



# Meedenken en meedoen!

Een onderzoek naar het bereiken en activeren van bewoners binnen Buurt Bestuurt in de gemeente Rotterdam



**BUURT BESTUURT**



# Meedenken en meedoen!

**Een onderzoek naar het bereiken en activeren van bewoners binnen Buurt  
Bestuurt in de gemeente Rotterdam**

Scriptie ter afsluiting van de opleiding Bestuurskunde  
Master Beleid & Politiek  
Faculteit der Sociale Wetenschappen  
Erasmus Universiteit Rotterdam

Naam : Michelle Batenburg  
Studentnummer : 335550  
Stagebegeleidster : C. van Eykelen  
Scriptiebegeleider : Dr. A. van Sluis  
Tweede lezer : Dr. R.F.I. Moody  
Datum : November 2013

# Voorwoord

Voor u ligt mijn afstudeeronderzoek ter afsluiting van de Bestuurskunde master Beleid en Politiek. Een bijzonder moment in mijn leven. Na mijn bachelor Bestuurskunde in Leiden te hebben behaald, heb ik besloten in Rotterdam mijn master te willen volgen en daar heb ik absoluut geen spijt van. De tijd is ontzettend snel gegaan. Ik kan me dan ook niet voorstellen dat het werkende leven écht gaat beginnen, tenminste als er een baan te vinden is dan... Vol goede moed ga ik in ieder geval op zoek naar een leuke baan waar ik nog veel meer ervaring kan op doen. Mijn stage bij de Directie Veiligheid van de gemeente Rotterdam was hierin de eerste stap. Na negen maanden lang allerlei indrukken en ervaringen opgedaan te hebben, kijk ik uit naar het moment een net zo leuke 'echte' baan te vinden.

Deze scriptie is met behulp van een aantal mensen geworden tot wat het nu is. Ik wil hen dan ook graag via deze weg bedanken voor hun hulp. Allereerst wil ik iedereen bedanken die mijn stage mogelijk heeft gemaakt. Met name Peter Groeneveld en Martin Selsig die mij de kans hebben geboden een ontzettend leerzame, maar vooral ook leuke stage te hebben gelopen. Ik werd op sleeptouw genomen en kreeg de mogelijkheid overal bij mee te kijken en mee te helpen waar kon. De ervaringen die ik hier op heb gedaan zijn enorm waardevol voor mij in mijn weg naar de arbeidsmarkt. Daarnaast wil ik alle collega's bedanken voor hun openheid. Ik heb me vanaf het begin welkom gevoeld en ik heb het idee gehad altijd alles te kunnen vragen. Ik wil in het bijzonder Carolien van Eykelen bedanken die vrij onverwacht mij als stagiair de laatste maanden heeft begeleid. De tijd die ze voor mij vrij heeft gemaakt om mij te begeleiden in het schrijven van een goede scriptie en het advies dat zij mij hierin heeft gegeven als ik weer eens in paniek naar haar toe kwam, heeft enorm veel bijgedragen. Ook dank ik alle respondenten die ik een aantal vragen voor heb mogen leggen voor hun tijd en enthousiasme.

Graag bedank ik Arie van Sluis, mijn begeleider vanuit de Erasmus Universiteit, voor alle feedback op de onvolledige en vage stukken die ik af en toe heb ingeleverd, maar met dit stuk als resultaat. Ook wil ik Rebecca Moody bedanken als tweede lezer voor deze scriptie. Met behulp van haar feedback heb ik de puntjes op de i kunnen zetten. Tot slot wil ik mijn ouders bedanken, omdat zij mij de mogelijkheid hebben gegeven om te kunnen studeren.

Michelle Batenburg

# Samenvatting

Ruim vier jaar geleden ontwikkelden twee Rotterdamse wijkagenten de werkwijze Buurt Bestuurt, waarbij betrokken buurtbewoners en professionals, zoals politie, Stadstoezicht en de deelgemeenten, met elkaar om tafel zitten om over de veiligheidsproblemen in de buurt te praten. In 2009 werd er dan ook gestart met een pilot in de Pupillenbuurt in de deelgemeente Delfshaven. Gezamenlijk stelden zij een top-3 aan prioriteiten vast. Vervolgens werd er gekeken hoe en door wie deze problemen kunnen worden aangepakt. Wat doen de professionals en wat kunnen de bewoners zelf. Meestal nemen er ongeveer 10 tot 15 buurtbewoners deel die samen met de professionals als buurtcomité fungeren. Hoe vaak zij bijeenkomen, hangt af van de onderling gemaakte afspraken. Gemiddeld is dit één keer per maand. Deze nieuwe en intensieve manier van samenwerken is door zowel bewoners als professionals met veel enthousiasme ontvangen. De afgelopen jaren is het aantal comités dan ook gestaag toegenomen. Inmiddels zijn er bijna vijftig buurten actief in de gemeente Rotterdam. De problematiek die wordt besproken beperkt zich overigens niet meer alleen tot veiligheid, want leefbaarheid is een steeds grotere rol gaan spelen.

Uit het onderzoeksrapport van de Landelijke Expertisegroep Veiligheidspercepties blijkt Buurt Bestuurt te werken voor actieve bewoners, maar maakt het geen merkbaar verschil voor de inactieve bewoners. Er wordt dan ook gesteld dat het van groot belang is dat meer bewoners zich actief in gaan zetten voor hun buurt. Aangezien slechts een minderheid in het onderzoek aangaf kennis te hebben genomen van Buurt Bestuurt in hun buurt, is dit het eerste punt waaraan gewerkt zal moeten worden. Er kan immers gesteld worden dat zonder kennisname van Buurt Bestuurt geen participatie zal plaatsvinden. De hoofdvraag luidt dan ook:

*In hoeverre lukt het de reeds actieve bewoners en professionals andere bewoners ook bij Buurt Bestuurt te betrekken, op welke wijze worden er hierbij bepaalde burgerparticipatie- en communicatiestrategieën gebruikt en welke lessen kunnen er worden getrokken wat betreft het bereiken en activeren van bewoners voor Buurt Bestuurt binnen de gemeente Rotterdam?*

Om tot een beantwoording van deze vraag te komen is er gebruik gemaakt van theorieën over burgerparticipatie en communicatie., waarbij er het volgende wordt verondersteld: het bereiken en activeren van een groep bewoners verloopt via vier stappen. In de eerste stap wordt de doelgroep bepaald en geïnformeerd over een bepaald idee. De zender van deze informatie moet hierbij rekening houden met de cultuur van deze doelgroep en de voorwaarden van effectieve communicatie. In de tweede stap moet de doelgroep worden bereikt voor een concrete activiteit. Netwerken spelen een belangrijke rol bij de verspreiding van deze boodschap. In de derde stap moeten de bereikte bewoners,

die achter de ideeën in de boodschap staan, gemotiveerd worden om daadwerkelijk deel te nemen aan de activiteit. Zij zullen een kosten-baten afweging maken, waarom zij zich wel of juist niet willen en kunnen inzetten voor de activiteit. In de vierde stap moet een aantal drempels worden weggenomen, waardoor de gemotiveerde bewoner daadwerkelijk deelneemt aan de activiteit. Wanneer deze stappen succesvol worden doorlopen, mondt dit uit in burgerparticipatie. Het participatie initiatief is een succes als er een kritische massa is bereikt. Is dit nog niet het geval, doorloop het stappenschema dan opnieuw.

Op basis van dit onderzoek kan geconcludeerd worden dat de bewoners en professionals die actief zijn in Buurt Bestuurt niet doelbewust bepaalde vooraf uitgedachte burgerparticipatie- en communicatiestrategieën gebruiken. De acties die worden ondernomen om meer bewoners in de buurt te bereiken en om hen te motiveren deel te nemen aan Buurt Bestuurt, worden logischerwijs bedacht. De uitnodiging van de volgende bijeenkomst wordt bijvoorbeeld in alle brievenbussen in de buurt gestopt, maar er is nauwelijks zicht op of de manier van uitnodigen effectief is. Daarnaast heeft men het overzicht niet over hoe de reeds actieve bewoners betrokken zijn geraakt en hoe zij dit hebben ervaren. Er wordt er niet specifiek met bepaalde doelgroepen gecommuniceerd en er wordt slechts in beperkte mate gebruik gemaakt van bestaande netwerken in de buurt. Daarnaast wordt er onvoldoende nagedacht over de doelen die met Buurt Bestuurt bereikt moeten worden, op welke wijze dat moet gebeuren en binnen welke tijd. Als er iemand een goed idee heeft wordt dat gewoon uitgetoet en als het lijkt te werken dan wordt het vaker gedaan. Doordat er van tevoren geen specifieke doelen worden gesteld, kan er ook niet worden gekeken of de doelen zijn behaald. Er wordt vrijwel nooit teruggekeken en geëvalueerd of bepaalde acties nuttig zijn geweest. Naar aanleiding van dit onderzoek kan er worden gesteld dat mond-tot-mondreclame de meest effectieve manier is om mensen te bereiken en te motiveren om deel te nemen aan Buurt Bestuurt. Omdat dit erg tijdrovend is gebeurt dit nog niet op grote schaal. Er wordt wel degelijk door de actieve mensen binnen Buurt Bestuurt geprobeerd meer bewoners te informeren en ze vervolgens te motiveren tot deelname, maar door een niet optimale aanpak zet het op dit moment nog geen zoden aan de dijk.

De aanbevelingen sluiten hier op aan, namelijk ontwikkel een communicatieplan waarbij je je richt op bepaalde doelgroepen, doelen vast stelt en bewoners confronteert met hun gedrag. Laat de bewoners de kar trekken, gebruik bestaande netwerken en toon de succes door zichtbaar te zijn in de buurt en de website [buurtbestuurt.nl](http://buurtbestuurt.nl) beter te gebruiken. Maar houd altijd rekening met de slogan 'Verbeter de wereld, begin bij jezelf'.

# Inhoudsopgave

Voorwoord .....	4
Samenvatting .....	5
Inhoudsopgave.....	7
<b>I Inleidend deel .....</b>	<b>10</b>
<b>1. Inleiding.....</b>	<b>10</b>
<b>1.1 Probleemanalyse .....</b>	<b>10</b>
<i>1.1.1 Doelstelling .....</i>	<i>11</i>
<i>1.1.2 Probleemstelling.....</i>	<i>11</i>
<i>1.1.3 Toelichting.....</i>	<i>12</i>
<i>1.1.4 Aanpak van het onderzoek.....</i>	<i>13</i>
<i>1.1.5 Relevantie van het onderzoek .....</i>	<i>13</i>
<b>1.2 Leeswijzer.....</b>	<b>14</b>
<b>2. Achtergrond en context burgerparticipatie .....</b>	<b>15</b>
<i>2.1 De zelfredzame burger .....</i>	<i>15</i>
<i>2.2 Ontstaan van burgerparticipatie .....</i>	<i>16</i>
<i>2.3 Veiligheidsbeleid in Rotterdam .....</i>	<i>16</i>
<b>II Theoretisch deel.....</b>	<b>18</b>
<b>3. Het bereiken en activeren van burgers: een theoretisch perspectief .....</b>	<b>18</b>
<b>3.1 De weg tot burgerparticipatie.....</b>	<b>18</b>
<i>3.1.1 Big Society.....</i>	<i>18</i>
<i>3.1.2 Participatiemodel .....</i>	<i>19</i>
<i>3.1.3 Zender-ontvanger-model .....</i>	<i>21</i>
<b>3.2 Bepalen en informeren van de doelgroep .....</b>	<b>22</b>
<i>3.2.1 Effectieve communicatie .....</i>	<i>23</i>
<i>3.2.2 Cultuur van de doelgroep.....</i>	<i>23</i>
<b>3.3 Het bereiken van de sympathisant .....</b>	<b>24</b>
<i>3.3.1 De weg van de boodschap .....</i>	<i>24</i>
<i>3.3.2 Het gebruik van netwerken .....</i>	<i>25</i>
<i>3.3.3 Communicatiestoornissen.....</i>	<i>26</i>
<b>3.4 Het motiveren van de sympathisant .....</b>	<b>27</b>
<i>3.4.1 Bereidheid tot participatie.....</i>	<i>27</i>
<i>3.4.2 Sociale cohesie en sociaal kapitaal .....</i>	<i>28</i>

<b>3.5 De participerende sympathisant</b> .....	29
3.5.1 <i>De barrières tot participatie</i> .....	29
3.5.2 <i>Rol burger bij beleidsvorming</i> .....	30
3.5.3 <i>Kritische massa</i> .....	30
<b>3.6 Conceptueel model</b> .....	32
<b>4. Operationalisatie</b> .....	<b>34</b>
4.1 <i>Bepalen en informeren van de doelgroep</i> .....	34
4.2 <i>Mate waarin de doelgroep wordt bereikt</i> .....	35
4.3 <i>Mate waarin de bereikte doelgroep wordt gemotiveerd</i> .....	37
4.4 <i>Mate waarin de gemotiveerde bewoner deelneemt aan Buurt Bestuurt</i> .....	38
<b>5. Methodologie</b> .....	<b>39</b>
5.1 <i>Onderzoeksstrategie</i> .....	39
5.2 <i>Casusselectie</i> .....	39
5.3 <i>Technieken</i> .....	39
5.4 <i>Verantwoording respondenten</i> .....	40
5.5 <i>Betrouwbaarheid en validiteit</i> .....	41
<b>III Empirisch deel</b> .....	<b>42</b>
<b>6. Werkwijze Buurt Bestuurt</b> .....	<b>42</b>
6.1 <i>Buurtcomité</i> .....	43
6.2 <i>De professionals</i> .....	43
6.3 <i>Starten met Buurt Bestuurt</i> .....	44
6.4 <i>Communicatie over Buurt Bestuurt</i> .....	44
<b>7. Bevindingen</b> .....	<b>45</b>
<b>7.1 Cool-Zuid</b> .....	45
7.1.1 <i>Buurt Bestuurt Cool-Zuid</i> .....	45
7.1.2 <i>Communicatie over Buurt Bestuurt in Cool-Zuid</i> .....	49
7.1.3 <i>Netwerken</i> .....	51
7.1.4 <i>Communiceren over de resultaten</i> .....	52
7.1.5 <i>Deelnemen of niet?</i> .....	54
<b>7.2 Sportdorp</b> .....	57
7.2.1 <i>Buurt Bestuurt Sportdorp</i> .....	58
7.2.2 <i>Communicatie over Buurt Bestuurt in Sportdorp</i> .....	59
7.2.3 <i>Netwerken</i> .....	61
7.2.4 <i>Communiceren over de resultaten</i> .....	62
7.2.5 <i>Deelnemen of niet?</i> .....	63
<b>7.3 Vergelijking casussen</b> .....	66



7.3.1 Buurt Bestuurt .....	66
7.3.2 Communicatie over Buurt Bestuurt .....	67
7.3.3 Netwerken .....	69
7.3.4 Communiceren over de resultaten .....	69
7.3.5 Deelnemen of niet? .....	70
<b>8. Analyse .....</b>	<b>72</b>
8.1 Bepalen en informeren van de doelgroep .....	72
8.2 Mate waarin de doelgroep wordt bereikt .....	73
8.3 Mate waarin de bereikte doelgroep wordt gemotiveerd .....	75
8.4 Mate waarin de gemotiveerde bewoner deelneemt aan Buurt Bestuurt .....	77
<b>9. Conclusie .....</b>	<b>79</b>
9.1 Beantwoording deelvragen .....	79
9.2 Beantwoording hoofdvraag .....	81
<b>10. Aanbeveling .....</b>	<b>83</b>
10.1 Ontwikkel een communicatieplan .....	83
10.2 Laat bewoners de kar trekken .....	84
10.3 Gebruik bestaande netwerken .....	84
10.4 Toon de successen .....	85
10.5 Verbeter de wereld, begin bij jezelf .....	85
<b>11. Reflectie .....</b>	<b>86</b>
11.1 Het theoretisch deel .....	86
11.1 Het onderzoek .....	86
<b>Literatuurlijst .....</b>	<b>88</b>
<b>Bijlage 1: Overzicht cijfers .....</b>	<b>92</b>
<b>Bijlage 2: Interviewhandleiding .....</b>	<b>93</b>
<b>Bijlage 3: Respondentenlijst .....</b>	<b>95</b>

# I Inleidend deel

## 1. Inleiding

Ruim vier jaar geleden ontwikkelden twee Rotterdamse wijkagenten de werkwijze Buurt Bestuurt, waarbij betrokken buurtbewoners en professionals, zoals politie, Stadstoezicht en de deelgemeenten, met elkaar om tafel zitten om over de veiligheidsproblemen in de buurt te praten. In 2009 werd er dan ook gestart met een pilot in de Pupillenbuurt in de deelgemeente Delfshaven. Gezamenlijk stelden zij een top-3 aan prioriteiten vast. Vervolgens werd er gekeken hoe en door wie deze problemen kunnen worden aangepakt. Wat doen de professionals en wat kunnen de bewoners zelf (Buurt Bestuurt voor bewoners, 2012). Meestal nemen er ongeveer 10 tot 15 buurtbewoners deel die samen met de professionals als buurtcomité fungeren. Hoe vaak zij bijeenkomen, hangt af van de onderling gemaakte afspraken. Gemiddeld is dit één keer per maand. Deze nieuwe en intensieve manier van samenwerken werd door zowel bewoners als professionals met veel enthousiasme ontvangen. De andere deelgemeenten in Rotterdam werden door burgemeester Aboutaleb aangemoedigd ook aan de slag te gaan met Buurt Bestuurt (Buurt Bestuurt, 2013). De afgelopen jaren is het aantal comités dan ook gestaag toegenomen. Inmiddels zijn er bijna vijftig buurten actief in de gemeente Rotterdam. Deze olievlek breidt zich steeds verder uit en er blijkt nu zelfs uit andere steden interesse te zijn voor de werkwijze. De problematiek die wordt besproken beperkt zich overigens niet meer alleen tot veiligheid, want leefbaarheid is een steeds grotere rol gaan spelen.

### 1.1 Probleemanalyse

Aangezien Buurt Bestuurt op een dergelijk grote schaal tot ontwikkeling is gekomen, heeft de gemeente Rotterdam een onafhankelijk onderzoeksbureau de opdracht gegeven Buurt Bestuurt te evalueren. De vraag waarmee het bureau op pad is gestuurd is of de methode in de praktijk daadwerkelijk de beoogde resultaten oplevert en op welke manier de Buurt Bestuurt-methodiek verbeterd kan worden (Landelijke Expertisegroep Veiligheidspercepties, 2013: 5). Uit het onderzoek is gebleken dat slechts een kleine kring van actieve bewoners bij Buurt Bestuurt betrokken is. Deze is demografisch gezien meestal niet representatief voor de buurt. De problemen die zij naar voren brengen, zijn dat echter vaak wel (LEV, 2013: 6). De actieve bewoners hebben het gevoel dat zij zinvol aan de buurtproblematiek werken en zien vaak de samenwerking met professionals in de buurt verbeteren. Ze zeggen dan ook meer vertrouwen in die professionals te hebben gekregen. Hieruit blijkt dat Buurt Bestuurt voor actieve bewoners werkt. Het is lastig deze resultaten ook te boeken op het niveau van de buurt als geheel. Slechts een minderheid gaf in de straatgesprekken aan kennis te hebben genomen van Buurt Bestuurt in hun buurt en dat zij dus zelf invloed kunnen uitoefenen op de

aanpak van onveiligheid in hun buurt (Ibid.). Omdat Buurt Bestuurt dus blijkt te werken voor actieve bewoners, maar geen merkbaar verschil maakt voor de inactieve bewoners, is het van groot belang dat meer bewoners zich actief in gaan zetten voor hun buurt. Aangezien slechts een minderheid aangaf kennis te hebben genomen van Buurt Bestuurt in hun buurt, is dit het eerste punt waaraan gewerkt zal moeten worden. Er kan immers gesteld worden dat zonder kennisname van Buurt Bestuurt geen participatie zal plaatsvinden.

### *1.1.1 Doelstelling*

Het doel van dit onderzoek is het bevorderen van de deelname aan Buurt Bestuurt door bewoners. Zoals in de probleemstelling al is aangegeven is het van groot belang dat meer bewoners weten dat er in hun buurt wordt gewerkt met de werkwijze. Dit is een noodzakelijke voorwaarde voordat zij überhaupt tot participatie overgaan. Het onderzoek richt zich dan ook op twee aspecten, namelijk het bereiken én het activeren van buurtbewoners met betrekking tot Buurt Bestuurt.

### *1.1.2 Probleemstelling*

Naar aanleiding van het bovenstaande zijn er een hoofdvraag en bijbehorende deelvragen geformuleerd. De hoofdvraag luidt:

*In hoeverre lukt het de reeds actieve bewoners en professionals andere bewoners ook bij Buurt Bestuurt te betrekken, op welke wijze worden er hierbij bepaalde burgerparticipatie- en communicatiestrategieën gebruikt en welke lessen kunnen er worden getrokken wat betreft het bereiken en activeren van bewoners voor Buurt Bestuurt binnen de gemeente Rotterdam?*

Deelvraag 1: Wat kan er worden geleerd uit theorieën over burgerparticipatie en communicatie over het bereiken en activeren van een groep bewoners?

Deelvraag 2: Welke communicatiemiddelen worden er momenteel gebruikt, op welke wijze zijn de respondenten bekend geraakt met Buurt Bestuurt en in hoeverre zetten zij zich hiervoor actief in?

Deelvraag 3: Welke argumenten geven de respondenten wat betreft het wel of niet overtuigd zijn van Buurt Bestuurt en op welke wijze kan er op deze argumenten worden ingespeeld?

Deelvraag 4: Wat kan er verbeterd worden wat betreft het bereiken, informeren, overtuigen, motiveren en activeren van bewoners voor Buurt Bestuurt en hoe kan dit worden gerealiseerd?

### *1.1.3 Toelichting*

De onderzoeksvraag bestaat uit drie onderdelen. In hoeverre de reeds actieve bewoners en professionals het lukt medebuurtbewoners te betrekken, hoe ze dit aanpakken en waar er verbeterpunten liggen. Met het inzetten van burgerparticipatie- en communicatiestrategieën wordt bedoeld dat de mensen die al actief zijn met Buurt Bestuurt, zowel professionals als bewoners, bepaalde middelen gebruiken om andere bewoners te bereiken over Buurt Bestuurt, waarna zij ze vervolgens proberen te motiveren om daadwerkelijk te participeren. Dit suggereert dat burgerparticipatie wordt opgelegd, in plaats van dat het bottom-up ontstaat. Dat klopt, maar opleggen is een te zwaar woord. De reeds actieve mensen binnen Buurt Bestuurt proberen door middel van bepaalde strategieën bewoners te overtuigen van het nut van Buurt Bestuurt. Tot slot wordt er een onderscheid gemaakt tussen zowel het bereiken als het activeren van bewoners. Zonder het bereiken van bewoners zal ook geen activering voor Buurt Bestuurt plaatsvinden. Bewoners zullen allereerst in verbinding moeten komen met Buurt Bestuurt, zij zullen worden geïnformeerd over de werkwijze en raken al dan niet overtuigd van het nut. Het aandragen van argumenten waarom participatie nuttig is zal bijdragen aan de motivatie om actief te worden binnen Buurt Bestuurt. Als dit hele proces succesvol doorlopen wordt, zal de burger gaan participeren. Dit is het uiteindelijke doel van het onderzoek. Echter zijn de tussenstappen ook zeer waardevol. Met name het bereiken van een grotere groep bewoners, zodat zij op de hoogte kunnen worden gehouden van de ontwikkelingen rondom Buurt Bestuurt in hun buurt. Hierdoor is een eventuele stap naar participatie wellicht kleiner.

De deelvragen maken een volledige beantwoording van de hoofdvraag mogelijk. De eerste deelvraag geeft een theoretische perspectief op hoe burgerparticipatie tot stand komt. Er gaat een heel proces aan vooraf waar communicatie een grote rol bij speelt. Deelvraag twee staat in het teken van de communicatiemiddelen die er worden gebruikt om bewoners te bereiken en te activeren voor Buurt Bestuurt en in hoeverre dit zinvol is. Het nieuwe communicatiesysteem [www.buurtbestuurt.nl](http://www.buurtbestuurt.nl) is hier een belangrijk onderdeel, omdat deze website specifiek is ontwikkeld om meer bewoners te bereiken. Sub vragen die hierbij worden beantwoord zijn: Worden er daadwerkelijk meer bewoners bereikt? Hoe wordt deze communicatie ervaren? En hoe kan dit communicatiemiddel worden verbeterd? Deelvraag drie probeert erachter te komen wat de reden is waarom sommige bewoners wél en andere bewoners niet participeren. Vervolgens zal voor de groep niet participerende bewoners bepaald moeten worden onder welke voorwaarden bewoners wel tot participatie overgaan. Ten slotte richt deelvraag vier zich op het verbeteren van het hele proces tot participatie, namelijk; bereiken, informeren, overtuigen, motiveren en activeren van bewoners. Op welke manier kan er winst worden behaald in al deze stappen?

#### *1.1.4 Aanpak van het onderzoek*

Tijdens mijn stage bij de Directie Veiligheid van de gemeente Rotterdam ben ik heel veel bezig geweest met Buurt Bestuurt. Naast de werkzaamheden die ik daarvoor verrichtte is mij gevraagd ook een onderzoek te doen. Veel Buurt Bestuurt comités lopen tegen het bereikbaarheidsprobleem van bewoners aan, waardoor slechts een beperkte groep bewoners per buurt bereid is zich actief in te zetten voor de buurt. Dit lijkt mij een interessante invalshoek om Buurt Bestuurt te onderzoeken. De focus in dit onderzoek ligt dus op het bereiken en activeren van bewoners voor Buurt Bestuurt. Nadat het onderwerp is vastgesteld worden er relevante theorieën gezocht om een theoretisch kader neer te kunnen zetten. Dit leidt tot een conceptueel model en wordt vervolgens geoperationaliseerd. Hierbij worden de belangrijkste theoretische elementen zo beschreven zodat zij kunnen worden herkend in de empirische gegevens. Naast het literatuuronderzoek dat wordt gedaan, worden er semigestructureerde interviews afgenomen en straatgesprekken gehouden. De twee buurten die worden onderzocht zijn Cool-Zuid en Sportdorp. De sleutelfiguren binnen deze twee buurten worden geïnterviewd en er worden mensen in deze buurten op straat aangesproken over Buurt Bestuurt. Al deze informatie wordt geanalyseerd aan de hand van de eerder genoemde theorie. Dit vormt in de conclusie een antwoord op de hoofd- en deelvragen. Vervolgens wordt er een aantal aanbevelingen gedaan. Het stuk eindigt met een reflectie op het onderzoek. Er wordt met het beantwoorden van de hoofdvraag getracht een uitspraak te kunnen doen voor alle Buurt Bestuurt buurten binnen de gemeente Rotterdam en een aanbeveling te kunnen doen aan alle actieve bewoners en professionals die in deze buurten aan de slag zijn. Het gaat hier dus niet om de rol van Directie Veiligheid, al zijn zij wel in staat de buurten te ondersteunen.

#### *1.1.5 Relevantie van het onderzoek*

Het onderzoek heeft raakvlakken met verschillende onderzoeksgebieden. Vanuit de Bestuurskunde worden theorieën over burgerparticipatie aangehaald en gecombineerd met theorieën vanuit de communicatiewetenschap. Deze combinatie levert een bijzondere invalshoek op om naar het begrip burgerparticipatie te kijken en geeft tevens de mogelijkheid een onderscheid te maken tussen de groep mensen die bereikt en geïnformeerd zijn over het participatie initiatief en de groep die zich werkelijk voor dit initiatief inzet. Dit onderzoek zal dus een wetenschappelijke bijdrage leveren aan de inzichten rondom burgerparticipatie, met name gericht op de stappen die doorlopen moeten worden om dit te bereiken met als belangrijk onderdeel communicatieve inzichten. Naast deze wetenschappelijke relevantie is het onderzoek maatschappelijk ook zeer relevant. Het onderzoek levert een bijdrage voor iedereen die met Buurt Bestuurt werkt of zich hiervoor inzet. Het onderzoek biedt inzicht in de manier van communiceren en het effect op de participatiebereidheid van bewoners. Het schetsen van de huidige situatie maakt de knelpunten inzichtelijk. Hierop kan worden geanticipeerd door de professionals en actieve bewoners, zodat ze Buurt Bestuurt op een hoger plan kunnen tillen. Tevens zouden andere burgerparticipatie projecten met dit onderzoek hun voordeel kunnen doen.

## **1.2 Leeswijzer**

In dit inleidende deel is hoofdstuk 2 gewijd aan de context waarbinnen Buurt Bestuurt is ontstaan. In het theoretisch deel komen de theoretische aspecten van het onderzoek aan bod. Hoofdstuk 3 vormt het theoretisch kader waarin relevante theorieën de revue passeren die uitmonden in het conceptueel model. In hoofdstuk 4 wordt de theorie geoperationaliseerd. De begrippen worden meetbaar gemaakt door uit te leggen wat er onder verstaan wordt en naar welke indicatoren er in de praktijk wordt gekeken. Hoofdstuk 5 gaat in op de methodologie. Ofwel op welke wijze het onderzoek wordt uitgevoerd. In het empirische deel staan de gegevens over Buurt Bestuurt centraal. Voordat deze gegevens worden besproken, wordt in hoofdstuk 6 de werkwijze Buurt Bestuurt nader toegelicht; vanuit welk idee het is ontstaan, wat de functie van het comité is, wie de professionals zijn, hoe te starten met Buurt Bestuurt en welke rol communicatie hierbij speelt. In hoofdstuk 7 worden de bevindingen per buurt gepresenteerd. En wordt geëindigd met een vergelijkende paragraaf. In hoofdstuk 8 worden de bevindingen geanalyseerd naar aanleiding van het conceptueel model. In het concluderende deel worden conclusies getrokken naar aanleiding van het onderzoek. In hoofdstuk 9 worden de hoofd- en deelvragen beantwoord, dat in hoofdstuk 10 uitmondt tot een aantal aanbevelingen. Naar aanleiding van het hele onderzoek wordt in hoofdstuk 11 afgesloten met een reflectie.

## 2. Achtergrond en context burgerparticipatie

Veiligheid is een belangrijk onderdeel in ons leven. Het behoort volgens de piramide van Maslow tot onze basisbehoeften, waarin na de lichamelijke behoeften als eten en drinken, de behoeften veiligheid en zekerheid komen (Maslow, 1943: 114-115). In dit kader is er jarenlang gewerkt aan het verminderen van criminaliteit. Ook al bevestigen de cijfers dat deze criminaliteitsaanpak werkt, de burger zegt zich minder veilig te voelen dan de cijfers ons doen vermoeden. Er is daarom een onderscheid te maken tussen de objectieve veiligheid, ofwel de veiligheid in feiten en cijfers en de subjectieve veiligheid, ofwel het veiligheidsgevoel. Het CBS kwam dan ook in 2008 met het bericht dat het onveiligheidsgevoel toeneemt, terwijl de criminaliteit daalt. Dit zou voornamelijk gelden voor inwoners van stedelijke gebieden, zoals Rotterdam-Rijnmond (CBS, 2008). In het kader hiervan wordt dan ook gesteld dat leefbaarheid een steeds grotere rol is gaan spelen. Met leefbaarheid wordt de aantrekkelijkheid en/of geschiktheid van een gebied bedoeld om er te wonen of te werken. Veiligheid en veiligheidsbeleving zijn hier dus slechts een onderdeel van. Om meer helderheid te creëren over hoe Buurt Bestuurt binnen deze ontwikkelingen is ontstaan wordt er een korte schets gegeven van de zelfredzaamheid van burgers, het ontstaan van burgerparticipatie en het veiligheidsbeleid in de gemeente Rotterdam. Voor deze laatste is gekozen, omdat Buurt Bestuurt in eerste instantie was gericht op veiligheid en inmiddels over bredere problematiek gaat wat onder leefbaarheid valt.

### 2.1 De zelfredzame burger

Er is de afgelopen jaren een ontwikkeling gaande waarbij ondernemende burgers zich zijn gaan bemoeien met de publieke zaak. Dit is terug te zien op het gebied van zorg, energie, publieke voorzieningen en de buitenruimte. Aan deze brede ontwikkeling wordt inmiddels ook binnen de overheid gehoor gegeven. Burgerparticipatie is terug te vinden onder de kopjes eigen verantwoordelijkheid en zelforganisatie/zelfredzaamheid, dat deels ingegeven is door de huidige financiële situatie. De financiële en economische crisis hebben de overheidsfinanciën dan ook sterk verslechterd. Door ingrijpende maatregelen moeten de overheidsfinanciën weer gezond worden (Rijksoverheid I, 2013). De gehele overheid en dus ook de gemeente Rotterdam moeten in deze tijd extra op de financiën letten. Bezuinigingsoperaties zijn onvermijdelijk, waardoor de overheid met minder geld hetzelfde, wellicht meer wil doen. Daarom wordt er een zelfredzame burger verwacht. Met zelfredzaamheid wordt de eigen verantwoordelijkheid van burgers bedoeld en de mogelijkheid hiernaar te handelen. De overheid probeert burgers te stimuleren zich medeverantwoordelijk te voelen voor de veiligheid en leefbaarheid in hun eigen buurt, omdat de overheid het niet alleen kan en de burger hierbij nodig heeft. Door samenwerking en goede afstemming tussen overheid en burgers zou zelfredzaamheid bij kunnen dragen aan gezondere overheidsfinanciën. Dit is echter niet bewezen, want het bevorderen en faciliteren tot het punt waar burgers zelfredzaam zijn, kost ook geld (Van Dam, 2011).

## *2.2 Ontstaan van burgerparticipatie*

Van Ossewaarde (2006, in: Specht, 2013: 55) stelt echter dat de beweging meer is dan een reflex in reactie op de economische situatie. Er is een aantal maatschappelijke en technische ontwikkelingen te onderscheiden dat mede verantwoordelijk is voor een toenemende burgerparticipatie binnen democratische landen, zoals de individualisering, informatisering en globalisering. De industriële ontwikkeling en democratiseringsprocessen hebben ervoor gezorgd dat men minder afhankelijk van elkaar werd. Vrouwen gingen bijvoorbeeld werken en waren niet meer afhankelijk van hun man. Er werd verder gekeken dan het eigen geloof, ontzuiling was het gevolg. Men werd zelfstandig, wat individualisering werd genoemd. Door nieuwe technologieën zoals het internet heeft iedereen toegang tot allerlei informatie. Hierbij spelen tijd, plaats en landsgrenzen geen rol meer, ofwel globalisering. Deze factoren hebben er voor gezorgd dat de burger kritischer en mondiger is geworden, waardoor burgerparticipatie van de grond heeft kunnen komen. Tegelijkertijd werd er vanuit de overheid ook de noodzaak gezien burgers bij beleidsvorming te betrekken, met name om de kloof tussen burger en overheid te verkleinen. Door de jaren heen hebben burgers een veranderende rol bij beleidsvorming gehad. Het proces verliep van inspraak, naar interactieve beleidsvorming, naar burgerparticipatie. Het gaat dus niet meer alleen om meepraten, maar ook om meedoen. De burger gaat steeds vaker zelf (publieke) zaken produceren. De overheid dient hierbij ruimte te geven aan de initiatiefnemers en te faciliteren waar nodig (Specht, 2013: 56). Door de doorontwikkeling van deze trend, wordt er inmiddels zelfs gesproken over overheidsparticipatie. Hierbij zijn de rollen omgedraaid. Burgers komen met initiatieven en de overheid participeert hierin. De nadruk ligt in deze participatievorm bij zelfbestuur en zelforganisatie van de burger. Hierbij komt de term zelfredzaamheid ook kijken. Door co-creatie van verschillende partijen, die alleen een bijdrage leveren, wordt er een meerwaarde gecreëerd. De rol van overheden en organisaties verandert dan van uitvoerder naar deelnemer aan initiatieven. Geen publieksparticipatie, maar de overheid participeert in de samenleving (Van Berlo, 2013: 48 en 54). Buurt Bestuurt is een dergelijk initiatief dat door middel van samenwerking de veiligheid en leefbaarheid in een buurt wil verbeteren.

## *2.3 Veiligheidsbeleid in Rotterdam*

Het Rotterdamse veiligheidsbeleid is aan verandering onderhevig, het kent zijn oorsprong in de jaren tachtig. Dit beleid gold voor de hele stad en was gericht op kleine criminaliteit, zoals vandalisme en vernieling. In de jaren negentig verschuift de aandacht naar drugsoverlast en criminaliteit. In de periode 1994-1998 is er veel aandacht voor de problematiek op wijkniveau. Deze problemen worden beschreven, waardoor er voor iedere buurt een specifiek maatregelenpakket werd gevormd (van Rossum, 2012: 13). Inmiddels komt de gemeente Rotterdam eens in de vijf jaar met een actieprogramma dat in het teken van veiligheid staat. Dit programma heeft als doel een alles omvattende visie op het veiligheidsbeleid voor een periode van vijf jaar neer te zetten. In 2001 verschijnt het eerste vijfjarenactieprogramma (VJAP) genaamd 'Versterking Veiligheid Rotterdam',



met als doel een langetermijnvisie te creëren na verloop van tijd. Er blijkt echter dat, ondanks de inzet, de veiligheid in Rotterdam niet is verbeterd. De werkwijze wordt omgegooid en Rotterdam richt zich op een structurele en integrale aanpak waarbij snel zichtbare resultaten worden behaald. Deze worden teruggekoppeld naar de burgers. Hierbij wordt veiligheidsproblematiek door verschillende samenwerkende partijen op decentraal niveau aangepakt. Dit staat in het VJAP 2006-2010 ‘Samen werken aan veiligheid: voorkomen en handhaven’, waarbij het veiligheidsgevoel een steeds prominentere rol gaat spelen. Ondanks verbeterde veiligheidscijfers, blijkt het veiligheidsgevoel achter te blijven. Het VJAP 2010-2014 richt zich hier op, de titel is ‘Vertrouwen in veiligheid: meedoen in de stad’. Er vindt een duidelijke verschuiving plaats van repressie, ofwel het terugdringen van onveiligheid, naar preventie, het voorkomen dat het ergens onveilig wordt (VJAP, 2010-2014: 1). De gemeente stelt nadrukkelijk dat van Rotterdammers wordt verwacht dat ze zelf een bijdrage leveren aan hun buurt in het kader van leefbaarheid en veiligheid. Actief burgerschap speelt hierbij een belangrijke rol en heeft voor een ommezwaai gezorgd in het denken over de aanpak van de objectieve veiligheid en de beleving. De burger neemt verantwoordelijkheid voor de dingen die in zijn buurt gebeuren.

## II Theoretisch deel

### 3. Het bereiken en activeren van burgers: een theoretisch perspectief

In dit hoofdstuk staat het bereiken en activeren van burgers centraal. Gebaseerd op de twee aspecten van publieksbeïnvloeding, namelijk overtuigen en activeren. Klandermans en Seydel stellen dat zonder overtuiging vrijwel nooit activering plaatsvindt (1991: 8). Voordat er overtuiging plaats kan vinden moet het publiek zijn bereikt en geïnformeerd over een bepaald idee. Bij het mobiliseren van een groep speelt dit een grote rol. Wanneer het activeren geslaagd is, zal dit ten goede komen aan de mate van burgerparticipatie. Hoe dit proces tot participatie succesvol doorlopen kan worden, wordt in de volgende paragrafen beschreven. In paragraaf 3.1 wordt er allereerst een blik geworpen op het begrip burgerparticipatie. Vervolgens wordt het participatiemodel van Klandermans geïntroduceerd en een algemeen communicatiemodel. Paragraaf 3.2 staat in het teken van het bepalen en informeren van de doelgroep. Paragraaf 3.3 richt zich op het bereiken van de sympathisant. Paragraaf 3.4 staat in het teken van het motiveren van de sympathisant en paragraaf 3.5 gaat in op het overwinnen van barrières tot participatie. Hier wordt ook aandacht besteed aan de vraag wanneer gezegd kan worden dat er genoeg mensen bereikt en geactiveerd zijn voor een burgerparticipatie initiatief. Met deze informatie wordt in paragraaf 3.6 een conceptueel model geconstrueerd, waar tevens antwoord wordt gegeven op de eerste deelvraag.

#### 3.1 De weg tot burgerparticipatie

Burgerparticipatie heeft door de jaren heen verschillende vormen aangenomen. Vele zelfredzame burgers voelen zich inmiddels betrokken bij hun wijk, doen vrijwilligerswerk, organiseren schoonmaakacties in de straat of beheren een buurtcentrum. Waar nodig worden ze geholpen door een meedenkende overheid. Maatwerk is hierbij een belangrijk begrip (Rijksoverheid II, 2013).

##### 3.1.1 *Big Society*

De discussie over de reikwijdte van overheidsinzet is sinds de jaren tachtig van de vorige eeuw een constante in het politieke debat. In de afgelopen decennia was het vooral een discussie over de grenzen tussen publiek en privaat. De laatste jaren is deze discussie veranderd, waarbij de term *Big Society* regelmatig wordt gebruikt. Hiermee worden de initiatieven van burgers, bedrijven en maatschappelijke instanties bedoeld die zelf regie voeren en verantwoordelijkheid nemen voor de eigen gemeenschap. Aanvankelijk werd dit soort initiatieven als *second best* gezien. Een redmiddel wanneer de overheid ondermaats presteerde of niet aanwezig was (Van der Steen, de Bruijn en Schillemans, 2013: 5-6).

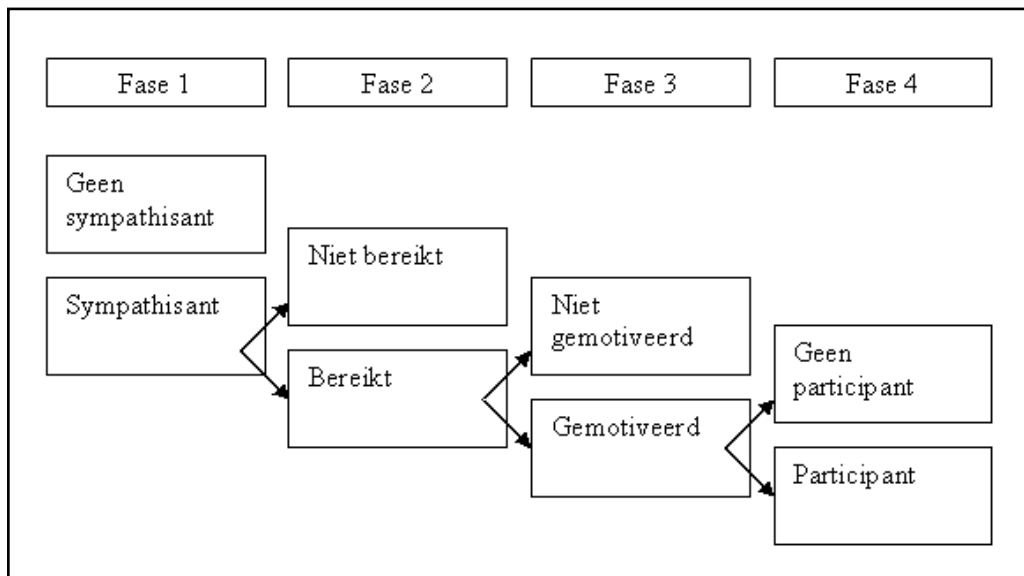
Verschijnselen als *Big Society*, vermaatschappelijking, burgerbetrokkenheid en de discussies over het nut van privatisering zijn te duiden als beweging in de verhouding tussen overheid, markt en samenleving. Waarbij overheidstaken, verantwoordelijkheden, kapitaal en middelen van de overheid naar de gemeenschap worden overgedragen. Bij deze externalisering van de uitvoering heeft de overheid het initiatief. Zij bepaalt wat de burgers wel of niet mogen overnemen en houdt hiermee de controle (Ibid.: 7). *Big Society* is dus een top-down programma, om bottom-up initiatief mogelijk te maken. Tegelijkertijd zijn er in Nederland al talrijke bottom-up initiatieven. Feit is dat de pogingen tot vermaatschappelijking worden ondernomen en dat de overheid daar *en* aan zet is *en* afhankelijk is van de mate waarin maatschappelijke verbanden of individuele burgers bereid zijn om in actie te komen (Ibid.: 9). De bereidheid om in actie te komen, hangt van verschillende beweegredenen af. Later in dit onderzoek wordt hier uitvoerig op ingegaan, maar eerst wordt het participatiemodel getoond.

### 3.1.2 Participatiemodel

De aspecten overtuigen en activeren hangen volgens Klandermans en Seydel (1991) nauw met elkaar samen. Zonder het overtuigen van sympathisanten is er nauwelijks activering van deze groep waar te nemen. Een sociale beweging zal zich dus bezig moeten houden met de verschillende factoren van mobilisatie, namelijk: het bereiken, informeren, overtuigen, motiveren en activeren van de doelgroep. Een sociale beweging is een verzameling van interacterende individuen die proberen verandering op sociale en culturele grond te bevorderen, te beheersen of tegen te houden. Sociale bewegingen kunnen meer of minder georganiseerd en meer of minder duurzaam zijn (Klandermans & Seydel, 1991: 86). Bij een sociale beweging is er altijd een harde kern van mensen die zich vrijwel altijd inzet, de zogenaamde activisten. Daarnaast is er vaak een grote groep sympathisanten die zich achter de ideeën van de activisten scharen, maar die nog niet overtuigd zijn daarvoor in actie te moeten komen. Deze groep zal gemotiveerd moeten worden door de deelnemers aan de sociale beweging om daadwerkelijk te gaan participeren. In het mobilisatieproces wordt onderscheid gemaakt tussen consensus- en actiemobilisatie. Consensusmobilisatie is het proces waarbij een sociale beweging onder het publiek waar ze zich op richt steun tracht te verwerven voor haar zienswijze. Mensen worden ervan overtuigd dat er een probleem is waar wat aan moet en kan worden gedaan. Actiemobilisatie is het proces waarbij een sociale beweging erop uit is personen te laten participeren in activiteiten ter realisering van haar doelen (Ibid.: 85).

Volgens het *steps towards participation* model van Klandermans verloopt de participatie in een sociale beweging als een proces met vier belangrijke fasen. Zij hanteren een soort trechterfunctie waarbij in iedere fase een deel van de groep wel en een deel van de groep niet door gaat naar de volgende fase. Het model kan vanuit twee perspectieven worden bekeken, namelijk dat van de organisatie en dat van het individu. Vanuit de organisatie zijn de vier fasen: het creëren van mobilisatiepotentieel, het vormen en activeren van wervingsnetwerken, het stimuleren van motivatie

om mee te doen en het wegnemen van barrières om te participeren. Vanuit het individu zijn de stappen: de persoon maakt deel uit van het mobilisatiepotentieel, deze persoon wordt doel van mobilisatieactiviteiten, raakt gemotiveerd om te participeren en overwint de barrières om te participeren (Klandermans, 1997: 22-23). In dit onderzoek wordt vanuit het organisatorische perspectief gekeken, omdat de activisten aan de hand van dit model invloed kunnen uitoefenen op het bereiken en activeren van bewoners.



Figuur 1: Steps towards participation (Klandermans, 1997: 23)

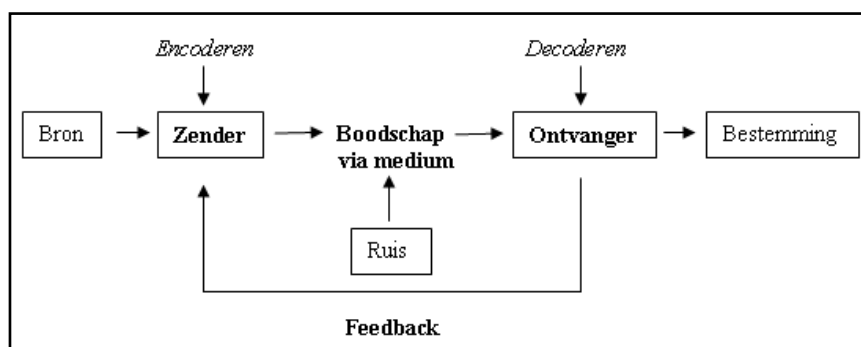
Zoals in figuur 1 staat aangegeven is er een groep die sympathiseert met de boodschap en een groep die dat niet doet. De groep die achter de ideeën van de activisten staan moeten daadwerkelijk door de activisten worden bereikt, wat slechts gedeeltelijk zal lukken. Van de bereikte groep sympathisanten zal slechts een deel gemotiveerd zijn te participeren. Het zal echter een deel van de gemotiveerde sympathisanten niet lukken de barrières tot participatie te overwinnen, waardoor er een beperkte groep over zal blijven die daadwerkelijk tot participatie overgaat. Het is van groot belang in elke fase zo veel mogelijk participanten naar de volgende fase te krijgen.

In de zoektocht naar een geschikt participatiemodel is gekozen voor dit model, omdat het helder weergeeft welke fasen er moeten worden doorlopen, voordat mensen daadwerkelijk participeren. Ook is dit model geschikt, omdat het ruimte biedt voor de verplechting met communicatieve theorieën. In alle fasen van het participatiemodel speelt communicatie een cruciale rol. Allereerst om een bepaalde doelgroep te bereiken. De communicatie is direct van invloed op de beeldvorming van de ontvanger. De argumenten in de boodschap en de manier waarop de boodschap wordt gebracht zijn van invloed op de motivatie en dus op de participatie. Daarom wordt eerst het zender-ontvanger-model gepresenteerd. Waarna er vervolgens de verschillende fasen in het mobilisatieproces verder uit worden gelegd, omdat elke fase andere acties van de sociale beweging vraagt.

### 3.1.3 Zender-ontvanger-model

In het participatiemodel speelt communicatie een zeer belangrijke rol, omdat het van belang is dat de activist met zijn boodschap een zo optimaal mogelijk bereik heeft, dat de sympathisant zich kan vinden in het verhaal en dat de sympathisant zich wellicht actief in gaat zetten. Het is van belang inzichtelijk te hebben welke weg de boodschap aflegt. Dit wordt in het achterhoofd meegenomen wanneer er meer specifiek wordt ingegaan op de communicatie in de verschillende fasen van het participatiemodel.

Communicatie is er altijd en overal. Een veel gebruikte definitie is: communicatie is de uitwisseling van symbolische informatie, die plaatsvindt tussen mensen die zich bewust zijn van elkaars aanwezigheid, onmiddellijk of gemedieerd. Deze informatie wordt deels bewust, deels onbewust gegeven, ontvangen en geïnterpreteerd (Oomkes, 2000: 21). Met uitwisseling wordt het tweerichtingsverkeer tussen zender en ontvanger bedoeld. De symbolische informatie zorgt voor bepaalde beeldvorming. Onmiddellijk verwijst naar directe communicatie, terwijl bij gemedieerd de tussenkomst van een medium wordt bedoeld. Dat de informatie deels bewust en deels onbewust wordt ontvangen komt doordat de meeste communicatie onbewust wordt gegeven, ontvangen en geïnterpreteerd. Denk hierbij aan lichaamstaal. Interpretatie is het verwerken van de boodschap, het inpassen in al bestaande kennis en het, al dan niet beperkt, begrijpen van de informatie (Communicatiemodel I, 2013). Figuur 2 biedt een schematische weergave van communicatie. Het zender-boodschap-medium-ontvanger-model van Shannon en Weaver (1959) geldt als het basismodel voor communicatie. Communicatie is in dit model het bewust uitwisselen van informatie tussen zender en ontvanger via een door de zender gekozen medium of kanaal. De cirkel zit als volgt in elkaar: de zender wil een boodschap overdragen, dit doet hij via een gekozen medium en de ontvanger is diegene bij wie de boodschap terecht komt. De ontvanger reageert op de boodschap, dit vormt feedback. Hierbij reageert de zender weer op de ontvanger door middel van een terugkoppeling.



Figuur 2: Zender-ontvanger-model (Shannon & Weaver, 1959)

Door dit model toe te passen in het communicatieproces, ontstaat er een bewustwording bij de zender. Over de boodschap moet nagedacht zijn, wat moet de boodschap uitdragen? En welk medium wordt

hiervoor gebruikt? Er zit echter een aantal haken en ogen aan het overdragen van een boodschap. Het begint bij het coderen door de zender en het decoderen door de ontvanger. Met coderen worden de gedachten van de zender bedoeld die om gezet moeten worden in een boodschap die voor de ontvanger begrijpelijk is. Dit kan mondeling, schriftelijk, in beeld, geluid of een combinatie hiervan. Decoderen is het omzetten van de boodschap in gedachten. De ontvanger heeft de boodschap namelijk echt ontvangen, wanneer diegene de boodschap daadwerkelijk heeft begrepen (Fauconnier, 1981: 45). Het zender-ontvanger model gaat dan ook uit van verbale communicatie. Met verbaal worden het gesproken en geschreven woord bedoeld. Er bestaat echter ook non-verbale communicatie. Onder non-verbale vallen alle bedoelde en onbedoelde communicatie, waarbij andere elementen dan gesproken of geschreven taal worden gebruikt. Denk bijvoorbeeld aan gebaren, intonatie, pauze en houding. Deze aspecten zijn van groot belang bij het uitdragen van het doel van de boodschap. Ook zijn er auditieve en visuele communicatie te onderscheiden, die te maken hebben met het horen en/of zien van een boodschap (Michels, 2006: 19).

Nu het algemene communicatiemodel is uitgelegd, kunnen deze inzichten worden gebruikt in het participatiemodel van Klandermans. Communicatie speelt dus een cruciale rol in het proces tot participatie. Elke fase vraagt om andere communicatieve inzichten. Daarom volgen nu achtereenvolgend de verschillende fasen, van het vormen van een mobilisatiepotentieel tot het activeren van sympathisanten, met daarbij de stappen op communicatief vlak.

### **3.2 Bepalen en informeren van de doelgroep**

In de eerste fase in het participatieproces bepaalt de sociale beweging haar doelgroep. Wie wil zij bereiken en uiteindelijk activeren? Het mobilisatiepotentieel van een sociale beweging heeft betrekking op het potentieel aan mensen in een samenleving dat in theorie gemobiliseerd kan worden (Klandermans & Seydel, 1991: 87). Het bestaat uit mensen die een positieve houding hebben ten opzichte van de doelen en de middelen van de beweging. Mensen die geen deel uitmaken van dit mobilisatiepotentieel, zullen ook niet overwegen om deel te nemen aan een sociale beweging, zelfs niet als zij worden bereikt (Ibid.: 4). Klandermans stelt dat mentaliteitsbeïnvloeding een manier is om publiek te beïnvloeden. Bij mentaliteitsbeïnvloeding wordt getracht de opvatting en gedrag van een persoon te sturen. Mentaliteitsbeïnvloeding reikt echter niet verder dan de vorming van mobilisatiepotentiëlen. Er wordt uiteraard wel getracht het mobilisatiepotentieel zo groot mogelijk te houden. De sociale beweging probeert sympathie en steun te verwerven bij de sympathisant voor haar doelen. Dit wordt consensusmobilisatie genoemd. Een deel van de sympathisanten sympathiseert wél en een deel van de sympathisanten sympathiseert niet met de beweging. Er gaat dus slechts een deel van het mobilisatiepotentieel verder naar de volgende fase.

### 3.2.1 Effectieve communicatie

Voordat er daadwerkelijk gecommuniceerd gaat worden, moet het doel van de communicatieactie worden vastgesteld. Er zijn drie soorten doelen te onderscheiden. Het kennisdoel, hierbij staat informeren centraal. Het houdingsdoel, deze boodschap overtuigt het publiek ervan een bepaalde houding aan te nemen. En het gedragsdoel, met de boodschap wordt gestreefd naar een verandering in het gedrag. Deze drie doelen staat in relatie tot elkaar. Wanneer er getracht wordt het gedrag van mensen te veranderen, moet dus eerst het kennisdoel en het houdingsdoel worden bereikt (Severijnen, Bakker & Pas, 2010: 6). In deze fase van het participatieproces staat het kennisdoel centraal. Hierbij wordt het mobilisatiepotentieel geïnformeerd over een bepaald issue. Door informatieverstrekking worden de ontvangers aan het denken gezet. Om het doel van de boodschap te bereiken stelt Pinto (1990, in Hagendoorn & Bloemers, 1996) dat er aan vier voorwaarden moet worden voldaan wil de communicatie effectief zijn. De technische voorwaarde, men moet elkaar letterlijk kunnen verstaan. De cognitieve voorwaarde, ofwel de zender en ontvanger moeten elkaar kunnen begrijpen. De interpretatieve voorwaarde, ofwel de boodschap moet eenduidig worden gebracht. De affectieve voorwaarde, waarbij de zender rekening moet houden met de emoties die gepaard kunnen gaan met een boodschap (Hagendoorn & Bloemers, 1996: 27-28).

### 3.2.2 Cultuur van de doelgroep

Op welke wijze het mobilisatiepotentieel geïnformeerd wordt hangt af van de kenmerken van het potentieel en de cultuur die zij aanhangt (Ibid.: 3). Een cultuur is de collectieve mentale programmering die leden van één groep of categorie mensen onderscheidt van andere (Hofstede en Hofstede, 2005: 19 in: Severijnen, Bakker & Pas, 2010: 47). Verschillende soorten culturen zijn: bedrijfsculturen, jongerenculturen, geloofsculturen, volksculturen, enzovoort. (Severijnen, Bakker & Pas, 2010: 47). Wanneer de interculturele communicatieve competenties van de boodschapper positief worden ontvangen, zal de boodschap meer effect hebben, dan wanneer er volledig aan het begrip cultuur voorbij wordt gegaan. Interculturele communicatieve competentie is het geheel van kennis, attitude/motivatie en vaardigheden die iemand, die zich in een andere cultuur bevindt, in staat stelt effectief en gepast met deze interculturele omgeving om te gaan. Het is van belang te benadrukken dat motivatie/attitude als kritische succesfactor vaak als belangrijker wordt ervaren dan kennis en vaardigheden (Ibid.: 57). Welke communicatiestrategie er ook gekozen wordt, wanneer er in de boodschap rekening wordt gehouden met de voorwaarden van effectieve communicatie en drie bovenstaande elementen kennis, motivatie/attitude en vaardigheden en de eisen die daar aan gesteld worden, zal de boodschap op maat van de doelgroep zijn, waardoor de effectiviteit wordt verhoogd. De strategie bestaat uit drie onderdelen, namelijk de inhoud, het communicatiemiddel en de stijl ofwel de *tone of voice* (Ibid.: 10).

### 3.3 Het bereiken van de sympathisant

Na de eerste fase is er uit het mobilisatiepotentieel een groep sympathisanten overgebleven die het eens is met de ideeën van de activisten in de sociale beweging. Deze groep wordt in de tweede fase benaderd om deel te nemen aan concrete activiteiten. Zij worden hiermee doelwit van de mobilisatiepoging. De manier waarop er over het doel van de mobilisatiepoging wordt gecommuniceerd is van groot belang bij het bereiken, overtuigen én activeren van de sympathisant. Dit wordt actiemobilisatie genoemd. In deze paragraaf wordt het bereiken van de sympathisant beschreven, waarbij de weg die een communicatieboodschap aflegt van belang is.

#### 3.3.1 De weg van de boodschap

Over het algemeen gaan ontvangers selectief met mediaboodschappen om, doordat mensen selectief zijn in hun aandacht, waardoor ze alleen lezen en horen wat past in hun referentiekader. Een boodschap bereikt dus nooit alle potentiële ontvangers. Het publiek wordt echter wel vergroot door middel van informele gesprekken over de boodschap, want boodschappen volgen een *two-step-flow* model. Dit wil zeggen dat de boodschap wordt opgepikt door de zogenaamde opinieleiders in de samenleving, vervolgens vertellen deze opinieleiders de boodschap aan hun netwerk en zo bereikt het verhaal het grote publiek. Van belang hierbij is dat de opinieleiders hun interpretatie van de boodschap en de eventuele commentaren daarop doorgeven aan hun netwerk (Klandermans, 1991: 20). Het is overigens een misvatting te denken dat opinieleiders mensen zijn met een hoge positie op de maatschappelijke ladder, want iedereen is opinieleider op het gebied waarin de sociale omgeving het individu als autoriteit ziet (Michels, 2006: 25). In het *two-step-flow* model speelt interpersoonlijke communicatie een belangrijke rol. Dit is communicatie tussen een beperkt aantal personen waarbij directe feedback en terugkoppeling mogelijk is. Voordelen van interpersoonlijke communicatie ten opzichte van massacommunicatie zijn: het tweerichtingsverkeer, de zender heeft een goede indruk van het effect, de boodschap is goed af te stemmen op de individuele ontvanger, waardoor gedragsverandering beter realiseerbaar is (Ibid.: 23).

Rogers gaat een stap verder en spreekt over een *multi-step-flow* model. Hij kijkt met een marketingblik naar de kans dat een nieuwe dienst of product wordt geaccepteerd door een bepaalde groep mensen. Verschillende soorten consumenten accepteren op andere momenten in de tijd een dienst of product. Dit valt te verklaren aan de manier waarop er over het product wordt gecommuniceerd. Dit kan geluid worden als het principe van *word of mouth* (WOM), waarbij er gecommuniceerd wordt tussen een zender en ontvanger, over een product of dienst. WOM kan in het Nederlands het beste vertaald worden als mond tot mond. De theorie laat zien dat personen vooral beïnvloed worden door het woord van de ander (Mourdoukoutas & Siomkos, 2009: 7). In principe is WOM een proces van informele en interpersoonlijke communicatie tussen twee of meer personen binnen een sociaal systeem. Voorheen werd slechts *face-to-face* communicatie onder WOM verstaan, maar met de komst van het internet is



dit veranderd. Door digitalisering is er eWOM ontstaan waarbij er online informatie wordt verspreid. Dit is zeer invloedrijk doordat de berichtgeving direct is en een groot bereik heeft.

### 3.3.2 *Het gebruik van netwerken*

Het *two-step-flow* model geeft aan dat opinieleiders hun netwerk gebruiken om een boodschap te verspreiden. Berlo geeft drie bouwstenen waarmee naar een netwerk gekeken kan worden, om het zo beter te begrijpen. Denk in netwerken, niet de organisatie, maar het onderwerp staat centraal. Betrokkenen rond dat onderwerp leveren een bijdrage. Denk vanuit het individu, individuele medewerkers vormen de schakel tussen de organisatie waar ze bij horen en de netwerken waarin zij actief zijn. Zij zijn de ambassadeurs die met hun kennis het verschil moeten maken. Denk in platformen, dit zijn plaatsen waar netwerken bij elkaar kunnen komen. Een platform maakt verbinding mogelijk en biedt een ondergrond voor samenwerking (Van Berlo, 2013: 46-48). Van Stokkom en Toenders stellen in dit verband dat instituties een belangrijke rol vervullen in de normoverdracht via instituties. Met name scholen spelen volgens hen een belangrijke rol bij de ontwikkeling en overdracht van gedragsnormen. Met deze bouwstenen in gedachte kan er een keus worden gemaakt wat betreft het inzetten van bepaalde communicatiemiddelen.

Bij sociale media zit het netwerk anders in elkaar dan bij bijvoorbeeld een krantenbericht of flyer. Castells stelt in zijn boek *Rise of the Network Society* dat plaats- en tijdgebondenheid niet meer van nu is (Castells, 1996, in Adam, Beck, van Loon, 2005: 146-147). Netwerken worden door internet niet alleen digitaal, maar zij veranderen ook van karakter. Verbindingen worden makkelijker gelegd doordat internet sneller is, plaats- en tijdonafhankelijk en er veel mensen tegelijk benaderd kunnen worden. Door een platform in te richten voor co-creatie kunnen individuen elkaar vinden en kunnen netwerken en samenwerkingsverbanden worden gevormd (Van Berlo, 2013: 46-47). De laatste jaren hebben sociale media en het gebruik ervan dan ook een enorme vlucht genomen. Ze zijn behoorlijk invloedrijk, zeker wanneer men zich bewust heeft aangemeld voor bepaalde berichtgeving. Dit betekent dat die persoon daar dus geïnteresseerd in is (Communicatie Buurt Bestuurt, 2011).

Het deelnemen aan en gevraagd worden door netwerken is van groot belang. Er is nu eenmaal gebleken dat burgers niet vaak spontaan deelnemen aan een activiteit. Men wordt bijna altijd gevraagd door vrienden of familie om deel te nemen aan activiteiten. Dit heeft te maken met sympathie, ofwel je neemt sneller iets aan van iemand die je aardig vindt (Cialdini, 2012: 18). Klandermans stelt dan ook dat schaalverkleining een optie is als een netwerk groot en onoverzichtelijk is. Hiermee bedoelt hij dat bij de vorming van kleinere sociale eenheden men elkaar kent, wat de zichtbaarheid van elkaars gedrag vergroot. De kans dat mensen zich minder inspannen, omdat het te midden van de anderen toch niet opvalt, is kleiner. Ook wekken kleinere groepen gemakkelijker gevoelens van solidariteit en vertrouwen op (Klandermans & Seydel, 1991: 6). Putnam concludeert in deze context dan ook, hoe

vaker burgers persoonlijk worden benaderd met het verzoek om deel te nemen, hoe eerder men geneigd is actief te worden (Putnam, 2000: 121).

### *3.3.3 Communicatiestoornissen*

In de poging de sympathisant te bereiken kunnen er communicatiestoornissen optreden. Deze verklaren waarom een deel van de sympathisanten niet wordt bereikt. Er wordt uiteraard geprobeerd de stoornissen te beperken, om een zo groot mogelijk bereik te kunnen waarborgen. Hagendoorn en Bloemers (1996) noemen drie factoren die leiden tot storing in de communicatie. Allereerst de factoren in de context. De omgeving bevat storende elementen, wat niet ten goede komt aan de informatieoverdracht- en opname, ofwel ruis (Hagendoorn & Bloemers, 1996: 18). Er wordt van interne ruis gesproken als de communicatie wordt verstoord door factoren binnen het directe communicatieproces (Michels, 2006: 19). Externe ruis wordt veroorzaakt door factoren buiten het communicatieproces. Het is lastig hier invloed op uit te oefenen (Ibid.: 20). Het effect van de communicatieactie kan dan ook niet los worden gezien van de omgeving waarin de boodschap wordt verspreid, omdat de omgeving bepalend is. De sterkte en het effect van de communicatie kan alleen beoordeeld worden als de omgeving ook beoordeeld wordt. Een zachte kreet om hulp valt niet op te midden van heftig lawaai, maar wel als het doodstil is (Communicatiemodel II, 2013). Daarnaast spelen verschillende selectieprocessen een rol in het communicatieproces. Want iedereen heeft zijn eigen referentiekader. Dit kan worden omschreven als het geheel van waarden, normen, veronderstellingen en verwachtingen dat een persoon door de tijd heen heeft gevormd door ervaring, opleiding, achtergrond en psychische factoren. Onder psychische factoren worden emoties, houding en persoonlijke voorkeuren verstaan. Het referentiekader beïnvloedt dus het waarnemingsproces en de manier waarop wordt waargenomen beïnvloedt de communicatie (Hagendoorn & Bloemers, 1996: 18-19). Of de boodschap nu daadwerkelijk aankomt bij de ontvanger, hangt dus helemaal af van het referentiekader van de desbetreffende persoon. Persoonlijkheidskenmerken en de sociaaleconomische kenmerken van de ontvanger zijn hier verantwoordelijk voor. Deze zorgen ervoor dat de ontvanger in meer of mindere mate ontvankelijk is voor de boodschap (Klandermans, 1991: 18). Tot slot kunnen factoren in de boodschap zelf zorgen voor communicatiestoornissen. Wanneer er rekening wordt gehouden met de voorwaarden voor effectieve communicatie en de aspecten van interculturele communicatie zoals kennis, attitude/motivatie en vaardigheden, dan zullen de communicatiestoornissen in de boodschap zelf worden beperkt.

Met al deze kennis wordt getracht een zo groot mogelijke groep sympathisanten te bereiken. Nu zal de bereikte groep gemotiveerd moeten worden. Met welke factoren rekening moet worden gehouden wordt in de volgende paragraaf beschreven.

### **3.4 Het motiveren van de sympathisant**

Voordat iemand daadwerkelijk meedoet aan de activiteiten van een sociale beweging, moet voldaan worden aan een aantal voorwaarden. De sympathisant moet het eens zijn met de doelen van de organisatie, doelwit van een mobilisatiepoging zijn geweest, gemotiveerd zijn om te participeren en daadwerkelijk kunnen participeren. De eerste twee fasen zijn dus noodzakelijke voorwaarden voor het eventueel ontstaan van motivatie in de derde fase. Motivatie heeft een positieve invloed op de deelnamebereidheid van de sympathisanten. Daarom staat het houdingsdoel, ofwel de boodschap overtuigt het publiek ervan een bepaalde houding aan te nemen, in deze paragraaf centraal (Severijnen, Bakker & Pas, 2010: 6).

#### *3.4.1 Bereidheid tot participatie*

In hoeverre burgers betrokken zijn bij maatschappelijke vraagstukken, politiek en beleidsvorming hangt van twee elementen af, enerzijds uitdaging en anderzijds toerusting. De uitdaging moet passen bij de behoefte van de burger en ze moeten denken met hun toerusting iets bij te kunnen dragen. Indien uitdaging en toerusting voor de desbetreffende persoon met elkaar in evenwicht zijn, zal die persoon actief betrokken zijn. Wanneer de toerusting tekort schiet en/of de uitdaging te groot is, voelt de sympathisant zich overvraagd. Omgekeerd geldt hetzelfde. Als de uitdaging de sympathisant niet interesseert of als deze niet aantrekkelijk genoeg is, is hij niet uitgedaagd. In beide gevallen is de kans op actieve betrokkenheid klein (WRR, 2012: 131-132). Naast de uitdaging en toerusting van de sympathisant spelen andere factoren ook een rol. Burgers worden bijvoorbeeld actief als ze een in hun ogen foute ontwikkeling tegen willen gaan, een positieve ontwikkeling willen bevorderen of als ze denken niet te krijgen waar ze 'recht' op hebben. Onvrede en frustratie zijn dus een belangrijk motief voor burgerbetrokkenheid (van Stokkom & Toenders, 2010: 117).

Vaak wordt door middel van een kosten-batenanalyse afgewogen of een actie voor hen nut heeft (WRR: 2012: 132). Ook Klandermans stelt dat de bereidheid om te participeren een kwestie is van het afwegen van kosten en baten van de participatie. Het onderscheid tussen collectieve en selectieve prikkels is daarbij essentieel. Het leveren van een bijdrage aan het produceren van een collectief goed behoort tot de collectieve prikkels. Rationele individuen participeren echter niet als er geen selectieve prikkel is die hen motiveert. Een selectieve prikkel zorgt voor een individueel motief om te participeren. Het eigenbelang is er dus bij gebaat wanneer het individu zich inzet voor het collectief belang (Klandermans & Seydel, 1991: 97-98). Hajer (2005, in: Specht 2013: 57) stelt dat er een *trigger* moet zijn waardoor mensen in actie komen. Dit gaat niet om de mensen die toch al actief waren, maar de stille omstanders die besluiten ook mee te gaan doen (Specht, 2013: 57). Maar een belangrijke voorwaarde voor burgeractivisme is dat burgers zich in zekere mate met de buurt identificeren. Hierdoor zullen ze zich een verantwoordelijke eigenaar voelen, waardoor ze zich in zullen zetten (van Stokkom & Toenders, 2010: 197). De middenklasse is over het algemeen sterker bij

de buurt betrokken, omdat zij een belang hebben bij het verbeteren van de leefbaarheid in de buurt. Deze mensen beschikken over het algemeen over betere vaardigheden en meer macht om het verschil te kunnen maken dan de andere buurtbewoners (Ibid.: 125). Het buurtbelang staat voorop, maar het eigenbelang speelt hierbij ook een rol. De middenklassers die bijvoorbeeld over een koopwoning beschikken hebben baat bij een goede buurt, vanwege de prijs en verkoopbaarheid van hun huis. Dit kan echter de drempel voor de bewoners met een lagere status verhogen ook te participeren (Ibid.: 126-127). Daarbij willen eenmaal betrokken burgers consistent zijn. Hiermee wordt bedoeld dat als je A zegt, je ook B moet zeggen. Mensen zijn sneller geneigd ja te zeggen op een verzoek als ze er eerder ook al een bijdrage aan hebben geleverd. Het kan dus verstandig zijn eerst om een kleine gunst te vragen en daarna een grotere bijdrage te vragen, dan in één keer het hele pakket (Cialdini, 2012: 18).

### 3.4.2 Sociale cohesie en sociaal kapitaal

De sociale omgeving van een burger speelt een enorm belangrijke rol bij het zich wel of niet inzetten voor de maatschappij. Zoals hiervoor al benadrukt laten veel burgers hun inzet afhangen van de deelname van vrienden, familie, kennissen en collega's en hun oordeel over deze inzet. De sociale normen en opvattingen van de ander zijn deels bepalend voor het gedrag en de keuze van individuen. Deze beïnvloedbare volgers zijn op hun beurt bepalend voor het collectieve gedrag van een groep (WRR, 2012: 134). De sociale cohesie en het sociaal kapitaal zijn dus van invloed op de participatie van mensen. Sociale cohesie is de mate waarin mensen zich betrokken voelen bij de maatschappij. Sociale cohesie heeft daarom invloed op de stabiliteit van het sociaal systeem (van Stokkom & Toenders, 2010: 106). Het is een belangrijk begrip in de discussie over burgerparticipatie. Putnam stelt dan ook in zijn boek *Bowling Alone* dat een gebrek aan sociale cohesie als katalysator geldt voor andere sociale problemen in een stad of wijk, zoals criminaliteit, werkloosheid en armoede. Over sociaal kapitaal zegt hij dat het belangrijk is voor de stabiliteit binnen buurten, want er is gebleken dat buurten met een hoger sociaal kapitaal lagere criminaliteitscijfers hebben, waardoor de buurt als veiliger te bestempelen is (Putnam, 2000: 308). De definitie die Putnam geeft aan sociaal kapitaal is: *'Social capital refers to connections among individuals – social networks and the norms of reciprocity and trustworthiness that arise from them'* (Ibid.: 19). Er worden in deze definitie drie aspecten onderscheiden, te weten: sociale netwerken, gedeelde normen en waarden en onderling vertrouwen. Tot een netwerk behoren alle personen met wie iemand interactie heeft (gehad) (Ibid.: 80 & 93). Het versterken van ontmoetingskansen in georganiseerd verband, zoals een bijeenkomst in een buurthuis, zijn van belang omdat burgers hier in debat kunnen gaan en naar elkaar kunnen luisteren. Deze strategie leunt op de theorie van het sociaal kapitaal, waarin Putnam stelt dat iedere ontmoeting een investering is in het sociaal kapitaal (van Stokkom & Toenders, 2010: 176-177). Putnam noemt in dit verband de term *reciprocity*, wat in het Nederlands wederkerigheid betekent. Hiermee bedoelt hij dat als iemand een actie uitvoert, hij niet gelijk iets terugverwacht, waardoor samenwerken gemakkelijker wordt (Putnam, 2000: 135). Hier komt echter wel het aspect vertrouwen bij kijken. Zonder

vertrouwen, geen samenwerking, geen netwerken en dus een minimaal sociaal kapitaal. Sociaal kapitaal verwijst dus naar hulpbronnen die beschikbaar komen door sociale contracten, sociale netwerken, wederkerige uitwisseling, gedeelde normen en vertrouwen (Ibid.: 20-22). Mensen zijn daardoor in staat dingen te bereiken die zij alleen niet zouden kunnen realiseren. Sociaal kapitaal wordt dan ook regelmatig in verband gebracht met het vermogen om via contacten hulpbronnen te mobiliseren (van Stokkom & Toenders, 2010: 106).

### **3.5 De participerende sympathisant**

Het resultaat van de mobilisatieactiviteiten is de mate waarin de sympathisanten die zijn bereikt en gemotiveerd daadwerkelijk participeren (Klandermans & Seydel, 1991 88-92). De groep gemotiveerde sympathisanten heeft het kennisdoel en het houdingsdoel succesvol doorlopen en is nu klaar voor het gedragsdoel (Severijnen, Bakker & Pas, 2010: 6). Daarom staat in deze paragraaf het gedragsdoel centraal. Ofwel het streven naar een verandering in het gedrag, in dit geval van een passieve naar een actieve sympathisant. Of de gemotiveerde sympathisant daadwerkelijk in actie komt hangt af van alle factoren die in de vorige paragraaf zijn besproken. Het wegnemen van barrières speelt echter ook een belangrijke rol en komt in deze paragraaf aan bod. Verder wordt bekeken wanneer een initiatief in de praktijk kan uitgroeien tot een succes, want het aantal participanten is bepalend voor het bereiken van een bepaalde kritische massa.

#### *3.5.1 De barrières tot participatie*

Er zijn twee problemen te onderscheiden bij mobilisatieprocessen. Ten eerste het drempelprobleem. Dit doet zich voor bij sympathisanten die zich kunnen vinden in de gestelde doelen of problemen die er spelen, maar die zich afvragen of er genoeg mensen zullen deelnemen. Om collectieve doelen te bereiken is men afhankelijk van het gedrag van anderen. Op het moment dat een individu moet beslissen om mee te doen is nog niet bekend wat de actiebereidheid van andere mensen is. Dit kan mensen weerhouden zelf in actie te komen. Hoe gunstiger de verwachtingen wat betreft de actiebereidheid van andere individuen, hoe groter de kans van slagen voor de sociale beweging (Klandermans & Seydel, 1991: 98). Het tweede probleem is het *freeriders* probleem, waarbij mensen denken dat er al genoeg mensen zijn die deelnemen, waardoor het niet meer nodig is dat zij ook aansluiten (Ibid.: 157-158). Om een groep te mobiliseren is het dus van belang deze problemen zo klein mogelijk te houden, zodat de deelnemers een actieve houding aannemen. Laat de sympathisanten dan ook merken dat ze erg belangrijk zijn in het proces, zodat ze niet afhaken. Klandermans stelt namelijk, hoe gemotiveerder mensen zijn, des te meer barrières zij kunnen overwinnen. De meest voorkomende barrières zijn geld, tijd en kennis (Ibid.: 92). Naast deze problemen wil en kan niet iedere burger altijd betrokken worden bij maatschappelijke vraagstukken. Dat is overigens ook niet wenselijk. Het is niet mogelijk dat elke burger meepraat over een specifiek vraagstuk en dat een specifieke burger meepraat over alle vraagstukken. Daarnaast redeneren burgers zo nu en dan

*rationaly ignorant*, waarmee wordt bedoeld dat als je als burger slechts één stem hebt, je geen significant verschil kunt maken bij bijvoorbeeld verkiezingen. Niet alle burgers zijn dus geïnteresseerd in het betrokkenheidsaanbod van beleidsmakers (WRR, 2012: 135).

Daarnaast spelen twee andere soorten verwachtingen een zeer belangrijke rol. De verwachting van de eigen bijdrage aan de kans van slagen van het doel van de sociale beweging en de verwachting over de kans van slagen als er veel mensen participeren. De resultaatverwachting is de realistische verwachting die mensen hebben over het resultaat dat ze kunnen bereiken. De persoonlijke resultaatverwachting wordt mede bepaald door de verwachting van wat anderen zullen doen. Want wanneer ze het gevoel hebben dat ze overvraagd raken, haken ze af (WRR, 2012:135). De gedeelde verwachting dat participatie tot verandering zal leiden, zorgt ervoor dat mensen gemotiveerd raken.

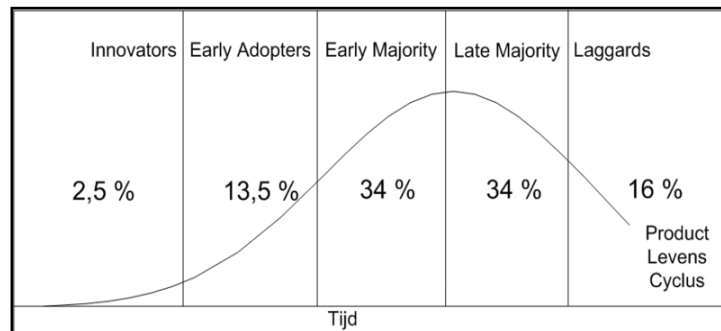
### *3.5.2 Rol burger bij beeldsvorming*

Het meest gehoorde argument om burgers bij het beleid te betrekken is het verkleinen van de kloof tussen burger en overheid (Edelenbos, 2000: 81). De participatieladder geeft aan welke rol de burger heeft in het beleidsproces. De ladder is in 1969 ontworpen door Arnstein, maar tegenwoordig wordt veelal de ladder van Edelenbos gebruikt. Hoe hoger de burger op de ladder staat, hoe meer invloed hij heeft. Bij informeren worden burgers slechts geïnformeerd door politiek en bestuur over de beleidsontwikkeling. Bij raadplegen bepalen politiek en bestuur in hoge mate de agenda. Bij de ontwikkeling van beleid worden er gesprekken met betrokken gevoerd (Edelenbos, 2000: 43). Bij adviseren geven politiek en bestuur betrokkenen de gelegenheid problemen aan te dragen en oplossingen te formuleren. Deze ideeën spelen een volwaardige rol. In de besluitvorming kan er alleen goed beargumenteerd van worden afgeweken. Bij coproductie komen politiek, bestuur en betrokkenen gezamenlijk tot een probleemagenda, waarna opnieuw gezamenlijk naar oplossingen wordt gezocht. Mits de oplossingen in overeenstemming zijn met de randvoorwaarden, zal de oplossing in het nieuwe beleid worden overgenomen. Tot slot de hoogste trede op de ladder voor de burger, het meebeslissen. Politiek en bestuur laten ontwikkeling van, en de besluitvorming over het beleid, over aan betrokkenen. Het ambtelijk apparaat heeft hierin slechts een adviserende rol (Ibid.: 44). De rol die de burger zou mogen en kunnen vervullen wanneer hij participeert in een initiatief dat door de overheid wordt gefaciliteerd, is medebepalend voor de motivatie van de burger om zich wel of niet in te zetten voor het initiatief.

### *3.5.3 Kritische massa*

Een burgerparticipatie initiatief kan pas een succes zijn wanneer een bepaalde kritische massa aan burgers enthousiast is over het initiatief en zich hiervoor wil inzetten. Rogers kwam in 1983 met de productlevenscyclus, de zogenaamde Rogers Curve. Deze curve laat de spreiding van een innovatief

idee of product binnen een groep zien. Dit model gaat ervan uit dat informele gesprekken de motor zijn voor sociale verandering, waarin de levenscyclus van een product in vijf stadia wordt beschreven.



Figuur 3: Productlevenscyclus (Rogers, 1983)

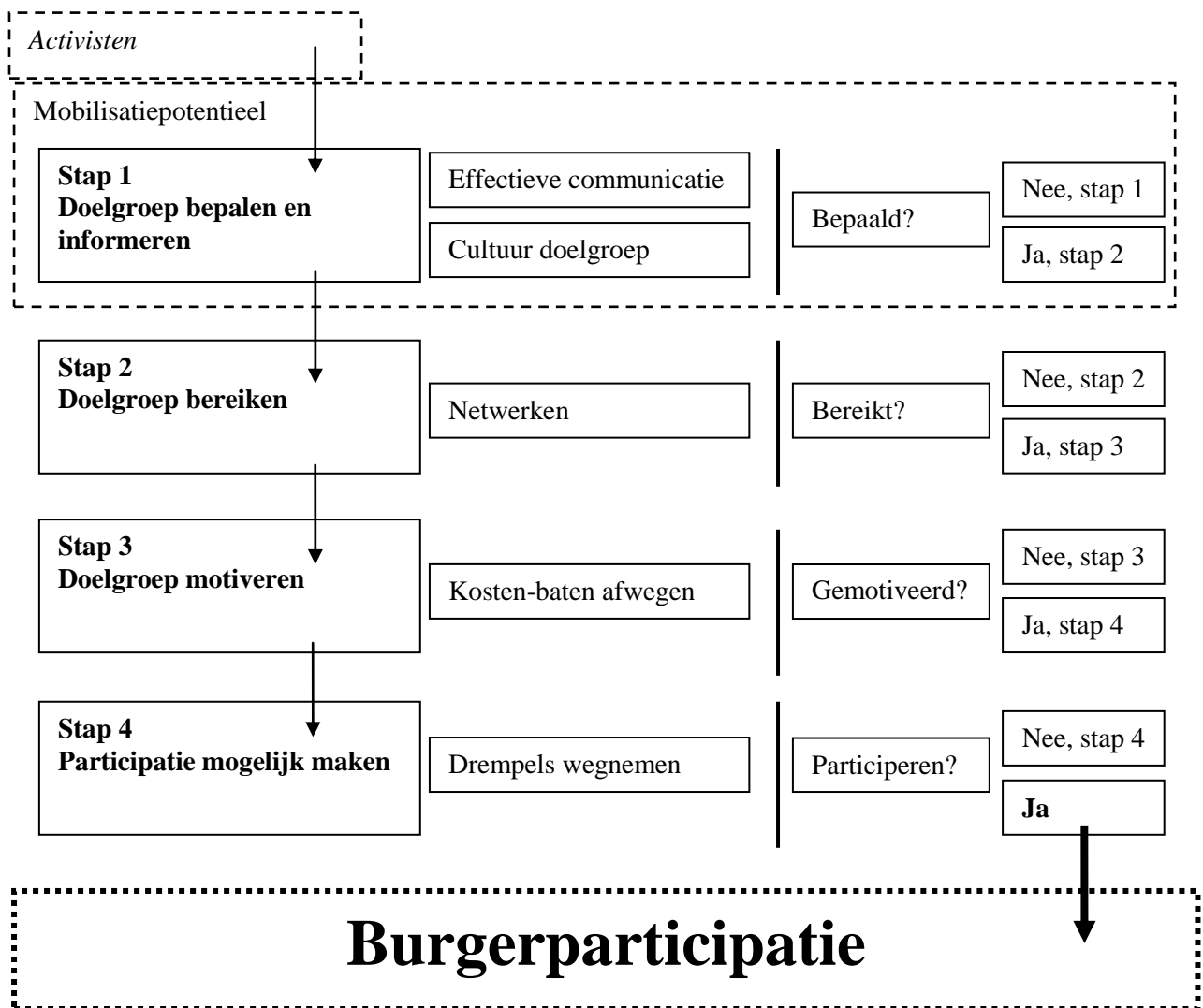
De eerste groep zijn de *innovators*. Zij beslaan slechts 2,5% van de totale groep. Deze innovatoren zijn mensen die op zoek zijn naar het nieuwste van het nieuwste en dit dan ook willen hebben. Het is een kleine en makkelijke groep om te verleiden (Mourdoukoutas & Siomkos, 2009: 28). De tweede groep zijn de *early adopters*, ofwel de pioniers. Zij beslaan 13,5% van de totale groep en zijn goed voor een sterke stijging van de verkoop van het product (Ibid.: 30). De derde groep is de *early majority*, ofwel de voorlopers. Met 34% behoren zij tot de eerste grote groep die het product gaan kopen. Hier wordt het product door de massa opgenomen (Ibid.: 31). De vierde groep is de *late majority*, ofwel de achterlopers. Ook deze groep bevat 34% van het totaal, waardoor het overgrote deel van de markt bekend is met het product (Ibid.: 31). De vijfde groep zijn de *laggards*, ofwel de achterblijvers. In de laatste fase van de levenscyclus is er een groep van 16% die op het nippertje het product nog koopt, bijvoorbeeld vanwege een aanbieding, of die het product aan zich voorbij laat gaan. Door een verdere afname in interesse verdwijnt het product van de markt. Door innovatie kan het product nieuw leven in worden geblazen (Ibid.: 32).

Nu is de vraag in welk stadium de kritische massa het product aanspreekt/interesseert. Gladwell spreekt hierbij over een *tipping point*, ofwel het omslagpunt. *'The Tipping Point is that magic moment when ideas, trends, or social behaviors crosses a threshold, tips, and spreads like wildfire'* (Gladwell, 2000). Om tot het *tipping point* te kunnen komen, moet er sprake moeten zijn van aanstekelijk gedrag, ofwel een soort virus. Daarnaast zijn juist de kleine veranderingen van groot belang, deze kunnen grote gevolgen hebben. Hierdoor zal een idee op een bepaald punt in de lift schieten en tot een succes uitgroeien. Wanneer een nieuw product op de markt komt, zijn de verwachte voordelen laag en de verwachte kosten hoog. Het *tipping point* is bereikt wanneer de verwachte voordelen gelijk zijn aan de verwachte kosten. Dit gebeurt wanneer de *early majority* het product ook koopt (Mourdoukoutas & Siomkos, 2009: 5). Sociale wetenschappers van het *Rensselaer Polytechnic Institute* stellen naar aanleiding van hun onderzoeken dat het *tipping point* ligt op 10% van de populatie. Als dus 10%

rotsvast gelooft in een bepaald idee, zal dit idee worden overgenomen door de meerderheid van de samenleving (Verstraete, 2011).

### 3.6 Conceptueel model

De voorgaande paragrafen hebben geleid tot theoretische inzichten omtrent communicatie en burgerparticipatie. Aan de hand hiervan is een conceptueel model geconstrueerd dat de verbanden tussen de belangrijkste inzichten schematisch weergeeft. Dit model geeft tevens een schematisch antwoord op de eerste deelvraag, namelijk: Wat kan er worden geleerd uit theorieën over burgerparticipatie en communicatie over het bereiken en activeren van een groep bewoners? Het stappenschema dat doorlopen dient te worden om burgers te bereiken en activeren, wordt in deze paragraaf verder toegelicht.



Figuur 4: Het bereiken en activeren van een doelgroep



Volgens de gebruikte theorieën in dit onderzoek verloopt het bereiken en activeren van een groep bewoners via vier stappen. In de eerste stap wordt de doelgroep bepaald en geïnformeerd over een bepaald idee. De zender van deze informatie moet hierbij rekening houden met de cultuur van deze doelgroep en de voorwaarden van effectieve communicatie. In de tweede stap moet de doelgroep worden bereikt voor een concrete activiteit. Netwerken spelen een belangrijke rol bij de verspreiding van deze boodschap. In de derde stap moeten de bereikte bewoners, die achter de ideeën in de boodschap staan, gemotiveerd worden om daadwerkelijk deel te nemen aan de activiteit. Zij zullen een kosten-baten afweging maken, waarom zij zich wel of juist niet willen en kunnen inzetten voor de activiteit. In de vierde stap moet een aantal drempels worden weggenomen, waardoor de gemotiveerde bewoner daadwerkelijk deelneemt aan de activiteit. Wanneer deze stappen succesvol worden doorlopen, mondt dit uit in burgerparticipatie. Het participatie initiatief is een succes als er een kritische massa is bereikt. Is dit nog niet het geval, doorloop de cyclus dan opnieuw.

## 4. Operationalisatie

In dit hoofdstuk worden de theoretische begrippen geoperationaliseerd. Operationaliseren is het hanteerbaar maken van de vraagstelling voor de uitvoering van het onderzoek ('t Hart, 2002: 167). Hierbij wordt er bepaald welke uitingsvormen de theoretische begrippen in de praktijk kunnen hebben, waar naar zal worden gezocht in de empirie. Aan de hand van deze indicatoren kunnen er uitspraken worden gedaan over de onderzochte theoretische concepten (van Thiel, 2007: 50-51). Aan elke stap die in het conceptueel model wordt genoemd is een paragraaf gewijd.

### *4.1 Bepalen en informeren van de doelgroep*

Het mobilisatiepotentieel is het aantal mensen dat in theorie voor Buurt Bestuurt gemobiliseerd kan worden, bestaande uit buurtbewoners die een positieve houding hebben ten opzichte van de werkwijze. Door informatieverstrekking kan een dilemma inzichtelijk worden gemaakt. De term bewustmaking is hierbij van belang. Maar voordat er wordt gecommuniceerd moeten de vier voorwaarden van effectieve communicatie worden doorlopen. Bij de technische voorwaarde wordt er op gelet of de zender en ontvanger elkaar letterlijk kunnen verstaan. Spreken zij dezelfde taal, of niet? Bij de cognitieve voorwaarde draait het om elkaar begrijpen. De zender moet rekening houden met de kennis van de ontvanger. Begrijpt de ontvanger de boodschap of niet? Met de interpretatieve voorwaarde wordt bedoeld dat de ontvanger de boodschap op een bepaalde door de zender bedoelde manier moet interpreteren. De zender moet dus een eenduidige boodschap uitgeven, zodat hij op de bedoelde manier door de ontvanger wordt geïnterpreteerd. Wanneer dit niet mogelijk is moet de zender in ieder geval wel alert zijn op de mogelijke interpretaties van zijn ontvangers. En tot slot de affectieve voorwaarde. Op het moment dat bewoners worden geïnformeerd over Buurt Bestuurt kan dat verschillende emoties oproepen. Indicatoren zijn: Buurt Bestuurt is alleen maar een manier waardoor de overheid geld kan bezuinigen, omdat de bewoners ineens allerlei taken moeten overnemen. Of: Het werkt toch niet, in het verleden is zoiets al zo vaak geprobeerd. Of een positieve emotie. Eindelijk kan ik ook iets doen. In hoeverre er effectief wordt gecommuniceerd, wordt bepaald aan de hand van wat de respondenten vinden van de communicatie over Buurt Bestuurt. Kan de ontvanger van de boodschap het lezen, begrijpen, juist interpreteren en wat zijn de gevoelens hierbij? Er zal daarom aan de respondenten worden gevraagd hoe zij zijn benaderd en wat er van ze is gevraagd en waarom ze er op in zijn gegaan.

Uit de theorie kan op worden gemaakt dat niet iedere bewoner op dezelfde manier geïnformeerd wenst te worden. Dit hangt af van de cultuur waar iemand deel van uit maakt. Zo kunnen er verschillende culturen in een buurt worden onderscheiden zoals; de bedrijfscultuur, jongerencultuur, geloofscultuur, de cultuur van het land van herkomst, enzovoort. De interculturele communicatieve competenties van de boodschapper zijn van essentieel belang. Hij zal zelfkennis, kennis over de eigen cultuur en kennis

over de andere cultuur moeten hebben en rekening moeten houden met de normen en waarden, symbolen en taboes van deze cultuur (Severijnen, Bakker & Pas, 2010: 47). Het spreken van de taal vergroot de waardering van de gesprekspartner. Tijdens het onderzoek zal blijken tegen welke taalbarrières in de casussen wordt aangelopen. Dit kunnen talen zijn zoals Turks, Marokkaans of Pools, maar ook straattaal of juist jargon. Kennis over de gesprekspartner is ten slotte erg belangrijk, zodat hun gedrag verklaarbaar en voorspelbaar is. Daarnaast zal de boodschapper een positieve houding moeten aannemen tegenover de andere cultuur, betrouwbaarheid uitstralen en respect moeten tonen. Stel oordelen uit, kijk niet vanuit het perspectief van de eigen of vreemde cultuur, maar vanuit een derde perspectief dat beide visies in zich draagt en probeer te kijken naar overeenkomsten in plaats van verschillen (Ibid.: 58). Daarbij zal de zender betrokken en objectief en geheel achter zijn boodschap moeten staan, want de ontvanger zal de boodschap niet als positief ervaren, wat afbreuk doet aan de betrouwbaarheid en geloofwaardigheid van de zender (Hagendoorn & Bloemers, 1996: 49). Tot slot vaardigheden op het sociaal communicatieve vlak, zoals het inleven in de ander en belangstelling tonen, maar ook basisvaardigheden als voorbereiding, luisteren, taalgebruik en feedback spelen een cruciale rol. Als er geen rekening wordt gehouden met deze basisvaardigheden, zal de communicatie stroef verlopen (Severijnen, Bakker & Pas, 2010: 58).

Welk communicatiemiddel wordt gekozen om bewoners te informeren over Buurt Bestuurt hangt af van de doelgroep. Communicatiemiddelen waaruit gekozen kan worden zijn; bericht in een krant, folder, poster, mond tot mond, buurtbestuurt.nl of sociale media. De *tone of voice* is bij informeren neutraal, omdat er geen beïnvloeding van het publiek plaatsvindt. Senioren in een appartement moeten namelijk anders worden benaderd dan jonge gezinnen op een VINEX-locatie. Voor elke buurt geldt dus dat er eerst bepaald moet worden in hoeverre de buurtbewoners kunnen worden opgedeeld in bepaalde doelgroepen. Indelingen kunnen zijn: jong versus oud, autochtoon versus allochtoon, hoger opgeleid versus lager opgeleid, maar ook groepen bewoners die reeds actief zijn in andere initiatieven of groepen bewoners met thuiswonende kinderen. Of er met de verschillende doelgroepen rekening wordt gehouden in de communicatie over Buurt Bestuurt wordt aan de respondenten gevraagd. Welke communicatiemiddelen er worden gebruikt en in hoeverre deze het gewenste resultaat geven zijn bijkomende vragen.

#### *4.2 Mate waarin de doelgroep wordt bereikt*

Nu de doelgroep is bepaald en daarmee de inhoud, het communicatiemiddel en de *tone of voice*, is het van belang dat bewoners zich kunnen vinden in de ideeën van Buurt Bestuurt, alvorens zij benaderd kunnen worden over concrete activiteiten in de buurt, zoals vergaderingen of een schoonmaakactie in de buurt. Doordat de ontvangers selectief in hun aandacht zijn zal slechts een deel de boodschap direct ontvangen. Deze groep kan worden vergroot door het *two-step-flow* patroon. De boodschap wordt opgepikt door opinieleiders en zij verspreiden dit in hun netwerk. Er zal dus moeten worden gezocht

naar opinieleiders in de buurt. Het *multi-step-flow* model stelt dat verschillende mensen op verschillende momenten een bepaald product of dienst accepteren. Dit wordt verklaard door *word of mouth*. Personen worden voornamelijk beïnvloed door het oordeel van de ander. Hierbij speelt interpersoonlijke communicatie een grote rol, zoals telefoongesprekken, vergaderingen en briefwisseling. Wanneer dit proces online plaatsvindt wordt het ook tot mond tot mond gerekend. Het gebruiken en begrijpen van een netwerk is erg belangrijk. Bepaal eerst alle betrokkenen rondom een onderwerp. In een buurt kunnen dat verschillende partijen zijn: bewoners, professionals zoals de deelgemeente, politie of Stadstoezicht, of andere partijen in een buurt zoals een bewonerscommissie, sportvereniging, basisschool, enzovoort. Instituties zoals scholen spelen een belangrijke rol bij de ontwikkeling en overdracht van gedragsnormen. Hiermee hebben ze een tool in handen om burgerparticipatie te bevorderen. Bepaal per betrokken partij welke personen daarbinnen een bijdrage kunnen leveren. Zorg tenslotte dat er een platform ontstaat waar verschillende netwerken elkaar kunnen ontmoeten, wat een ondergrond biedt voor samenwerking. Buurt Bestuurt is zo'n platform. Om het bereik te vergroten zal er ook gebruik moeten worden gemaakt van digitale netwerken. Hier worden verbindingen makkelijker gelegd, doordat internet sneller en plaats- en tijdonafhankelijker is, waardoor veel mensen tegelijk benaderd kunnen worden. Er is een communicatiesysteem speciaal voor Buurt Bestuurt, namelijk buurtbestuurt.nl, maar kijk ook naar andere media zoals facebook en twitter.

Burgers nemen over het algemeen niet spontaan deel aan een activiteit. Ze worden bijna altijd gevraagd door mensen uit de buurt, zoals professionals, reeds betrokken bewoners en bekenden in de buurt. Door de vorming van kleinere sociale eenheden in plaats van een groot netwerk, kennen de deelnemers elkaar en wordt de zichtbaarheid van elkaars gedrag vergroot. Solidariteit en vertrouwen neemt in deze netwerkjes toe, waardoor deelnemers bereid zijn zich meer in te spannen. Er liggen verschillende communicatiestoringen op de loer waar op moeten worden geanticipeerd. Dit zijn verstoringen in de context, zoals ruis. Interne ruis kan ontstaan door vaagheid, vooroordelen en stereotypen, of gebruik van jargon dat niet aansluit bij de doelgroep. Ook kan de zender redundantie, ofwel overbodig nieuws bevatten voor de ontvanger. Externe ruis wordt veroorzaakt door factoren buiten het communicatieproces. Valt de communicatie over Buurt Bestuurt op te midden van alle reclamefolders? Want mensen selecteren op basis van hun referentiekader. Dit komt doordat iedere ontvanger geen onbeschreven blad is, waardoor de boodschap aan de hand van eerder opgedane kennis, ervaring, opleiding en achtergrond wordt geïnterpreteerd. Onder andere persoonlijkheidskenmerken en sociaal economische kenmerken zijn hier verantwoordelijk voor. Communicatiestoornissen in de boodschap zelf kunnen ontstaan wanneer er geen rekening wordt gehouden met de eerder genoemde voorwaarden voor effectieve communicatie en wanneer de competenties van de zender op intercultureel gebied niet voldoen.

In het kader van het bereiken van de buurtbewoners, wordt aan de respondenten gevraagd in hoeverre bewoners daadwerkelijk worden bereikt. Op welke wijze horen ze van Buurt Bestuurt en waar wordt de informatie verspreid? Worden ze bereikt via het communicatiemiddel dat is gebruikt, of via iemand in de buurt die erover heeft verteld. Maar ook in hoeverre de bestaande netwerken hierbij in worden gezet als middel om de boodschap onder zoveel mogelijk bewoners te verspreiden. Niet alleen in de buurt, maar ook digitale netwerken zoals buurtbestuurt.nl en sociale media zoals facebook en twitter. Ook wordt aan de respondenten gevraagd in hoeverre zij zelf bezig zijn met het vergroten van de naamsbekendheid van Buurt Bestuurt onder de bewoners.

#### *4.3 Mate waarin de bereikte doelgroep wordt gemotiveerd*

Nu de sympathisant is bereikt, zal hij gemotiveerd moeten worden daadwerkelijk te gaan participeren in Buurt Bestuurt. Het is motiverend als de uitdaging van de deelname en de toerusting die de sympathisant bezit, op elkaar aansluiten. Als de uitdaging en toerusting niet in balans zijn, zal de burger minder gemotiveerd zijn deel te nemen. Maar onvrede en frustratie over bepaalde kwesties is zo'n sterk motief voor burgerbetrokkenheid, dat dit tevens de doorslag kan geven in het proces tot participatie.

Meestal is de bereidheid tot participatie een kwestie van het afwegen van de kosten en baten. Naast de collectieve prikkel, neemt de selectieve prikkel een groot deel van de baten voor haar rekening. Er is dus altijd naast het collectief ook een individueel motief om te participeren. Het benadrukken van de urgentie van het probleem is een manier om mensen voor het collectief belang op te laten komen (Klandermans & Seydel, 1991: 5). Of er moet een *trigger* moet zijn waardoor mensen in actie komen. Dit kan een specifiek incident zijn zoals een inbraak in een huis, een overval op straat, onvrede over een bepaalde beslissing van de gemeente. Van Stokkom en Toenders stellen dat de identificatie met de buurt de belangrijkste *trigger* is voor bewonersactivisme. Hierbij spelen indicatoren een rol zoals de tijd dat iemand in de buurt woont, contact heeft met buurtgenoten en de regelmaat en ernst van negatieve incidenten. Diegenen die zich deelgenoot voelen in de wijk zijn dan ook veel meer bereid zich in te zetten voor dingen als collectieve misdaadpreventie. De sociale omgeving van een burger speelt dus een heel belangrijke rol bij het zich wel of niet inzetten voor de maatschappij. Allereerst omdat zij beïnvloed worden door de mening van vrienden en familie. Burgers zijn bereid tot participatie wanneer de sociale cohesie, ofwel de mate waarin een burger zich aangetrokken voelt tot de buurt, goed is, wanneer ze vertrouwen hebben in de professionals in de buurt, wanneer ze wellicht een eigen woning bezitten en als ze bepaalde wanorde daadwerkelijk waarnemen en zich eraan storen. Daarnaast is sociaal kapitaal van belang, wat gaat over sociale netwerken, gedeelde normen en waarden en onderling vertrouwen. Als het sociaal kapitaal in een buurt goed is, is het mogelijk om samenwerkingsverbanden op te zetten en samen te werken aan het verbeteren van de buurt.

Om te kunnen bepalen waardoor de bereikte groep wel of niet wordt gemotiveerd wordt gevraagd naar wat de respondenten denken dat de meest voorkomende motieven zijn om met Buurt Bestuurt mee te doen. De verwachte antwoorden vanuit de theorie zijn: identificatie met de buurt, woonhuis, ergens langere tijd wonen, trigger: bv hondenpoep voor hun huis of vrienden/kennissen doen ook mee, maar ook de relatief grote macht die ze hebben binnen Buurt Bestuurt. Ook wordt er gevraagd wat de meest voorkomende motieven zijn niet mee te doen. De verwachte antwoorden vanuit de theorie zijn: geen tijd, Buurt Bestuurt werkt niet, ik kan niks bijdragen en er doen al genoeg mensen mee. Er wordt tevens gevraagd in hoeverre de actieve bewoners en professionals op deze argumenten inspelen en of er inmiddels bewoners zijn afgehaakt en wat de reden hiervoor is.

#### *4.4 Mate waarin de gemotiveerde bewoner deelneemt aan Buurt Bestuurt*

De mate waarin de gemotiveerde bewoner daadwerkelijk tot participatie overgaat, heeft te maken met het gedragsdoel, ofwel de verandering van een passieve naar een actieve burger. Er moeten hierbij twee barrières worden overwonnen. Bij het drempelprobleem vraagt de bewoner zich af of er genoeg mensen meedoen en bij het zwartrijderprobleem denkt de bewoner dat zijn bijdrage nutteloos is omdat er al genoeg mensen mee doen. Er zal dus zorgvuldig moeten worden gecommuniceerd om zoveel mogelijk burgers te laten participeren. De meest voorkomende barrières zijn geld, tijd en kennis. Geld speelt bij Buurt Bestuurt geen rol. Over kennis hebben we het eerder al gehad, dan nog de factor tijd. Probeer inzichtelijk te krijgen wat de wensen van de bewoners zijn wat betreft hun tijdsplanning, zodat hier rekening mee kan worden gehouden. Plan een bijeenkomst 's avonds, omdat overdag veel mensen werken, of overdag voor de mensen die thuis zijn.

Hoe hoger de burger op de participatieladder staat, hoe meer invloed hij heeft. De actievelingen in Buurt Bestuurt staan op de hoogste trede, namelijk meebeslissen. Wat inhoudt dat zij beslissen waar er in Buurt Bestuurt over gepraat wordt, waarin ze samen met de professionals gaan over de ontwikkeling en besluitvorming van beleid en dat de professionals bij de uitvoering een faciliterende en uitvoerende rol hebben. In hoeverre deze verantwoordelijkheden ervoor zorgen dat bewoners wel of niet kunnen en willen participeren, wordt in de praktijk onderzocht. Omdat het van belang is zo veel mogelijk bewoners kennis te laten nemen van Buurt Bestuurt, zal er een maat moeten worden genomen waarmee gemeten kan worden of het gestelde doel is bereikt. Buurt Bestuurt is te vergelijken met een product. Het begint met een kleine groep enthousiastelingen en groeit steeds verder uit. Op welk punt het *tipping point* zit waardoor een bepaalde kritische massa enthousiast is over Buurt Bestuurt kan niet precies worden gezegd. Wetenschappers gaan uit van 10% van de populatie. Als dus 10% van een buurt rotsvast gelooft in de werkwijze Buurt Bestuurt, zal dit idee door de meerderheid van de buurt worden overgenomen. Er wordt daarom aan de respondenten gevraagd of zij in kunnen schatten hoeveel bewoners kennis hebben genomen van Buurt Bestuurt en hoeveel er daadwerkelijk actief mee doen.

## 5. Methodologie

Dit hoofdstuk staat in het teken van de keuzen voor bepaalde methoden en technieken die worden gebruikt bij het uitvoeren van het onderzoek. Deze keuzen zullen tevens worden verantwoord.

### 5.1 Onderzoeksstrategie

Dit onderzoek heeft de vorm van een meervoudige kwalitatieve gevalsstudie, waarbij twee casussen worden onderzocht (van Thiel, 2007: 97). Te weten twee buurten waar met Buurt Bestuurt wordt gewerkt. Het onderzoek is kwalitatief van aard, waarbij de twee casussen met elkaar vergeleken worden, zodat er wellicht meer algemene uitspraken kunnen worden gedaan over Buurt Bestuurt in de gemeente Rotterdam.

### 5.2 Casusselectie

In de gemeente Rotterdam zijn inmiddels bijna vijftig buurten die actief met Buurt Bestuurt werken. Gezien het tijdsbestek is het onmogelijk al deze buurten te onderzoeken. Er is daarom de keuze gemaakt twee buurten te onderzoeken. De keuze is gevallen op twee buurten uit twee verschillende deelgemeenten, zodat de invloed van de deelgemeente te vergelijken valt. Daarnaast zijn beide buurten aangesloten op het communicatiesysteem [www.buurtbestuurt.nl](http://www.buurtbestuurt.nl). Dit is van belang om een vergelijking te kunnen maken wat betreft de omgang met deze website. De ene buurt ligt in de deelgemeente Centrum en is Cool-Zuid, de andere buurt ligt in de deelgemeente IJsselmonde en is Sportdorp. Er is voor Cool-Zuid gekozen, omdat de bewoners daar een grote rol vervullen. Zij zijn namelijk het bestuur en de professionals sluiten slechts aan. Lang niet alle buurten hebben zich al zo ontwikkeld. Het is daarom erg interessant onderzoek te doen naar de reden waarom deze bewoners zich zo actief inzetten voor Buurt Bestuurt. Daarnaast is er voor Sportdorp gekozen. Hier zijn de bewoners nog niet zo actief. Omdat zij de derde buurt binnen IJsselmonde zijn waar met Buurt Bestuurt is gestart, is het interessant te kijken in hoeverre ze van de bestaande buurten dingen hebben geleerd. Tot slot is er bij eerdere onderzoeken naar Buurt Bestuurt niet gekozen voor deze twee casussen. Hierdoor hoop ik een grotere medewerking te verkrijgen bij het afnemen van interviews. In het volgende hoofdstuk worden de casussen uitgebreid beschreven.

### 5.3 Technieken

Er wordt een aantal onderzoeksinstrumenten gebruikt om informatie te verzamelen. Allereerst wordt er een analyse gedaan van bestaand materiaal. Dit biedt het startpunt voor verder onderzoek. Verschillende documenten over Buurt Bestuurt worden hiervoor gebruikt, zoals onderzoeksrapporten, factsheets en informatie van [www.buurtbestuurt.nl](http://www.buurtbestuurt.nl). Vervolgens worden er semigestructureerde interviews afgenomen bij respondenten die wonen, werken of ondernemen in Cool-Zuid en Sportdorp. Het semigestructureerde interview bestaat uit een aantal vooraf opgestelde vragen, ofwel de

interviewhandleiding. Deze vragen zijn zo opgesteld dat de werkelijkheid kan worden geanalyseerd aan de hand van het theoretisch kader (van Thiel, 2007: 107). Daarnaast is er ruimte om anderszins belangrijke punten te bespreken, wat de volledigheid en de kwaliteit van het onderzoek ten goede komt. Naast deze interviews worden er ook straatgesprekken gehouden, waarbij een paar korte vragen over Buurt Bestuurt worden gesteld. De interviews zijn de belangrijkste databron van het onderzoek, namelijk dertien semigestructureerde interviews en vijftien straatgesprekken.

#### *5.4 Verantwoording respondenten*

Binnen de gekozen casussen wonen, werken en ondernemen duizenden mensen. Buiten het feit dat het niet noodzakelijk is bij elk persoon binnen die populatie een semigestructureerd interview af te nemen is dat gezien het tijdsbestek ook niet haalbaar. Er is daarom gekozen om bepaalde mensen te selecteren. De respondenten zijn doelbewust geselecteerd op basis van hun ervaring in Buurt Bestuurt. Er wordt onderscheid gemaakt tussen de buurtbewoners en professionals die met Buurt Bestuurt werken. De professionals bestaan per buurt uit de deelgemeenteambtenaar, wijkagent en stadswachten. Er is voor deze partijen gekozen, omdat zij doorgaans aanwezig zijn bij Buurt Bestuurt bijeenkomsten en zich hier voor inzetten. Aangezien professionals dagelijks in het onderzoeksveld aanwezig zijn en daardoor de buurtbewoners goed kennen, zal er naar aanleiding van hun tips een keuze worden gemaakt in de te interviewen bewoners.

In beide buurten word de deelgemeenteambtenaar en medewerkers van Stadstoezicht geïnterviewd. In Cool-Zuid wordt ook de wijkagent ondervraagd, dat is wegens persoonlijke omstandigheden niet mogelijk bij de wijkagent van Sportdorp. In Cool-Zuid worden vier en in Sportdorp worden drie actieve bewoners geïnterviewd, allen voorgedragen door de professionals binnen de buurten. Naast het interviewen van mensen uit de twee casussen, wordt er ook naar de mening van Hans Hoekman gevraagd. Hij is de *founding father* van Buurt Bestuurt en is daarom een interessant persoon om een interview bij af te nemen. Hij heeft zo'n beetje alles gezien op het gebied van Buurt Bestuurt en weet dan ook veel over het bereiken en activeren van bewoners. Hij beantwoordt de vragen uit het interview in algemene zin, dus niet specifiek voor de twee casussen. Kortom, er worden in totaal dertien semigestructureerde interviews afgenomen.

Naast de semigestructureerde interviews, wordt in beide buurten een aantal straatgesprekken gehouden, waarbij er willekeurig mensen op straat worden aangesproken. Dit om enigszins te kunnen peilen of bewoners Buurt Bestuurt kennen, zo ja waarvan. Of ze mee doen, waarom wel of waarom niet? Er worden ongeveer vijftien straatgesprekken afgenomen.



### *5.5 Betrouwbaarheid en validiteit*

De betrouwbaarheid van een onderzoek wordt bepaald door zowel de nauwkeurigheid als de consistentie waarmee variabelen worden gemeten (van Thiel, 2007: 55). Om de nauwkeurigheid in dit onderzoek te waarborgen, worden de interviews afgenomen met behulp van een interviewhandleiding. Deze handleiding is opgesteld aan de hand van de operationalisatie, waardoor in de interviews gevraagd wordt naar hetgeen in dit onderzoek gemeten dient te worden. Hierbij worden de interviewvragen zorgvuldig geformuleerd, zodat de vragen niet al te wetenschappelijk en theoretisch van aard zijn, maar helder en duidelijk voor de respondenten. De consistentie van het onderzoek heeft betrekking op de herhaalbaarheid van het onderzoek. Onder dezelfde omstandigheden, zal eenzelfde meting leiden tot dezelfde bevindingen (Ibid.). Door nauwkeurig te werk te gaan, zijn de onderzoeksbevindingen niet toevallig, maar systematisch. Waardoor er op een systematische wijze uitspraken kunnen worden gedaan over de onderzoeksbevindingen.

Het onderzoek is valide als er wordt gemeten, naar aanleiding van de empirische observaties, wat er wil worden gemeten. Met interne validiteit wordt de geldigheid van het onderzoek bedoeld (Ibid.: 56). Voordat daadwerkelijk met informatieverzameling uit interviews is begonnen, is er een onderzoek ontwerp gemaakt, een theoretisch kader vastgesteld, deze op een nauwkeurige wijze geoperationaliseerd, zijn de respondenten zorgvuldig geselecteerd en is de keuze verantwoord en is er een interviewhandleiding opgesteld voor professionals en voor bewoners. Door deze systematiek is de geldigheid van het onderzoek vergroot, waardoor de hoofdvraag zo goed mogelijk beantwoord kan worden. Daarentegen betreft externe validiteit de generaliseerbaarheid van het onderzoek, ofwel gelden de resultaten voor alle Buurt Bestuurt-buurtten (Ibid.: 57). Aangezien er bijna vijftig Buurt Bestuurt-buurtten zijn en er slechts twee worden onderzocht, is het moeilijk de onderzoeksresultaten te generaliseren. Wel kunnen de twee casussen met elkaar worden vergeleken, waarbij wordt meegenomen of er bepaalde gegevens van de buurt een belangrijke rol spelen. Denk aan de samenstelling van de buurt, jong versus oud, autochtoon versus allochtoon, koophuis versus huurhuis, enzovoort. Hierdoor kunnen op bepaalde vlakken uitspraken worden gedaan die wellicht gelden voor alle Buurt Bestuurt-en. Vervolgonderzoek kan de uitspraken bevestigen of ontcrachten.

Echter wordt er in dit onderzoek wel gebruik gemaakt van triangulatie. Het bestaande materiaal wordt geanalyseerd, alvorens de semigestructureerde interviews en de straatgesprekken worden afgenomen. Dit komt de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek ten goede (Ibid.: 59).

# III Empirisch deel

## 6. Werkwijze Buurt Bestuurt

Buurt Bestuurt is geïnspireerd op een succesvolle Amerikaanse werkwijze *Chicago Alternative Policing Strategy* (CAPS). Sinds 1993 vinden in alle 279 wijken in Chicago maandelijkse bijeenkomsten plaats, waarbij de politie samen met burgers de aangekaarte en geprioriteerde problemen aanpakt. Daarbij neemt het vertrouwen tussen burgers en de politie toe. Ook is het politiewerk zichtbaarder geworden, waardoor de bereidheid om melding te doen van incidenten is vergroot. Een bijkomstig effect is dat bewoners zich veiliger voelen dan voorheen. Zoals in de inleiding al is aangegeven is Buurt Bestuurt ruim vier jaar geleden ontwikkeld door twee Rotterdamse wijkagenten. In 2009 werd er gestart met een pilot in de Pupillenbuurt in de deelgemeente Delfshaven. Nu, september 2013, zijn er bijna vijftig buurten door heel Rotterdam aan de slag met Buurt Bestuurt. Buurt Bestuurt is een middel om de veiligheids- en leefbaarheidsproblematiek in een buurt aan te pakken door middel van intensieve samenwerking tussen de verschillende partijen in de buurt. Zij stellen samen een lijst van prioriteiten op. De top-3 van deze problemen worden als eerste aangepakt. De professionals geven vervolgens aan op welke manier dit gebeurt. De bewoners geven hierbij ook aan welke bijdrage zij zelf kunnen leveren. Deze problemen worden veelal door de gehele buurt gedeeld. De bewoners weten tenslotte het beste wat er in hun wijk speelt. Hier moeten de professionals hun voordeel mee doen (Buurt Bestuurt voor bewoners, 2012). Door intensieve samenwerking tussen de burgers en professionals zal het onderlinge vertrouwen toenemen. Ook als een probleem niet direct opgelost kan worden, kan erover worden gepraat en ondervinden alle partijen dat het zo eenvoudig nog niet is. Deze samenwerking blijkt voor veel buurten een succes te zijn, maar de werkwijze is nog altijd in ontwikkeling. Zo wordt er getracht eerder gemaakte fouten niet opnieuw te maken in andere buurten, maar elke buurt zal ook van haar eigen fouten moeten leren.

Burgemeester Aboutaleb is erg enthousiast over de werkwijze. Op 17 december 2012 schrijft hij een brief aan de gemeenteraadscommissie Bestuur, Veiligheid en Middelen waarin hij de commissie informeert over de stand van zaken wat betreft de invoering van Buurt Bestuurt. Tevens wijst hij op het belang van het vergroten van het bereik van Buurt Bestuurt, zodat meer bewoners op de hoogte zijn van de activiteiten in hun buurt en geprikkeld worden om mee te doen. Hij benadrukt hierbij dat de betrokkenheid van bewoners bij de aanpak van de veiligheids- en leefbaarheidsproblemen in de eigen buurt cruciaal is. Hij wil graag dat alle Rotterdammers op deze manier kunnen meepraten en meebeslissen over de veiligheid en leefbaarheid in hun buurt.

‘Bewoners zijn de ogen en de oren van de deelgemeente, politie en Stadstoezicht en daarnaast kunnen zij ook zelf dingen doen om problemen te verminderen. Buurt Bestuurt blijkt daarbij een goede werkwijze om gestalte te geven aan samenwerking tussen overheid en bewoners’ (Aboutaleb, 2012).

### *6.1 Buurtcomité*

Het buurtcomité is een belangrijk visitekaartje in de buurt. In dit comité nemen ongeveer 10 tot 15 buurtbewoners deel en een aantal professionals. Zij komen gemiddeld elke zes weken bijeen. Er wordt naar gestreefd de buurt door het comité op een goede manier te laten vertegenwoordigen. Eén van de regels is dan ook; er moet op tijd worden gezocht naar genoeg deelnemers, zodat er genoeg bewoners zijn die de werkwijze dragen. Het hebben van een goede afspiegeling van de buurt is een pré, zodat het makkelijker is het algemeen belang te vertegenwoordigen en niet het individuele belang (Buurt Bestuurt voor bewoners, 2012).

### *6.2 De professionals*

Er zijn verschillende professionals betrokken bij Buurt Bestuurt. Allereerst een deelgemeenteambtenaar. De deelgemeente beslist over het algemeen of er in een buurt gestart wordt met de werkwijze. Over het algemeen wordt de deelgemeenteambtenaar gevraagd Buurt Bestuurt in een bepaalde buurt te trekken. Samen met de wijkagent en de stadswachten wordt er een plan gemaakt hoe Buurt Bestuurt op te zetten. In dit stadium worden er ook bewoners bij betrokken. Vaak gaat het hier om sleutelfiguren uit de buurt die de professionals al kennen. De professionals willen van de bewoners horen of zij in hun ogen wel de juiste problematiek op de juiste manier aanpakken. De bewoner laat vanuit zijn oogpunt zien welke problemen er zijn en hoe zij kunnen worden verbeterd en de politieagent maakt zichtbaar waar hij zich mee bezighoudt. Door deze wisselwerking zullen beide partijen elkaar beter begrijpen. Ook Stadstoezicht heeft zich bij de werkwijze van Buurt Bestuurt aangesloten. Door regelmatig met buurtbewoners te overleggen, horen zij welke problemen voor hen belangrijk zijn. Stadstoezicht valt onder het gemeentelijk cluster Stadsbeheer, bestaande uit Roteb, Stadstoezicht (STZ) en Gemeentewerken (GW) Buitenruimte (Gemeente Rotterdam, 2013). Afhankelijk van de onderwerpen die besproken worden, schuiven andere partijen aan. Wanneer het bijvoorbeeld gaat over vuil op straat, schuift de Roteb aan om te kijken hoe zij hun rol in het proces kunnen verbeteren. Door bewoners inspraak te geven in het besteden van 200 uur extra politie en 200 uur extra Stadstoezicht in hun buurt, ontstaat de mogelijkheid voor de bewoners om zelf te bepalen welke acties moeten worden uitgevoerd. Ze hebben meestal betrekking op de veiligheidsproblematiek. Denk bijvoorbeeld aan het controleren op verkeerd geparkeerde auto’s of een snelheidscontrole. Andere overlastgevende zaken zoals vuil op straat en hondenpoep zijn ook vaak voorkomende problemen en hebben meer met leefbaarheid te maken (Gemeente Rotterdam Buurt Bestuurt, 2013). Het doel van het geven van inspraak aan bewoners is ze te enthousiasmeren voor de werkwijze en de

aanpak van de problemen een boost geven. Op deze manier hebben zowel bewoners als professionals een goede reden om met elkaar om de tafel te gaan zitten en in actie te komen (Communicatie Buurt Bestuurt, 2011). Na afloop van de in totaal 400 uur extra professionele hulp houdt de samenwerking niet op. De lijntjes tussen bewoners en professionals zijn korter geworden, waardoor snel en effectief geanticipeerd kan worden op problemen.

### *6.3 Starten met Buurt Bestuurt*

Het gebied waar Buurt Bestuurt in een buurt betrekking op heeft mag niet te groot zijn, omdat de problemen van straat tot straat kunnen verschillen. Om te kunnen bepalen of Buurt Bestuurt in een bepaalde buurt werkt, wordt altijd begonnen met een zogenaamde nulmeting. Het afnemen van zo'n eerste enquête dient verschillende doelen. Allereerst is het een goede manier om met de buurtbewoners in gesprek te komen. Daarnaast worden alle problemen in een bepaalde buurt geïnventariseerd. Door het gesprek is het gemakkelijk te vragen of ze eventueel interesse hebben om in het buurtcomité plaats te nemen, of dat ze zich wellicht op een andere manier voor hun buurt willen inzetten. Wanneer ze hier niet geïnteresseerd in zijn, ontstaat de mogelijkheid te vragen wat de achterliggende reden hiervoor is. Door deze inzichten kan hier in de toekomst op worden ingespeeld. Het herhalen van de enquête na enkele weken, om zo een één meting te krijgen, is van essentieel belang om inzichtelijk te maken of de acties van Buurt Bestuurt effect hebben gehad. Een positief resultaat biedt de mogelijkheid andere bewoners ook te interesseren voor Buurt Bestuurt (Communicatie Buurt Bestuurt, 2011).

### *6.4 Communicatie over Buurt Bestuurt*

Communicatie is een sleutelbegrip bij de werkwijze Buurt Bestuurt. Professionals dienen dan ook open en eerlijk te vertellen wat ze aan bepaalde problematiek kunnen doen. Hierdoor scheppen zij geen verwachtingen die ze later niet na kunnen komen (Buurt Bestuurt voor bewoners, 2012). Daarnaast is de terugkoppeling van resultaten van essentieel belang. Om professionals en bewoners te ondersteunen in de onderlinge communicatie is [buurtbestuurt.nl](http://buurtbestuurt.nl) ontwikkeld. De professionals kondigen hun acties aan bij de buurtbewoners en achteraf laten ze ook weten wat de resultaten hiervan zijn. De bewoners kunnen zelf kiezen hoe ze hiervan op de hoogte worden gesteld, bijvoorbeeld per mail, sms of per applicatie op de smartphone (Gemeente Rotterdam Buurt Bestuurt, 2013). Naast dit vernieuwende communicatiesysteem wordt ook gebruik gemaakt van allerlei anderen soorten media zoals; flyers, posters, aanbellen van deur tot deur, stukjes in lokale krantjes en mond-tot-mondreclame. Er zijn dus verschillende middelen die door Buurt Bestuurt kunnen worden gebruikt. Bedenk echter wel van te voren met welk doel er gecommuniceerd zal worden. Gaat het bijvoorbeeld om het informeren van bewoners, het aankondigen van acties of het communiceren van resultaten (Communicatie Buurt Bestuurt, 2011).

## 7. Bevindingen

In dit hoofdstuk worden de bevindingen over Buurt Bestuurt Cool-Zuid en Sportdorp gepresenteerd. Deze bevindingen zijn afkomstig uit het literatuuronderzoek, de semigestructureerde interviews en de straatgesprekken. De vergelijkende paragraaf vergelijkt beide casussen op verschillen en overeenkomsten, dat tevens het startpunt is voor de analyse.

### 7.1 Cool-Zuid

Cool Zuid is een echte centrumwijk in de grote stad. De sfeer binnen deze wijk doet zelfs een beetje volks aan. Twee jaar geleden startte Buurt Bestuurt in Cool-Zuid. Het was de eerste buurt in het centrum en werd dan ook als pilot gestart. In eerste instantie ging het om een aantal straten die bekend stonden om bepaalde problematiek. Later is het bewust uitgebreid naar Cool-Zuid en niet heel Cool, omdat Cool-Noord een heel andere karakteristiek heeft. Noord is meer ondernemen en Zuid is, op de Witte de Withstraat na, meer wonen. Daarom is voor het gebied gekozen ten zuiden van Westblaak, ten westen van de Schiedamsedijk, ten noorden van het Vasteland en ten oosten van de Eendrachtsweg (Buurtbestuurt.nl: Cool-Zuid).



Figuur 5: Kaart Cool-Zuid

Cool-Zuid telt 3455 inwoners, hiervan is 53% man en 47% vrouw. Het is een wijk met relatief weinig jongeren, 20% van de inwoners is 22 jaar of jonger. Meer dan de helft van de inwoners, 52% is tussen de 23 en 49 jaar. Dit is duidelijk de grootste groep binnen Cool-Zuid en ligt hoger dan het Rotterdams gemiddelde. Daarentegen is de verhouding autochtoon-allochtoon bijna gelijk, namelijk 51% autochtoon en 49% allochtoon, wat gelijk is aan het Rotterdams gemiddelde.

#### 7.1.1 Buurt Bestuurt Cool-Zuid

Toen er eenmaal besloten was een pilot van Buurt Bestuurt te starten in Cool-Zuid, zijn politie en Stadstoezicht meteen aan de slag gegaan. Zij hebben vijfminuten gesprekjes gehouden over de punten die in de nulmeting uit de toolkit, te vinden op rotterdam.nl/buurtbestuurt, aan bod komen. Deze gesprekjes worden altijd al gehouden, maar dit keer stonden ze in het teken van Buurt Bestuurt. Er is daardoor niet bekend wie er precies hebben geantwoord. Doordat er geen officiële nulmeting is

gehouden, is er ook geen één meting gehouden, waaraan kan worden afgeleid of er met Buurt Bestuurt vorderingen worden gemaakt en of het dus werkt. De professionals vanuit de deelgemeente, politie en Stadstoezicht hebben een jaar lang de kar getrokken. Ze gaven aan steeds meer als loket te zijn gaan functioneren, waarbij bewoners met wensenlijstjes kwamen en de professionals deze zo goed mogelijk probeerden uit te voeren. Ze beseften dat dit niet de toegevoegde waarde van Buurt Bestuurt zou moeten zijn. Er is daarom een plenaire bijeenkomst Buurt Bestuurt georganiseerd, waarbij iedereen uit Cool-Zuid is uitgenodigd.

‘Voor de bijeenkomst over de evaluatie van het eerste jaar Buurt Bestuurt in Cool-Zuid heeft iedereen een flyer gehad. Hier zat meteen een leermoment in, want bij de start hebben we alleen maar geflyerd in de straten waar wij geprioriteerd hadden en waar we dachten Buurt Bestuurt op los te laten. De rest van de wijk hebben we daarbij niet geïnformeerd. Tijdens de presentatie van de eindevaluatie kwamen er opeens veel meer bewoners uit een heel ander deel van de wijk, ongeveer 25 man waren er die avond aanwezig. Er is een lijst gepresenteerd met wat de professionals de afgelopen tijd hebben gerealiseerd: snelheidsmetingen, terugdringen overlast op plein ’t Landje, enzovoort. De aanwezigen begonnen te applaudisseren: Knap zeg, wat fijn die goede resultaten. Toen hebben we gezegd, zo: nu doen wij niks meer.’

De aanwezigen bleken dit toch wel erg jammer te vinden. Zeker wanneer ze niks zouden doen met de uren van de politie en Stadstoezicht die zij mochten prioriteren. Er ging een aantal handen de lucht in van mensen die de verantwoordelijkheid daar wel voor wilden nemen. Deze mensen dachten: laten wij het dan proberen, nog één keer. We maken een doorstart, proberen mensen te mobiliseren en we kijken wat we hier in Cool-Zuid met Buurt Bestuurt kunnen bereiken. De professionals hadden deze ommeezwaaai van 180 graden totaal niet verwacht. Er stonden dus een aantal heel enthousiaste bewoners op die de kar wel wilden trekken, waardoor het initiatief vanuit de wijk veel groter is geworden. Er waren in totaal drie bewoners die het stokje van de professionals wel wilden overnemen. Zij vielen onder de nieuwe groep bewoners die in eerste instantie niet aansloten bij Buurt Bestuurt. Slechts één bewoner is al die tijd al actief bij Buurt Bestuurt. Mijn vraag was dan ook: Waarom bent u al die tijd gebleven terwijl anderen zijn afgehaakt toen er een nieuwe groep bewoners opstond?

‘Ik denk dat ik dat deed, omdat ik vond dat ik het niet kon maken om af te haken, met name voor de wijkagent, die is zo belangrijk voor ons. Hij doet zo’n goed werk, dat ik dacht ja hij zit hier ook op z’n avond. En er moet toch iemand komen. Ik wilde solidair naar onder andere de wijkagent zijn, met de gedachte iemand moet het doen.’

In eerste instantie waren met name de bewoners die normaliter ook al betrokken zijn bij activiteiten in de buurt, betrokken bij Buurt Bestuurt. Een respondent stelde dat deze bewoners in de zogenaamde ‘consumentenstand zitten’, wat betekent dat zij hun klachten doorgaven, maar niet bereid waren zich

actief in te zetten bij het oplossen van hun klacht. Deze groep bewoners kan volgens hem getypeerd worden als de volksgroep. Deze mensen wonen van oudsher al in Cool-Zuid en hebben de wijk zien groeien tot wat hij nu is. Doordat de insteek van Buurt Bestuurt na een jaar totaal is veranderd, wordt Buurt Bestuurt op dit moment vertegenwoordigd door een andere groep mensen. Het zijn met name hoger opgeleiden die het initiatief hebben genomen Buurt Bestuurt voort te zetten en hiervoor de verantwoordelijkheid te dragen.

‘Over het algemeen hebben deze mensen een wat groter netwerk en een beter besef hoe de overheid in elkaar zit. Daarop anticiperen ze en ze beseffen dat als zij het niet zeggen, het niet gaat gebeuren. Dan worden de problemen niet gekend. Hierdoor zitten ook de professionals veel beter in hun Buurt Bestuurt rol, maar wij als professionals moeten de boel nog wel sterk aanjagen. Ik ben heel blij als de agenda er op tijd uit gaat. En ik ben heel blij als ik binnen afzienbare tijd notulen zie verschijnen. Ik moet er vaak wel achteraan bellen, want het gaat allemaal niet vanzelf.’

Eens in de 6 a 8 weken is er een bijeenkomst in de Schotse kerk. De bijeenkomsten variëren enigszins qua grootte en zijn open voor iedereen uit Cool-Zuid. Op 25 september ben ik zelf naar de Schotse kerk afgereisd om een Buurt Bestuurt bijeenkomst bij te wonen. Er waren 34 personen aanwezig waarvan zo'n 28 bewoners en ondernemers uit Cool-Zuid. De bewoners die actief zijn binnen Buurt Bestuurt Cool-Zuid zijn niet representatief voor de buurt. De hoger opgeleiden zijn oververtegenwoordigd. De meesten zijn tussen de 35 en 55 jaar oud. Er nemen naar verhouding tot de buurt vrij weinig allochtone mensen deel en jongeren ontbreken geheel, maar wordt dit als een probleem gezien? Een respondent zegt hierop dat er voor gewaakt wordt dat het niet als probleem wordt gezien, omdat het ontzettend moeilijk is een representatieve vertegenwoordiging bij elkaar te brengen. Een respondent zegt dat er eigenlijk geprobeerd moet worden dat de deelnemers aan Buurt Bestuurt zo verspreid wonen over de buurt, dat elke straat vertegenwoordigd is. Door wie maakt in dat geval niet veel uit. Maar het hebben van hoger opgeleiden kan volgens een andere respondent ook een voordeel zijn, omdat deze mensen snappen wat het concept inhoudt, snappen wat de bedoeling is, maar ook weten waar de grenzen liggen van wat wel en niet kan. Een andere respondent heeft de indruk dat de groep die nu actief is in zijn of haar leven ook gewend is de zaken naar haar hand te zetten, waardoor Buurt Bestuurt door de ogen van de ‘oude’ Rotterdammers meer een ‘yuppen clubje’ is geworden. Op welke wijze kunnen de mensen die al langer in de wijk wonen bij Buurt Bestuurt worden betrokken? De bewoners die al lang in Cool-Zuid wonen beginnen er een beetje buiten te vallen. Voor hen is de drempel om deel te nemen te hoog, mede doordat zij soortgelijke initiatieven in het verleden hebben zien mislukken. Het is moeilijk deze drempel weg te nemen. Praten met deze mensen en laten zien wat Buurt Bestuurt bereikt heeft, zijn de meest gehoorde argumenten om deze mensen ook te betrekken. Een bewoner zegt hierover dat het hier gaat om lange adem werk.

De bewoners die zich aansluiten bij Buurt Bestuurt kenden elkaar lang niet allemaal. Inmiddels kennen ze elkaar in ieder geval van gezicht en hebben ze iets gemeenschappelijks, namelijk Buurt Bestuurt. Na een vergadering zijn ze ook wel eens wat gaan drinken, waardoor ze elkaar ook op een andere manier hebben leren kennen. Hierdoor kunnen ze zich beter in elkaar verplaatsen, stelt een professional, want onbekend maakt immers onbemind. In hoeverre is het van belang deze bestaande groep te vergroten? Je ziet dat op de vergaderavonden een continu wisselend publiek komt, maar dat het nog niet heel erg leeft in de wijk. Alle mensen die ooit bij een bijeenkomst zijn geweest worden op de presentielijst met mailadres gezet en toegevoegd aan de maillijst en worden dus elke keer opnieuw uitgenodigd. Wat de reden is dat het maar bij één bijeenkomst blijft is moeilijk te zeggen. De respondenten geven aan dat eigenlijk niet te weten en zeggen dat ze waarschijnlijk iets anders van Buurt Bestuurt hadden verwacht.

‘Het is voor ons ook zoeken, proberen wat werkt voor je buurt. En dan denk je dat je het hebt, want je zit met 40 man aan tafel en de keer erop zijn er maar 8. Dan denk je hoe kan dat nou? De bewoners stellen dan andere prioriteiten, het regent, de fiets is kapot, geen oppas. Mensen laten het als eerste vallen, naast hun werk en een druk gezin. Waar het om gaat is dat je de mensen aan tafel hebt zitten die op een constructieve zakelijke manier kunnen praten over waar je met elkaar naar toe wilt en die op een normale manier met de professionals kunnen praten. Maar ook dat ze onderling goed kunnen praten. Of dat er nou 20 zijn of 40 dat maakt mij niet uit, het is natuurlijk een heel verschil of je met allemaal krijsende bewoners zit, of dat je met bewoners zit die vanuit de passie voor hun wijk aan tafel zitten. Het liefst zien we hier een mix van, maar dat is misschien wel erg ambitieus. Hierbij wordt geprobeerd de ‘krijsende’ bewoner te helpen, zodat zij zich beter uit kunnen drukken. Mensen die in de normale maatschappij misschien niet tot hun recht komen, kunnen bij Buurt Bestuurt veel betekenen, bijvoorbeeld werklozen. Zodat zij dingen kunnen doen waar wij geen tijd voor hebben. Daarnaast zien mensen die thuis zitten veel meer wat er in de buurt gebeurt. Ik denk alleen wel dat dit een proces is waar we over een jaar of vier vijf pas kunnen zijn.’

Er zijn ook professionals die zich eenmalig komen voorstellen. Vertellen wie ze zijn en wat ze doen in de buurt, maar deze zie je later niet terug. Dat is ook niet erg, stelt een respondent, want je zou aan tafel moeten zitten met de mensen waar je wat mee doet. Nu ze weten dat Buurt Bestuurt bestaat, kunnen ze ons vinden wanneer nodig, maar volgens mij moeten de commissies een meer prominente rol krijgen. De actieve mensen zijn opgesplitst in commissies, om mensen verantwoordelijk te maken voor bepaalde onderwerpen. Zodat niet iedereen door elkaar heen allerlei dingen gaat zitten doen, waardoor er uiteindelijk niks gebeurt. Of er zijn mensen die gaan ‘rennen’ voor bepaalde dingen en verder niks willen doen. Mensen verantwoordelijk maken is volgens een aantal respondenten de oplossing. De commissies zijn: woningen en leegstand, communicatie en website, toekomstvisie en



duurzaamheid en schoon, heel en veiligheid. Door het behandelen van één zo'n thema, wordt er getracht sneller resultaat te behalen. De commissies kunnen op deze manier ook tussen de bijeenkomsten contact hebben, eventueel bij elkaar komen, om sneller resultaten te kunnen boeken en tussen de vergaderingen in door kunnen werken.

### *7.1.2 Communicatie over Buurt Bestuurt in Cool-Zuid*

De drie bewoners die de kar van Buurt Bestuurt wel wilden trekken zijn bij elkaar gekomen en hebben een commitment naar elkaar uitgesproken, willen we dit en hoe gaan we dit doen. Ze hebben iedereen die ze kenden in de buurt van mond tot mond gevraagd aan te sluiten bij de volgende bijeenkomst. Iedereen sprak dus zijn eigen netwerk aan. Een respondent zei hierover dat elk persoon een schakel in zijn eigen netwerk is en dat het daarom van groot belang is dat de mensen in hun eigen netwerk kijken om zo het bereik van Buurt Bestuurt te vergroten. Om eerder bereikte bewoners niet kwijt te raken worden vanaf het eerste moment alle e-mailadressen verzameld. Iedereen die dus één of meer keer naar een bijeenkomst is gekomen, ontvangt de uitnodiging van de bijeenkomst en achteraf de notulen via de e-mail, zodat ze op de hoogte blijven. Het comité probeert elke bijeenkomst een *teaser* in het programma op te nemen, om mensen nieuwsgierig te maken. Ze hebben bijvoorbeeld een architect uitgenodigd die een presentatie heeft gegeven hoe de wijk is ontstaan, van de middeleeuwen tot nu, maar ook wat er stedenbouwkundig veranderd is en oude foto's, waardoor bewoners die van oudsher daar zitten geprikkeld worden ook een keer deel te nemen.

‘Het is wel de vraag in hoeverre je mensen daar een langere tijd mee vasthoudt. Uiteindelijk moet je het in de kwaliteit van je inhoudelijke agenda zoeken. Maar de eerste belangrijke stap is gezet, want mensen weten dat Buurt Bestuurt er is en waar ze moeten aankloppen.’ Een andere respondent is hier kritisch over: ‘De agenda wordt alleen gecommuniceerd naar de maillijst. Dus andere mensen kunnen niet weten dat er leuke sprekers komen, waardoor ze ook niet getriggerd worden deel te nemen. De rest van de buurt wordt in deze vergeten, daarom wil ik in de volgende bijeenkomst opperen of de uitnodiging ook in het plaatselijke sufferdje (krantje) kan worden gezet. Kom eens bij Buurt Bestuurt kijken of het iets voor jou is.’

Welke communicatiemiddelen worden er verder ingezet en zijn deze gericht op bepaalde doelgroepen? Een professional reageert hierop als volgt:

‘Ze willen zich misschien wel op een doelgroep richten, maar dat wordt niet zo hard gezegd. Maar als ik zie welke middelen ze allemaal hanteren, wordt iedereen binnen Cool-Zuid uitgenodigd. Er is inmiddels een facebook pagina, we zijn aangesloten op buurtbestuurt.nl, we hebben visitekaartjes, flyers en posters. Er wordt van alles ingezet. Ook wordt er over Buurt Bestuurt gecommuniceerd in de Havenloods. Een substantieel deel van de buurt leest dat. Het

inzetten van verschillende instrumenten naast elkaar werkt denk ik goed. Herhaling is tenslotte de kracht van de boodschap.’

Een respondent zegt hierover dat hij zelf de wijkkrantjes altijd wel leest, maar als de buurman iets vertelt het meer effect heeft, omdat de buurman het beeld alvast wat meer kan inkleuren. Je kunt gelijk wat vragen stellen aan zo iemand. Oh hoe lang is dat dan en hoe vaak komen jullie bij elkaar? Waar hebben jullie het over? Noem eens een voorbeeld? Deze respondent denkt dan ook dat mond-tot-mondreclame de meest effectieve reclame is om Buurt Bestuurt bekender te maken in Cool-Zuid en is daar overigens niet de enige in. Een aantal respondenten zegt dat de visitekaartjes en flyers die zij voor Cool-Zuid hebben persoonlijk worden uitgedeeld, ze worden dus niet in alle brievenbussen gestopt. Zo zei een respondent ze in haar tas te hebben. Als het gesprek over Buurt Bestuurt gaat, of als ze daarop in kan haken, kan ze het meteen laten zien en toelichten. Een andere respondent vertelde de flyers aan strategische mensen in de buurt te hebben gegeven. Zij begrijpen wat het idee achter Buurt Bestuurt is en zijn niet meteen cynisch, waardoor ze het verhaal mondeling goed kunnen verspreiden.

Tot op heden is er geen informatie over Buurt Bestuurt verspreid naar de hele buurt. Dit kan op worden gemaakt uit het feit dat geen van de respondenten met zekerheid kon zeggen dat ooit iedereen tegelijkertijd benaderd is. Ook al wordt dit wel gesteld aan het begin van deze paragraaf toen voor de evaluatiebijeenkomst de gehele buurt is uitgenodigd. Een aantal respondenten stelt namelijk nooit iets in de brievenbus gezien te hebben over Buurt Bestuurt. Met name diegene die een tijd voor Buurt Bestuurt heeft gewerkt, zou dat opgevallen moeten zijn. Een andere respondent kwam tot dezelfde conclusie. Een ander gaf aan af en toe wel wat over Buurt Bestuurt voorbij te zien komen, maar bekend dan ook dat het vrij snel tussen allerlei andere folders en reclame de prullenbak in verdwijnt.

‘Er staat wel u kunt dit en dat over Buurt Bestuurt, maar ik kan me voorstellen dat het niet echt aanspreekt bij mensen die nog niet actief zijn in Buurt Bestuurt. Is het voor mij? Vragen ze zich af. Maak het persoonlijker, een naam erboven zou al helpen.’

Eerder in dit verhaal wordt beweerd dat er posters van Buurt Bestuurt in de buurt hangen, maar zien de mensen die door de buurt heen lopen ook echt dat er Buurt Bestuurt is? Hierop antwoordde een respondent dat als die posters er al hangen, ze niet duidelijk zijn, omdat juist hem zoiets zou opvallen vanwege zijn deelname aan Buurt Bestuurt. Een andere respondent zei het volgende:

‘Ik weet het niet. Ik snap wat je wilt weten, maar we zijn te kort bezig om te meten of de middelen die we inzetten doen wat ze moeten doen. Eigenlijk zou je dit over bijvoorbeeld een jaar nog een keer moeten bekijken. Ook hebben we geen goed zicht op de mensen die niet willen vergaderen maar wel bereid zijn zich in te zetten bij een actie. Ook daarvoor is meer tijd nodig.’

Een respondent vertelde het idee van de Loesje posters. Posters met de tekst: *Waar was de politie nou? Vraag het ze, Buurt Bestuurt.* Of: *Waarom staat die vuilnisbak voor mijn deur? Vraag het aan de Roteb, Buurt Bestuurt.* Het idee hierachter is dat het mensen prikkelt. Een korte, maar krachtige boodschap valt op. Naar de mening van de bedenker van deze poster is de tekst niet té, maar hier verschillen de meningen over binnen Buurt Bestuurt. Daarom zijn ze tot op heden nog niet gebruikt.

Een professional zegt dat hij zelf regelmatig bezig is met het vergroten van de naamsbekendheid van Buurt Bestuurt. Tijdens zijn werk spreekt hij vaak mensen op straat aan, een aantal hiervan is al een keertje langs geweest. Een klein deel is gebleven, maar er zijn ook mensen die zeggen dat ze het fijn vinden dat het gedaan wordt en als ze dingen hebben ze het wel aangeven. Deze bewoners hebben in ieder geval kennis genomen van het bestaan van Buurt Bestuurt. Daarnaast zijn de bewoners ook met de naamsbekendheid bezig. Zo deelt de eigenares van een hond hondenpoepzakjes uit aan andere hondenbezitters. Zij vertelt hierbij dat mensen in de buurt last hebben van de hondenpoep en dat ze deze zakjes krijgen van Buurt Bestuurt. Een andere bewoner zegt hierover het volgende:

‘Wat ik zelf doe, ik probeer niemand over te halen, maar ik vertel gewoon wat ik doe en wat het is. En als ze daar door getriggerd zijn, nou sluit dan aan. Als ik mensen er over spreek zeg ik, joh als je zin hebt, sluit aan en ga mee. Maar ik ga niemand overhalen ook langs te komen. Ik heb een tijdje geleden mijn buurvrouw er toevallig wel over verteld. Toen ik vroeg of ze ook een keertje mee ging, zei ze dat het niet helemaal haar ding was. Maar als er wat is houdt ze mij op de hoogte.’

### 7.1.3 Netwerken

Er zijn ongetwijfeld al bestaande netwerken in Cool-Zuid, maar in hoeverre worden deze benut? Allereerst wordt op dit moment inzichtelijk gemaakt wat er al in de wijk is en wie daar de belangrijke personen zijn. Alle instellingen, stichtingen en initiatieven worden gebundeld en op een sociale kaart weergegeven, zodat er een overzicht komt wat er allemaal langs elkaar loopt. Zo zegt een respondent inmiddels met een Buurt Bestuurt blik naar de wijk te kijken, toch is dit onvoldoende om te weten wie er ingeschakeld kan worden bij bepaalde vraagstukken of problemen.

De Schotse kerk speelt een belangrijke rol in Buurt Bestuurt. De bijeenkomsten worden hier gehouden. Dit is een belangrijk en voor iedereen bekend punt in de wijk. De kerk biedt deze locatie aan, omdat ze bij de buurt en de belangrijke zaken die daar spelen betrokken wil zijn. Echter wordt het netwerk dat de Schotse kerk zelf heeft nog niet aangesproken met betrekking tot Buurt Bestuurt, andersom gebeurt er wel wat. De kerk wil juist graag dat Buurt Bestuurt bij hen vergadert, zodat zij een nog bekender punt worden in de wijk. Ze wil toegankelijk zijn voor de buurt. Ze heeft bijvoorbeeld ’s zomers een theetuin, waar veel mensen komen. Andere bestaande netwerken worden

tot op heden niet gebruikt. De basisscholen, RSV en het Landje, kunnen wel belangrijke netwerken zijn, stelden meerdere respondenten. Ook wil een respondent binnenkort de eigenaar van de supermarkt Spar uitnodigen, omdat dit het middelpunt van de wijk is. Daar komt alles en iedereen, wat een mooie plek is om wat meer reclame te maken. Rondom plein 't Landje was vroeger een sterk netwerk van allerlei welzijnswerk. Daar zat bijvoorbeeld een organisatie waar hangouderen een kopje koffie konden halen.

‘Wat mijn ideaal zou zijn is dat het plein als centrum van Cool-Zuid opnieuw zo’n functie vervult. Het moet een contactplek zijn op een natuurlijke centrale plaats. Dat mensen weten waar informatie te halen is en dat er daar af en toe ook mensen aanwezig zijn.’

Er ontstaan wel nieuwe netwerkjes in de wijk die voorheen niet bestonden. Bijvoorbeeld de mensen die betrokken zijn bij het plein hebben nu ook een relatie met de ondernemers in de Witte de Withstraat. Een concreet voorbeeld is de Wereld van de Witte de With-festival, waarbij kunst en horeca op één weekend worden gecombineerd. Vanaf dit jaar is ook de wijk erbij betrokken en de bewoners dus ook bij het organiseren van het festival. Een respondent zegt hierover:

‘Het is een veronderstelling hoor, ik kan het niet hard maken, maar ik kan me niet aan de indruk onttrekken dat Buurt Bestuurt daar niets mee te maken heeft.’

Op deze manier is er ook een netwerkje ontstaan in het hofje waar één van de respondenten woont. Tijdens een buurt barbecue heeft hij gezegd bij Buurt Bestuurt te zitten, zodat als de andere bewoners in het hofje iets te zeggen hebben het hem kunnen laten weten, of mee kunnen gaan naar een bijeenkomst. Hij is dus nu de verbinding tussen twee netwerken, de bewoners van het hofje en Buurt Bestuurt. Zo zou ook iemand de verbinding kunnen zijn met bijvoorbeeld de ouderraad van een basisschool en de ouderraad op haar beurt met de rest van de school. Maar hoe doe je dit?

‘Ga op zoek naar de voorzitter of sleutelfiguren. Leg eerst uit wat Buurt Bestuurt inhoudt, vraag of ze hieraan hun medewerking willen verlenen. Je moet ze natuurlijk toch een beetje verleiden. Bij de ouderraad op school zou je kunnen zeggen: jullie kinderen zitten natuurlijk in deze wijk op school, dus is het ook in jullie belang dat jullie kinderen in een mooie en leuke wijk spelen.’

#### *7.1.4 Communiceren over de resultaten*

De terugkoppeling van de resultaten wordt gedaan tijdens een Buurt Bestuurt bijeenkomst. Daarnaast worden de notulen naar alle personen op de maillijst gestuurd. Sommige professionals twitteren over de resultaten die zijn bereikt met Buurt Bestuurt. Zij hebben echter geen duizenden volgers, en ook niet alleen binnen Cool-Zuid, waardoor zij een relatief kleine groep bereiken. Kortom, slechts een hele

kleine groep, in verhouding tot de hele buurt, wordt bereikt bij de terugkoppeling van de behaalde resultaten. Het op de hoogte zijn van de ontwikkelingen in de buurt kan een stimulerend effect hebben op de deelnamebereidheid van mensen. Dit blijkt uit het volgende voorbeeld:

‘Er was een drugspand in Cool-Zuid waar de buurt veel last van had. De politie wilde er wat aan doen, maar hulp van bewoners was van groot belang. Veel bewoners hebben meegewerkt door meldingen te doen, kentekens en signaleringen door te geven. En ze hebben de mogelijkheid geboden dat wij als politie bij hun binnen in burger zaten om te posten en te kijken wat er gebeurt. Dat heeft maar twee avonden geduurd, 6 uurtjes bij die mensen thuis en het pand hebben we kunnen sluiten. Daarna is er in de wijk veel mond-tot-mondreclame geweest waarbij er werd gezegd, weet je al dat de politie dat pand heeft gesloten? Ze hebben bij ons gezeten. Hierdoor kweek je *goodwill* bij mensen, waardoor je ook iets mag terugverwachten. Mensen moeten zien wat je voor ze kunt betekenen. Dat zien ze pas als er iets is gebeurd en daar gaat tijd overheen. Wanneer je dus klagers en sceptici de behaalde resultaten kan laten zien, zijn zij wellicht te interesseren om zich ook voor Buurt Bestuurt in te zetten.’

Uit dit voorbeeld blijkt ook dat door het delen van resultaten mensen belangrijk worden gemaakt. Zonder hen waren de resultaten op het gebied van veiligheid en leefbaarheid er immers niet geweest. Omdat de resultaten nog niet naar de hele buurt worden gecommuniceerd, wordt er door veel respondenten dan ook veel verwacht van buurtbestuurt.nl. Cool-Zuid is sinds 30 mei 2013 aan de slag gegaan met het communicatiesysteem buurtbestuurt.nl, om meer bewoners in Cool-Zuid te bereiken over Buurt Bestuurt. Momenteel is de pagina nog niet helemaal gevuld, maar het begint wel vorm te krijgen. Zo staat er een buurttekst en bijgevoegde foto's wat laat zien wat Cool-Zuid is. In een tijdsbestek van bijna vijf maanden zijn vier berichten aan de magere kant. Daarbij zijn er drie van de vier door één persoon geplaatst, waardoor het lijkt of de anderen niets doen. Tot op heden ontbreekt Stadstoezicht op de website, terwijl zij zich wel actief inzet voor Buurt Bestuurt Cool-Zuid. Helaas staan niet alle professionals erop en zijn niet alle mensen die wel met hun naam op de site staan zichtbaar met een profielfoto. Wel kunnen bewoners naar al deze mensen een e-mail sturen wanneer zij iets willen melden of vragen. De prioriteiten waar in Cool-Zuid aan wordt gewerkt zijn helder weergegeven, namelijk: parkeeroverlast scholen 't Landje, overlast hangjeugd en overlast honden. Een respondent neemt deel aan de commissie communicatie en website en is aanspreekpunt voor de website. Waarom wordt er nog niet optimaal gebruik van de website gemaakt?

‘Omdat de politie, Stadstoezicht en misschien ook wel de deelgemeente berichten moeten plaatsen. Ook de bewoners doen het nu niet of nauwelijks. Het zit gewoon helemaal niet tussen de oren. Het is een kwestie van gemakzucht: o die uitnodiging wordt even snel

gestuurd naar de maillijst. We hebben het mailbestand niet gekoppeld aan de website. Dat wil ik wel voorstellen. Dan kan de uitnodiging voortaan via de website en staat het ook online.’

Een andere respondent stipt een belangrijk punt aan. Voordat er reclame wordt gemaakt voor de website en mensen er op kijken, is het van belang dat hij al goed gevuld is. Want als je op de website kijkt en je ziet niks, ben je die mensen meteen weer kwijt. Bij de afgelopen bijeenkomst van Buurt Bestuurt zou de website worden getoond, vanwege technische problemen is dit niet gelukt. Wel werd er benadrukt dat de commissie communicatie en website zich gaat richten op buurtbestuurt.nl, want dit wordt in de toekomst hét communicatiemiddel van Buurt Bestuurt Cool-Zuid. Slechts één bewoonster gaf aan niet in het bezit van een computer te zijn, maar zij wordt op de hoogte gehouden door haar vriendin/buurvrouw.

#### *7.1.5 Deelnemen of niet?*

Hoe zijn de geïnterviewde respondenten van Cool-Zuid in aanraking gekomen met Buurt Bestuurt? De professionals die actief zijn in Cool-Zuid zijn vanuit hun werk met Buurt Bestuurt in aanraking gekomen. Ze worden gesteund door hun leidinggevenden, waarbij ze de ruimte en tijd krijgen voor Buurt Bestuurt. Hierdoor wordt Buurt Bestuurt mogelijk gemaakt. Een professional vertelde ook deel te nemen als hij geen professional zou zijn, maar bewoner. Hij wil mee doen, omdat hij inmiddels de kennis heeft, weet wat het inhoudt en heeft gezien wat je er mee kunt bereiken. Eén van de actieve bewoners heeft voorheen te maken gehad met Buurt Bestuurt vanuit zijn werk en geeft aan dat de kans klein zou zijn dat hij ook mee zou hebben gedaan als hij niet voor Buurt Bestuurt zou hebben gewerkt, omdat hij er waarschijnlijk niet van zou hebben gehoord. De anderen zijn door omstandigheden betrokken geraakt bij Buurt Bestuurt.

‘Eigenlijk ben ik toevallig in Buurt Bestuurt gerold. Er werd namelijk een fietsentrommel in mijn straat geplaatst, vlak voor een huis. Hier waren wij als bewoners niet zo gelukkig mee. Toen we hierover contact hadden met de deelgemeente, gaven ze aan dat er ook een orgaan, namelijk Buurt Bestuurt is, waarbij je in samenspraak met bewoners en professionals kan bespreken wat er wel of niet in de wijk nodig is, of wat er aan de hand is en waar je met elkaar oplossingen voor kunt bedenken. Toen de fietstrommel was verplaatst, was ik inmiddels wel nieuwsgierig naar wat Buurt Bestuurt precies is. Ik woon al ruim 15 jaar in deze buurt, maar ben nog nooit betrokken geweest bij zoiets en omdat er problemen worden aangepakt waar we al heel lang tegenaan lopen, was de keus snel gemaakt.’

‘Begin van dit jaar heb ik een boze e-mail gestuurd aan burgemeester Aboutaleb. Ik vond namelijk dat hij niet genoeg zichtbaar in de stad was. Hij was er niet als burgervader. Hij heeft me op een aantal punten gelijk gegeven en doorverwezen naar de stadsmarinier. Deze

stadsmarinier vond dat ik een grote mond had en vroeg wat ik zelf dan eigenlijk voor de buurt deed. Hij heeft me op de hoogte van Buurt Bestuurt gebracht en ik ben dan ook bij de eerstvolgende bijeenkomst aangesloten. Daarnaast zie ik vanuit het zakenleven dat het maatschappelijke beleid een beetje mislukt. Dat wil ik verbeteren en beïnvloeden. Het hoeft allemaal niet meer geld te kosten. Ik help door mijn zakelijke belevingen mee te nemen naar het maatschappelijke bij ons in de buurt.’

Maar wat denken de respondenten dat de motieven van de andere Buurt Bestuurders zijn? Sinds een jaar of vijf is er in Cool-Zuid geen bewonersorganisatie actief. Hierdoor willen mensen bij Buurt Bestuurt over veel meer dan veiligheid alleen praten. Wat één van de professionals dan ook probeert te stimuleren is bewoners ook deelgenoot te maken van allerlei stukken die er geproduceerd worden. Dingen die door de stad worden vastgesteld, zoals: de veiligheidsindex, sociale index, horeca gebiedsplan. Dat wordt gedeeld met de leden van Buurt Bestuurt, zodat hun kennis ook wat vergroot wordt, zodat ze aandacht krijgen voor andere problemen, die misschien op andere fronten bij andere personen in de wijk spelen. Veel gehoorde motieven om deel te nemen aan Buurt Bestuurt zijn dat bewoners toch wel erg betrokken zijn bij hun buurt. Ze vinden het belangrijk invloed te kunnen hebben op wat er gebeurt in hun buurt. Een stukje maatschappelijke betrokkenheid speelt ook een rol, maar hoewel dit over het collectief belang gaat, gaat het ook altijd om een stukje eigenbelang. Daarnaast is binnen Cool-Zuid netwerken een grote factor om mee te doen met Buurt Bestuurt. Praten vooraf en napraten bij de borrel achteraf en het leren kennen van andere groepen actieve mensen in de wijk. Het behalen van resultaten wordt door vrijwel alle respondenten genoemd, want zonder resultaat ben je mensen snel weer kwijt.

‘De mensen die nu actief zijn willen iets betekenen voor de buurt. Het zijn over het algemeen veel mensen met kinderen die willen dat hun kind opgroeit in een leuke, veilige en schone buurt. En er zijn mensen die hier al 20, 30, 40 jaar wonen en zeggen ik heb die wijk achteruit zien gaan en ik wil mijn steentje bijdragen om de wijk weer vooruit te helpen. Ze identificeren zich met de buurt en zouden ook nergens anders willen wonen. Het is ‘hun’ buurt. Iedereen kiest er naar mijn weten bewust voor om in Cool-Zuid te gaan wonen.’

Over de vraag in hoeverre de invloed die bewoners in Buurt Bestuurt hebben bepalend is voor de deelname van mensen verschillen de meningen. Een stukje directe invloed op de processen in de wijk kunnen uitoefenen is voor veel actievelingen een belangrijke motivatie tot deelname zegt een van de respondenten. Een ander bevestigt dit, omdat de meeste mensen het idee hebben dat Buurt Bestuurt echt kan werken doordat ze er zo’n directe invloed op hebben. Daarentegen stelt een andere respondent dat de machtsfactor geen belangrijke reden is mee te doen, omdat ze de invloed die ze hebben onderschatten. In het begin denken ze juist ‘ik moet het nog maar zien’. Een andere respondent is het hier mee eens.

‘Macht speelt geen rol bij deelname, omdat die mensen dat niet in de gaten hebben. Zo zitten wij (de bewoners) er niet in. Van goh, wij gaan nou eens even vertellen wat de politie en Stadstoezicht moeten doen. Die sfeer hangt er helemaal niet. Het gaat meer over wat kunnen we zelf allemaal doen.’

In hoeverre is een specifiek incident nodig als trigger zodat mensen aansluiten bij Buurt Bestuurt? Over het algemeen stellen de respondenten dat een specifiek incident slechts bij individuele gevallen zorgt voor een bepaalde trigger zodat zij zich aansluiten, voor het overgrote deel speelt dit geen rol.

‘Incidenten hebben wel toegevoegd dat mensen betrokken blijven! Er werd bijvoorbeeld een huis gekraakt. Door Buurt Bestuurt zijn de lijntjes veel korter. Ze wisten de professionals meteen te vinden. Doordat de wijkagent gelijk op de stoep stond, konden die krakers er binnen 24 uur worden uitgezet. Als dit gezien wordt bij bijvoorbeeld een vergadering, geeft dat wel een extra drive ermee door te gaan.’

Speelt het hebben van een huur- dan wel een koophuis een rol bij de motieven tot deelname aan Buurt Bestuurt? Binnen Cool-Zuid zijn er meer (sociale)huur- dan koopwoningen. Hoewel het aandeel kopers in Buurt Bestuurt oververtegenwoordigd is, kan het voor deze mensen juist wel minder interessant zijn. Over het algemeen weten de hoger opgeleiden zich zelf beter te verzorgen en zijn ze minder afhankelijk. Daarnaast is er een groep bewoners die niet in Cool-Zuid woont vanwege de faciliteiten, maar omdat ze er altijd al gewoond hebben. Zij identificeren zich met hun buurt en willen zich er daarom voor inzetten. Voor hen speelt het hebben van een koop- of huurhuis dus geen rol.

‘Het is een vorm van eigenbelang. Je wilt dat je je prettig voelt in je buurt. In feite kun je altijd zeggen als je iets wilt snappen: *follow the money*. De waarde van je buurt. Niet alleen in geld, maar hoeveel het waard is daar te kunnen wonen. De mensen die nu actief zijn, zijn over het algemeen in het bezit van een koophuis. De waarde drukt zich uit in geld, dit is gemakkelijk te meten, maar je doet het niet voor het geld. Als Buurt Bestuurt werkt, zou het hoger worden van de huizenprijzen wel een effect kunnen zijn. Je ziet bijvoorbeeld dat de gekochte huizen nette balkonnetjes hebben en dat bij veel gehuurde huizen rotzooi op het balkon staat. Hieruit maak ik op dat mensen met een koophuis hun huis beter onderhouden en zich misschien wel sneller inzetten voor de omgeving waarin hun huis staat.’

En wat zijn volgens de respondenten en de mensen van de straatgesprekken de motieven om niet deel te nemen aan Buurt Bestuurt? Het kost te veel tijd. Buurt Bestuurt is hetzelfde als alle andere initiatieven, alleen in een ander jasje. Toen werkte het niet, waarom nu wel? Een bewoonster vertelde in een straatgesprek dat zij misschien wel een keer was gaan kijken bij een bijeenkomst, maar omdat



dinsdag haar sportavond is, zij nooit is geweest. Een andere respondent zei wel eens gehoord te hebben dat iemand geen oppas kon regelen voor de kinderen. Deze argumenten suggereren dat er wel degelijk mensen zijn die wellicht een keer bij Buurt Bestuurt willen kijken, maar die op dit moment de keus maken zaken in het privé leven voorrang te geven. Of mensen stellen andere prioriteiten.

‘Ze leggen hun prioriteiten bij hun eigen dingen en niet bij de dingen die om hun heen gebeuren, zoals Buurt Bestuurt. Die gaan gewoon van het huis, naar de boodschappen, naar de vrienden, naar familie, *that’s it.*’

Ook zei één van de respondenten dat bewoners het helemaal niet gewend zijn zich in te zetten voor hun buurt. Er heerst volgens hem bij veel mensen een diepgeworteld gevoel van de overheid lost het wel op. Ook komt het argument ‘het heeft toch geen zin’ regelmatig terug. Daarnaast wordt er door een respondent gesteld dat de mensen in Cool een korte termijn visie hebben. Ze willen best mee doen, maar dan moet er ook wel wat veranderen. En veranderingen, dat weet iedereen, die gebeuren niet op stel en sprong. Grote veranderingen kosten tijd en daar zal je eerst in moeten investeren, voordat je daar profijt van hebt. Met name de bewoners die in het begin alleen maar bij Buurt Bestuurt hun klachtenlijstje kwamen inleveren, zijn inmiddels afgehaakt. Door middel van het verstrekken van documenten wordt geprobeerd de kennis van bewoners bij te spijkeren. De drempel die ze kunnen hebben, dat ze denken geen bijdrage te kunnen leveren, wordt hiermee getracht uit de weg te halen. Maar iedereen kan bijdragen zegt een professional, alleen veel mensen zien het niet van zichzelf en hebben daar een duwtje in de rug bij nodig. Zeker in Cool-Zuid is die kennisdrempel aanwezig.

## 7.2 Sportdorp

Sportdorp is een uniek stukje Rotterdam begrensd tussen enerzijds stadion De Kuip en sportcomplex Varkenoord en anderzijds het park De Twee Heuvels. Een wijk waar het eerder regel dan uitzondering is dat bewoners er 20 jaar of langer wonen, in een rustige groene omgeving met genoeg ruimte voor kinderen om heerlijk buiten te spelen. Een oase van rust in een drukke wereldhavenstad, dat is ‘ons’ Sportdorp. Een heerlijk plekje om te wonen, waar de sociale controle in positieve zin aanwezig is en mensen waar nodig voor elkaar klaar staan (Buurtbestuurt.nl: Sportdorp).



Figuur 6: Kaart Sportdorp

In mei van dit jaar is er in Sportdorp met Buurt Bestuurt gestart. Nadat er binnen deelgemeente IJsselmonde in Beverwaard en Kreekhuisen met Buurt Bestuurt aan de slag was gegaan, was er een aantal bewoners in Sportdorp die dat in hun buurt ook wel zagen zitten. Omdat Sportdorp al een soort dorp is, is er besloten heel Sportdorp tot Buurt Bestuurt gebied te benoemen. Het gaat om ongeveer 900 huishoudens, waar bijna 2000 mensen wonen.

Sportdorp telt om precies te zijn 1937 inwoners, hiervan is 48% man en 52% vrouw. 45% van de inwoners is 34 jaar of jonger. Waarvan 15% in de basisschool leeftijd zit. Vergeleken met het gemiddelde in Rotterdam is Sportdorp als relatief jong te kwalificeren. Daarnaast is de verhouding autochtoon-allochtoon in Rotterdam vrijwel gelijk, terwijl in Sportdorp 65% autochtoon is en slechts 35% allochtoon.

### *7.2.1 Buurt Bestuurt Sportdorp*

De bewoners die om Buurt Bestuurt in Sportdorp hebben gevraagd, zijn ook actief in de bewonerscommissie en buurtbeheer overleg. Bij buurtbeheer overleg sluiten ook verschillende partijen aan zoals de Roteb en het jongerenwerk, welke nu uit de buurt zijn verdwenen. Zo stelt een bewoonster dat ze eigenlijk al aan Buurt Bestuurt deden. Buurt Bestuurt Sportdorp bestaat naast de professionals uit een vaste kern actieve bewoners die al jaren actief zijn in de buurt. Zij zijn argwanend over Buurt Bestuurt, maar tegelijkertijd zijn zij altijd aanwezig en proberen zij Buurt Bestuurt bij zichzelf te houden. Daarnaast is er een groepje nieuwsgierige mensen. Deze mensen wonen ten opzichte van de harde kern nog niet zo lang in Sportdorp. Zij zijn benieuwd wat er allemaal in hun buurt speelt en willen graag op de hoogte blijven. Er waren voorheen ook mensen die alleen maar kwamen klagen en zelf niks wilden ondernemen om een bijdrage te leveren aan het oplossen van het probleem. Deze klagers zijn inmiddels afgehaakt, omdat zij hebben ingezien dat Buurt Bestuurt hier niet voor bedoeld is.

Inmiddels zijn er vier bijeenkomsten geweest. Deze vinden ongeveer elke 6 weken op een dinsdagavond plaats. De locatie is de Speeltuin, wat voor alle Sportdorpenaren een bekende plek in de buurt is. Door deze continuïteit wordt er getracht dat zoveel mogelijk mensen kunnen aansluiten. Op dinsdag 3 september ben ik zelf afgereisd naar Sportdorp om een bijeenkomst bij te wonen. Nadat we werden ontvangen in een locatie van de Roteb en we daar een presentatie kregen van een man die bij de Roteb werkt, gingen we met zijn allen naar buiten om te schouwen door de wijk. Hierbij kwamen we langs vervuilde plekken, werd er door de professional verteld waarom het nog niet is opgeruimd en werden de bewoners bewust gemaakt van het feit dat een medebewoner de troep daar had neergelegd. We vervolgden de route en kwamen bij een geasfalteerde weg waar ook gefietst mag worden. Omdat dit niet duidelijk met markering op de weg is aangegeven, hebben de professionals binnen Buurt Bestuurt zich voor dit probleem ingezet. Het resultaat werd vol trots getoond.

Gemiddeld sluiten er tussen de 10 en 15 bewoners aan bij een bijeenkomst. De keer dat ik aanschouf zaten we met 18 mensen waarvan 14 bewoners. Zij voelen zich echt verantwoordelijk met hun deelname aan Buurt Bestuurt, dit kun je opmaken uit het feit dat zij afbellen wanneer ze een keer verhinderd zijn. Het is opvallend dat er veel mannen aansluiten en dat de gemiddelde leeftijd zo'n 60 jaar is. Deze mensen zijn niet als representatief voor de buurt te beschouwen. Er nemen naar verhouding tot de buurt te weinig allochtone mensen en jongeren deel.

‘Er zitten wel wat oudere mensen, maar niet extreem veel. Allochtonen ontbreken geheel, terwijl er wel een deel allochtoon is binnen Sportdorp, dat is jammer. Misschien heeft het te maken met het tijdstip waarop er bijeen gekomen wordt. Twee Buurt Bestuurt comités zou een oplossing kunnen zijn, één overdag voor de mensen die thuis zijn en één 's avonds voor de werkende mensen.’

Een respondent geeft aan zelf Turks te zijn en zegt te weten dat er een aantal Turkse gezinnen in Sportdorp woont dat nu nog niet aansluit bij Buurt Bestuurt. Ze gaat hen zelf proberen te betrekken en denkt dat dit meer resultaat heeft, omdat ze dezelfde achtergrond hebben en ze in het Turks kunnen praten wanneer hun Nederlands onvoldoende blijkt. Hierdoor kan het principe van Buurt Bestuurt beter worden uitgelegd. Mijn vraag hierop was of er dan ook op flyers in een andere taal dan Nederlands gecommuniceerd moet worden?

‘Al beheersen de ouders de Nederlandse taal niet, hun kinderen wel. Als je spreekt over 30 jaar geleden, dan had ik zoiets van oké, maar tegenwoordig kunnen de kinderen het lezen. Het heeft geen meerwaarde flyers in een vreemde taal te verspreiden, je kunt beter met die mensen praten. Het voordeel is dat ik zelf Turks ben en daarom misschien op een andere manier op ze inpraat. Dat ga ik in ieder geval proberen.’

### *7.2.2 Communicatie over Buurt Bestuurt in Sportdorp*

De eerste actie die is ondernomen is het verspreiden van een enquête. Deze enquête is in alle 900 brievenbussen gestopt en is 169 keer ingevuld (19%). Naar aanleiding hiervan zijn de prioriteiten in de buurt gesteld. De uitkomst hiervan is gecommuniceerd via een bewonersbrief naar alle 900 huishoudens. Echter, lang niet alle 169 huishoudens die de enquête hebben ingevuld sluiten aan bij een bijeenkomst. Tot nu toe zijn alle huishoudens vier maal per brief uitgenodigd voor de Buurt Bestuurt bijeenkomst. Omdat er niet substantieel meer mensen aansloten, 1 a 2 nieuwelingen per keer, is er besloten dit niet meer te doen.

‘Ik denk dat de uitnodiging niet gelezen wordt. Een voorbeeld uit het overleg van de bewonerscommissie. De plaats waar de vuilnisbakken worden opgehaald is veranderd, dat heeft drie keer in de nieuwsbrief gestaan en nog worden ze fout neergezet. Als zoiets

verandert en het staat drie keer in de nieuwsbrief, dan is dat toch wel iets wat je moet zien. Ze lezen gewoon niet!’

Een bewoner op straat stelde dat de uitnodiging die hij meerder malen had ontvangen over Buurt Bestuurt hem tegen stond door het logo en de naam van de deelgemeente die boven aan de brief stond. Het voelt alsof ze iets ‘op willen leggen’. Een respondent zei dat bewoners hierdoor juist geprikkeld worden om het te lezen, want een brief van de deelgemeente zal wel belangrijk zijn. Vanaf heden worden alleen de bewoners die ooit deel hebben genomen aan Buurt Bestuurt uitgenodigd door middel van een e-mail of een brief. Maar welke andere communicatie over Buurt Bestuurt is er verspreid, behalve de enquête en de uitnodigingen voor de bijeenkomst? Geen van de respondenten kan hier een concreet antwoord op geven. Het enige wat bij ze is blijven hangen zijn de uitnodigingen voor de vergaderingen, maar wat ook vaak terugkomt is dat ze al snel tussen het oud papier verdwijnen. Een respondent stelde dan ook dat iedereen die nu al betrokken is bij Buurt Bestuurt de informatie die ze daar krijgen, zouden moeten delen met de andere bewoners in de buurt. Iedereen probeert zijn eigen netwerk erbij te betrekken. Een professional doet dat al:

‘Als ik met bewoners spreek die nog niet in Buurt Bestuurt zitten, dan vertel ik wat het is en vraag ik of ze ook een keer aansluiten. Ik vertel dat je meer over je wijk te weten kan komen en probeer ze hiermee te stimuleren. Ook als er bijvoorbeeld mensen met een klacht komen, dan verwijst ik ze onder andere door naar Buurt Bestuurt.’

Een andere respondent zei dat Buurt Bestuurt nog niet zichtbaar is in de wijk. Hij opperde het idee langs de doorgaande routes bordjes te plaatsen met slechts een paar regels. Dit moet aanspreken, bijvoorbeeld door een groot lettertype en vrolijke kleuren. Deze bordjes zouden regelmatig moeten veranderen, zodat mensen het blijven lezen. Een andere respondent kwam met het idee ‘deur aan deur aanbellen’. Sportdorp is niet echt groot, als er bijvoorbeeld twee bewoners per straat worden gevonden die hun straat wil inlichten, is het hele proces al een stuk minder tijdrovend. In Sportdorp is gebleken dat er weinig respons is wanneer alle 900 huishoudens persoonlijk voor Buurt Bestuurt worden uitgenodigd. Zoals hierboven al is vermeld, zal dit in de toekomst niet meer op deze manier worden gedaan. Van alle bewoners die eerder al op een vergadering aanwezig zijn geweest, zijn de e-mail gegevens verzameld.

‘Iedereen wordt per e-mail uitgenodigd. In de bijlage van deze mail zit een nette uitnodiging die iedereen één keer dient uit te printen en ergens op te hangen in Sportdorp. Bijvoorbeeld voor je raam, bij de kapper, bij de dierenwinkel, enzovoort. Zo is Buurt Bestuurt zichtbaarder wat ook een aanleiding voor mensen is om erover te praten.’

Toch blijft het moeilijk mensen te bereiken stelt een respondent, want vroeger waren mensen veel meer betrokken bij anderen. Nu praten ze niet meer met elkaar. Kijk maar naar de jongeren, die communiceren alleen nog maar via hun smartphone. Om Buurt Bestuurt bekender te maken binnen Sportdorp was dan ook het plan een informatiemarkt te organiseren. Helaas gaat dit voorlopig niet door, omdat een bewoner zijn handen er vanaf heeft getrokken en er geen opvolger is. Zo zegt een respondent wel te willen helpen hierbij, maar niet de eindverantwoordelijkheid wil dragen.

### *7.2.3 Netwerken*

Voordat er een brief uitgaat naar iedereen in Sportdorp, wordt een aantal mensen in de buurt benaderd dat is aangesloten op andere netwerken in de buurt. Buurtbeheer overleg gaat over een breder gebied dan Sportdorp, maar zij kennen wel mensen uit Sportdorp. De sleutelfiguren binnen Buurtbeheer benaderen hun netwerk over bijvoorbeeld een Buurt Bestuurt actie. Helaas zijn er geen jongerenwerkers van PIT010 aanwezig in Sportdorp, maar de wijkagent kent veel jongeren en benadert hen dan ook mondeling voor Buurt Bestuurt. Omdat er in de Speeltuin veel mensen komen, worden hier altijd posters opgehangen. De belangrijkste netwerken binnen de buurt worden dus wel aangeboord. Sportdorp heeft ook buurtpreventie. Hierbij lopen bewoners vrijwillig rond om de buurt in de gaten te houden.

‘Dat vind ik heel positief, omdat zij niet alles van de gemeente of van de staat verwachten, maar ook zelf dingen willen doen. Deze mensen zijn ook betrokken bij Buurt Bestuurt. Het is fijn om extra ogen te hebben en dat er een goede samenwerking is ontstaan.’

De samenwerking tussen de verschillende netwerken in de buurt is er al. Buurt Bestuurt heeft goede contacten met de bewonerscommissie, speeltuinvereniging, Woonbron en de tuinvereniging. Er worden dingen samen gedaan zoals de lampionnenoptocht met kinderen, een eindejaarsfeest en een zomerfeest. Dit klinkt op het eerste gezicht erg positief, maar een groot deel van de actieve bewoners is actief in meerdere netwerken. Het zijn dus steeds dezelfde mensen die vooraan staan. Er is een misschien wel heel belangrijk netwerk tot op heden niet betrokken, namelijk de basisschool in Sportdorp. Er is een moeizame start geweest tussen de directeur en de deelgemeenteambtenaar, omdat de directeur geld vroeg als ze een Buurt Bestuurt bijeenkomst in de school wilden houden. Mede door dit incident wordt er voorbij gegaan aan het hele netwerk dat de school bezit. Niet alleen de kinderen, maar ook hun ouders zouden wellicht een waardevolle bijdrage kunnen leveren in Buurt Bestuurt. Een bewoner stelt dat Buurt Bestuurt op zich ook een kans is zelf netwerkjes te vormen. Mensen hoeven niet perse elke zes weken aan te sluiten. Als ze maar contact houden met de mensen die wél bij de vergadering aanwezig zijn geweest, dan krijg je een soort netwerkje en ontstaat er een soort vertegenwoordiger per netwerkje. Uit een zeer positieve opmerking van een professional blijkt dit ook.

‘Ik ken de bewoners nu beter, met name van gezicht. Ik maak vaker een praatje met ze. We zien elkaar tijdens de Buurt Bestuurt bijeenkomsten, maar ook in de wijk. De bewoners kennen mij ook beter, ze komen naar me toe om wat dingen kwijt te kunnen. De lijntjes zijn korter geworden, omdat we elkaar beter weten te vinden. Ik vind dan ook dat Buurt Bestuurt in alle buurten moet komen, want ik ken niet alleen de bewoners beter en zij mij, maar de bewoners onderling zijn elkaar ook beter gaan leren kennen. Ze zeggen elkaar gedag en hebben een gemeenschappelijk belang, namelijk dat ze op de hoogte zijn wat er in hun buurt gebeurt en op welke wijze ze hier een positieve bijdrage aan kunnen leveren. Inmiddels hebben we zo’n goede band met de bewoners dat ze af en toe naar ons toe komen om te vragen of we willen handhaven.’

#### *7.2.4 Communiceren over de resultaten*

De behaalde resultaten in de buurt worden tijdens de bijeenkomsten teruggekoppeld aan de aanwezigen. Daarnaast worden de resultaten op buurtbestuurt.nl gezet. Zoals hiervoor al is gebleken wordt slechts een kleine groep Sportdorpenaren hiermee bereikt. Een respondent stelt dat daardoor weinig mensen mee doen. Ze denken dat ze niks kunnen bereiken tot het tegendeel wordt bewezen. Tijdens de bijeenkomst van 3 september werd er dan ook een voorbeeld uitgedeeld hoe een andere Buurt Bestuurt een krantje heeft gemaakt met alle resultaten die ze in hun buurt hebben behaald. De reactie van de bewoners was dat zij alle dingen die in dat krantje staan ook al doen. Er wordt alleen nog niet op zo’n manier over gecommuniceerd. Er werd hiermee getracht de bewoners in te laten zien wat zo’n krantje kan doen voor bewoners die nog niet met Buurt Bestuurt aan de slag zijn gegaan, maar ook om reeds actieve bewoners te behouden.

Sportdorp is sinds 15 mei 2013 aan de slag gegaan met het communicatiesysteem buurtbestuurt.nl. De buurtpagina ziet er goed gevuld uit. Het begint met een buurttekst en bijgevoegde foto’s. Hierin herkennen de bewoners van Sportdorp zich. Er worden wekelijks berichten op gezet over de vorderingen in de buurt. Ook zijn alle professionals die in de buurt werken voor Buurt Bestuurt met een profielfoto zichtbaar. Bewoners kunnen tevens een e-mail sturen naar deze professionals. Daarnaast zijn de prioriteiten waar in Sportdorp aan wordt gewerkt helder weergegeven, namelijk: woninginbraak, verkeer (te hard rijden en parkeren) en zwerfvuil. En als er een activiteit is wordt dit aangegeven en is iedereen uitgenodigd. Een van de respondenten vertelde via de app en een ander vertelde via de e-mail te zijn aangemeld voor de berichten die via buurtbestuurt.nl worden verzonden.

‘Ik vind het handig dat als er een berichtje wordt geplaatst ik dat meteen te zien krijg op mijn telefoon. Ik denk dat dit een goed middel kan zijn, maar de app werkt nog niet optimaal. Dat vind ik erg jammer.’ En: ‘Het op deze manier ontvangen van berichten werkt voor mij erg

goed. Ik kijk dagelijks op mijn mail, waardoor ik op de hoogte blijf van de ontwikkelingen rondom Buurt Bestuurt in Sportdorp.’

Beide respondenten gaven aan dat het een fijne manier is om de berichten te ontvangen, omdat je je slechts één keer aan hoeft te melden en de rest gaat vanzelf. Ze vinden het ook fijn dat je kunt kiezen via welk kanaal je de berichten wil ontvangen: sms, e-mail of app. Een oudere respondent ziet het anders.

‘De meeste mensen zijn wat ouder hier en weten niet om te gaan met al die nieuwe technologie. De wijkagent twittert wel, maar daar zitten ook gevaren aan. Er is getwittert over een inbraakgolf in Sportdorp, er werd op een gegeven moment van een mug een olifant gemaakt. Alle kranten haalden het ook. Zo krijg je onnodig een slechte naam. Er werden ook dingen gezegd die gewoon niet waar waren. Het schoot me in het verkeerde keelgat. Ik heb de politiek benaderd en er gebeurde niks, tot ik het stadhuis benaderde, de enige die reageerde was burgemeester Aboutaleb. En toen stonden ineens alle bestuurders van de deelgemeente voor me klaar. Maar zo moet het niet werken. Er moet eerst gedegen onderzoek worden gedaan. De schade is nu wel hersteld.’

Een professional uit Sportdorp zei online ook actief te zijn via twitter en ziet de voordelen daar juist van in.

‘Ik twitter regelmatig over Buurt Bestuurt. Meldbraak, een twitteraccount van toen boze Sportdorp bewoners, wat ontstaan is uit onvrede, volgt mij. Zij retweeten dan ook regelmatig mijn berichten. Laats nog een bericht over het verwijderen van hakenkruizen op een muur. Hierdoor kreeg ik er weer een aantal volgers bij. Inmiddels bereik ik hiermee meer mensen dan via buurtbestuurt.nl. Ondanks dat probeer ik zoveel mogelijk relevante informatie op buurtbestuurt.nl te zetten. Erg jammer is dat het nog maar zo’n klein gedeelte van Sportdorp bereikt.’

Een respondent zei hierover dat het met name tijd nodig heeft voordat meer mensen weten van buurtbestuurt.nl en inzien dat het een goed communicatiesysteem kan zijn. De komende tijd zal buurtbestuurt.nl dan ook steeds meer worden gepromoot. Hoe ze dat precies gaan aanpakken is nog niet bekend.

#### *7.2.5 Deelnemen of niet?*

Hoe zijn de respondenten van Sportdorp in aanraking gekomen met Buurt Bestuurt? De professionals die actief zijn in Buurt Bestuurt zijn vanuit hun werk hiermee in aanraking gekomen. Ze worden gesteund door hun leidinggevendenden, waarbij ze de ruimte en tijd krijgen voor Buurt Bestuurt. Hierdoor

wordt Buurt Bestuurt mogelijk gemaakt. De andere respondenten zijn over het algemeen mondeling gevraagd om mee te doen. Één van de actieve bewoners is ook actief in de bewonerscommissie waar Buurt Bestuurt voor het eerst ter sprake is gekomen. Ze woon al 35 jaar in haar buurtjes en ze vindt dat we niet alleen op de wereld zijn om te consumeren, maar ook om wat voor elkaar te betekenen. Een andere bewoner is familie van één van de professionals waardoor Buurt Bestuurt ineens heel dichtbij staat. Een andere bewoners is actief geworden naar aanleiding van een uitnodiging in de brievenbus. Hieronder hun verhalen:

‘Toen de uitnodiging in de bus viel, was ik wel nieuwsgierig. Laten we eens kijken, als het niks is kunnen we altijd nog stoppen en als je niet gaat mis je misschien iets.’ Inmiddels is de desbetreffende respondent actiever geworden, de reden hiervoor is: ‘Persoonlijk maak ik mezelf niet zo snel druk om iets. Anderen wel, waardoor er een klaagcultuur is ontstaan. Ik hoop dat mensen gaan begrijpen dat niet altijd alles mogelijk is. Er moet daarom duidelijkheid geschapen worden, zodat mensen meer begrip tonen en minder mopperen. Dat mensen begrijpen dat dingen niet meteen kunnen worden opgelost, wat de beperkingen zijn en wat de professionals allemaal wél doen. Ik probeer dan ook deze mensen te informeren en alle neuzen dezelfde kant op te krijgen.’

‘Een flyer in de brievenbus trok mijn aandacht doordat ik eerder al bij een overleg ben geweest hier in de deelgemeente. Hier hebben ze het woord Buurt Bestuurt al laten vallen, toen was alleen nog niet besloten dat dat ook in Sportdorp kwam. Maar toen de flyer in de brievenbus lag trok het mijn aandacht, want ik wilde wel graag meepraten over mijn buurt. Er is namelijk twee keer geprobeerd in te breken in mijn huis. Ik hoop hier met Buurt Bestuurt iets aan te kunnen doen’.

Maar wat denken de respondenten dat de motieven van de andere Buurt Bestuurders zijn? Een veel terugkerend argument is dat de bewoners het belangrijk vinden in een veilige omgeving te wonen. Daarbij houden de bewoners echt van ‘hun dorp’.

‘Ze doen mee om het unieke karakter te behouden, zodat dat niet verloren gaat. Veel mensen kiezen bewust voor de wijk. Niet voor de huizen, want die zijn over het algemeen hartstikke klein. Veel mensen kennen elkaar, ze zeggen elkaar gedag. Wat dat betreft is er aardig wat sociale controle. Er moeten ook jonge mensen komen die net zoveel hart voor Sportdorp hebben als die ouwetjes, maar misschien is het wel een heel andere tijd en vinden mensen dingen als sociale controle helemaal niet zo belangrijk meer. Wel komen er veel kinderen die hier opgegroeid zijn hier ook weer wonen, ze hangen dan toch wel naar de buurt.’



Over in hoeverre de invloed die bewoners in Buurt Bestuurt hebben bepalend is voor de deelname van mensen zijn de respondenten eensgezind. Wat een aantal keer wordt genoemd is dat duidelijkheid over wat Buurt Bestuurt wél en wat het ook niet is van groot belang is. Wat kan er wel en wat kan er niet, zodat mensen een realistisch beeld hebben.

‘Bewoners sluiten zich in eerste instantie niet aan bij Buurt Bestuurt omdat ze veel te zeggen zouden hebben. Ze zien het meer als een kans wellicht iets voor elkaar te kunnen krijgen binnen hun buurt. Wanneer er vorderingen worden gemaakt, neemt het vertrouwen in het concept toe. Ofwel eerst zien, dan geloven. Deze mentaliteit geldt voor veel Sportdorpenaren.’  
En: ‘Ze hebben nog niet genoeg door welke invloed ze uit kunnen oefenen. Ze hebben niet door wat ze met Buurt Bestuurt kunnen bereiken, wat betekent dat de mate van invloed niet bepalend is voor hun deelname.’

In hoeverre is een specifiek incident nodig als trigger zodat mensen aansluiten bij Buurt Bestuurt? Het argument dat een specifiek incident heeft gezorgd voor deelname aan Buurt Bestuurt gaat voor de ondervraagde bewoners nagenoeg niet op. Slechts één respondent zegt dat dit wel één van zijn motieven is. Er is namelijk twee keer geprobeerd in te breken in zijn woning. En woninginbraak is één van de prioriteiten in Sportdorp. Speelt het hebben van een huur- of koopwoning wel een rol om mee te gaan doen? Volgens de respondenten speelt dit geen rol. Zo zegt een aantal respondenten dat of ze nou een koop- of een huurhuis hebben dit geen verschil maakt in het zich wel of niet inzetten voor hun buurt. Je wilt tenslotte wonen in een schone en veilige buurt, of je wilt dat niet. Binnen organisatie Woonbron is er wel iets aan de hand. Woonbron verkoopt namelijk ook woningen, maar de bewonerscommissie is er alleen voor de huurders. De kopers voelen zich achtergesteld. Dit zou gelijk getrokken moeten worden, waardoor Woonbron als netwerk voor Buurt Bestuurt bewoners kan aanspreken. Woonbron heeft immers ook een belang bij een veilige en leefbare buurt.

Wat zijn volgens de respondenten en de mensen van de straatgesprekken de motieven om niet deel te nemen aan Buurt Bestuurt? ‘Ik heb geen tijd’ en ‘Het werkt toch niet’ zijn de meest voorkomende argumenten. Mensen hebben over het algemeen weinig vertrouwen in de overheid. Daarnaast worden er redenen gegeven in de trant van: ik heb geen oppas voor mijn kinderen, dat is mijn sportavond, enzovoort. Een professional zegt daarover het volgende:

‘Ik denk dat het voor een groot gedeelte angst is. Ze zijn het niet gewend om met de deelgemeente en andere partijen om de tafel te zitten. Daarnaast zijn ze zich niet bewust dat ze invloed kunnen hebben en dingen kunnen veranderen. Ook moet Buurt Bestuurt ze aanspreken, een voorbeeld is de Speeltuinen. Als deze moet worden opgeknapt, wordt de straat er omheen uitgenodigd. Dan is er een hoge respons van met name mensen met kinderen of

kleinkinderen. Wat er in de speeltuin gebeurt gaat hun aan. Daarbij wordt er iets heel concreets gevraagd. Misschien is Buurt Bestuurt wat dat betreft voor veel mensen te vaag.’

Een bewoner stelt dat mensen de voordeur haast niet uitkomen. Als ze iets zien bij de burens, duiken ze liever weg dan dat ze erop af gaan. Vroeger was iedereen heel meegaand voor iedereen, maar nu willen mensen geen tijd maken. Een andere bewoner vindt het vervelend dat ook de niet actieve bewoners overal een mening over hebben, maar als je vraagt of ze ergens bij willen helpen, zijn ze niet thuis. Ze vindt deze mensen erg laks en je krijgt ze bijna niet uit de klagstoel. Er zijn inmiddels dan ook bewoners afgehaakt. Met name de bewoners die alleen kwamen klagen en het concept van Buurt Bestuurt niet goed begrepen. Ze geloofden al niet helemaal in het nut van Buurt Bestuurt en werden daarin bevestigd doordat ze niet in de ‘consumentenstand’ konden blijven zitten, waarbij ze alleen de problemen aangeven en zelf niets ondernemen in het verminderen van deze problemen. Voor deze mensen komt het resultaat niet snel genoeg, waardoor ze afhaken. Het is tot op heden niet gelukt deze mensen alsnog bereid te vinden zich voor Buurt Bestuurt in te zetten. Omdat het zo moeilijk is wordt nu de aandacht gericht op de groep die wel enthousiast is. Het is voor sommige bewoners ook een drempel dat er veel mensen zitten, die vaker actief zijn in de wijk. Een professional zegt hierover dat je mensen die een keer aansluiten niet meteen moet overladen met een hoop taken. Dit is een valkuil bij zo’n klein groepje, want als je dat wel doet is de kans groot dat je ze gelijk weer kwijt bent. Tot nu toe ben je toehoorder bij Buurt Bestuurt, dat zal in de toekomst wel moeten veranderen.

### **7.3 Vergelijking casussen**

In deze paragraaf worden Buurt Bestuurt Cool-Zuid en Sportdorp met elkaar vergeleken. Per sub paragraaf worden de verschillen en overeenkomsten aangegeven. Naar aanleiding van het interview met de bedenker van Buurt Bestuurt, Hans Hoekman, zullen beide buurten worden vergeleken met het algemene beeld dat hij heeft over de vijftig Buurt Bestuurt comités in Rotterdam. Dit vormt het uitgangspunt voor de analyse in het volgende hoofdstuk.

#### *7.3.1 Buurt Bestuurt*

Buurt Bestuurt Cool-Zuid loopt al ruim twee jaar, terwijl er in Sportdorp pas begin dit jaar is gestart. Mede hierdoor is een aantal verschillen te onderkennen. Allereerst de rol van de professionals binnen Buurt Bestuurt. Na een jaar de kar getrokken te hebben in Cool-Zuid, hebben de professionals het stokje met succes overgegeven aan de bewoners. Zij hebben inmiddels commissies binnen Buurt Bestuurt gevormd, om zo actieve mensen verantwoordelijk te maken voor een bepaald onderwerp. Sportdorp is hier nog niet klaar voor. De professionals trekken de kar en er komt momenteel nog niet erg veel initiatief vanuit de bewoners. Zowel in Cool-Zuid als in Sportdorp komen de bewoners regelmatig bij elkaar, tussen de anderhalf en twee maanden. De locaties zijn bij beide buurten een bekend punt in de wijk, namelijk de Schotse kerk en de Speeltuin. Het is een openbare bijeenkomst

voor alle bewoners en ondernemers in dat gebied. In Cool-Zuid zijn de bijeenkomsten iets professioneler, er wordt van te voren een agenda gemaakt en achteraf verschijnen er notulen. In Sportdorp gebeurt dit nog niet. Beide buurten hebben geen representatieve vertegenwoordiging in Buurt Bestuurt zitten. In Cool-Zuid zijn de hoger opgeleide bewoners en ondernemers oververtegenwoordigd. In Sportdorp is er geen specifieke groep aan te wijzen die oververtegenwoordigd is. Echter missen onder de actieve bewoners in beide buurten de allochtone mensen en jongeren. Wel wordt er in beide buurten over het algemeen in plaats van het individueel belang gepraat.

‘Van de 50 comités kan ik met droge ogen zeggen dat er 48 niet representatief zijn, maar is dat erg is de volgende vraag die je je zou moeten stellen. Want ze stellen wel dezelfde prioriteiten als een wel representatieve groep zou stellen. Als de groep redelijk representatief is zou ik er niet al te veel aan doen, maar er zijn ook comités die bepaalde groepen helemaal niet vertegenwoordigd hebben binnen de buurt. Zij proberen dan ook allochtonen, jongeren uit allerlei culturen of bijvoorbeeld winkeliers te betrekken. Een voorbeeld is dat een bepaalde buurt rondom een winkelplein is, maar de winkeliers niet vertegenwoordigd zijn. Twee comitéleden hebben contact met ze gelegd waarna zij zijn aangesloten bij de eerstvolgende bijeenkomst van de ondernemers, om zo wederzijds kennis uit te kunnen wisselen.’

Al is het nu nog niet aan de orde, maar hoe moet er gehandeld worden als de actieve groep zo groot wordt dat het niet meer werkbaar is?

‘Ik zou ervoor pleiten nooit een getal te noemen, elke buurt moet dat zelf voelen. Ik weet dat in de Essenburgbuurt al vanaf de start veel meer mensen kwamen dan in andere buurten, een potentieel van ergens tussen de 60 en 80 bewoners. Zij hebben daarom gekozen voor commissies. Er is een commissie overlast en veiligheid, commissie over sociale dingen, commissie vervuiling en een commissie jeugd. Zij overleggen regelmatig en komen met plannen. Een paar uit zo’n commissie komen dan naar de algemene bijeenkomst, waar ze weer samen proberen te werken. Ik heb er vaak over nagedacht waarom er daar zoveel bewoners meedoen en ik weet het echt niet. Het is een stukje wijk waar van oudsher al van alles door allerlei groepjes mensen gedaan werd. Buurt Bestuurt is de paraplu waaronder je een aantal dingen kunt doen. Dit is dan de vaste vorm, waarbij allerlei ‘actiegroepen’ samen kunnen komen en dat werpt inmiddels zijn vruchten af.’

### *7.3.2 Communicatie over Buurt Bestuurt*

Beide buurten verschillen in de start wat betreft de wijze waarop bewoners hebben kunnen aangeven wat zij belangrijk vinden. In Cool-Zuid zijn er vijfminuten gesprekjes gehouden met bewoners en in Sportdorp is er bij elk huishouden een enquête door de brievenbus gestopt. Beide buurten weten niet

precies wie de respondenten zijn van de gesprekjes en de enquêtes. Er is toen dus geen lijst opgesteld van respondenten. Wanneer er wel z'n lijst wordt opgesteld, waardoor de respondenten niet meer anoniem zijn, kan dit invloed hebben op de bereidheid om de vragen te beantwoorden.

‘In 95% van de gevallen worden de enquêtes (nulmeting) deur aan deur afgenomen, of worden mensen op cruciale plekken in de wijk aangesproken. Het doel van de enquête is ook niet zoveel mogelijk mensen op de informatieavond te krijgen, alleen is het wel mooi meegenomen als ze ook naar de bijeenkomst komen. De enquête moet dan ook anoniem blijven, want het invullen van een naam, adres en e-mail is voor sommige mensen een drempel om hun mening te geven.’

Waar de buurten ook van elkaar verschillen is de manier van uitnodigen voor de bijeenkomsten. In Cool-Zuid worden enkel de mensen die uit de maillijst uitgenodigd, terwijl in Sportdorp alle huishoudens een uitnodiging krijgen. Omdat dit voor Sportdorp niet voldoende blijkt te werken, zal dit in de toekomst niet meer op deze manier worden gedaan. Een verschil in de uitnodiging is dat Cool-Zuid elke keer een *teaser* in het programma opneemt. Ze proberen elke bijeenkomst iemand iets leuks over de wijk te laten vertellen, waardoor mensen gemotiveerd zijn een keer langs te gaan. Maar de communicatie die in beide buurten over Buurt Bestuurt wordt gedaan is niet gericht op een bepaalde doelgroep. Ofwel alle bewoners binnen de gebieden worden op dezelfde manier geprobeerd te bereiken. In Cool-Zuid is er een aantal mensen dat flyers en visitekaartjes uitdeelt aan mensen met wie ze praten over Buurt Bestuurt. In Sportdorp hangen er posters over Buurt Bestuurt bij de Speeltuinen. Beide buurten proberen met name het gesprek over Buurt Bestuurt aan te gaan met mensen die zij kennen. In Cool-Zuid wordt er momenteel amper gebruik gemaakt van buurtbestuurt.nl. Daarentegen ziet de buurtpagina van Sportdorp er erg goed uit. Er worden wekelijks berichten geplaatst over Buurt Bestuurt.

‘Het inzetten van verschillende communicatiemiddelen naast elkaar geeft de meeste kans op succes, omdat je niet voor een bepaalde groep kunt zeggen: als je zo communiceert, bereik je ze op zeker. Je bereikt dus maar een gedeelte van bepaalde groepen. Ze bedenken wel welke groepen ze missen en wie er ingang heeft tot die groepen, maar er worden vaak ook simpele dingen bedacht zoals dat iedereen bij de volgende vergadering een buurman of buurvrouw mee neemt, of een jongere uit de buurt, dan ben je al verdubbeld. Het meenemen van je buurman is vaak kortstondig gebleken. Als het al lukt, dat is dit meestal eenmalig. Ze komen alleen uit sympathie voor de buurman of buurvrouw. Als je dit combineert met een poster of een stukje in het plaatselijke krantje, worden ze er vaker op geattendeerd. Het moet dus een combinatie van dingen zijn, niet alleen overtuigen, maar ze ook confronteren met de opbrengsten en een combinatie van klassieke en sociale media.’

### *7.3.3 Netwerken*

In beide buurten worden de bestaande netwerken nog niet optimaal benut. In Cool-Zuid wil de Schotse kerk graag deel uitmaken van Buurt Bestuurt, dat gebeurt ook, maar tegelijkertijd wordt het netwerk van de kerk niet gebruikt voor Buurt Bestuurt. Dat geldt ook voor het netwerk van de Speeltuin in Sportdorp. Er wordt daar echter wel samengewerkt tussen de verschillende organisaties en initiatieven in de wijk. Waar wel voor gewaakt moet worden is dat niet bij ieder initiatief dezelfde mensen zijn betrokken, maar dat er sleutelfiguren zijn die beide netwerkjes op de hoogte houden van elkaars ontwikkelingen. Cool-Zuid veronderstelt zelfs dat juist door Buurt Bestuurt een nieuw netwerkje is ontstaan, namelijk een samenwerking tussen bewoners en ondernemers omtrent het festival de Wereld van de Witte de With. In beide buurten staan basisscholen en in beide buurten zijn deze tot op heden nog niet betrokken bij Buurt Bestuurt. Tijdens de interviews kwam echter wel naar voren dat de respondenten het betrekken van deze scholen, ouders en kinderen een goed idee vinden en daar in de toekomst mee aan de slag willen gaan.

‘Ik heb het altijd zo gezien dat allerlei vertegenwoordigers van bestaande netwerken in een buurt in Buurt Bestuurt plaatsnemen, maar door de tijd heen ben ik er wel achter gekomen dat dat in heel veel gevallen niet lukt, omdat je dan zit te vissen in de vijver van mensen die al heel erg druk zijn. Daarom geef ik nu als tip, zorg dat je als Buurt Bestuurt ingang hebt in alle netwerken in de buurt. Promoot daar het verhaal van Buurt Bestuurt en zorg ervoor dat als er iets speelt in Buurt Bestuurt dat zij ook belangrijk vinden, dat je bij hen terug kunt komen zodat ze een bijdrage kunnen leveren aan de oplossing.’

### *7.3.4 Communiceren over de resultaten*

Zowel in Cool-Zuid als in Sportdorp worden de resultaten tijdens de bijeenkomsten gecommuniceerd naar de aanwezigen, ook komen de resultaten in de notulen. Er kan daarom worden gezegd dat iedereen in de maillijst op de hoogte is van de resultaten die worden behaald met Buurt Bestuurt in Cool-Zuid. In Sportdorp worden de resultaten tijdens de bijeenkomsten en op de website buurtbestuurt.nl gedeeld. Dit is openbaar, waardoor iedereen op de hoogte zou kunnen blijven. Er zijn in beide buurten professionals die twitteren en zeggen hiermee meer bewoners te bereiken dan via buurtbestuurt.nl. Tegelijkertijd hebben ze niet het overzicht wie van hun volgers ook daadwerkelijk in Cool-Zuid of Sportdorp wonen. Beide buurten willen buurtbestuurt.nl in de toekomst dan ook gaan gebruiken als hét communicatiemiddel voor Buurt Bestuurt.

‘Het behalen van resultaten is cruciaal voor het voortbestaan van Buurt Bestuurt, zonder resultaten haken mensen af. Vanuit de gemeente merkten we dat dit zo’n belangrijk onderdeel was, dat buurtbestuurt.nl is ontwikkeld, zodat je meer mensen weet te betrekken bij wat je doet. Dat komt alleen nog niet genoeg van de grond, maar ik heb er nog geen zicht op wat

eraan ontbreekt. Wat ik wel zie is dat de professionals echt zorg moeten dragen voor de website. Het is een vicieuze cirkel. Want wat zij nu denken is, wat heeft het voor zin om een berichtje erop te zetten als er maar tien mensen lid zijn van de buurtpagina. Het gevolg is dat er geen nieuwe bewoners zich aanmelden, omdat er toch niks wordt gemeld.’

Voor beide buurten geldt dat deze manier van terugkoppeling slechts bij een klein deel van de buurt terecht komt. Daarentegen geven de respondenten in beide buurten aan dat het laten zien van de behaalde resultaten een hele belangrijke factor is in het voortbestaan van Buurt Bestuurt. Enerzijds om de mensen die reeds actief zijn in Buurt Bestuurt enthousiast te houden over de werkwijze. Anderzijds om mensen die nog niet actief zijn, te laten zien dat je wel degelijk resultaten kunt boeken met Buurt Bestuurt, zodat zij wellicht ook enthousiast raken en zich in willen zetten. Op dit moment is de website nog vrij onbekend.

‘Er zal iets van een campagne moeten worden gehouden, want op dit moment is het bestaan van de website nog erg onbekend. Dit zal op buurtniveau moeten gebeuren, maar het zal wel ondersteund moeten worden door de hele gemeente zoals de Directie Veiligheid. Maar er is op 50 plaatsen Buurt Bestuurt, maar op 340-350 potentiële plaatsen binnen Rotterdam nog niet. In het Nieuwe Westen in Delfshaven zijn alle buurten gedekt met Buurt Bestuurt, daar zou je dit gemakkelijker kunnen doen. Terwijl in de hele deelgemeente Hillegersberg-Schiebroek één buurt actief is met Buurt Bestuurt. Daar moet het dus op heel kleine schaal worden gepromoot. De deelgemeenten maken nu ook een pas op de plaats, omdat zij ook niet precies weten hoe het verder gaat als ze maart volgend jaar worden afgeschaft. Terwijl de deelgemeente Charlois juist nu druk is met het opzetten van een aantal Buurt Bestuurt comités, omdat zij inzien dat dit één van de werkvormen is die juist heel goed past wanneer de deelgemeenten worden afgeschaft.’

#### *7.3.5 Deelnemen of niet?*

Alle respondenten is gevraagd waarom ze deelnemen aan Buurt Bestuurt. Allen hadden zo hun eigen redenen, maar over het algemeen kan er voor beide buurten gezegd worden dat ze op Buurt Bestuurt zijn geattendeerd door met name professionals, in plaats van dat ze geïnteresseerd zijn geraakt door een uitnodiging of flyer in de brievenbus. Op een enkeling na was er een probleem waardoor een bewoner in aanraking kwam met deelgemeente, politie, stadtoezicht of de stadsmarinier. Deze professionals attendeerde de bewoners op het bestaan van Buurt Bestuurt, waarna ze actief werden. In beide buurten werden soortgelijke motieven gegeven om mee te doen met Buurt Bestuurt. Mensen die meedoen zijn over het algemeen betrokken bij hun buurt, ze vinden het belangrijk in een goede buurt te wonen. Hoewel dat er voornamelijk over het collectief belang wordt gepraat, zit er in de motivatie tot deelname altijd een stukje eigenbelang.

‘Eigenbelang kan gelijk opgaan met het algemeen belang. Er was bijvoorbeeld een man die wilde dat zijn kleinkind, dat drie dagen in de week bij hem was, goed kon opgroeien in de buurt. Maar hij vond dit natuurlijk ook belangrijk voor de andere kinderen in de buurt. Tegelijkertijd was de kans klein dat hij zich hiervoor had ingezet wanneer hij geen kleinkind had, dus het is een deel eigenbelang.’

De respondenten uit beide buurten gaven aan dat de invloed die bewoners hebben in Buurt Bestuurt nagenoeg geen rol speelt bij de keuze tot participatie. Er wordt in beide buurten gezegd dat bewoners helemaal niet door hebben hoeveel invloed ze daadwerkelijk kunnen uitoefenen. In hoeverre een specifiek incident van invloed is op de deelnamebereidheid van bewoners in Buurt Bestuurt, verschillen de meningen. Zo gaf een respondent aan dat er geprobeerd was in te breken in zijn woning, wat uiteindelijk tot deelname aan Buurt Bestuurt heeft geleid. Over in hoeverre het hebben van een koop- of huurhuis meespeelt in het motief tot deelname verschillen de meningen. In Cool-Zuid wordt er over het algemeen gezegd dat het hebben van een koophuis mede bepalend is. In Sportdorp daarentegen wordt er gesteld dat het totaal geen rol speelt.

‘Als je een huis koopt, ben je niet van plan op korte termijn weer weg te gaan, wat een argument kan zijn om je in te zetten voor Buurt Bestuurt. Hoewel de maatschappij de afgelopen jaren wel is veranderd, want veel mensen doen niks voor hun omgeving, maar zijn bijvoorbeeld penningmeester van de tennisvereniging ergens anders. De buurtbinding hoeft er niet per se te zijn.’

In beide buurten worden motieven om niet deel te nemen genoemd als: ik heb geen tijd, Buurt Bestuurt werkt toch niet, de overheid lost de problemen maar op, dat is niet mijn taak, enzovoort. In Cool-Zuid is er daarnaast ook een kennisdrempel aanwezig. De mensen die nu actief zijn, zijn over het algemeen hoog opgeleid. Wat lager opgeleide mensen onzeker maakt om ook deel te nemen, omdat ze twifelen of ze iets bij kunnen dragen. Dit kan overigens andersom ook spelen. In Sportdorp is een drempel voor sommige mensen, dat de meeste actieve mensen al langere tijd actief zijn ook in andere initiatieven dan Buurt Bestuurt.

## 8. Analyse

In dit hoofdstuk worden de bevindingen geanalyseerd aan de hand van het eerder getoonde conceptueel model en de operationalisatie. Aan elke stap van het model is een paragraaf gewijd.

### *8.1 Bepalen en informeren van de doelgroep*

Het mobilisatiepotentieel van een sociale beweging heeft betrekking op het potentieel aan mensen in een samenleving dat in theorie gemobiliseerd kan worden, waarbij er sympathie en steun voor Buurt Bestuurt getracht wordt te werven onder de bewoners. Het doel in deze stap is het informeren van bewoners over Buurt Bestuurt, zodat zij hiervan kennis van hebben genomen. In Cool-Zuid hebben ze zoals eerder al benoemd vijfminuten gesprekjes gehouden met bewoners, in Sportdorp hebben ze een enquête in de brievenbus van ieder huishouden gestopt. Wie in Cool-Zuid de vragen heeft beantwoord is niet duidelijk, voor Sportdorp geldt hetzelfde, maar daar is wel bekend dat 19% van de enquêtes is ingevuld. Niet al deze mensen komen opdagen bij de bijeenkomsten, waar dit aan ligt is onbekend. De respondenten zeggen hier geen zicht op te hebben.

Binnen het mobilisatiepotentieel vallen echter allerlei verschillende, in groepen op te delen, bewoners. Er dient gekeken te worden naar hoe deze verschillende groepen bewoners geïnformeerd willen worden over Buurt Bestuurt. Er zal hierbij rekening moeten worden gehouden met de normen en waarden van de cultuur van de doelgroep waarop men zich op richt. Echter is uit de interviews gebleken dat de communicatie die in Cool-Zuid en Sportdorp rondom Buurt Bestuurt wordt gedaan, niet gericht is op bepaalde doelgroepen binnen dat gebied, maar dat alle bewoners op dezelfde wijze worden geïnformeerd. De hele buurt wordt als één doelgroep gezien en er wordt voorbij gegaan aan het feit dat deze mensen onder te verdelen zijn in kleine eenheden. In beide buurten zie je dan ook dat de actieve bewoners niet representatief zijn voor alle bewoners uit de buurt. Bepaalde groepen binnen de buurt zijn niet vertegenwoordigd in Buurt Bestuurt. Dit valt deels te verklaren aan het feit dat die doelgroepen wellicht niet op de juiste manier zijn aangesproken, omdat er geen rekening is gehouden met allerlei aspecten van die cultuur. Een respondent heeft dan ook aangegeven omdat ze zelf Turks is de Turkse gezinnen in haar buurt te willen benaderen voor Buurt Bestuurt. Zij spreekt dezelfde taal, wat de waardering van de gesprekspartner vergroot. Dit klinkt positief, maar helaas is dit experiment nog niet gestart, waardoor er voor dit onderzoek nog geen relevante uitspraken over dit initiatief kunnen worden gedaan.

Welk communicatiemiddel er gekozen wordt om bewoners over Buurt Bestuurt te informeren, zou in theorie af moeten hangen van de doelgroep waar de communicatie op gericht is. De bewoners en professionals die over Buurt Bestuurt communiceren binnen de twee onderzochte casussen, zijn zich hier nog niet erg bewust van. Door te communiceren via verschillende kanalen zoals een krantje, flyer



en online hoopt men iedereen binnen de buurt te bereiken. In de praktijk blijkt dit niet zo te zijn. Helaas hebben de buurten zelf ook het overzicht niet wat betreft de effectiviteit van de communicatiemiddelen. Uit de interviews is echter gebleken dat vrijwel alle respondenten Buurt Bestuurt kennen doordat zij hierover mondeling zijn aangesproken. Door de mondelinge informatieverstrekking zijn zij uiteindelijk actief geworden binnen Buurt Bestuurt. Naar aanleiding van dit onderzoek bestaat het vermoeden dat voor alle Buurt Bestuurt buurten geldt dat het verspreiden van informatie door mond-tot-mondreclame de meest effectieve manier is om bewoners te informeren en motiveren voor Buurt Bestuurt.

### *8.2 Mate waarin de doelgroep wordt bereikt*

Dat ontvangers van boodschappen selectief zijn in hun aandacht blijkt wel in beide casussen. Wanneer alle huishoudens binnen een buurt worden uitgenodigd voor een Buurt Bestuurt bijeenkomst, is er nauwelijks een toename te zien onder de bewoners die de bijeenkomst bijwonen. Dit blijkt ook wel uit het feit dat de meeste respondenten op Buurt Bestuurt zijn geattendeerd door met name professionals, in plaats van dat ze bereikt zijn door een uitnodiging of flyer in de brievenbus. Op een enkeling na was er een probleem waardoor een bewoner in aanraking kwam met deelgemeente, politie, stadtoezicht of de stadsmarinier. Nagenoeg geen van de respondenten is bereikt door middel van de ingezette communicatiemiddelen. Althans, er is geen zicht op of bewoners de uitnodiging hebben gelezen of niet. Als ze het wel hebben gelezen, maar er niet op reageren kan dat een aantal redenen hebben. Of ze zijn sowieso niet geïnteresseerd in initiatieven als Buurt Bestuurt, of de boodschap was onduidelijk. Doordat dit niet bekend is bij de zender van de boodschappen, is het verbeteren van de communicatie een lastig proces. Wel zeggen respondenten dat folders en dergelijke snel tussen het oud papier belanden. Sommige respondenten trekken in twijfel of er sowieso wel informatie over Buurt Bestuurt hun brievenbus heeft bereikt. Zij zeggen dat het hen juist zou zijn opgevallen, omdat ze al actief zijn. Daarnaast worden er flyers, visitekaartjes en posters ingezet om Buurt Bestuurt bekender te maken binnen de buurt, maar ook hier is geen zicht op de effecten van deze communicatiemiddelen. Ook hierover zeggen respondenten dat het hen niet is opgevallen. Het overgrote deel van de respondenten blijkt, mondeling bereikt te zijn over Buurt Bestuurt. Dit valt te verklaren door het *two-step-flow* model, dat stelt dat de boodschap wordt opgepikt door opinieleiders en zij verspreiden dit in hun netwerk. De opinieleiders bij Buurt Bestuurt zijn de deelgemeenteambtenaren, de wijkagent, de mensen van Stadtoezicht en reeds actieve bewoners. Door middel van interpersoonlijke communicatie vertellen zij over Buurt Bestuurt aan personen binnen hun netwerk. Buurt Bestuurt is een platform waar netwerken bij elkaar kunnen komen, maar daar moet wel wat voor worden gedaan. Mensen vinden elkaar niet vanzelf. Sociaal kapitaal is hierbij van belang, wat gaat over sociale netwerken, gedeelde normen en waarden en onderling vertrouwen. Als het sociaal kapitaal in een buurt goed is, is het mogelijk om samenwerkingsverbanden op te zetten en samen te werken aan het verbeteren van de buurt.

Zoals in de vergelijking tussen de buurten al is geschetst, worden de bestaande netwerken binnen de buurten nog niet optimaal benut. In het theoretisch kader worden instituties als scholen benadrukt wat betreft de belangrijke rol die zij hebben omtrent de ontwikkeling en overdracht van gedragsnormen. In beide buurten zijn basisscholen waar volledig aan Buurt Bestuurt voorbij wordt gegaan. Er is dan ook nauwelijks sprake van samenwerking tussen de bestaande netwerken. Zo is Cool-Zuid aan de slag met het opstellen van een zogenaamde sociale kaart. Hierop komen alle initiatieven, instellingen en organisaties binnen de wijk te staan en wat zij doen. Hierdoor is overzichtelijk wat er al in de buurt gebeurt en wie bij elkaar kunnen aansluiten om een samenwerking aan te gaan. Dit klinkt in ieder geval erg logisch, maar het moet nog worden uitgevoerd in de praktijk, dus concrete uitspraken kunnen hier niet over worden gedaan. Echter stelt Hans Hoekman dat zijn idee over het betrekken van netwerken door de tijd heen is veranderd. Niet alleen in de onderzochte buurten, maar in vrijwel alle buurten is het volgens hem lastig gebleken bestaande netwerken in de buurt te betrekken bij Buurt Bestuurt. Daarom zou je ervoor moeten zorgen dat de contacten vanuit Buurt Bestuurt met andere initiatieven in de buurt worden gelegd, zodat je elkaar weet te vinden waar nodig.

Om het bereik te vergroten wordt er ook gebruik gemaakt van digitale netwerken. Hier worden verbindingen makkelijker gelegd, doordat internet sneller en plaats- en tijdonafhankelijker is, waardoor veel mensen tegelijk benaderd kunnen worden. Beide buurten zijn aangesloten op het communicatiesysteem buurtbestuurt.nl, eWOM kan hierbij een waardevolle rol vervullen. Wat niets meer betekent dan dat informatie online wordt verspreid. Deze berichtgeving kan invloedrijk zijn, omdat het plaats- en tijdonafhankelijk is en een groot bereik heeft. Zoals in de vergelijkende paragraaf al is gezegd wordt er in Cool-Zuid amper gebruik gemaakt van buurtbestuurt.nl. De website is nog niet geheel gevuld. Er wordt vrijwel niet gecommuniceerd via dit middel. De terugkoppeling van behaalde resultaten staan er niet op. Wel staan er verschillende documenten over Cool-Zuid, zoals de Wijkscan, Veiligheidsindex, Horecanota en Gebiedsvisie, waardoor bewoners op de hoogte worden gehouden over het bestuurlijke aspect in hun buurt. Aan de beheerkant van de website heb ik gekeken naar het aantal mensen dat lid is van de buurtpagina. Er zijn 15 abonnees, onder wie professionals en comitésleden. Dit komt er op neer dat er ongeveer 5 bewoners zich hebben aangemeld. Dit zijn de reeds actieve bewoners die toch wel op de hoogte blijven van de vorderingen, doordat zij zijn opgenomen in de maillijst. Of er een groep bewoners is die de website bezoekt zonder zich aan te melden voor de berichtgeving is niet te bewijzen. Wel is het logisch dat als iemand de site heeft gevonden, daar niet heel veel kan vinden, waardoor de kans dat iemand opnieuw kijkt relatief klein is. Daarentegen ziet de buurtpagina van Sportdorp er erg goed uit en er worden wekelijks berichten geplaatst over Buurt Bestuurt. De site laat zien wat Sportdorp is en is *up to date*. De enige opmerking die ik zou willen maken is dat de deelgemeenteambtenaar vrijwel alle berichten plaatst. Het zou mooi zijn als alle professionals en bewoners die geautoriseerd zijn dit ook zouden doen. Hierdoor laten alle partijen binnen de buurt zien dat zij bijdragen aan Buurt Bestuurt, nu lijkt het net of alleen de deelgemeente

enthousiast is en dingen voor elkaar krijgt. Aan de beheerkant van de website heb ik gekeken naar de mensen die lid zijn van hun buurtpagina. Op dit moment zijn er 32 abonnees, onder wie ongeveer 20 buurtbewoners. Dit komt er op neer dat slechts 32 personen de berichten die online worden gezet direct ontvangen via de sms, e-mail of app op de smartphone. Er is nog wel een kanttekening te maken. Sommige abonnees hebben zich op meerdere manieren aangemeld, wat er op neer komt dat de 32 abonnees geen 32 afzonderlijke personen zijn. Er is waarschijnlijk ook een groep die zo nu en dan wel de website bezoekt, maar geen lid is. Deze groep is niet zichtbaar, waardoor geen uitspraken kunnen worden gedaan over hoeveel mensen daadwerkelijk met de website worden bereikt. Intussen zijn er bij beide buurten relatief weinig mensen aangemeld om deze berichtjes per sms, e-mail of app te ontvangen, waardoor het bereik nog niet veel is toegenomen. Beide buurten zien wel de voordelen in van dit communicatiesysteem, wat betekent dat na promotie er wellicht eWOM plaats kan vinden. Over enige tijd zal dit beter onderzocht kunnen worden, omdat beide buurten hebben aangegeven meer gebruik te willen gaan maken van dit systeem. Er zijn in beide buurten al wel professionals die Twitteren en zeggen hiermee meer bewoners te bereiken dan via buurtbestuurt.nl. Tegelijkertijd hebben ze niet het overzicht wie van hun volgers ook daadwerkelijk in Cool-Zuid of Sportdorp woont. Beide buurten willen buurtbestuurt.nl in de toekomst dan ook gaan gebruiken als hét communicatiemiddel voor Buurt Bestuurt. Hoe ze dit precies willen promoten weten ze alleen nog niet, er ligt dan ook geen communicatieplan. Eigenlijk komt het er op neer dat er iets omtrent communicatie wordt bedacht, vervolgens wordt ingezet en er dan wordt gekeken of het heeft gewerkt, maar deze laatste stap wordt niet altijd genomen, waardoor het onduidelijk blijft wat wel en wat niet werkt voor een bepaalde buurt.

### *8.3 Mate waarin de bereikte doelgroep wordt gemotiveerd*

Nu de sympathisant is bereikt, zal hij gemotiveerd moeten worden daadwerkelijk te gaan participeren in Buurt Bestuurt. Het is motiverend als de uitdaging van de deelname en de toerusting die de sympathisant bezit op elkaar aansluiten. Beide buurten geven aan dat iedereen welkom is bij Buurt Bestuurt en dat iedereen een bijdrage kan leveren. Hiermee hopen ze dat bewoners niet aan zichzelf kunnen twijfelen, waardoor ze mee willen doen. Daarbij wordt een bewoner bij deelname aan Buurt Bestuurt niet meteen overladen met allerlei taken, omdat de uitdaging dan te groot kan worden. In de ene buurt heeft een bewoner de mogelijkheid zich aan te sluiten bij een commissie die gaat over een bepaald onderwerp. In de andere buurt kan de bewoner slechts toehoorder zijn, maar er wordt wel aangegeven dat daar in de toekomst verandering in moet komen, omdat het niet de bedoeling van Buurt Bestuurt is dat de professionals de kar blijven trekken. In beide buurten kan de bewoner er bewust voor kiezen bepaalde taken, die passen bij de uitdaging en toerusting, wel of niet op zich te nemen.

Alle respondenten hebben hun eigen reden om mee te doen met Buurt Bestuurt. Opvallend is dat geen van de respondenten puur op de flyer is afgegaan. Allen hebben voordat de uitnodiging voor Buurt Bestuurt in de bus viel, al iets over Buurt Bestuurt gehoord. Hieruit kan worden afgeleid dat wanneer iemand eerder al iets heeft gehoord over een bepaald onderwerp en hier vervolgens informatie over thuis gestuurd krijgt, de kans groter is dat er herkenning optreedt. Door deze herkenning wordt de aandacht getrokken, waardoor de ontvanger tot het lezen van de uitnodiging is overgegaan. Zoals hiervoor al is verteld, zijn de meeste respondenten op de hoogte geraakt van buurt Bestuurt door de professionals in de buurt. Deze respondenten waren ontevreden en gefrustreerd over een bepaald issue, waardoor ze in contact zijn gekomen met een professional uit de buurt en waardoor ze hoorden van Buurt Bestuurt, wat de eerste stap tot participatie was. Hiermee kan worden gesteld dat onvrede en frustratie in combinatie met het willen wonen in een veilige en leefbare buurt, de grootste motiverende factoren zijn waarom de respondenten deelnemen aan Buurt Bestuurt.

Respondenten zeggen niet bewust een kosten-baten afweging te maken. Vaak zetten zij zich in in het belang van de buurt. Ze wonen er over het algemeen al een langere tijd, voelen zich verbonden met hun buurt en willen dan ook dat deze veilig en leefbaar wordt/blijft. Een reeds betrokken respondent zegt wel te willen helpen binnen Buurt Bestuurt, maar niet de verantwoordelijkheid te willen dragen over het geheel. Dit is ook een vorm van het afwegen van kosten en baten, maar wat er eigenlijk in de theorie wordt bedoeld, in hoeverre de inspanning bij het meedoen met Buurt Bestuurt de beoogde resultaten oplevert. Deze kosten-baten afweging speelt een belangrijke rol. Zo wordt er door een aantal respondenten benadrukt dat als er geen resultaten zijn de reeds actieve bewoners dreigen af te haken en dat de bewoners die gemotiveerd moeten worden tot deelname niet deelnemen, omdat ze denken dat het niks oplevert. Slechts een enkele respondent is actief geworden door een specifiek incident, maar over het algemeen is dit niet de reden tot deelname. Een interessant punt van een respondent is wel dat incidenten ertoe bijdragen dat mensen betrokken blijven. Echter moeten deze incidenten dan wel adequaat met behulp van Buurt Bestuurt kunnen worden opgelost. Het hebben van een koop- of huurhuis speelt in de motivatie tot deelname aan Buurt Bestuurt geen rol. Zowel mensen met een koop- als huurhuis participeren in Buurt Bestuurt en hun motief om mee te doen heeft geen relatie tot het soort huis dat zij bezitten. Ze willen gewoon in een goede buurt wonen, maar een punt waar geen van de respondenten aan voorbij gaat, is dat een stukje eigenbelang essentieel is in de motivatie tot deelname aan Buurt Bestuurt. Zonder eigenbelang zet vrijwel niemand zich in voor het collectief. De meest gehoorde punten rondom eigenbelang is dat bewoners fijn in hun buurt willen wonen, dat ze geen overlast ervaren, maar nog belangrijker dat hun kinderen er goed op kunnen groeien. De sociale cohesie binnen de buurt van de onderzochte casussen zorgt voor een veilige basis, waardoor bewoners deel durven nemen. Nagenoeg alle respondenten zijn beïnvloed door de mening van professionals en reeds actieve bewoners om deel te nemen aan Buurt Bestuurt. Zij hadden deze mondelinge uitnodiging niet aangenomen wanneer zij de boodschapper niet vertrouwden. Het benadrukken van de urgentie van

een probleem zodat bewoners actief worden in Buurt Bestuurt, is niet uit de interviews naar voren gekomen. Professionals en reeds actieve bewoners zeggen het woord van Buurt Bestuurt wel verder te verspreiden binnen hun netwerk in de buurt, maar benadrukken dat zij bewoners niet proberen over te halen om deel te nemen.

Het laten zien van de resultaten die Buurt Bestuurt bereikt heeft, wordt in beide buurten als motiverende factor genoemd om mensen te overtuigen dat zij ook moeten deelnemen. In beide buurten worden de resultaten tijdens de bijeenkomsten gecommuniceerd naar de aanwezigen. In Cool-Zuid worden ze ook verspreid onder de mensen in de maillijst en in Sportdorp via buurtbestuurt.nl. In beide buurten worden hiermee alleen de reeds betrokken bewoners bereikt, waardoor het tonen van de behaalde resultaten simpelweg geen factor kan zijn. Het enige wat er nu gebeurt, is het motiveren van de reeds actieve bewoners zodat zij in ieder geval niet afhaken.

#### *8.4 Mate waarin de gemotiveerde bewoner deelneemt aan Buurt Bestuurt*

Sommige reeds gemotiveerde bewoners dreigen toch nog af te haken wat betreft een deelname aan Buurt Bestuurt. De meest gehoorde argumenten hieromtrent zijn: als ik tijd had zou ik een keer langskomen, of ik kan niet weg vanwege mijn kinderen. Zorg dat dit geen argument kan zijn door bijvoorbeeld de tijd en locatie van een bijeenkomst in samenspraak met bewoners vast te stellen. Echter wordt er in de interviews regelmatig gezegd dat als bewoners die omwille van de tijd niet deel kunnen nemen, dat meer als smoes gebruiken dan als echte reden. Zo stelt een aantal respondenten dat als je inziet wat je met Buurt Bestuurt kunt bereiken, je daar echt wel een paar uurtjes aan kunt besteden. Wat van belang is, is dat de participatie binnen Buurt Bestuurt voor alle bewoners mogelijk wordt gemaakt. Hoewel dat in beide buurten iedereen welkom is bij een bijeenkomst, voelen niet alle bewoners dat zo. In Cool-Zuid werd er gesteld dat er toch wel een kennisdrempel is. De bewoners die nu actief zijn, zijn over het algemeen hoger opgeleid, wat lager opgeleide bewoners onzeker maakt in de bijdrage die zij denken te kunnen leveren. In Sportdorp is een soortgelijke drempel aanwezig, waarbij de ‘nieuwe’ actieve bewoners opkijken tegen de bewoners die al langere tijd in verschillende clubjes in de buurt actief zijn. Zo stelt een respondent nu hij bekend is met Buurt Bestuurt gemakkelijker aan te sluiten bij ander soort gelijke initiatieven. Volgens het *multi-step-flow* model zullen verschillende mensen op verschillende momenten in de tijd Buurt Bestuurt accepteren. Mede hierom lijkt het dus verstandig nadat bewoners kennis hebben genomen van Buurt Bestuurt, hen op de hoogte te houden van de ontwikkelingen, zodat zij zich later wellicht inzetten. Er zal verder onderzoek nodig zijn om deze aannemelijke veronderstelling te bevestigen dan wel te ontkrachten. Dat bewoners op de meebeslissende trede van de participatieladder staan in Buurt Bestuurt, waarbij de professionals slechts faciliteren, is volgens de respondenten geen bepalende factor in de keuze tot participatie. De meest gehoorde reden is dat bewoners onderschatten welke invloed ze eigenlijk in Buurt Bestuurt kunnen hebben en er daarom ook niet op zo’n manier gebruik van maken.

De respondenten hebben geen zicht op hoeveel bewoners binnen hun buurt kennis hebben genomen van Buurt Bestuurt. Beide buurten geven wel aan steeds een aantal nieuwe gezichten te zien, maar de groep die naar de bijeenkomsten komt, wordt niet extreem veel groter. Er zijn bewoners die er altijd trouw zijn, of afbellen als ze verhinderd zijn, maar er zijn ook bewoners die je eenmalig ziet. Beide buurten geven aan niet te weten waarom sommige mensen afhaken. Hun gegevens zijn wel opgenomen in een lijst, waardoor zij op de hoogte blijven van Buurt Bestuurt in hun buurt. Respondenten geven hierover aan dat zij in ieder geval blij zijn dat die bewoners een keer langs zijn geweest, waardoor ze in ieder geval weten dat Buurt Bestuurt bestaat en dat zij dus ook weten waar ze terecht kunnen met bepaalde problemen of ideeën die ze hebben voor de buurt.

Uit de interviews kan wel worden opgemaakt dat het aantal mensen binnen beide buurten die kennis hebben genomen van Buurt Bestuurt groeit. Wanneer dit wordt vergeleken met de productlevenscyclus van Rogers, zijn beide buurten voorbij de eerste fase waarin de *innovators* het initiatief nemen. In Cool-Zuid is dat een aantal actieve bewoners en in Sportdorp een aantal professionals. Beide buurten zitten voor zover ik kan inschatten in de tweede fase van de *early adopters*, ofwel de pioniers. Harde cijfers zijn er hier niet over bekend. Er sluiten namelijk bewoners aan die niet zijn gestart met Buurt Bestuurt, maar nu ze er van hebben gehoord wel een kijkje gaan nemen wat het precies inhoudt. Deze groep is op dit moment nog vrij beperkt, waardoor kan worden gezegd dat beide buurten nog niet in de fase van de *early majority* zitten. Wanneer de hele productlevenscyclus is doorlopen, zal Buurt Bestuurt langzamerhand verdwijnen, tenzij er wordt geïnnoveerd. Voor Cool-Zuid gaat deze theorie niet helemaal op. Na een jaar wilde er gestopt worden, omdat Buurt Bestuurt niet van de grond kwam. Desondanks werd er geïnnoveerd, wat betekende dat de bewoners in plaats van de professionals de kar gingen trekken, wat de redding van Buurt Bestuurt bleek te zijn. Wanneer beide buurten op het zogenaamde *tipping point* zitten waarbij een bepaalde kritische massa zo enthousiast is over Buurt Bestuurt, dat de bekendheid van de werkwijze rap toeneemt, waardoor hij niet meer is weg te denken uit het straatbeeld, is zeer lastig in te schatten. Wanneer er van de 10% regel wordt uitgegaan, zullen er in Cool-Zuid ongeveer 400 bewoners en in Sportdorp ongeveer 200 bewoners volledig achter de werkwijze Buurt Bestuurt en hetgeen je ermee kan bereiken moeten staan. Op dit moment geldt voor beide buurten dat deze 10% nog niet is behaald. Er kan zelfs niet hard worden gemaakt of 10% van de buurtbewoners überhaupt heeft gehoord van Buurt Bestuurt.

# IV Concluderend deel

## 9. Conclusie

Om een zo volledig mogelijk antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag zullen de deelvragen worden beantwoord alvorens er wordt overgegaan tot het beantwoorden van de hoofdvraag. Het antwoord op de eerste deelvraag is al gegeven in het theoretisch kader in de vorm van het conceptuele model met de bijbehorende uitleg. Het antwoord op de vijfde deelvraag vormt een aanbeveling en komt dus pas in het laatste hoofdstuk aan bod. Daarom worden in de eerste paragraaf de overige deelvragen beantwoord en in de tweede paragraaf de hoofdvraag van dit onderzoek.

### *9.1 Beantwoording deelvragen*

De tweede deelvraag luidt: Welke communicatiemiddelen worden er momenteel gebruikt, op welke wijze zijn de respondenten bekend geraakt met Buurt Bestuurt en in hoeverre zetten zij zich hiervoor actief in? Er worden allerlei verschillende communicatiemiddelen gebruikt om bewoners te informeren over wat Buurt Bestuurt is, dan wel het uitnodigen voor een bijeenkomst of een actie. Wanneer er in een buurt wordt gestart met Buurt Bestuurt worden meestal de bewoners uitgenodigd die de enquête hebben ingevuld, dit gebeurt via een briefje of mondeling. Het effect hiervan is meteen duidelijk bij de informatiebijeenkomst door het aantal bewoners dat aanschuift. Verder worden er regelmatig posters, krantenberichtjes, flyers en visitekaartjes gebruikt om Buurt Bestuurt onder de aandacht te brengen. Helaas is er geen zicht op wat de effecten van de communicatiemiddelen zijn, waardoor er niet gezegd kan worden wat wel of niet werkt. Wat wel blijkt is dat de bewoners die deelnemen aan Buurt Bestuurt geen representatieve vertegenwoordiging voor de buurt zijn. Hieruit kan worden opgemaakt dat de communicatiemiddelen die worden gebruikt, alleen een bepaalde groep mensen uit de buurt bereiken. In de twee onderzochte casussen, maar ook in veel andere Buurt Bestuurt comités missen jongeren en allochtone mensen. Een verklaring naar aanleiding van het onderzoek is dat er bij de communicatie met deze groepen geen rekening is gehouden met de cultuur van de groep. Er wordt naar de hele buurt op dezelfde manier gecommuniceerd, wat bepaalde groepen blijkbaar niet aanspreekt en waardoor zij dus niet bereikt en gemotiveerd worden voor participatie. Nagenoeg alle respondenten die deelnemen aan Buurt Bestuurt zeggen hiervoor mondeling benaderd te zijn. Ook zeggen zij niet of nauwelijks in de buurt en in hun brievenbus informatie en dergelijke over Buurt Bestuurt te zien. Juist deze groep mensen zou het op moeten vallen, omdat ze Buurt Bestuurt dan herkennen. Daarbij zeggen de respondenten geen zicht te hebben op het effect van de ingezette communicatiemiddelen. Wel blijkt dat de respondenten zich volop inzetten voor hun buurt. Ze wonen zo veel mogelijk vergaderingen bij, komen met nieuwe ideeën en zetten zich in wanneer er activiteiten georganiseerd moeten worden. Wel

is het van belang dat ze hierbij gesteund worden door medebewoners en ondersteund door professionals, omdat ze het anders wellicht niet volhouden. In een aantal straatgesprekken komt naar voren dat de mensen wel eens van Buurt Bestuurt hebben gehoord, maar wat het precies inhoudt weten ze eigenlijk niet. Het overgrote deel van de mensen die op straat zijn aangesproken zeggen echter niet van Buurt Bestuurt gehoord te hebben.

Beide buurten hebben een buurpagina op het communicatiesysteem, buurtbestuurt.nl, wat speciaal voor Buurt Bestuurt is ontwikkeld. Voor beide buurten geldt dat er op dit moment onvoldoende gebruik wordt gemaakt van de website buurtbestuurt.nl. Cool-Zuid zet er nauwelijks berichten op, Sportdorp daarentegen heel regelmatig. Met name de reeds actieve professionals en de reeds actieve bewoners weten van het bestaan van dit communicatiesysteem en zijn daar voor een deel dan ook lid van geworden, waardoor ze de berichten die er op worden gezet via de e-mail, sms of app ontvangen. Er kan dus worden gezegd dat het bereik van Buurt Bestuurt door de website niet is vergroot. Diegene die zich aan hebben gemeld voor de berichtgeving van de site zijn hier over het algemeen over te spreken. Ze vinden het fijn ook tussen de bijeenkomsten door op de hoogte te blijven van de vorderingen. Er wordt geen reclame voor gemaakt onder de bewoners die nog niet van Buurt Bestuurt hebben gehoord. Cool-Zuid stelt wel dat in de toekomst de website hét communicatiesysteem gaat worden voor hun Buurt Bestuurt. In Sportdorp ziet de site er goed uit en is het volgens de gebruikers slechts een kwestie van tijd voordat er daadwerkelijk meer mensen worden bereikt. Ook hier willen ze de site verder promoten. Beide buurten zien dus wel in welke voordelen het communicatiesysteem kan hebben, er zal alleen eerst in moeten worden geïnvesteerd om deze voordelen te kunnen verkrijgen.

De derde deelvraag luidt: Welke argumenten geven de respondenten wat betreft het wel of niet overtuigd zijn van Buurt Bestuurt en op welke wijze kan er op deze argumenten worden ingespeeld? Iedere bewoner heeft een persoonlijke reden wel of niet deel te nemen aan Buurt Bestuurt. De reden om mee te doen is voornamelijk het willen verbeteren van de veiligheid en leefbaarheid in de buurt. Een veel genoemde reden om niet mee te doen is: het werkt toch niet. Een aantal respondenten geeft aan dat het deelnemen aan initiatieven als Buurt Bestuurt in de aard van het beestje zit. Sommige mensen zijn van nature nou eenmaal meer bereid zich voor zoiets in te zetten dan anderen. Uit de vorige deelvraag blijkt dat de bewoners die deelnemen aan Buurt Bestuurt op de hoogte blijven van de ontwikkelingen door de terugkoppeling van de resultaten tijdens de bijeenkomsten en via buurtbestuurt.nl. Deze resultaten zijn een motiverende factor met Buurt Bestuurt door te gaan. Zij stellen dan ook dat het tonen van de behaalde resultaten aan bewoners die niet mee willen doen aan Buurt Bestuurt een omslag teweeg kan brengen, zodat deze mensen hun houding ten aanzien van Buurt Bestuurt veranderen en wellicht ook mee gaan doen. Het tonen van resultaten kan het motief 'Buurt Bestuurt werkt toch niet' doen afzwakken. Een ander veel gehoord motief 'ik heb geen tijd' wordt door veel respondenten als smoes gezien. Wanneer bewoners iets willen doen voor hun buurt,



dan maken zij daar wel tijd voor. Het tonen van de behaalde resultaten kan bij deze smoes ook voor een ommezwaai zorgen. Verder moet er rekening worden gehouden met de tijd en locatie van de bijeenkomst, zodat alle bewoners de mogelijkheid krijgen mee te doen. Tot slot is een deel van de bewoners niet bereikt, waardoor zij niet de mogelijkheid hebben gehad overtuigd te raken van Buurt Bestuurt. Er valt dus winst te pakken in het bereiken van bewoners, wat zijn doorwerking heeft in de mate van participatie. Uit de interviews is alleen niet gebleken dat er in de onderzochte casussen daadwerkelijk wordt geprobeerd bewoners die om welke reden dan ook niet mee doen met Buurt Bestuurt ervan te overtuigen waarom zij wel mee zouden moeten doen. De respondenten zeggen andere bewoners niet te willen pushen tot deelname en daarbij besteden ze liever hun aandacht aan enthousiaste mensen.

### *9.2 Beantwoording hoofdvraag*

De hoofdvraag in dit onderzoek luidt: In hoeverre lukt het de reeds actieve bewoners en professionals andere bewoners ook bij Buurt Bestuurt te betrekken, op welke wijze worden er hierbij bepaalde burgerparticipatie- en communicatiestrategieën gebruikt en welke lessen kunnen er worden getrokken wat betreft het bereiken en activeren van bewoners voor Buurt Bestuurt binnen de gemeente Rotterdam? Op deze vraag kan een vrij kort antwoord worden gegeven, namelijk; de bewoners en professionals die actief zijn in Buurt Bestuurt zetten niet doelbewust bepaalde vooraf uitgedachte burgerparticipatie- en communicatiestrategieën in. De acties die worden ondernomen om meer bewoners in de buurt te bereiken en om hen te motiveren deel te nemen aan Buurt Bestuurt, worden logischerwijs bedacht. Een voorbeeld: ‘Oja, we moeten de uitnodiging voor de volgende vergadering nog maken. Ik zorg wel dat er in elke brievenbus een uitnodiging komt.’ Er is geen zicht op of deze manier van uitnodigen effectief is. Behalve dat er niet substantieel meer mensen naar de bijeenkomst komen, is het niet duidelijk of mensen de uitnodiging hebben gelezen. Daarnaast heeft men ook het overzicht niet over de reeds actieve bewoners. Hoe zij betrokken zijn geraakt, via een ingezet communicatiemiddel of mondeling door iemand die al actief was in Buurt Bestuurt, is niet bekend. Er wordt dus iets rondom communicatie bedacht en uitgevoerd, maar er wordt nooit meer kritisch bekeken of de communicatie werkt of niet. Zo wordt er op één manier gecommuniceerd met de hele buurt. Tenminste, dat wordt getracht, want er is inmiddels wel gebleken dat dit tot op heden nog niet is gelukt. Waar in de praktijk totaal geen rekening mee wordt gehouden is dat er verschillende groepen binnen de buurt te onderscheiden zijn. Er wordt geprobeerd helder te communiceren, maar of er aan deze eis wordt voldaan kunnen de respondenten niet zeggen. Ze hebben geen zicht op het effect van hun communicatie. Daarnaast wordt er onvoldoende nagedacht over de doelen die met Buurt Bestuurt bereikt moeten worden, op welke wijze dat moet gebeuren en binnen welke tijd. Als er iemand een goed idee heeft wordt dat gewoon uitgetest en als het lijkt te werken dan wordt het vaker gedaan. Doordat er van te voren geen specifieke doelen worden gesteld, kan er ook niet worden gekeken of de doelen zijn behaald. Er wordt vrijwel nooit teruggekeken en geëvalueerd of bepaalde acties nuttig zijn

geweest. Daarnaast wordt er onvoldoende gebruik gemaakt van bestaande netwerken in de buurt. Wanneer er gecommuniceerd wordt, zal de zender zich bewust moeten zijn van deze netwerken en waar de boodschap verspreid dient te worden om een zo groot mogelijk bereik te bewerkstelligen. Er zal dus een bewustwording bij de zender moeten ontstaan, zodat eerst goed nagedacht wordt over de vorm, inhoud en doel van de boodschap, voordat er klakkeloos gezonden wordt. Dit geldt voor alle communicatie die gedaan wordt. Daarnaast zitten de respondenten vol goede ideeën over hoe meer bewoners te bereiken, hoe je bepaalde doelgroepen zou kunnen betrekken, hoe de bestaande netwerken in de buurt hierbij kunnen worden ingezet, hoe de naamsbekendheid van Buurt Bestuurt kan worden vergoot en welke communicatie daarbij past. Het lastige is dat deze prachtige ideeën en goede voornemens nog niet in de praktijk zijn gebracht. Dat is erg jammer voor dit onderzoek, omdat er nu niet gezegd kan worden in hoeverre deze ideeën ook echt werken in de praktijk. Er zal dus voor gewaakt moeten worden dat deze ideeën niet verloren gaan. Denk er echter wel goed over na voordat er wordt gestart met het uitvoeren ervan.

Kortom, beide casussen hebben vooraf geen communicatieplan gemaakt. Als er omtrent de communicatie iets wordt bedacht, proberen ze het uit en kijken ze of het werkt of niet. Helaas hebben beide buurten hier vaak onvoldoende zicht op, waardoor ze geen echte uitspraken kunnen doen over wat wel of niet voor hen werkt en waarom. Niettemin stellen beide buurten dat mond-tot-mondreclame de meest effectieve manier is om mensen te bereiken en te motiveren om deel te nemen aan Buurt Bestuurt. Omdat dit erg tijdrovend is gebeurt dit nog niet op grote schaal. Er wordt wel degelijk door de actieve mensen binnen Buurt Bestuurt geprobeerd meer bewoners te informeren en ze vervolgens te motiveren tot deelname. Door een niet optimale aanpak zet het op dit moment alleen nog geen zoden aan de dijk.

## 10. Aanbeveling

In dit hoofdstuk worden er op basis van het onderzoek een aantal aanbevelingen gedaan richting alle Buurt Bestuurt comités, waardoor zij meer bewoners kunnen bereiken en activeren voor Buurt Bestuurt. De vijfde deelvraag wordt hier tevens mee beantwoord: Wat kan er verbeterd worden wat betreft het bereiken, informeren, overtuigen, motiveren en activeren van bewoners voor Buurt Bestuurt en hoe kan dit worden gerealiseerd?

### *10.1 Ontwikkel een communicatieplan*

Wanneer er in een buurt met Buurt Bestuurt wordt begonnen, wordt er onvoldoende nagedacht over hoe er gecommuniceerd gaat worden naar de buurt. Daarom is de eerste aanbeveling, denk van tevoren goed na over hoe bewoners benaderd dienen te worden om ze te informeren over Buurt Bestuurt, hoe de bewoners uitgenodigd dienen te worden voor een vergadering en hoe bewoners gevraagd dienen te worden om mee te doen met een activiteit. Bepaal hierbij ook wat de doelen van de communicatie zijn en probeer te achterhalen of deze doelen zijn behaald. Zo ja, vraag de bewoners hoe ze de communicatie hebben ervaren en wat ze graag anders zouden zien. Zo nee, achterhaal waarom de doelen niet zijn behaald. Op deze manier wordt er inzichtelijk wat de communicatiemiddelen die ingezet worden voor effect hebben, of dit het gewenste effect is of niet en hoe er bijgestuurd kan worden. Hierdoor wordt duidelijk wat er wel en wat er niet werkt voor een bepaalde buurt. Denk eerst logisch na voordat er een communicatiemiddel wordt ingezet en probeer vervolgens of het voor de desbetreffende buurt werkt.

#### a. Richt je op doelgroepen

Binnen het communicatieplan is er een belangrijk punt waar op dit moment nog aan voorbij wordt gegaan, namelijk het richten van communicatie op bepaalde doelgroepen binnen de buurt. Nagenoeg alle buurtcomités zijn geen representatieve afspiegeling van de buurt, dit heeft mede te maken met het feit dat bepaalde groepen binnen de buurt niet worden bereikt met de huidige communicatie. Denk daarom goed na over hoe bepaalde groepen binnen de buurt ook bereikt kunnen worden.

#### b. Stel doelen vast

Stel met elkaar vast welke doelen er bereikt willen worden binnen een bepaalde periode met betrekking tot het informeren van bewoners over en het betrekken van bewoners bij Buurt Bestuurt. Vraag je hierbij ook af hoeveel mensen je aan tafel wilt hebben. Wat is werkbaar? Denk er ook aan dat een deel van de bewoners zichzelf niet om de zoveel tijd ziet vergaderen, maar wel praktijkgericht bezig wil zijn. Kijk dan ook niet alleen naar de actieve bewoners in de vergaderingen, maar probeer een kring van bewoners hieromheen te activeren die bereid is mee te helpen bij acties. De doelen die worden gesteld moeten realistisch zijn.

### c. Confronteer bewoners met hun gedrag

Laat bewoners de realiteit onder ogen zien. Als het tot mensen doordringt dat ze zelf voor een groot gedeelte verantwoordelijk zijn voor de 'problemen' in hun buurt en ze inzien dat hun gedrag daar verantwoordelijk voor is, zullen ze zich realiseren dat ze het moeten veranderen. Confronteer ze daarom met hun gedrag. Zij zijn immers verantwoordelijk voor verkeerd aangeboden vuil, hondenpoep op de straat en dergelijke. Hierbij is het van belang dat er geen regels worden opgelegd, maar dat mensen zelf tot het inzicht komen waarom hun gedrag voor overlast zorgt.

### *10.2 Laat bewoners de kar trekken*

Om Buurt Bestuurt op te starten is de inzet die professionals leveren van essentieel belang. Wanneer Buurt Bestuurt loopt is het niet de bedoeling dat deze professionals de kar blijven trekken. Omdat er dan geen noodzaak is dat de bewoners de verantwoordelijkheden op zich nemen. Durf daarom als professional aan te geven wanneer de bewoners de kar moeten trekken en de professionals slechts de faciliterende rol op zich nemen. Maar wanneer professionals dingen beloven die ze niet waar kunnen maken, staan ze meteen buitenspel. Wees als professional dan ook heel helder wat wel en wat niet mogelijk is. Als een bewoner dan de stap heeft gezet een keer deel te nemen aan een Buurt Bestuurt vergadering, moet diegene niet meteen overladen worden met allerlei taken die ze moeten doen. Op deze manier is de kans groot dat ze worden afgeschrikt en de volgende keer niet meer aansluiten. Tegelijkertijd geeft het energie wanneer de bewoners zelf de verantwoordelijkheden dragen. Vind daarom de juiste balans.

### *10.3 Gebruik bestaande netwerken*

Op dit moment wordt er nog te weinig gebruik gemaakt van de bestaande netwerken in de buurt. Gebruik daarom de sneeuwbal methode, dit is het verhaal van de buurvrouw die de buurman kent en die kent de slager en die kent... Het is een soort netwerkmanier, waarbij er gesteld wordt dat iedereen uit de buurt wel iemand kent, waardoor iedereen dus via via de hele buurt kent. Ga op zoek naar de sleutelfiguren in de buurt met wie er samen kan worden gewerkt bij het verbeteren van de buurt. Sleutelfiguren zijn mensen die veel medebewoners kennen, maar ook mensen die in de netwerken in de buurt zitten. Probeer de mensen die al meedoen als ambassadeurs te gebruiken voor Buurt Bestuurt, zodat zij de overige bewoners in hun netwerk erbij kunnen betrekken. Bekijk daarnaast de netwerken die er al in de buurt zijn. Zorg dat je als Buurt Bestuurt toegang hebt tot deze netwerken. Promoot daar het verhaal van Buurt Bestuurt en zorg ervoor dat als er iets speelt in Buurt Bestuurt wat voor een bepaald netwerk ook van belang is, je bij hen terug kunt komen zodat ze een bijdrage kunnen leveren aan de oplossing. Andersom geldt dit natuurlijk ook. Het kan alleen slagen als dit met passie en interesse wordt gedaan. Je hebt met zoveel verschillende mensen te maken en je moet in staat zijn hiermee om te gaan. Hiervoor is dan ook een lange adem nodig, het is dus van belang je te realiseren waar je aan begint.

#### *10.4 Toon de successen*

Een heel belangrijk onderdeel is het behalen van resultaten door Buurt Bestuurt. Over het algemeen zien alleen de actieve betrokken bewoners deze resultaten. Mede hierdoor zijn zij enthousiast en gemotiveerd zich in te blijven zetten voor Buurt Bestuurt. Om nieuwe bewoners te betrekken moet er vooral niet gepraat worden over wat de buurt allemaal zou willen, wat ze van plan zijn, wat ze gaan doen of wat ze gaan onderzoeken. Hier zijn mensen allergisch voor. Laat de al bereikte resultaten zien, ook al zijn ze klein. Dit doe je bij de netwerken in de buurt zoals scholen, verenigingen van eigenaren, winkeliersverenigingen, maar ook bij bewoners die niet in zo'n netwerk zitten. Vertel het verhaal dat er bepaalde problemen zijn geprioriteerd door de buurt en wat er aan is gedaan. Zeg dan niet gelijk zie je nou wel dat jullie ook aan moeten sluiten, maar geef ze de tijd het te laten bezinken en zorg ervoor dat de mensen beseffen dat als ze niet meedoen ze iets missen, maar ook dat ze zelf veel kunnen bereiken. Dit is eigenlijk een verleidingsstrategie.

##### a. Wees Zichtbaar

Zichtbaarheid is de manier om de naamsbekendheid van Buurt Bestuurt te vergroten. Door op een vaste plaats in de buurt aanwezig te zijn, weten bewoners waar ze terecht kunnen. Daarnaast is het van belang dat de professionals die betrokken zijn bij Buurt Bestuurt zichtbaar zijn in de buurt en dat bewoners sommige van hun werkzaamheden linken aan Buurt Bestuurt.

##### b. Gebruik buurtbestuurt.nl beter

Nagenoeg alle buurten in Rotterdam die met Buurt Bestuurt werken zijn inmiddels aangesloten op het communicatiesysteem buurtbestuurt.nl waar ze hun eigen buurtpagina hebben. Voor alle buurten geldt, promoot deze site meer, zodat het bereik wordt vergroot. Dit kost in eerste instantie tijd, maar de voordelen wanneer er veel bewoners lid zijn en zij de berichten die erop worden gezet direct ontvangen zijn groot. Neem dit onderdeel dan ook op in de het communicatieplan.

#### *10.5 Verbeter de wereld, begin bij jezelf*

Het is zo'n mooie slogan, maar het is waar. Bedenk daarom voor jezelf: wat krijgt mij nou van de bank? Als je daar achter bent, kun je hierop inspelen bij het bereiken en activeren van medebewoners, doordat je ze beter kunt begrijpen doordat je je inleeft in hun motieven. Bedenk dus was je triggert om mee te doen én hoe je zou reageren als iemand anders jou zou proberen te bereiken en activeren voor Buurt Bestuurt. Hierdoor is ook beter in te spelen op de mogelijke reacties van de ondervraagden.

## 11. Reflectie

In dit hoofdstuk wordt er een kritische blik op het onderzoek geworpen. De eerste paragraaf kijkt naar het theoretische deel en de tweede paragraaf naar het onderzoek op zich.

### *11.1 Het theoretisch deel*

De theorieën over burgerparticipatie die ik gelezen heb blijven redelijk vaag. Er worden met name stromingen beschreven en de houding van de burger daarin. Het model van Klandermans dat ik heb gebruikt voor deze scriptie, is naar mijn mening het duidelijkste model hoe je in de praktijk tot burgerparticipatie kunt komen. Als je het model ziet, klinken de fasen die je moet doorlopen logisch, waardoor het aannemelijk is dat het ook zo in de praktijk werkt. Helaas is het redelijk vaag hoe je de fasen het beste kunt doorlopen om daadwerkelijk tot burgerparticipatie te komen. Er wordt bijvoorbeeld gezegd dat de bereikte groep gemotiveerd moet worden voor participatie. Er wordt alleen nergens beschreven hoe je dat dan doet. Aan de hand van andere theoretische inzichten heb ik zo goed mogelijk het model ingekleurd. Waarbij het interessant is dat er tot een conceptueel model is gekomen door middel van rationele theorieën, terwijl het model zelf normatief van aard is. Met dit onderzoek heb ik dan ook wel een sterk vermoeden hoe er meer bewoners kunnen worden bereikt en gemotiveerd tot participatie, maar of dit daadwerkelijk klopt zal verder onderzoek moeten uitwijzen.

Daarnaast wordt er in het theoretisch kader voorbij gegaan aan welke invloed de resultaten die Buurt Bestuurt boekt of juist niet boekt hebben op de motivatie van de reeds deelnemende bewoners en op de nog te activeren bewoners. Tijdens het onderzoek is deze factor vaak naar boven gekomen. Het terugkoppelen van de behaalde resultaten zal dan ook een plaats moeten krijgen in het conceptueel model. Met name om de reeds actieve bewoners te behouden. Daarnaast stelt het model dat wanneer een stap niet succesvol is doorlopen, je het nog een keer moet proberen, maar er wordt verder niet ingegaan op hoe je het dan wel succesvol maakt. Omdat er een soort cyclus in zit, waarbij bewoners op verschillende momenten instappen en waarbij de groep fluctueert doordat er mensen bijkomen en afhaken, is dit in vervolgonderzoek een mooi aandachtspunt.

### *11.1 Het onderzoek*

Misschien was het achteraf verstandiger geweest een casus te kiezen waar ze al een langere tijd met Buurt Bestuurt bezig zijn. In Cool-Zuid loopt het al ruim twee jaar, maar is er na een jaar een totale omslag geweest en in Sportdorp is pas begin dit jaar gestart. In die zin hebben beide buurten vrij weinig tijd gehad om communicatiemiddelen uit te proberen en te bekijken of het werkt voor hun buurt. Zelf hebben ze hier nog geen zicht op, wat het voor mij erg lastig maakt uitspraken te doen over wat wel en wat niet werkt om bewoners te bereiken en activeren voor Buurt Bestuurt. Wel ben ik van mening de juiste mensen per buurt te hebben gesproken.

Het is wat omslachtig als elke buurt het wiel opnieuw probeert uit te vinden wat betreft het bereiken en activeren van bewoners voor Buurt Bestuurt. Het is daarom wel zo handig als de verschillende comités van elkaar kunnen leren door het uitwisselen van informatie. Op dit moment gebeurt dat al mondjesmaat. Comitéleden nemen zelf het initiatief en leggen contact met comitéleden uit een andere buurt. De gemeente Rotterdam vindt dit erg positief en is momenteel dan ook bezig met een plan hoe dit proces te stimuleren. Onder het kopje ‘Gluren bij de burens’, werkt men aan een overzicht over hoe elke buurt er voor staat, waardoor buurten aan de hand van bepaalde criteria aan elkaar gekoppeld kunnen worden, zodat zij iets van elkaar kunnen leren. Het heeft meer tijd nodig om te kunnen zeggen wat de effecten zijn van deze manier van informatie uitwisselen.

Er bestaat een sterk vermoeden dat de resultaten uit dit onderzoek ook gelden voor andere Buurt Bestuurt buurten. Zo komt er zeer regelmatig naar voren dat mond-tot-mondreclame in de ogen van de respondenten de meest effectieve vorm van communicatie is. Er is echter verder onderzoek nodig om te kunnen bepalen in welke situaties welke communicatie werkt bij het bereiken en motiveren van bewoners, zodat zij zich in willen zetten voor hun buurt. En als mond-tot-mondreclame dan het meest effectieve instrument is, is het ook van belang op welke wijze het moet worden gebruikt.

Uit het onderzoek blijkt dat de groep bewoners die actief is in Buurt Bestuurt dat is, omdat zij dat zelf graag wil. Vanuit de gemeente Rotterdam is men erg blij met deze enthousiaste groep bewoners, maar zij streeft er tevens naar dat meer bewoners zich via Buurt Bestuurt in willen zetten voor hun buurt. Er wordt dan ook door het Buurt Bestuurt comité getracht deze bewoners te enthousiasmeren zich aan te sluiten bij Buurt Bestuurt. Er blijkt uit het onderzoek dat hierbinnen ook een groep is die helemaal niet zit te wachten op initiatieven als Buurt Bestuurt. Zij willen, om welke reden dan ook, zich niet op zo'n manier inzetten voor hun buurt. Hierbij zal de gemeente zich af moeten vragen of de buurt wel wil besturen en of het niet de gemeente is die wellicht liever wil dat de bewoners dat doen, dan dat de bewoners dat zelf willen.

# Literatuurlijst

Aboutaleb, A., (2012) *Stand van zaken Buurt Bestuurt*, brief aan de Commissie Bestuur, Veiligheid en Middelen, 17 december 2012

Berlo van, D. (2013) Humberto's paradox (pp. 44-54). In *Bestuurskunde, De grote samenleving*, jaargang 22, lente 2013, Den Haag: Boom Lemma.

Berlo, D. K. (1960) *The Process of Communication*. In: Fauconnier, G. (1981) *Algemene communicatietheorie*. Utrecht: het Spectrum B.V.

Buurt Bestuurt (2013) *Over Buurt Bestuurt*.

<http://buurtbestuurt.nl/Home/OverBuurtBestuurt> Bezocht op 25 februari 2013.

Buurt Bestuurt voor bewoners (factsheet mei 2012)

<http://www.rotterdam.nl/Directie%20Veilig/Bestanden/Buurt%20Bestuurt/1%20Factsheet%20BuurtBestuurt%20voor%20bewoners.pdf> Bezocht op 27 mei 2013.

Buurtbestuurt.nl: Cool-Zuid <http://buurtbestuurt.nl/Buurt/Overview/39> Bezocht op 5 september 2013.

Buurtbestuurtn.nl: Sportdorp <http://buurtbestuurt.nl/Buurt/Overview/33> Bezocht op 5 september 2013.

Castells, M. (1996) Chapter 12 *Risk Society revisited: Theory, Politics and Research Programmes*. In Adam, B., Beck, U. and van Loon, J. (2005), *The Risk Society and Beyond: Critical Issues for Social Theory* (pp 211-229) London: Sage Publications.

Centraal Bureau voor de Statistiek (2008) *'Veiligheidsgevoel stijgt, criminaliteit daalt'*, 24 april.

<http://www.cbs.nl/NR/rdonlyres/AC4A1896-0179-45B9-B198-ECD9005074F5/0/pb08n029.pdf>

Bezocht op 25 april 2013.

Cialdini, R. (2012) *De psychologie van het overtuigen*.

<http://www.denkproducties.nl/assets/document/miniboekje-2011.pdf> Bezocht op 3 juni 2013.

C-Bis: Centraal Beleidsinformatie Systeem van de gemeente Rotterdam (zie bijlage 1).

[http://appccn-cns-p.rotterdam.local/cognos8/cgi-](http://appccn-cns-p.rotterdam.local/cognos8/cgi-bin/cognosisapi.dll?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40)

[bin/cognosisapi.dll?b\\_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40](http://appccn-cns-p.rotterdam.local/cognos8/cgi-bin/cognosisapi.dll?b_action=cognosViewer&ui.action=run&ui.object=%2fcontent%2ffolder%5b%40)



[name%3d%27Domein%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27Concern%27%5d%2ffolder%5b%40name%3d%27CIS%27%5d%2freport%5b%40name%3d%27C-BIS%20startpagina%27%5d&ui.name=C-BIS%20startpagina&run.outputFormat=&run.prompt=true&ui.backURL=%2fcognos8%2fcgi-bin%2fcognosisapi.dll%3fb\\_action%3dxts.run%26m%3dportal%2fcc.xts%26m\\_folder%3diCC2CAFBB4C864829BB669618FD7801A6](#) Bezocht op 3 september 2013.

Communicatie Buurt Bestuurt (factsheet oktober 2011)

<http://www.rotterdam.nl/Directie%20Veilig/Bestanden/Buurt%20Bestuurt/5%20Factsheet%20Communicatie%20Buurt%20Bestuurt.pdf> Bezocht op 28 februari 2013.

Communicatiemodel I (2013) *Wat is de definitie van communicatie.*

[http://www.communicatiemodel.nl/wat\\_is\\_communicatie.htm](http://www.communicatiemodel.nl/wat_is_communicatie.htm) Bezocht op 20 maart 2013.

Communicatiemodel II (2013) *Hoe werkt communicatie.*

[http://www.communicatiemodel.nl/hoe\\_werkt\\_communicatie.htm](http://www.communicatiemodel.nl/hoe_werkt_communicatie.htm) Bezocht op 20 maart 2013.

Dam van, M. 'De zelfredzaamheid wordt juist afgebroken', *De Volkskrant*, 9 juni 2011.

<http://www.volkskrant.nl/vk/nl/6227/Marcel-van-Dam/article/detail/2447303/2011/06/09/De-zelfredzaamheid-wordt-juist-afgebroken.dhtml> Bezocht op 18 maart 2013.

Directie Veiligheid (2009) *Vertrouwen in veiligheid, meedoen in de stad*, vijfjarenactieprogramma veiligheid, Rotterdam 2010-2014.

Edelenbos, J. (2000) *Proces in vorm: procesbegeleiding van interactieve beleidsvorming over lokale ruimtelijke projecten*. Utrecht: Lemma Uitgeverij BV.

Gemeente Rotterdam Buurt Bestuurt (2013) *De Buurt Bestuurt*

<http://www.rotterdam.nl/buurtbestuurt> Bezocht op 25 februari 2013.

Gladwell, M. (2009) *Het beslissende moment, hoe je nét het verschil kunt maken*. Amsterdam: Pandora. Vertaalt vanuit het Engels; Gladwell, M. (2000) *The tipping point: how little things can make a difference*. London; Abacus.

Hart 't, H., van Dijk, J., de Goede, M., Jansen, W. en Teunissen, J. (2002) *Onderzoeksmethoden*. Amsterdam: Boom.

Hagedoorn, E. en Bloemers, W. (1996) *Management, Organisatie en Gedrag: Communicatie*. Utrecht: Uitgeverij De Tijdstroom.

Klandermans, B. (1997) *The social psychology of protest*. Oxford/Cambridge: Blackwell Publishers.  
[http://www.fsw.vu.nl/nl/Images/The%20Social%20Psychology%20of%20Protest%20-Klandermans%20\\_tcm30-334474.pdf](http://www.fsw.vu.nl/nl/Images/The%20Social%20Psychology%20of%20Protest%20-Klandermans%20_tcm30-334474.pdf)

Klandermans, B. en Seydel, E. (1991) *Overtuigen en activeren: publieksbeïnvloeding in theorie en praktijk*. Assen/Maastricht: Uitgeverij van Gorcum.

Landelijke Expertisegroep Veiligheidspercepties (2013) *De Bijzondere Belofte van Buurt Bestuurt*. Door Eysink Smeets, M., Moors, H., Jans, M. en Schram, K.

Maslow, A. H. (1943) A theory of human motivation. In Shafritz, J. M. en Hyde, A. C. (2007) *Classics of Public Administration* (pp. 111-118) Boston, USA: Thomson Wadsworth.

Michels, W.J. (2006). *Communicatie handboek*. Groningen: Wolters-Noordhoff.

Mourdoukoutas, P. & Siomkos, G. J. (2009) *The seven principles of WOM and Buzz marketing; Crossing the Tipping Point*. Germany: Springer.

Oomkes, F.R., (2000) *Communicatieleer*, Boom Onderwijs Amsterdam.

Putnam, R. D. (2000) *Bowling alone; the collapse and revival of America community*. New York: Touchstone.

Rijksoverheid I (2013) *Overheidsfinanciën*.  
<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/overheidsfinancien/overheidsfinancien-op-orde-brengen>  
Bezocht op 18 maart 2013.

Rijksoverheid II (2013) *Van burgerparticipatie naar overheidsparticipatie*  
<http://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/democratie-en-burgerschap/van-burgerparticipatie-naar-overheidsparticipatie> Bezocht op 17 juli 2013.

Rossum, van T. R. (2013) *Mag de buurt besturen? Een onderzoek naar de legitimiteit van het Rotterdamse veiligheidsproject Buurt Bestuurt*.

Shannon, C. E. en Weaver, W. (1959) *The Mathematical Theory of Communication*. In: Fauconnier, G. (1981) *Algemene communicatietheorie*. Utrecht: het Spectrum B.V.

Severijnen, O., Bakker, M., Pas, N. (2010) *Basisboek Communiceren*. Baarn/Utrecht/Zutphen: Thieme Meulenhoff.

Specht, M. (2013) Zelforganisatie vanuit het perspectief van burgers; Inzichten uit onderzoek naar pragmatiek van burgerparticipatie in drie Europese steden (pp. 55-65). In *Bestuurskunde, De grote samenleving*, jaargang 22, lente 2013, Den Haag: Boom Lemma.

Steen van der, M., Bruijn de, H. en Schillemans, T. (2013), De grote samenleving, over vitaliteit en nieuwe verhoudingen tussen overheid en burgers (pp. 5-12). In *Bestuurskunde, De grote samenleving*, jaargang 22, lente 2013, Den Haag: Boom Lemma.

Stokkom, van B. & Toenders, N. (2010) *De sociale cohesie voorbij; Actieve burgers in achterstandswijken*. Amsterdam: Pallas Publications.

Thiel, van S. (2007) *Bestuurskundig onderzoek, een methodologische inleiding*. Bussum: Coutinho.

Verstraete, C. (2011) Innovatieve revoluties? De '10%-regel' en de verspreiding van innovaties als draagvlak voor een kennissamenleving.

<http://www.vigorinnovation.com/innovatieve-revoluties-de-%E2%80%9910-regel%E2%80%99-en-de-verspreiding-van-innovaties> Bezoekt op 27 mei 2013.

Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid (2012) *Vertrouwen in burgers*. Amsterdam: University Press.

[http://www.wrr.nl/fileadmin/nl/publicaties/PDF-Rapporten/Vertrouwen\\_in\\_burgers.pdf](http://www.wrr.nl/fileadmin/nl/publicaties/PDF-Rapporten/Vertrouwen_in_burgers.pdf) Bezoekt op 30 mei 2013.

# Bijlage 1: Overzicht cijfers

## Rotterdam

619.213 inwoners

305.337 Man (49%)

313.873 Vrouw (51%)

Autochtoon 316.871 (51%)

Allochtoon 302.342 (49%)

	Populatie	%
0 t/m 11 jaar	82.818	13%
12 t/m 17 jaar	38.139	6%
18 t/m 22 jaar	44.066	7%
23 t/m 34 jaar	123.724	20%
35 t/m 49 jaar	130.882	21%
50 t/m 64 jaar	108.478	18%
65 jaar en ouder	91.103	15%
Onbekend	2	0%
<b>Totaal</b>	<b>619.213</b>	<b>100%</b>

	Populatie	%
Suriname	53.189	9%
Ned. Antillen en Aruba	23.354	4%
Turkije	48.221	8%
Marokko	41.583	7%
Niet-westers land	64.472	10%
Westers land	70.860	11%
Nederland	316.871	51%
Onbekend	663	0%
<b>Totaal</b>	<b>619.213</b>	<b>100%</b>

## Cool-Zuid

3455 inwoners

1831 Man (53%)

1624 Vrouw (47%)

Autochtoon 1771 (51%)

Allochtoon 1684 (49%)

	Populatie	%
0 t/m 11 jaar	287	8%
12 t/m 17 jaar	90	3%
18 t/m 22 jaar	315	9%
23 t/m 34 jaar	1.051	30%
35 t/m 49 jaar	769	22%
50 t/m 64 jaar	569	16%
65 jaar en ouder	374	11%
Onbekend	0	0%
<b>Totaal</b>	<b>3.455</b>	

	Populatie	%
Suriname	204	6%
Ned. Antillen en Aruba	60	2%
Turkije	182	5%
Marokko	158	5%
Niet-westers land	389	11%
Westers land	684	20%
Nederland	1.771	51%
Onbekend	6	0%
<b>Totaal</b>	<b>3.455</b>	<b>100%</b>

## Sportdorp

1937 inwoners

922 Man (48%)

1015 Vrouw (52%)

Autochtoon 1264 (65%)

Allochtoon 673 (35%)

	Populatie	%
0 t/m 11 jaar	285	15%
12 t/m 17 jaar	158	8%
18 t/m 22 jaar	133	7%
23 t/m 34 jaar	292	15%
35 t/m 49 jaar	388	20%
50 t/m 64 jaar	380	20%
65 jaar en ouder	302	16%
Onbekend	0	0%
<b>Totaal</b>	<b>1.937</b>	

	Populatie	%
Suriname	130	7%
Ned. Antillen en Aruba	73	4%
Turkije	90	5%
Marokko	44	2%
Niet-westers land	133	7%
Westers land	202	10%
Nederland	1.264	65%
Onbekend	0	0%
<b>Totaal</b>	<b>1.937</b>	<b>100%</b>

(C-Bis Rotterdam: 2013)

## Bijlage 2: Interviewhandleiding

De interviewhandleiding bestaat uit een introductie, de vragen en een afsluiting. In de introductie legt de onderzoeker uit wat het doel van het onderzoek is en wat de werkwijze tijdens het gesprek is. Dat ze altijd wat mogen vragen, als ze niet willen reageren, kunnen ze dat aangeven, willen ze anoniem blijven? Geeft de respondent toestemming om het gesprek op te nemen. Start vervolgens met (neutrale) openingsvragen om het gesprek op gang te brengen. Moeilijke of gevoelige vragen komen later aan bod. Uit tot slot een dankwoord en vertel wat er met de gegevens/informatie zal worden gedaan (van Thiel, 2007: 108-109). Afhankelijk van de respondent, professional of bewoner, worden de vragen iets aangepast.

### *Algemene vragen*

- Wat is uw naam en functie?
- Hoe bent u verbonden aan Buurt Bestuurt?
- Wanneer en waarom is er met Buurt Bestuurt gestart in deze buurt?

### *Buurtgegevens*

- Wat is de precieze afbakening van de buurt?
- Hoeveel bewoners wonen er in de buurt?
- Wat zijn de kenmerken van de bewoners? (leeftijd, afkomst)
- Wat is de koop/huur balans in de buurt?

### *Comité*

- Hoe vaak komt het comité bijeen? Vaste dag, tijd en locatie? En waarom is hiervoor gekozen?
- Zijn deze bijeenkomsten openbaar voor alle buurtbewoners?
- Hoeveel bewoners sluiten er gemiddeld aan?
- Fluctueert dit aantal? Zo ja, waar aan ligt dit?
- Wat is het profiel van de deelnemers? Zijn zij representatief voor de hele buurt?

### *Bepalen en informeren van de doelgroep:*

- Wie hebben Buurt Bestuurt opgestart? En waarom wilden zij dat doen?
- Hoe zijn de eerste bewoners benaderd? Zijn alle bewoners/huishoudens vooraf geïnformeerd? nulmeting? Hoeveel respons?
- Wat wordt er van bewoners gevraagd als zij deelnemen aan Buurt Bestuurt?
- Wordt er bij de communicatie over Buurt Bestuurt rekening gehouden met de doelgroep, of wordt met alle buurtbewoners op dezelfde manier gecommuniceerd?

- Welke communicatiemiddelen worden hierbij ingezet? En waarom wordt hiervoor gekozen?
- Op welke wijze probeert u de naamsbekendheid van Buurt Bestuurt binnen uw buurt te vergroten?
- Op welke wijze probeert u bewoners te activeren voor Buurt Bestuurt?
- Waar wordt informatie over Buurt Bestuurt verspreid? Huis aan huis, bij de supermarkt, online?
- Wordt er gebruik gemaakt van bestaande netwerken in de buurt? (Basisschool, buurtvereniging, sportclub)
- Hoe vindt de terugkoppeling van de resultaten van de acties plaats? Alleen aan het comité of ook daarbuiten?
- In hoeverre wordt buurtbestuurt.nl gebruikt? Worden er daadwerkelijk meer bewoners bereikt? Hoe gaan de gemachtigden om met de site? Hoe ervaren de bewoners de communicatie?
- Gebruikt uw buurt sociale media? Facebook, Twitter?

*Motiveren en uit de weg nemen van drempels:*

- Wat zijn naar uw mening de meest voorkomende motieven om met Buurt Bestuurt mee te doen? (identificatie met de buurt, koophuis, ergens langere tijd wonen, trigger: bv hondenpoep voor hun huis, vrienden/kennissen doen ook mee)
- Zijn de problemen die de bewoners naar voren brengen representatief voor de buurt? Of zijn het met name problemen die die bepaalde bewoner erg raakt?
- In hoeverre is de macht die de bewoners hebben in Buurt Bestuurt een reden om te participeren? Zij bepalen immers wat er op de agenda staat en hoe het moet worden aangepakt. Professionals geven hierbij slechts advies en faciliteren waar nodig.
- Wat zijn naar uw mening de meest voorkomende motieven om niet met Buurt Bestuurt mee te doen? (geld, tijd, kennis, geen nut) En hoe wordt hier op ingespeeld?
- Zijn er bewoners gestopt en waarom?
- Hoe laat u merken dat een bewoner echt nodig is om de problemen rondom leefbaarheid en veiligheid in de buurt te verbeteren?
- Hebt u nog op en aanmerkingen?

Aan de bewoners in de straatgesprekken is niet de bovenstaande vragenlijst voorgelegd, maar slechts een aantal vragen:

- Kent u Buurt Bestuurt?
- Zo nee, zou u hier geïnteresseerd in zijn en hoe wenst u dan benaderd te worden?
- Zo ja, hoe en wanneer bent u op de hoogte geraakt van Buurt Bestuurt in uw buurt?
- Waarom bent u op de boodschap/uitnodiging ingegaan?
- Was de boodschap helder? Wat kon er beter?

## Bijlage 3: Respondentenlijst

<b>Naam</b>	<b>Organisatie</b>	<b>Functie</b>
Dhr. H. Hoekman	Expert wijkagent	Buurt Bestuurt coach
Dhr. T. Pennings	Deelgemeente Centrum	Gebiedscoördinator Centrum
Dhr. L. Sevenhuijsen	Politie	Wijkagent Baankwartier en Cool-Zuid
Dhr. K. Lusse Alves	Stadstoezicht	O.a. het gebied Cool-Zuid
Dhr. F. Gebremeskel	Stadstoezicht	O.a. het gebied Cool-Zuid
Mevr. M. Benningshof	Bewoonster Cool-Zuid	Voorzitter bestuur
Dhr. M. Selsig	Bewoner Cool-Zuid / ex projectleider Buurt Bestuurt Directie Veiligheid	Commissie Communicatie & Website
Dhr. P. Kruithof	Bewoner Cool-Zuid	Commissie Toekomstvisie & Duurzaamheid
Dhr. L. van Dijk	Bewoner Cool-Zuid	
Mevr. J. van den Hoonaard	Deelgemeente IJsselmonde	Wijkcoördinator IJsselmonde
Mevr. G. Kizilirmak	Stadstoezicht	O.a. het gebied Sportdorp
Dhr. R. Hortensius	Bewoner Sportdorp	
Mevr. L. Drenth	Bewoonster Sportdorp	
Dhr. J. Schoenmaker	Bewoner Sportdorp	

In beide buurten zijn er ook korte straatgesprekken gehouden. In Cool-Zuid met 6 bewoners en in Sportdorp met 9 bewoners.