

lokaal democratiseren

Maak het bestuur zichtbaar voor de burgers en maak de burgers zichtbaar voor het bestuur

'lokaal democratiseren' is een **innovatief**, **integraal**, **kleinschalig** en **betalbaar** concept, gericht op een *veranderings-proces*, om de relatie burger-bestuur nieuw leven in te blazen. Dit *crossmediale* burgerparticipatie-concept combineert bewustmaken, inspireren, motiveren, trainen en ondersteunen, met een uitgekende toepassing van de nieuwste communicatietechnologieën. Ons doel: *belanghebbenden* verbinden, de *menselijke maat* terugbrengen in de lokale politiek.



Laat burgemeester en wethouders, op elk gewenst tijdstip, virtueel aanschuiven aan iedere keukentafel in hun gemeente. En laat inwoners van de gemeente, wanneer het hen uitkomt, hun ideeën virtueel presenteren in het college van B en W.

De stand van de burgerparticipatie

De Nederlandse burger verliest meer en meer het vertrouwen in zijn overheid. Bron van grote zorg voor Herman Tjeenk Willink, vicepresident van de Raad van State, blijktens zijn Jaarverslag 2008¹.

De flinke politieke verschuivingen na de verkiezingen voor 't Europarlement in 2009 en de gemeenteraden in 2010, lijken de diagnose van Tjeenk Willink te bevestigen.

Op 17 september 2009 publiceerde de **Nationale Ombudsman** het rapport: 'We gooien het de inspraak in'. Dit rapport biedt een onthutsende analyse van de stand van de burgerparticipatie.



¹ Het Jaarverslag 2008 van de Raad van State is te downloaden op <http://www.raadvanstate.nl/publicaties/jaarverslagen>



Waar zitten burgers, bedrijven en instellingen mee? De Nationale Ombudsman komt tot het volgende lijstje²:

1. *de politiek heeft al besloten*
2. *burgers worden te laat betrokken*
3. *inbreng wordt genegeerd*
4. *de gemeente verstrekt geen informatie*
5. *door gebrek aan informatie stroken de verwachtingen van burgers niet met de realiteit*
6. *de gemeente handelt niet zorgvuldig*
7. *de gemeente wil geen gesprek met haar burgers*
8. *de gemeente verstrekt onduidelijke of onvolledige informatie*

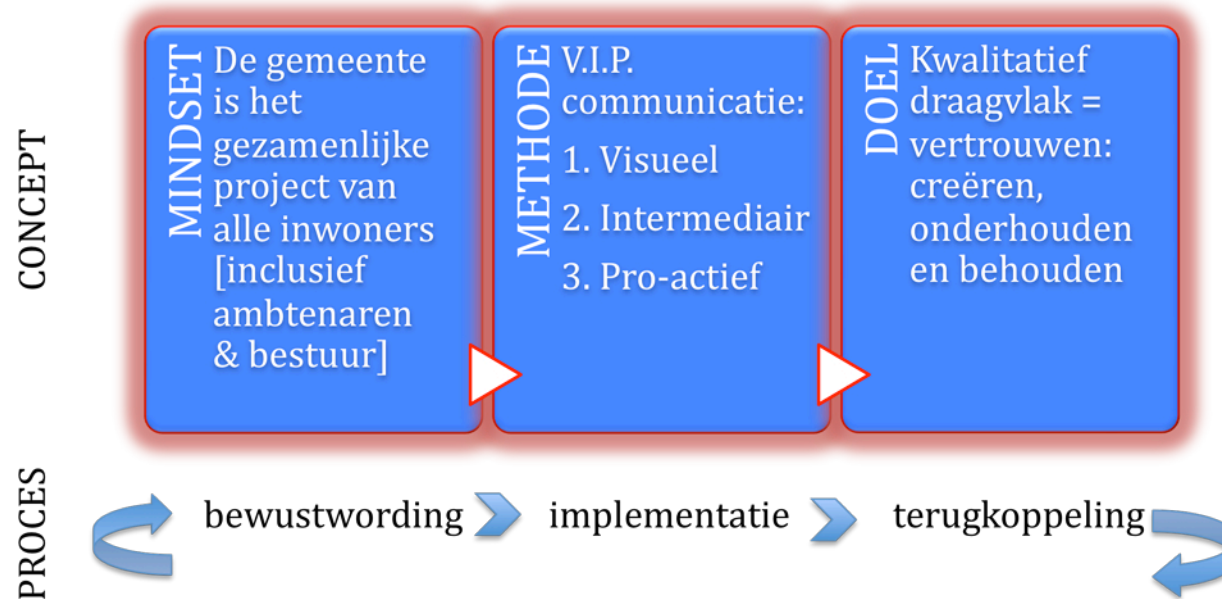
Zo geformuleerd blijft de goede wil, die er natuurlijk wel degelijk is bij bestuurders en ambtenaren, onderbelicht. Waarom het dan toch niet lukt, heeft in onze analyse te maken met drie aspecten van gemeentelijke communicatie:

1. de **mindset** *onvoldoende besef dat de gemeente het gezamenlijke project is van alle inwoners, inclusief de ambtenaren en de bestuurders op het gemeentehuis*
2. de **methode** *van communiceren te laat en dan ook nog eens door steeds meer drukwerk uit te storten over een publiek dat steeds minder leest, bovendien zonder structurele feedbackmogelijkheid voor de burger*
3. het **doel** *van de gemeentelijke communicatie te vaak gericht op het imago van de gemeente, te weinig op het winnen, onderhouden en behouden van het vertrouwen van de burgers*

- **Mindset, methode en doel** zijn dan ook precies de *issues* die wij met ons concept 'lokaal democratiseren' adresseren.
- In het hart van ons concept staan *proactief* en *visueel* communiceren, uiteraard [dit is 2010] in een *interactieve* omgeving.

² Zie ons interview met Alex Brenninkmeijer op http://www.thenotion.tv/TheNotion/Notion_TV/Entries/2010/2/8_Wees_nieuwsgierig_naar_wat_de_burger_wil!.html
Voor het volledige rapport van de Nationale Ombudsman, zie: <http://www.ombudsman.nl/nieuws/persberichten/2009/documents/Rapport2009-180.pdf>

lokaal democratiseren



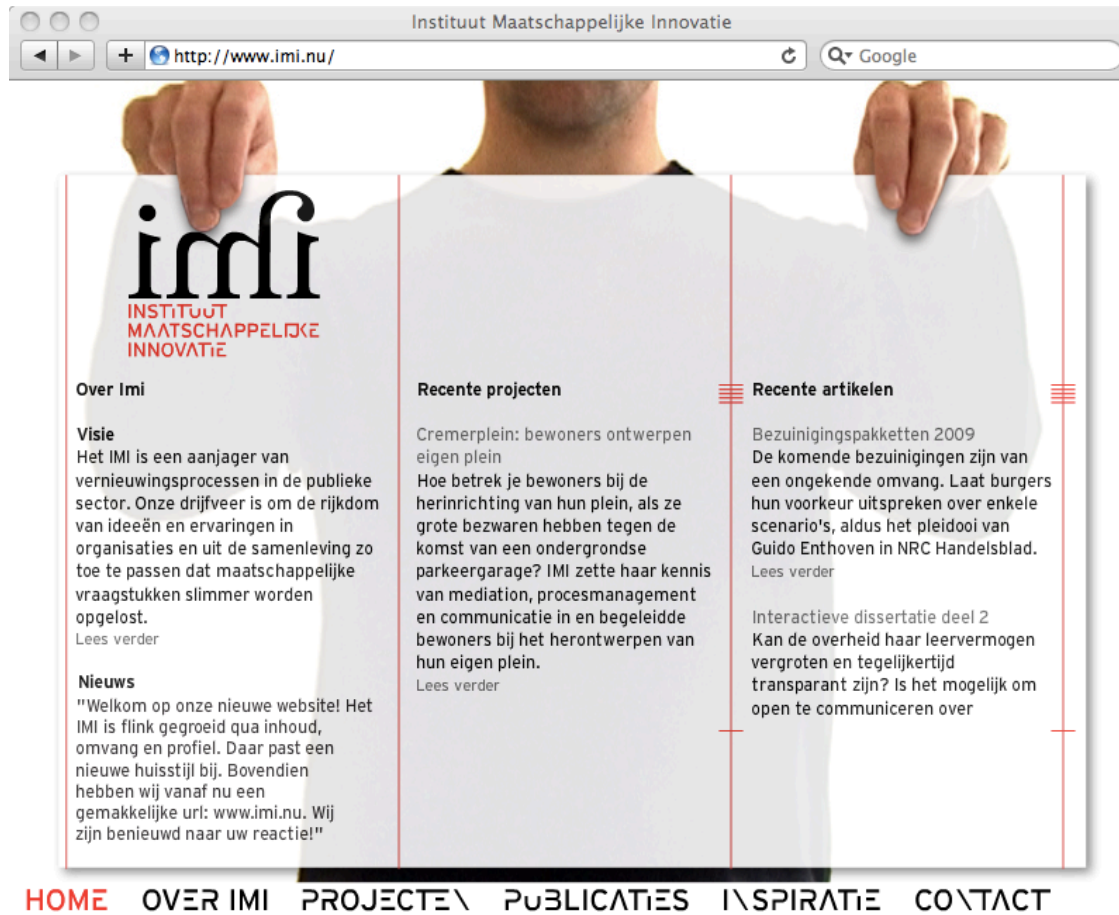
Burgers hebben te vaak niet of nauwelijks beseft van wat hun gemeentebestuur allemaal doet en waarom

Goedbedoelde uitleg van het beleid door het gemeentebestuur in de [lokale] krant – voor zover die nog bestaat - wordt steeds minder gelezen. Bovendien loopt de gemeentelijke boodschap al te vaak ernstige averij op in het journalistieke proces. Als de inhoud van een perscommuniqué de burger al bereikt, is het vaak eerst nog herschreven of ingekort. Wat de krantenlezer uiteindelijk onder ogen krijgt, kan aldus nogal afwijken van wat de gemeente oorspronkelijk beoogde over te brengen [voor zover er überhaupt nog lokale kranten zijn.....]

En omgekeerd, met de communicatie van de burger naar zijn bestuur is het al niet beter gesteld. Ook hier is de praktijk weerbarstiger dan men zou wensen.



Natuurlijk, burgers kunnen nu al hun gemeentebestuur op diverse manieren rechtstreeks benaderen. Maar wij weten ook, dat inspraakavonden [als vorm van klassieke participatie] overal en altijd gedomineerd worden door een vaste, relatief kleine groep sociaalvaardige welbespraakten. Daarom: andere tijden, andere communicatie.



imi
INSTITUUT
MAATSCHAPPELIJKE
INNOVATIE

Het is in dit verband goed om te wijzen op onze samenwerking met het gerenommeerde IMI, *Instituut voor Maatschappelijke Innovatie* te Leiden³. IMI heeft met name ervaring hoe je in complexe situaties [met verscheidene belanghebbenden] het vertrouwen van de burgers kunt herwinnen.

³ www.imi.nu

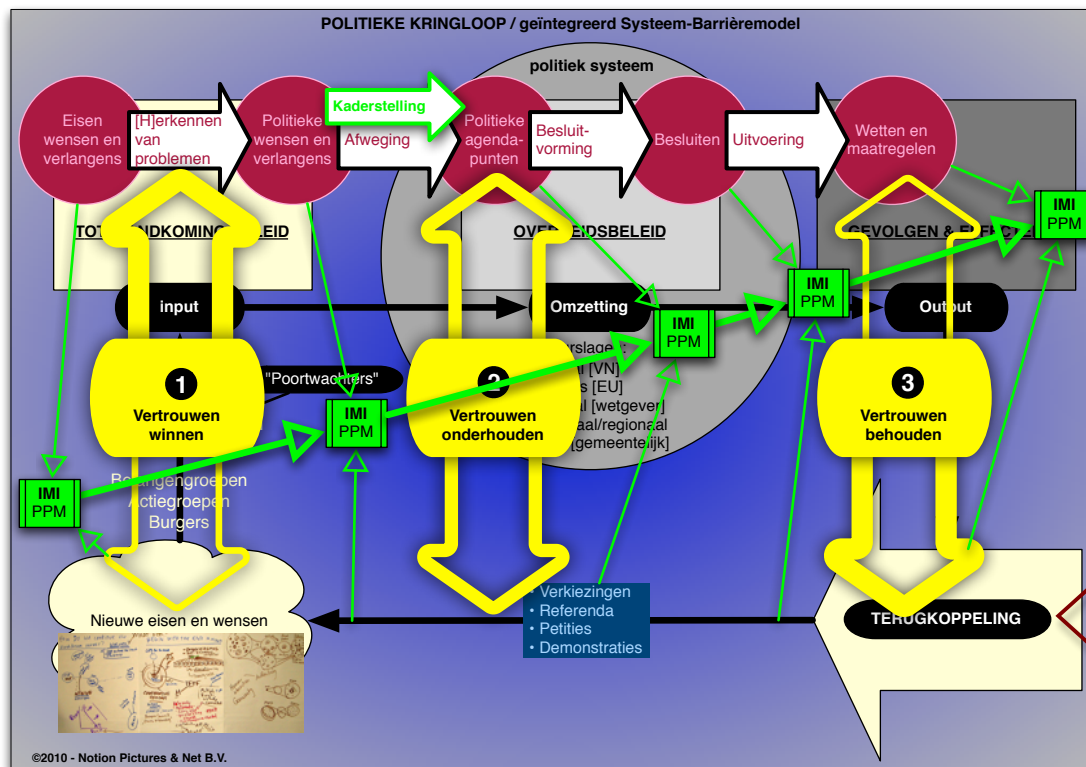
lokaal democratiseren

Maak het bestuur bereikbaar en zichtbaar voor de inwoners van de gemeente

'lokaal democratiseren' maakt het bestuur zichtbaar en daardoor bereikbaar voor de burger. Dát is de meerwaarde van 'lokaal democratiseren'. **Zichtbaar maken is ons vak.** Daarom komen niet alleen gemeenten bij ons, maar werden wij recentelijk ook 'ingehuurd' door de provincie Fryslân en het Fries Historisch en Letterkundig Centrum 'Tresoar', om als 'kwartiermaker' de canon van de Friese geschiedenis zichtbaar, toegankelijk en levend te maken.

'lokaal democratiseren' biedt bestuurders [en communicatieafdelingen] van gemeenten nieuwe, opwindende mogelijkheden. Mogelijkheden, die wèrken. Visualiseren is belangrijk, maar niet genoeg. 'lokaal democratiseren' tilt de burgerparticipatie naar een hedendaags *crossmediaal* niveau, creëert draagvlak voor gemeentelijk beleid, wint, onderhoudt en behoudt het vertrouwen van de burgers in *hun* bestuur.

Natuurlijk, bestuurders moeten, in de afweging van de diverse belangen, vaak besluiten nemen waar bepaalde groepen niet blij mee zullen zijn.

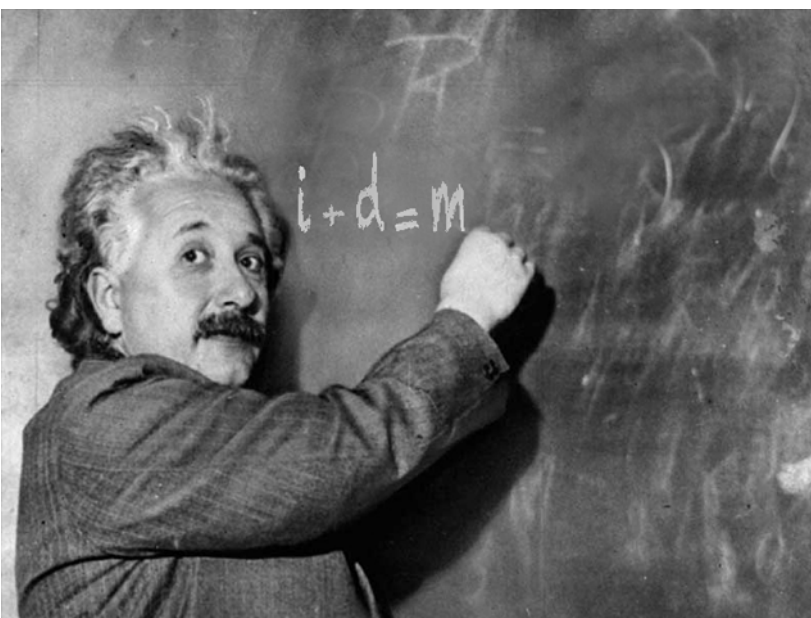


Precies daarom is *vroegtijdig* de burgers betrekken bij de besluitvorming zo belangrijk. Een *zichtbaar* bestuur dat eigener beweging, ook en vooral proactief, de mensen opzoekt, wagen stelt, uitlegt en verklaart, zo'n bestuur wint, onderhoudt en behoudt het vertrouwen van de burgers.

Dát is *kwalitatief* draagvlak creëren, dat veel verder en dieper gaat, dan kwantitatief draagvlak, dat beperkt blijft tot het verenigen van zoveel mogelijk voorstanders van bepaald beleid.

Proactief draagvlak management, zó zou men de betekenis van 'lokaal democratiseren' voor het bestuur, kunnen omschrijven.

Dit is ons complete verhaal. Schematisch weergegeven. Ogenscheinlijk ingewikkeld. Toch is de charme van 'lokaal democratiseren' juist de eenvoud van het concept! Wij komen het graag persoonlijk toelichten.



Een platform waar burgers en bestuur elkaar ontmoeten

In het hart van het *crossmedia*-concept '**lokaal democratiseren**' staat een *crossmedia*-platform, waar burgers – niet anoniem! - terecht kunnen met kritiek, alternatieven, plannen en ideeën, in de wetenschap dat zij zich aldus rechtstreeks richten tot hún college van burgemeester en wethouders.

In ons '**lokaal democratiseren**'-concept hebben wij voorzien, dat de burger kan rekenen op hulp van gemeentezijde bij het zo goed mogelijk helder maken en formuleren van haar/zijn ideeën.

Dankzij '**lokaal democratiseren**' kunnen óók en vooral diegenen *gezien* en gehoord worden, die wat minder rap van de tongriem gesneden zijn.

Zulke verbreding van de inspraak vergroot de legitimatie van het handelen van de overheid. Tegelijk wordt de legitimiteit van de club die altijd het hoogste woord heeft, gerelativeerd.

i+d=m

'**lokaal democratiseren**' verbindt het beproefde persoonlijke contact tussen kiezer en gekozene van weleer, met de nieuwste communicatietechnologie. Dat maakt '**lokaal democratiseren**' tot een waarlijk *crossmediaal* concept.

Eerst de inhoud: ***i***. Dan de doelgroep voor wie deze inhoud is bestemd: ***d***. Daaruit volgt de keuze voor het in te zetten medium: ***m***.

Te vaak nog wordt andersom geredeneerd: we hebben een gemeentelijke website, daar zetten we inhoud op en hopen dan maar dat deze aldus de doelgroep bereikt. Maar soms kan een bepaalde inhoud bij een bepaalde doelgroep beter via rooksignalen onder de aandacht worden gebracht, terwijl een andere inhoud een andere doelgroep juist effectiever kan bereiken via Skype en/of *augmented reality*, een toespraak op een zeepkist, huisbezoek, YouTube, Hyves, E-zine....

Het hangt er dus maar van af. Want: ***i+d=m***.

*Met onze kennis en kunde, onze decennialange ervaring,
onze roots in print, in visuele en interactieve media
en ons netwerk van toegewijde specialisten,
kunnen wij gemeentebesturen helpen
om op een verrassende, innovatieve, effectieve en betaalbare wijze
de relatie met hun burgers [verder] te optimaliseren.*



*presenteert
graag bij u op het
gemeentehuis*

lokaal democratiseren