen? Heb aandacht voor de setting en of die bij de doelgroep past. Ga je op verplaatsing? Dan neem je best vooraf een kijkje hoe de locatie eruit ziet en welke faciliteiten er zijn.
- Heb je extra materiaal nodig? Bestel tijdig je materiaal bij de uitleendienst of maak afspraken met de uitbaters van de locatie zelf.
- Voorzie je iets van eten en drinken?
- Moet je iets visualiseren? Is er een projector en scherm voorzien?

### Inhoudelijk

- Om je participatiemoment goed door te komen en geen enkele bijdrage van de deelnemers te missen, moet je ook denken aan een goede rolverdeling tussen de organisatoren.
- Wie neemt welke rol op tijdens het participatiemoment? Verdeel vooraf de verschillende rollen tussen de organisatoren:
- Wie neemt de leiding tijdens het participatiemoment? Kies iemand neutraal die een gesprek op gang kan krijgen en/of die de methodiek beheerst.
  - Wie schrijft het verslag? Heel belangrijk om achteraf een analyse te kunnen maken.
  - Nodig je experts uit om meer informatie te geven over een (technisch) probleem, vraagstuk of uitdaging? Waar stopt zijn/haar rol? Louter informatie geven?
  - Wie neemt het organisatorische voor zijn/haar rekening voor een vlotte overgang?





## Stap 8: Hoe evalueer en communiceer je?

Een belangrijke stap die best wel wat aandacht verdient. Vaak stopt het participatieproces na het verzamelen van meningen. Maar wat gebeurt er dan allemaal met die meningen en input? Communiceer over je traject naar de buitenwereld toe, waar je staat, waarmee je bezig bent én zeker als je resultaten bekend zijn. Dit is je uithangbord naar je volgende participatietraject en je geloofwaardigheid naar de burgers toe. Deze stap is noodzakelijk maar ligt soms politiek heel gevoelig. Je moet het dus heel zorgvuldig aanpakken. Want belofte maakt schuld?!

### We onderscheiden verschillende fasen van evaluatie.

#### Debriefen

Plan een nabespreking in met je stuurgroep. Dit is een interne evaluatie over hoe de participatie-actie is verlopen zowel naar organisatie als naar inhoud.

- Hoe is het proces verlopen?
- Wat was er goed en wat zijn leerpunten?
- Wat is het algemene gevoel dat heerst na het participatiemoment?
- Wat vond de doelgroep van de aanpak?
- Wat is de eerste indruk van de stuurgroepsleden over de input?
- Hoe gaan jullie de input verwerken?
- Hoe communiceer je de resultaten met het college/leidinggevende?

#### Evalueren

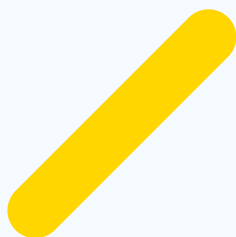
Evalueren doe je ook met je doelgroep zelf. Voorzie een moment tijdens je participatie-actie om te reflecteren over het 'inspraakproces'. Zowel over het proces (hoe is het traject verlopen?) als over het resultaat.

##### **Maak een evaluatie over de resultaten:**

- Wat zijn de resultaten?
- Wat zijn de eerste conclusies?
- Wat vond de doelgroep van de aanpak en de suggesties?

##### **Over het proces kan je volgende vragen stellen:**

- Was het doel van het contactmoment duidelijk?
- Wat vond je van de informatie?
- Wat vond je van de gebruikte methodieken?
- Heb je alles kunnen zeggen wat je wou inbrengen?
- Wil je betrokken blijven worden?
- Wat zou je overtuigen om een volgende keer mee te werken?





## Communiceren

Bepaal daarna hoe je verder gaat en communiceer ook naar de belanghebbende. Neem je lijstje van de stakeholdersanalyse er terug bij. Bedenk of je naar iedereen hetzelfde op de eenzelfde manier kan communiceren of dat je je communicatie-inhoud of -middel moet aanpassen zodat iedereen de boodschap kan begrijpen en ontvangen.

**Bijvoorbeeld:** Naar een kind zal je andere taal gebruiken dan naar een volwassene. Naar jongeren zal je eerder communiceren met social media dan naar ouderen.

Vergeet zeker de deelnemers niet. Diegene die hun stem hebben uitgesproken verdienen ook een verslag en weten ook graag wat er met hun input gedaan wordt. Laten zien wat je met de input doet zal ook meer vertrouwen wekken. Dus werk zeker aan je transparantie.

Je hoeft niet enkel ellenlange verslagen te maken en door te mailen. Je kan het ook op een ludieke en visuele manier aanpakken.

- Maak een infographic.
- Maak je resultaat bekend via offline en online communicatie.
- Heb je een kanaal bepaald om met de doelgroep te communiceren?
- Is de taal afgestemd op de doelgroep(en)?
- Bedenk vooraf hoe anderen feedback kunnen geven op de resultaten.

“Na het doorlopen van de 8 stappen zou je een fantastische participatie-actie in elkaar kunnen steken. Al hangt altijd veel af van je deelnemers en de context. Dé ideale succesformule bestaat niet.”

**Veel succes!**

# Bijlage

Voor enkele stappen verzamelden we inspirerende voorbeelden om je te prikkelen.

## 🔦 Stap 1. Wat wil je bereiken?

Je kan SMART gebruiken of ook AMORE en MAGIE. Het principe is hetzelfde alleen de letters staan voor iets anders en misschien vormt dit een uitdaging om je doel nog straffer te formuleren.

### AMORE

<b>A</b>	<b>Ambitie</b>	Ligt de lat voldoende hoog om de werknemers écht te inspireren?
<b>M</b>	<b>Motiverend</b>	Is de droom zodanig beschreven dat het de medewerkers daadwerkelijk aanspreekt, motiveert en energie geeft?
<b>O</b>	<b>Onderscheidend</b>	Levert de organisatie met de realisatie van de droom een unieke prestatie? Is het een goede weergave van de eigenzinnigheid van de organisatie?
<b>R</b>	<b>Relevantie</b>	Is die droom niet alleen voor de organisatie, maar ook voor de klanten, medewerkers en andere stakeholders relevant?
<b>E</b>	<b>Echt</b>	Zijn de doelstellingen echt en geeft het de werkelijke essentie van de organisatie weer?

### MAGIE

<b>M</b>	<b>Meetbaar</b>	Je moet kunnen nagaan in welke mate het doel op een bepaald moment bereikt is.
<b>A</b>	<b>Acceptabel</b>	Er moet draagvlak voor de doelstellingen zijn. De medewerkers moeten het willen, anders wordt het doel niet gehaald of beklijft de verandering niet. Je kunt het draagvlak vergroten door mensen actief te betrekken bij het kiezen en formuleren van de doelstelling.
<b>G</b>	<b>Gecommuniceerd</b>	Een doel is gecommuniceerd als alle betrokkenen het kennen en begrijpen.
<b>I</b>	<b>Inspirerend</b>	Een doel is inspirerend als medewerkers het zinvol vinden en ze een duidelijk verband zien tussen hun eigen inspanningen en het doel.
<b>E</b>	<b>Engagerend</b>	Een doel is engagerend als de betrokkenen zich eraan willen en kunnen (ver)binden.

## Stap 2. Wie zijn de stakeholders?

**Bijvoorbeeld:** De jeugddienst bevaart de kinderen van het 4<sup>de</sup> leerjaar in de Dorpsschool over verschillende speelfuncties voor het nieuwe speelterrein op het Dorpsplein, in 2022.



Soms is het belangrijk te weten wie invloed heeft maar voor de rest geen belangen heeft bij het resultaat. Of geef je meer macht aan diegene die belang hebben bij het resultaat? Bv. bewoners.

## Stap 3. Welke rol(len) nemen de stakeholders op?

Welke rol(len) kunnen je stakeholders opnemen tijdens je participatie-actie? Hier wat leuke voorbeelden om de doelgroep 'kinderen en jongeren' te betrekken. We willen met de voorbeelden het verschil tussen de vormen duidelijk maken. Bij de eerste drie vormen ligt het initiatief meer bij de top dan bij de bottom.



### Informer en

Op maat van kinderen communiceren doet Dendermonde met de **Tettergazet**.

### Thuis in 't stadhuis

In Gent ontvangt de stad de leerlingen om meer uitleg te geven over hoe de stad werkt. Lessenpakket



## Raadplegen

Je wil iets bevragen over een bepaald thema?  
Laat een tekening maken

Plak je kauwgom bij het leukste idee.

## Vragenlijst jeugdmonitor



Gratis online via  
<https://www.jeugdmonitor.vlaanderen.be/site/>



(Gent)

## Adviseren

Een advies geven kennen we het meeste van de jeugd of andere raden. Zij formuleren adviezen op vraag van het college of op eigen initiatief.

### Ingrediënten voor een stevig advies:

- Verzamel argumenten voor of tegen een voorstel.
- Formuleer zelf een alternatief.
- Toon aan dat je draagkracht hebt. Kortom: dat het advies door heel wat mensen gedragen is.
- Gebruik cijfers om je mening kracht bij te zetten.
- Hanteer een positieve benadering.
- Wees helder en constructief.

## Coproduceren

Zoals het woord het zegt wil je **co**-produceren. Samen een oplossing zoeken voor de uitdaging. De deelnemers moeten dan eerst genoeg info krijgen over de probleemstelling of uitdaging om daarna zelf met experts oplossingen te formuleren.

Je kan hiervoor verschillende methodieken gebruiken. Als het om ruimtelijke thema's gaat, worden er vaak plannen, maquettes gebruikt om het visueel te maken.

Het format van design thinking:

- Bedenk met je groep zoveel mogelijk oplossingen voor het probleem of de uitdaging.
- Gebruik brainstormmethodieken om de oplossingen zo gek en zo goed te kunnen oplossen.
- Kies daarna in kleine groepjes welke oplossing je wil uitvoeren en maak er een model van in real life. Dat kan een maquette zijn in lego, een knutselwerk in miniatuur gemaakt uit wc-rolletjes en ander recyclagemateriaal.
- Ga met het model op pad en leg het uit aan mensen/jongeren die je tegenkomt op straat. Wat zouden zij verbeteren aan het model?
- Doe wat aanpassingen en stel het voor aan de grote groep.

## Meebeslissen

Je krijgt als groep verantwoordelijkheid over iets. Een thema, een afgebakende doelstelling, een budget om iets mee te doen. Bv. een wijkbudget of een tijdelijke invulling van een leegstaand pand.

De burgers mogen zelf beslissen hoe ze dit aanpakken en welke beslissingen er worden gemaakt.

Via de methodiek **budget games** kan je met kinderen en jongeren prioriteiten bepalen. In de stad Kortrijk konden kinderen hiermee de prioriteiten mee bepalen.



## Stap 5. Hoe gaat je participatie-actie eruit zien?

**Bijvoorbeeld:** Er zijn 2 klassen van het 4<sup>de</sup> leerjaar in de Dorpsschool die we willen betrekken. Elke bevraging met de picto-play methodiek zal 2 uur in beslag nemen. We plannen 2 voormiddagen in bij de scholen.

Maak gebruik van een retroplanning en plan terug in de tijd.

Retroplanning			
DATUM	TAAK	WIE	OPMERKING
<b>Wanneer moet iets gebeuren?</b>	<b>Omschrijf de taak zo specifiek mogelijk</b>	<b>Noteer de persoon die de taak zal uitvoeren</b>	<b>Geef nog extra info wanneer dit nodig is</b>
23 september 2020	Stuurgroep doel en doelgroep bepalen	Samen begeleid door Mieke	
Voor de herfstvakantie	School contacteren	Jan	
Begin december	Stuurgroep methodiek uitwerken en afstemmen	Begeleid door Mieke	
2de week januari	Participatieoefening op school 4de leerjaar	Jan, Mieke + stuurgroepleden	Picto play
In de laatste week januari	Evaluatie vergadering stuurgroep participatieoefening	stuurgroep	
1 februari 2020	Werken van de resultaten	Jan en Mieke	Beamer + laptop
12 februari 2020	Resultaten terugkoppelen college	Jan en Mieke	Beamer + laptop
14 februari 2020	Resultaten terugkoppelen naar deelnemers	Jan en Mieke	
1 maart 2020	Resultaten presenteren Dorpsplein	Jan	



## Stap 6. Heb je een draaiboek opgemaakt?

Draaiboek				
UUR	TAAK	WAAR	WIE	OPMERKING
Specifiek: wat gebeurt wanneer?	Omschrijf wat er op het moment moet gebeuren	Geef aan waar het doorgaat	Noteer de persoon die het uitvoert	Geef nog extra info indien nodig
17u00	Zaal klaar zetten	Grote zaal	Jan, Piet en Joris	Stoelen en tafels staan in de gang
17u15				
...				

Maak een draaiboek op in Excel.

## Stap 8. Hoe evalueer en communiceer je?

Breng je communicatie naar buiten met een infographic. Dat leest gemakkelijk en geeft op een leuke manier mee wat je besproken hebt of wat de voorstellen zijn.

Er zijn gratis programma's beschikbaar. [Canva](#) is hier een voorbeeld van.

