BIJLAGE 3A - PARTICIPATIEVERSLAG

WAAR KIES JIJ VOOR ALS ER MINDER GELD IS?



Denk mee over de inkomsten en uitgaven van de gemeente Nijkerk.
Scan de QR-code of kijk op **www.nijkerk.eu/meedenken.**

Februari 2024

Inhoud

1. Context 3
2. Participatievorm en communicatie 4
2.1 Uitgangspunten 4
2.2. Keuze voor een methode 4
2.3 Aanpak 4
2.4 Formuleren van de dilemma's 5
2.5 Specifieke doelgroepen 5
2.6 Communicatie 6
2.7 Bijsturing 6
3. Betrokkenheid 7
3.1 Doelgroepen 7
3.2 Representativiteit 7
3.3 Bereik en aantal deelnemers 7
4. Opbrengsten 9
4.1 Rangschikking maatschappelijke opgaven 9
4.2 Meer betalen of minder doen? 9
4.3 Top 3 belangrijkste maatschappelijke opgaven 10
4.4. Analyse per maatschappelijke opgave 11
4.3.1 Analyse veiligheid 11
4.3.2 Analyse thuis voor iedereen 12
4.3.3 Bestaanszekerheid 12
4.3.4 Duurzaam leven 13
4.3.5 Schaarse ruimte 14
4.3.6 Economie en vitale samenleving 14
4.3.7 Iedereen doet mee 15
5. Conclusies 15
6. Reflectie op het participatieproces 16
6.1 De deelnemers 16
6.2 Het thema 16
6.3 De methode 16
6.4 Samenwerking met maatschappelijke organisaties 16
6.5 Planning 17
6.6 Geleerde lessen 17

Bijlagen:

- Bijlage 3b: Overzicht van de dilemma's.
- Bijlage 3c: Vragenlijst jongeren.
- Bijlage 3d: Totaalverslag bijeenkomsten en gesprekken.
- Bijlage 3e: Poster.
- Bijlage 3f: Flyer.

1. Context

Vanaf 2026 krijgen gemeenten in Nederland minder geld van de Rijksoverheid. Tegen deze achtergrond heeft het college van Burgemeester & Wethouders bij de Kadernota 2024 aangekondigd ombuigingsscenario's te gaan ontwikkelen voor een totaalbedrag van ongeveer 4 miljoen euro. Omdat inwoners in hun dagelijks leven op allerlei gebieden te maken heeft met de gemeente, kunnen keuzes op dit gebied gevolgen hebben voor hen. Het college wil daarom ook ruimte maken voor een gesprek hierover met de samenleving. Naar aanleiding daarvan heeft de raad op 29 juni 2023 de volgende motie "Participatie bij ombuigingsopgave 2026 e.v." aangenomen.

We stellen vast dat:
1. Het college voor de jaren 2026 en verder ombuigingsscenario's wil ontwikkelen voor een totaalbedrag van ongeveer 4 miljoen euro.
2. Het college daarvoor een plan van aanpak/procesvoorstel aan de raad wil voorleggen in oktober 2023.
3. Het college in dat ombuigingsproces ruimte wil maken voor een dialoog met de samenleving.
4. De raad en de colleges in de afgelopen raadsperioden geëxperimenteerd hebben met verschillende vormen van participatie.
5. De opbrengst daarvan wisselend is geweest en raad en colleges verder zijn gegaan met het vormgeven van participatie door dat zo veel mogelijk onderdeel te laten zijn van hun dagelijkse beslisprocessen.
6. Daarbij vooruitlopend op een nieuwe participatieverordening van geval tot geval beoordeeld wordt welke manier daarvoor het meest geschikt is.

We hebben gedacht aan en houden er rekening mee dat:
1. De raad het vooral van belang vindt om bij de afweging van ombuigingsscenario's een goed beeld te krijgen van wat in de breedte van de lokale gemeenschap leeft.
2. Dat het ophalen van die informatie door participatie in het verleden te vaak is blijven steken in de behartiging van deelbelangen door belanghebbenden en organisaties bij de raad, zonder dat dit de raad representatieve informatie gaf over de manier waarop onze inwoners de dilemma's wegen waarvoor we staan bij het nemen van besluiten.
3. Daarnaast het inrichten van een participatieproces op de traditionele wijze veel tijd en (ambtelijke) inzet kost en dus kostbaar is in verhouding tot de opbrengst van een ombuigingsoperatie.

We vragen het college om:
1. Met een procesvoorstel te komen waarin rekening wordt gehouden met bovenstaande overwegingen, zodat de raad bij de afweging van ombuigingsscenario's tegen redelijke kosten kan beschikken over representatieve en waardevolle informatie over hoe onze inwoners de dilemma's afwegen bij het invullen van ombuigingen.
2. Daarin vernieuwende concepten te betrekken zoals een burgerpanel.
3. Bij het procesvoorstel inzicht te bieden in de kosten die gemoeid zijn met het onderdeel participatie.

Op basis van deze motie is een aanpak voor participatie voor dit thema opgesteld, die op 30 november 2023 aan de raad is gepresenteerd in een beeldvormingsbijeenkomst. Op 13 december 2023 startte de campagne 'Waar kies jij voor als er minder geld is?' en op 21 december 2023 hebben wij de raad hierover verder geïnformeerd in een brief.

In dit participatieverslag beschrijven we achtereenvolgens de gekozen participatievorm, de betrokkenheid, de opbrengsten en de conclusies. Aan het eind van dit verslag kijken we terug op het participatieproces en de methode, en brengen we de geleerde lessen in beeld voor toekomstige participatie.

2. Participatievorm en communicatie

2.1 Uitgangspunten

Wij zijn gestart met het bepalen van de uitgangspunten voor participatie.

- We gaan de verwachtingen van de deelnemers goed managen. De gemeenteraad neemt het besluit over de ombuigingen. We halen op wat de inwoners en ondernemers belangrijk vinden, zodat de gemeenteraad bij de besluitvorming kan meenemen hoe inwoners hierover denken.
- Iedereen moet mee kunnen doen.
- We willen de inwoners zelf horen en de participatie niet via belangenverenigingen laten verlopen.
- De uitslag moet representatief zijn voor de gemeente Nijkerk.
- We leggen dilemma's voor en vragen daarbij om overwegingen.
- We leggen alleen dilemma's voor waar de inwoners het effect van merken.

2.2. Keuze voor een methode

De raad heeft gevraagd om gebruik te maken van vernieuwende methoden, zoals een burgerpanel. We hebben eerst de afweging gemaakt tussen:

- Mensen generiek benaderen met een brede campagne, bijvoorbeeld via huis-aan-huis bladen, social media en buitenreclame. Mogelijke plus: acties gericht op specifieke doelgroepen organiseren en hier apart verslag van doen.
- Mensen selectief benaderen: een groot aantal inwoners uitnodigen en uit de aanmeldingen een representatieve steekproef samenstellen om een burgerpanel te vormen.

Op het gebied van representativiteit geldt voor beide methoden dat er voldoende mensen moeten reageren om er een representatieve steekproef van te maken. Financieel gezien komen de kosten ongeveer op hetzelfde neer, omdat er voor de selectieve steekproef veel mensen direct benaderd moeten worden om tot een representatief resultaat te leiden. Op inclusie scoort de generieke methode beter, omdat je door de brede benadering niemand uitsluit. Bijkomend voordeel van de generieke campagne is dat we de samenleving heel breed benaderen en de campagne voor een veel langere periode de aandacht trekt. Daarom hebben we gekozen voor de generieke methode, aangevuld met activiteiten gericht op specifieke doelgroepen, zoals jongeren, ouderen en mensen met een beperking.

2.3 Aanpak

Betrokkenheidsprofielen

Uit de betrokkenheidsprofielen[1] in Nijkerk blijkt dat ruim de helft van de inwoners past in het profiel 'Alerte families' (26%) en 'Gehaaste gezinnen' (26%). Alerte families willen bij voorkeur participeren via social media, de voorkeur van Gehaaste gezinnen ligt bij participatie via een online bijeenkomst, evenals de 'Idealistische globalisten' (4%). Voorkeur voor participatie op papier, bijvoorbeeld een enquête, ligt bij de groepen 'Stille overlevers' (13%) en 'Bescheiden grijzen' (7%). De 'Ik-gerichte starters (12%) gaan voor een inwonerspanel, de 'Reactieve emtynesters' (10%) voor een bewonersbijeenkomst en de 'Eigenzinnige lokalen' (2%) voor een persoonlijk gesprek.

Deze verdeelde voorkeur is reden genoeg om te kiezen voor een aanpak waarin we online en offline acties met elkaar combineren.

- Online maken we gebruik van een app. Hierin kunnen mensen vragen beantwoorden. Ook krijgen ze in tekst en beeld informatie over de achtergrond van de vraag, kunnen zij zien welke stappen er allemaal nog volgen en krijgen ze een terugkoppeling over de opgehaalde resultaten. Mensen hoeven de app niet per sé te downloaden, maar kunnen ook via een internetpagina meedoen. Om deel te kunnen nemen moeten mensen een formulier invullen met postcode en leeftijdscategorie, waarna ze een code krijgen om in te loggen. Op basis van

[1] Citisens heeft deze speciaal ontwikkeld voor gemeenten. Dit maakt het mogelijk om op straat-, wijk- of dorpsniveau de inwoners in beeld te brengen en de aanpak en communicatie op maat af te stemmen.

deze informatie kunnen we in de gaten houden of het nodig is om extra inzet te doen op deelname in een bepaalde leeftijdscategorie of kern. Bij aanvang kan men aangeven of men push berichten wil ontvangen.
- In samenwerking met de Bibliotheek hebben we geregeld dat mensen die digitale hulp nodig hebben terecht kunnen bij het DigitaalHuis.
- Offline organiseren we fysieke bijeenkomsten in de drie kernen en een online bijeenkomst.
- We monitoren het verloop van de campagne en sturen waar nodig bij (zie 2.7 bijsturing).

2.4 Formuleren van de dilemma's

Het formuleren van de dilemma's was niet eenvoudig. In de eerste plaats is het een ingewikkeld onderwerp, dat om de nodige toelichting vraagt. Bovendien gaat het om iets dat ver weg in de toekomst ligt. Het is ook niet iets waarvan iedereen meteen van zal voelen dat het hen gaat raken, zoals bijvoorbeeld de herinrichting van je eigen straat. Verder wilden we bruikbare informatie ophalen over alle maatschappelijke opgaven, omdat dit ook de keuze is waar de raad voor staat. En we wilden mensen meenemen in hoe lastig die keuzes eigenlijk zijn.

We hebben dus gezocht naar een goede balans tussen:
- De complexiteit van sommige keuzes en de context tegenover begrijpelijkheid en laagdrempeligheid.
- Het concreet maken voor de inwoners tegenover algemeen blijven om de feedback van de inwoner breed toepasbaar te houden.

Zo zijn we gekomen tot de volgende opzet:
- De vraag welke van de zeven maatschappelijke opgaven iemand belangrijk vindt (maximaal drie).
- Per maatschappelijke opgave de vraag of men bereid is om iets meer te betalen om hetzelfde niveau te houden, of dat men liever heeft dat de gemeente dan op dat thema iets minder gaat doen.
- Per maatschappelijke opgave een aantal activiteiten van de gemeente, waarbij men kan kiezen welke men belangrijk vindt.

Zie bijlage 1 voor het overzicht van de dilemma's.

Het was wel duidelijk dat we veel vroegen van mensen. Om het overzicht te bewaren hebben we er daarom voor gekozen om per week twee vragen toe te voegen. Zo hoefde men niet alles in één keer in te vullen.

2.5 Specifieke doelgroepen

- Voor jongeren (10-18 jaar) hebben we in samenwerking met Jongerenwerk Nijkerk op maat een vragenlijst opgesteld. Daarbij hebben we dezelfde opbouw gehanteerd als de algemene lijst, zodat we de resultaten één-op-één kunnen samenvoegen. De vragenlijst is verspreid via Jongerenwerk Nijkerk en via de scholen. De vragenlijst kon via de landingspagina of op papier worden ingevuld. Zie bijlage 2 voor de vragenlijst voor jongeren.
  Daarnaast zouden we aansluiten bij een meidenmiddag om in gesprek te gaan over de vragenlijst. Helaas was hier de opkomst en ook de leeftijd te laag. We zijn toen in gesprek gegaan met jongeren die bij de *Chill Out* buiten stonden.
- Om ouderen te bereiken hebben we de campagne onder andere onder de aandacht gebracht bij Seniorenweb, PCOB 50 Plus en UVV Nijkerk. Samen met de Kopperhof (Hoevelaken) hebben we gekeken naar de mogelijkheid om een bijeenkomst te organiseren op locatie. De bereidheid was groot, maar dit bleek binnen de beschikbare tijd niet meer haalbaar.
- Om laaggeletterden mee te laten doen hebben we samen met de bibliotheek een gesprek voorbereid en georganiseerd speciaal voor deze doelgroep.
- Om andere specifieke doelgroepen te bereiken hebben we gesproken met Sigma. Hierop heeft Sigma op diverse wijzen actie ondernomen. Zelf hebben we de actie onder de aandacht gebracht bij de Voedselbank, het Welkomhuis en de sociale teams.

De verslagen van de gesprekken zijn opgenomen in het totaalverslag (bijlage 3).

2.6 Communicatie

Met de campagne ‘Waar kies jij voor als er minder geld is?’ hebben we inwoners en ondernemers opgeroepen om met ons mee te denken. De campagne bestond uit foto’s van inwoners van onze gemeente op verschillende locaties, verspreid over de gemeente.

Via een QR-code of de website nijkerk.eu/meedenken kwamen mensen op een landingspagina met meer informatie en een link naar de app en de internetpagina.

In de app waren filmpjes te zien met per thema een toelichting van de betrokken wethouder. Deze filmpjes zijn ook gebruikt op social media.

De campagne is – naast de acties onder paragraaf 2.4 - onder de aandacht gebracht langs de volgende wegen.

- Zes keer artikelen op de gemeentepagina.
- Twee maal een persbericht. Dit heeft geleid tot interviews met de wethouder van financiën met Nijkerk Nieuws (12 januari), A1 radio (13 januari) en Omroep Gelderland (15 januari) en tot een artikel in het AD (27 december), waarin de journalist aan inwoners vroeg wat zij belangrijk vinden.
- Aandacht op social media (Facebook, Instagram, LinkedIn).
- Advertenties op veelbezochte sites.
- Abri’s.
- Posters en flyers, onder andere bij (sociale) instellingen en in supermarkten.
- Mailen van sport- en cultuurverenigingen en scholen in het voortgezet onderwijs.
- Aanwezig op de nieuwjaarsreceptie van de gemeente en van het UVV.
- Flyeren op de markt in Hoevelaken en Nijkerk, met de mogelijkheid om ter plekke samen het formulier in te vullen. De markt in Nijkerkerveen ging vanwege de kou niet door.
- Flyeren bij scholen.

2.7 Bijsturing

We hebben nauwlettend het verloop van en de reacties op de campagne in de gaten gehouden. In de loop van januari hebben we de volgende maatregelen genomen om bij te sturen.

- Begin januari bleek dat mensen het toch een drempel vonden om eerst een formulier in te moeten vullen en dan met een code toegang te krijgen. We vonden het om voldoende deelnemers te halen uit het oogpunt van representativiteit. Daarom hebben we er toen voor gekozen om de code eraf te halen op 9 januari 2023.
- Ook het moeten downloaden van een app bleek een drempel. Daarom hebben we veel meer onder de aandacht gebracht dat mensen niet per sé de app hoefden te downloaden, maar ook via een internetpagina de vragen konden invullen (beschikbaar vanaf 10 januari 2023).
- We kregen de reactie dat het invullen via de internetpagina heel lastig ging. Het bleek om een technisch probleem te gaan, dat snel is opgelost.
- Uit reacties bleek dat er behoefte was om het formulier op papier in te kunnen vullen. We zijn deze mogelijkheid vervolgens actiever aan gaan bieden.

3. Betrokkenheid

3.1 Doelgroepen

Met de campagne hebben wij ons gericht op de volgende doelgroepen.

- Inwoners Nijkerk, Hoevelaken, Nijkerkerveen en buitengebied.
- Ouderen, volwassenen, jongeren, gezinnen, autochtoon/allochtoon, inwoners met een beperking, LHBTIQA+.

Kortom, we wilden een voor de gemeente Nijkerk representatief beeld, waarbij we tegelijkertijd ook inclusief wilden zijn. Onder representativiteit verstaan we dat de respondenten aantoonbaar een afspiegeling vormen van de samenleving. Onder inclusie verstaan we dat iedereen ongehinderd kan en mag meedoen, om er zo voor te zorgen dat we ook groepen bereiken, die normaal niet zo snel zouden deelnemen. In het beeldmateriaal van de campagne was hier ook aandacht voor.

3.2 Representativiteit

Om representatief te zijn moet er een bepaald aantal mensen meedoen. Dit wordt berekend op basis van de omvang van de totale populatie (totaal aantal inwoners), de foutmarge en de betrouwbaarheid.

- De foutmarge is het percentage dat aangeeft in hoeverre de resultaten overeenkomen met de mening van de hele populatie. Als bijvoorbeeld 90% een bepaald antwoord geeft, dan betekent dit dat bij een foutmarge van 5% in werkelijkheid 85-95% dit antwoord geeft. 5% is de meest gebruikte foutmarge. Een marge tot 10% is acceptabel.
- Het betrouwbaarheidsniveau is het percentage dat laat zien hoe zeker het is dat de steekproef een nauwkeurige afspiegeling vormt van de populatie. 95% is de meest gebruikte betrouwbaarheidsinterval. Een marge tot 90% is acceptabel.

(bron: Survey Monkey)

Voor de populatie van de gemeente Nijkerk (44.795 inwoners) komen we na berekening tot de volgende aantallen.

- Bij een betrouwbaarheidspercentage van 95% en een foutmarge van 5% moeten 381 mensen de vraag beantwoord hebben.
- Bij een betrouwbaarheidspercentage van 90% en een foutmarge van 5% moeten 271 mensen de vraag beantwoord hebben.

Deelnemers konden kiezen voor welke kern ze mee wilden doen: Nijkerk (30.967 inwoners), Hoevelaken (9.820 inwoners) of Nijkerkerveen (4.192 inwoners). In dit rapport hebben we voor het beeld weergegeven wat de uitkomsten per kern zijn. De aantallen per kern zijn echter niet representatief. Het aantal deelnemers dat nodig is voor representativiteit gaat niet evenredig naar beneden als sprake is van een kleinere populatie. Voor representativiteit per kern hadden voor Nijkerk minimaal 270 mensen de vragen moeten beantwoorden, voor Hoevelaken minimaal 265 mensen en voor Nijkerkerveen minimaal 356 mensen.

3.3 Bereik en aantal deelnemers

Aantallen bezoekers website (kliks en uniek)

De internetpagina www.nijkerk.eu/meedenken werd 8.208 keer bekeken, waarvan 3.755 unieke ‘views’. Naar schatting is dit ongeveer 10% van de inwoners is die in staat is om deel te nemen aan de campagne.

Totaal aantal deelnemers

- In totaal namen er 618 personen deel. Hiervan waren er 481 personen uit Nijkerk[2], 35 personen uit Nijkerkerveen, en 102 personen uit Hoevelaken.
- De app werd 226 keer gedownload (112 iOS en 114 Android).

[2] De scholen die hebben meegedaan zitten in Nijkerk. Omdat er geen postcode is ingevuld, hebben we de resultaten van deze vragenlijsten onder Nijkerk meegenomen.

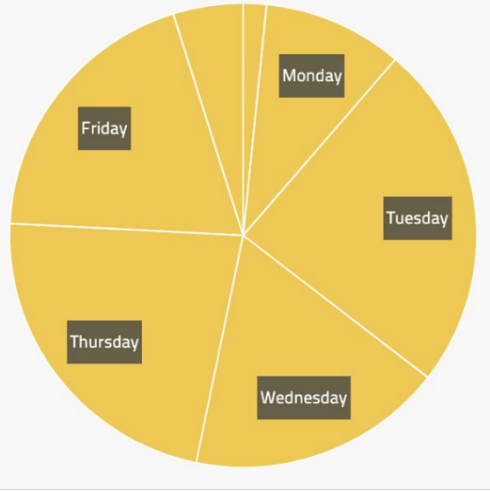
- 34 volwassenen vulden de vragenlijst op papier in.
- 136 jongeren (10-18 jaar) vulden de vragenlijst in, waarvan 40 digitaal. Na sluiting van de reactietermijn op 28 januari zijn nog 107 vragenlijsten van jeugd op papier ontvangen. Er was onvoldoende tijd om deze resultaten nog mee te nemen in de analyse voor in dit participatierapport. We gaan de vragenlijsten nog verwerken en laten bij de beeldvorming door te raad zien of hier een ander beeld uitkomt dan in dit verslag staat beschreven.

Totaal aantal deelnemers dat de vragen heeft ingevuld
We zien dat lang niet alle mensen die de app hebben gedownload de vragen hebben beantwoord. En daarnaast hebben de mensen die vragen hebben beantwoord, niet allemaal alle vragen beantwoord.

Het is een normaal beeld bij participatie dat er mensen zijn die alleen maar willen weten wat het precies is, of mee willen kijken in het proces. Mogelijk dat mensen ook alleen het thema hebben ingevuld waarin ze geïnteresseerd zijn. Of dat mensen eerst enthousiast waren, en later niet meer terug zijn gekomen om de vragen die dan online kwamen in te vullen. Dit wordt bevestigd doordat het aantal mensen dat invult verder naar beneden afneemt. Ook kan het zijn dat men de app of de vragen te ingewikkeld vond.

- 314 inwoners kozen hun top belangrijkste maatschappelijke opgaven.
- 403 inwoners kozen hun top belangrijkste prioriteiten bij opgave Iedereen doet mee.
- 362 inwoners kozen hun top belangrijkste prioriteiten bij opgave Bestaanszekerheid.
- 345 inwoners kozen hun top belangrijkste prioriteiten bij opgave Thuis voor iedereen.
- 328 inwoners kozen hun top belangrijkste prioriteiten bij opgave Schaarse ruimte.
- 316 inwoners kozen hun top belangrijkste prioriteiten bij opgave Duurzaam leven.
- 312 inwoners kozen hun top belangrijkste prioriteiten bij opgave Economie en vitale samenleving.
- 305 inwoners kozen hun top belangrijkste prioriteiten bij opgave Veiligheid.

Met tussen de 300-400 mensen die de vragen hebben beantwoord zijn de resultaten representatief voor de gemeente Nijkerk.



In het schema hiernaast is te zien dat mensen vooral in het midden van de week de tijd hebben genomen om de vragen in te vullen.

Er hebben zich 3 mensen na hun inschrijving weer uitgeschreven.

Fysieke bijeenkomsten
Er zijn 3 fysieke bijeenkomsten georganiseerd die in totaal tussen de 2 en 2,5 uur duurden:
- Nijkerk, 15 januari met 5 deelnemers.
- Nijkerkerveen, 16 januari met 3 deelnemers.
- Hoevelaken, 17 januari met 6 deelnemers.

Daarnaast was er op 17 januari een bijeenkomst met de doelgroep laaggeletterden, met vier personen uit de doelgroep en een ambassadeur laaggeletterdheid.

In totaal zijn 14 deelnemers actief met de wethouder in gesprek gegaan. Helaas was de belangstelling voor de bijeenkomsten minimaal. Toch hebben we ze door laten gaan, omdat we recht wilden doen aan de mensen de moeite namen om hier serieus over met ons in gesprek te gaan. En ook omdat dit

kwalitatief interessante informatie kon opleveren. Tijdens de sessies hebben we aan de hand van de vragenlijst alle thema's en subvragen besproken. De deelnemers hebben toegelicht waarom zij bepaalde keuzes zouden maken. Deelnemers gingen ook met elkaar in gesprek over waarom zij bepaalde zaken zwaarder of juist lichter wogen. Een veel voorkomende opmerking was: "ik kan niet kiezen, want ik vind alles". De deelnemers gaven verder aan dat zij het jammer vonden dat er niet meer inwoners van de mogelijkheid gebruik hebben gemaakt om een fysieke bijeenkomst bij te wonen.

Aantallen online bijeenkomst
Ook het aantal bezoekers van de online sessie op 23 januari 2024 was laag. De uitzending is 62 keer (gedeeltelijk) bekeken (d.d. 28 jan.), waarvan 54 keer tijdens de uitzending. We weten niet hoeveel unieke kijkers dit zijn: mensen kunnen kijken, stoppen en weer terugkijken. Gemiddeld keken mensen 17 minuten en 21 seconden. De bijeenkomst is hier terug te kijken. Mensen konden vragen stellen en reageren in de chat. Deze zijn verwerkt in het totaalverslag in de bijlage.

4. Opbrengsten

In de volgende tabellen hieronder leest u welke zaken de inwoners als meest belangrijk hebben gekozen. **Let op: dit betekent niet dat inwoners de niet gekozen onderdelen niet belangrijk vinden.**
In de gesprekken die de wethouder met inwoners heeft gevoerd kwam naar voren hoe moeilijk het was om een keuze te maken. Daarbij zien inwoners ook veel samenhang tussen de thema's onderling, bijvoorbeeld:

> *"Het hebben van een woning is het minimale dat nodig is voor bestaanszekerheid."*

4.1 Rangschikking maatschappelijke opgaven

De gemeente vroeg haar inwoners om de maatschappelijke opgaven te rangschikken om te zien welke opgave zij als meest belangrijk zien. De volgende vraag werd voorgelegd:

Waar zou jij voor kiezen als er minder geld is? Vink de opgaven aan die jij het belangrijkste vindt. Je kunt er maximaal 3 kiezen.

Opgaven	Aantal stemmers	Percentage
Veiligheid	158	18%
Thuis voor iedereen	145	17%
Bestaanszekerheid	141	16%
Duurzaam leven	139	16%
Schaarse ruimte	133	15%
Economie en samenleving	79	9%
Iedereen doet mee	78	9%

Hieruit blijkt dat veiligheid, een thuis voor iedereen en bestaanszekerheid de top 3 vormen van meest belangrijke maatschappelijke opgaven.

4.2 Meer betalen of minder doen?

Vanaf 2026 krijgen gemeenten in Nederland minder geld van de Rijksoverheid. De gemeente kan hier op verschillende manieren mee omgaan. De twee belangrijkste manieren zijn:
- Kosten besparen door minder geld uit te geven. Dit betekent dat voorzieningen minder goed worden of verdwijnen. Bijvoorbeeld op het gebied van sport, cultuur of zorg.
- Zorgen voor meer inkomsten door belastingen te verhogen, bijvoorbeeld de onroerend zaak belasting. Dit zorgt voor meer geld, dat de gemeente uit kan geven aan sport, cultuur of zorg.

Waar kies jij voor als er minder geld is voor de opgave X? Moet de gemeente minder of minder goede voorzieningen bieden? Of wil je meer betalen om hetzelfde te houden?

o De gemeente moet minder (goede) voorzieningen bieden en op die manier bezuinigen. Dit betekent dat voorzieningen minder goed worden of verdwijnen. Bijvoorbeeld op het gebied van X, X of X.
o De gemeente moet hetzelfde blijven bieden, ook al moet ik daar meer voor betalen. Dit zorgt voor meer geld, dat de gemeente uit kan geven aan X, X of X.

Opgaven	**Behouden voorzieningen/diensten, dus meer betalen**	**Minder voorzieningen/diensten, dus bezuinigen**
Veiligheid	50%	50%
Thuis voor iedereen	43%	57%
Bestaanszekerheid	44%	56%
Duurzaam leven	42%	58%
Schaarse ruimte	37%	63%
Economie en samenleving	33%	67%
Iedereen doet mee	57%	43%

De meningen van de inwoners zijn verdeeld naar of men wel of niet meer wil bijdragen om voorzieningen of diensten te behouden. Bij een aantal opgaven gaan de voor- als tegenstanders (nagenoeg) gelijk met elkaar op, zoals bij veiligheid, een thuis voor iedereen of bestaanszekerheid. Maar met name bij de opgaven schaarse ruimte en economie & vitale samenleving verwacht de inwoner dat de gemeente hier wel kan bezuinigen.
In de gesprekken die inwoners met de wethouder voerden, gaven sommigen ook aan:

"Ik wil er niet meer voor betalen, maar dat betekent niet direct dat er minder voorzieningen of diensten hoeven te komen. De gemeente moet ook kijken naar waar effectiever gewerkt kan worden."

4.3 Top 3 belangrijkste maatschappelijke opgaven

Binnen een opgave (bijvoorbeeld Wonen) konden inwoners kiezen uit diverse subcategorieën die zij als meest belangrijk achtten (bijvoorbeeld woningen voor gezinnen, ouderen, mantelzorgers, etc.).
De volgende vraag werd voorgelegd per opgave:

Welke dingen moet de gemeente volgens jou blijven doen? Kies (x aantal) uit die jij het belangrijkste vindt.

Nummer 1. Veiligheid
1. Aanpak drugscriminaliteit 31%
2. Voorkomen jongeren in criminaliteit 29%
3. Jongerenoverlast aanpakken 21%

Nummer 2. Thuis voor iedereen
1. Genoeg huizen 23%
2. Woningen voor ouderen 18%
3. Woningen voor gezinnen 16%

Nummer 3. Bestaanszekerheid
1. Armoede bestrijden 32%
2. Sterk vangnet bieden 24%
3. Kinderen lezen/schrijven 24%

4.4. Analyse per maatschappelijke opgave

Wanneer we de uitkomsten van de gesprekken met inwoners naast de cijfers leggen, is daarover het volgende op te merken.

4.3.1 Analyse veiligheid

Welke dingen moet de gemeente volgens jou blijven doen? Kies er één of twee uit die jij het belangrijkste vindt.

Veiligheid	Hoevelaken	Nijkerkerveen	Nijkerk	Totaal	Percentage
Aanpak drugscriminaliteit	23	9	139	171	31%
Voorkomen dat jongeren in criminaliteit komen	39	10	115	164	29%
Jongerenoverlast aanpakken	22	6	88	116	21%
Overlastgevende personen helpen/aanpakken	9	2	45	56	10%
Digitale criminaliteit aanpakken.	6	0	44	50	9%

In Nijkerk is de aanpak van drugscriminaliteit het meest belangrijke item, terwijl in Nijkerkerveen en Hoevelaken het voorkomen dat jongeren in criminaliteit belanden als meest belangrijk wordt gezien.

Uitkomst vergeleken met mondelinge input samenleving:
Uit de gesprekken met de inwoners bleek ook dat veiligheid een belangrijk punt is. Inwoners ervaren te weinig politie op straat en zouden graag overlast aangepakt zien, zodat zij zich veiliger voelen. Ook uit het gesprek met een aantal laaggeletterde inwoners bleek dat veiligheid voor hen een enorm groot aandachtspunt is.
Unaniem waren de inwoners van de verschillende dorpskernen erover dat voorkomen beter dan genezen is. Of anders gesteld: het begint bij de basis. En het gevoel hebben gepakt te worden, helpt preventief.
Digitale criminaliteit wordt als minst hoog gerangschikt (“de gemeente moet dit gewoon bij de bedrijfsvoering op orde hebben”).

Wil de inwoner diensten/voorzieningen behouden en meer betalen? Of bezuinigen en daarmee dus minder diensten/voorzieningen?

	Hoevelaken	Nijkerkerveen	Nijkerk	Totaal	Percentage
Meer betalen en diensten/voorzieningen behouden	27	5	120	152	49,83%
Minder doen en dus bezuinigen	27	10	116	153	51,17%

Er is verdeeldheid over of men meer wil betalen om de veiligheid te behouden, of dat men wil bezuinigen waarmee de gemeente keuzes moet maken. In Nijkerkerveen ligt de verhouding wel meer richting bezuinigen, dan dat de inwoners bereid zijn meer voor veiligheid te betalen. In Nijkerk kiest een lichte meerderheid voor meer betalen voor veiligheid.

4.3.2 Analyse thuis voor iedereen

Welke dingen moet de gemeente volgens jou blijven doen? Kies er één, twee of drie uit die jij het belangrijkste vindt.

Thuis voor iedereen	Hoevelaken	Nijkerkerveen	Nijkerk	Totaal	Percentage
Genoeg nieuwe huizen	44	13	132	189	23%
woningen voor ouderen	34	12	96	142	18%
woningen voor gezinnen	26	6	101	133	16%
Erfgoed/oude gebouwen	19	7	87	113	14%
Zelfstandig thuis blijven wonen	18	3	68	89	11%
Mantelzorgers en verzorgden	15	6	57	78	10%
Woningen voor studenten	12	3	51	66	8%

De uitkomst laat zien dat genoeg woningen bouwen (voor ouderen en gezinnen) als belangrijkste wordt gezien. Maar ook zorgzaam zijn voor ons erfgoed wordt als een van de belangrijkere zaken gezien. Het bouwen van speciale woningen voor mantelzorgers/verzorgden en voor studenten is het minst belangrijk in vergelijking met de andere categorieën.

Uitkomst vergeleken met mondelinge input samenleving
Uit de gesprekken met de inwoners van de drie dorpskernen komt een soortgelijk beeld naar voren. Het bouwen van voldoende én betaalbare woningen, voor met name de kinderen die uit huis willen en een gezin willen starten, wordt als zeer belangrijk ervaren en unaniem gedeeld. Inwoners vroegen zich af of er niet meer sociale koopwoningen op de markt kunnen komen (en voor een lagere verkoopprijs dan momenteel het geval is). In het gesprek in Hoevelaken kwam men tot de conclusie dat alle stellingen (behalve over erfgoed) samengevoegd kunnen worden tot één. Want als er voldoende woningen zijn voor alle doelgroepen, dan is het probleem opgelost. Ouderen kunnen dan doorstromen.
In Nijkerkerveen en Hoevelaken was ook aandacht voor het erfgoed, wat inwoners als waardevol en belangrijk voor de identiteit ervaren.

Wil de inwoner diensten/voorzieningen behouden en meer betalen? Of bezuinigen en minder diensten/voorzieningen?

	Hoevelaken	Nijkerkerveen	Nijkerk	Totaal	Percentage
Meer betalen	32	10	106	148	43%
Minder doen	39	9	149	197	57%

Een lichte meerderheid wil niet meer betalen om iedereen een thuis te bieden. Dit gevoel wordt met name in Nijkerk het sterkste gevoeld.

4.3.3 Bestaanszekerheid

Welke dingen moet de gemeente volgens jou blijven doen? Kies er één uit die jij het belangrijkste vindt.

Bestaanszekerheid	Hoevelaken	Nijkerkerveen	Nijkerk	Totaal	Percentage
armoede bestrijden	20	9	84	113	32%
sterk vangnet bieden.	24	1	60	85	24%
kinderen/jongeren leren lezen en schrijven	14	6	63	83	24%
helpen vinden van werk	15	3	50	68	20%

Het bestrijden van armoede wordt als belangrijkste punt voor bestaanszekerheid ervaren binnen de gemeente en met name in Nijkerk en Nijkerkerveen. In Hoevelaken koos de meerderheid van de inwoners echter voor een sterk vangnet vanuit de gemeente, terwijl dit in Nijkerkerveen juist als minst belangrijk werd gekozen.

Op een gedeelde tweede plek staan een sterk vangnet bieden en kinderen/jongeren beter leren lezen en schrijven (momenteel ook veel aandacht voor in de media).

Uitkomst vergeleken met mondelinge input samenleving
Hoewel het helpen vinden van werk als minst belangrijk wordt gerangschikt, is hier tijdens de gesprekken in Hoevelaken wel uitgebreid bij stilgestaan. De zingeving dat werk met zich meebrengt en de noodzaak om de hoeveelheid openstaande vacatures te vervullen, helpt de gemeente ook om kosten te besparen. Bijvoorbeeld doordat inwoners minder eenzaam zijn of minder vernielingen verrichten.
In Nijkerk was veel aandacht voor het bieden van een goede basis bij kinderen, zodat ze op latere leeftijd zichzelf beter kunnen redden. Goed lezen en schrijven is hiervoor essentieel.
In Hoevelaken gaven inwoners aan dat een sterk vangnet belangrijk is. Ook de mensen die wat minder talenten hebben moeten kunnen functioneren in de samenleving. Dit komt overeen met de cijfers uit de enquêtes waar Hoevelaken een sterk vangnet als meest belangrijk kiest.

Wil de inwoner diensten/voorzieningen behouden en meer betalen? Of bezuinigen en minder diensten/voorzieningen?

	Hoevelaken	Nijkerkerveen	Nijkerk	Totaal	Percentage
Inkomsten verhogen	37	6	117	160	44%
Kosten besparen	36	13	153	202	56%

4.3.4 Duurzaam leven

Welke dingen moet de gemeente volgens jou blijven doen? Kies er één of twee uit die jij het belangrijkste vindt.

Duurzaam leven	Hoevelaken	Nijkerkerveen	Nijkerk	Totaal	Percentage
Recyclen, minder afval	37	10	113	160	28%
Meer groen gemeente en bedrijventerreinen	26	5	107	138	25%
Plan besparen energie	22	8	83	113	20%
Meer schone energie (windmolens/zonnepanelen)	15	4	74	93	17%
Schoner reizen (elektrische fiets/auto's)	10	2	47	59	10%

Recyclen/minder afval staat in alle drie de dorpskernen als meest belangrijke taak gerangschikt om als gemeente aan te blijven werken. Dat afval een onderwerp is dat erg leeft binnen de gemeente, kwam onder meer op de markt van Hoevelaken naar voren:

"We moeten niet doorslaan, want iedereen heeft zijn eigen verantwoordelijkheid in het zorgen voor duurzaam leven. Zonnepanelen heeft helemaal geen zin, er is geen ruimte op het netwerk. Als ik dan eentje binnen duurzaamheid moet kiezen, dan is het recyclen van spullen en materialen zodat we minder afval hebben."

En in de gesprekken die de wethouder met inwoners voerden kwamen onder meer de volgende opmerking naar voren:

"Als ik weet dat mijn groene bak langer moet staan, dan ga ik het bij het restafval gooien."

Meer groen in de gemeente en op bedrijfsterreinen staat als nummer twee voor Hoevelaken en Nijkerk benoemd. Inwoners van Nijkerkerveen kozen als nummer twee juist een plan om energie te besparen. In de gesprekken met de wethouder werd uitgebreid gesproken over de grote hoeveelheid ruimte die zonneweiden innemen (en hoe dit tot vervuiling van het landschapszicht leidt), het niet zomaar aanleggen van windmolens en het oprichten van energiecoöperaties. Ook zien inwoners wel mogelijkheden binnen de huishoudens zelf om meer energie te besparen.

Als minst hoog gerangschikt staat dat de gemeente schoner reizen mogelijk moet maken. Dat wil niet zeggen dat in de gesprekken met de wethouder hier geen aandacht voor was. Een aantal inwoners

gaf aan veel en graag te fietsen en meer mogelijkheden te willen zien (bijvoorbeeld om de fiets veilig te stallen).

4.3.5 Schaarse ruimte

Welke dingen moet de gemeente volgens jou blijven doen? Kies er één, twee of drie uit die jij het belangrijkste vindt.

Ruimte	Hoevelaken	Nijkerkerveen	Nijkerk	Totaal	Percentage
goede wegen, fietspaden en openbaar vervoer.	29	7	94	130	29%
landelijke gebieden goed verdelen	20	7	61	88	20%
speelvoorzieningen	16	2	45	63	14%
meer richt op woningbouw en minder op recreatie en natuur.	15	5	34	54	12%
waar windmolens en zonnepanelen goed passen	10	4	39	53	12%
meer richt op recreatie en natuur en minder op woningbouw.	10	1	22	33	7%
ruimte maken voor bedrijven.	4	1	15	20	5%

Met stip op één staat het hebben van goede wegen, fietspaden en openbaar vervoer. Dit kwam ook terug in de gesprekken die we met inwoners voerden. Bijvoorbeeld de roep voor een veel veiliger fietspad tussen Nijkerk en Amersfoort. Jongeren fietsen daar breed uit over de weg fietsen en delen diezelfde weg met vrachtwagens van vijf ton. Ook in Nijkerkerveen en Hoevelaken zijn goede wegen noodzakelijk om veilig naar school en sport te kunnen. Hoevelaken ervaart sluipverkeer vanwege de drukte op knooppunt Hoevelaken:

“Het wordt alleen maar erger, alles staat vast, het wordt onleefbaar.”

Ook het Corlaer fietspad en openbaar vervoer wordt aandacht voor gevraagd.

Veel meer speelvoorzieningen van goede kwaliteit werden ook veelvuldig genoemd, ook in combinatie met oog voor landbouw, recreatie en natuur.

Het organiseren van meer ruimte voor bedrijven voelden inwoners met wie de wethouder in gesprek gingen niet direct iets voor. Er is angst om het buitengebied kwijt te raken en “grote blokkendozen zijn er genoeg”. Uit de peilingen blijkt dat inwoners dit onderwerp als minst belangrijk noteren. Maar aandacht voor de kleinere mkb-bedrijven met lokale arbeid en lokaal inkomen werd wel nog genoemd als potentieel om meer investeringen te creëren.

4.3.6 Economie en vitale samenleving

Welke dingen moet de gemeente volgens jou blijven doen? Kies er één of twee uit die jij het belangrijkste vindt.

Economie en vitale samenleving	Hoevelaken	Nijkerkerveen	Nijkerk	Totaal	Percentage
gezonde mix tussen werken, wonen en natuur.	40	7	94	141	31%
omgaan met energie, water en het milieu.	23	4	68	95	21%
meer ruimte voor grote en kleine ondernemers	20	8	69	97	21%
Toeristen	10	5	51	66	14%
Nijkerk op kaart zetten	9	1	48	58	13%

De inwoners van de drie dorpskernen zien het op de kaart zetten van Nijkerk en ervoor zorgen dat mensen van buiten Nijkerk graag de gemeente bezoeken voor evenementen, winkelen of overnachten niet als meest belangrijk. Desondanks gaf een inwoner van Nijkerk ons wel de volgende opmerking mee:

“Als er minder toeristen komen, dan moeten er winkels dicht. Nu we ook minder moeten vliegen, helpt het als het bij ons in de buurt ook leuk is. Alles hangt met elkaar samen.”

Belangrijker bestempelen inwoners en gezonde mix tussen werken, wonen en natuur. Ruimte voor ondernemers is met name in Nijkerkerveen een belangrijk thema, dit bleek ook uit de gesprekken die we voerden. Met name voor kleinere ondernemers. Revitalisering van oude bedrijfspanden, geen grote loodsen en het aanpakken van leegstaande gebouwen werden veelal genoemd. Het helpen van ondernemers om zo goed mogelijk om te gaan met energie, water en het milieu wordt ook als belangrijke taak van de gemeente geacht.

4.3.7 Iedereen doet mee

Welke dingen moet de gemeente volgens jou blijven doen? Kies er één, twee of drie uit die jij het belangrijkste vindt.

Meedoen	Hoevelaken	Nijkerkerveen	Nijkerk	Totaal	Percentage
vrijwilligerswerk, mantelzorg, ouderenzorg, activiteiten tegen eenzaamheid	37	12	137	186	17%
alle kinderen dezelfde kansen op school.	36	12	127	175	16%
jongeren en hun ouders bij problemen opgroeien of opvoeden.	36	11	120	167	15%
zelfstandig en verantwoordelijkheid hun eigen leven.	26	6	93	125	11%
mensen gezond houden en ziektes voorkomen.	25	7	88	120	11%
sport voor iedereen.	23	9	94	126	11%
extra aandacht voor wat jongeren nodig hebben.	20	7	65	92	8%
kunst, cultuur voor iedereen.	10	1	44	55	5%
stoppen van discriminatie.	6	2	52	60	5%

Het voorkomen van eenzaamheid en het helpen met vrijwilligerswerk, mantelzorg, ouderenzorg en sociale activiteiten is in alle drie de dorpskernen als meest belangrijk gekozen. Uit de gesprekken bleek ook dat dit als noodzakelijk wordt geacht om een sociale gemeenschap te behouden. De gemeente zou vrijwilligersactiviteiten beter kunnen faciliteren door er ingewikkelde/zware voorwaarden aan te stellen. En het ondersteunen van mantelzorgers vonden de inwoners van Hoevelaken ook belangrijk.

Als nummer twee volgen kansen voor alle kinderen op school en jongeren/ouders helpen bij opvoedkundige problemen. In de gesprekken wordt (team) sport als preventie benoemd om meerdere gezondheidsproblemen (zowel mentaal als fysiek) te voorkomen.

In de gesprekken merkten we hoe moeilijk de inwoners het vonden om een keuze te maken. En voorbeeld:

> *"Laten we vooral geld in de bibliotheek steken. En niet in het zwembad! Er zijn er hier zoveel in de omgeving. Reactie: maar voor revalidatie en oudere mensen is een zwembad heel belangrijk."*

Ondanks dat kunst en cultuur voor iedereen maar door 5% van de deelnemers is gekozen, betekent dit niet dat dit onderwerp niet belangrijk is voor de inwoners. Tijdens het gesprek in Hoevelaken waren de reacties duidelijk:

> *"Als dit betekent dat de bieb dicht moet, dan kies ik voor deze, want dat wil ik niet!'*

5. Conclusies

- De raad heeft verzocht om representatieve en waardevolle informatie. Dit is gelukt, de gegevens zijn representatief en met name de gesprekken gaven een goed inzicht waarom keuzes werden gemaakt.
- De uitkomsten uit de gesprekken sluiten goed aan bij de uitkomsten uit de 'harde cijfers'.
- In de verslagen van de gesprekken is meer waardevolle informatie meegegeven.
- De top drie van maatschappelijke opgaven die mensen belangrijk vinden zijn: 1. Veiligheid, 2. Thuis voor iedereen en 3. Bestaanszekerheid.
- Op de meeste opgaven is verdeeldheid binnen de respondenten of men meer wil betalen om diensten/voorzieningen te behouden, of dat men wil bezuinigen waarmee de gemeente keuzes moet maken. Alleen voor de opgaven Economie & vitale samenleving en Iedereen doet mee is een duidelijk onderscheid en wil tweederde van de inwoners niet extra bijdragen.

- Jongeren zijn goed vertegenwoordigd. Dat is een uitstekende prestatie gezien het abstracte onderwerp.

6. Reflectie op het participatieproces

In dit participatieproces hebben we op verzoek van de raad een vernieuwende manier van participatie uitgeprobeerd. Als we terugkijken op het traject hebben we een aantal belangrijke observaties gedaan en lessen geleerd om mee te nemen naar volgende participatietrajecten.

6.1 De deelnemers

- Door de brede campagne die is gevoerd weten veel meer mensen dan alleen de mensen die hebben deelgenomen dat het onderwerp speelt en dat de gemeente de gelegenheid heeft gegeven om hierover mee te denken.
- Als we mensen hierover rechtstreeks aanspraken, bijvoorbeeld op de markt, dan reageerden zij overwegend positief en waren zij bereid om te luisteren en een deel ook om echt mee te doen.
- Als we vervolgens hierover met mensen echt in gesprek gingen, dan dacht men serieus na over de problematiek. In de groepsgesprekken ontstonden hierover ook onderling levendige dialogen.
- We hebben gezien dat er ook een deel van de deelnemers is die alleen even bekijken wat het is, of mee willen kijken maar niet mee willen doen. Dit kunnen we zien als een positieve bijvangst dat mensen weliswaar niet meedoen, maar wel de informatie meekrijgen.

6.2 Het thema

- Het onderwerp stond ver weg bij de mensen. Dat blijkt bijvoorbeeld uit de minimale belangstelling om de bijeenkomsten te bezoeken en uit de inspanning die we hebben moeten plegen om mensen te verleiden om mee te doen.
- Het onderwerp had veel toelichting nodig. Niet alleen over het waarom, maar ook over de context van bepaalde vragen bij de maatschappelijke thema's. Dit kwam bijvoorbeeld naar voren in de groepsgesprekken.

6.3 De methode

- In de praktijk is gebleken dat deze app/internetpagina goed kan werken voor een klein aantal overzichtelijke vragen over een thema dat dichtbij mensen staat. De keus die we hebben gemaakt voor de methodiek om meerdere dilemma's voor te leggen op zeven maatschappelijke opgaven blijkt niet goed bij de opzet van de app te passen. Het werd ingewikkeld en onoverzichtelijk voor mensen. De aanpak om de vragenlijst in één keer in te laten vullen of dit samen of in een groep te doen leek beter te werken.
- De keus om elke week een paar vragen voor te leggen heeft niet goed uitgepakt. De motivatie was om het overzichtelijk te houden voor de deelnemers. Maar waarschijnlijk heeft het ertoe geleid dat de laatste vragen door minder mensen zijn ingevuld, omdat zij niet meer terugkwamen.
- Hoe graag we ook zeker willen weten dat we een goede spreiding in leeftijd en woonplaats hebben, het werken met een code werkt drempelverhogend.

6.4 Samenwerking met maatschappelijke organisaties

- We zijn blij dat we dankzij de samenwerking met Jongerenwerk Nijkerk heel veel reacties vanuit de doelgroep jongeren hebben gekregen. Ook de samenwerking met de scholen heeft veel resultaat opgeleverd voor de doelgroep jongeren.
- Ook de doelgroep ouderen is goed bereikt, met name dankzij de formulieren op papier.
- We zijn blij dat we dankzij de samenwerking met de Bibliotheek een bijeenkomst voor de doelgroep laaggeletterden hebben kunnen organiseren. Wel bleek dat het thema voor deze doelgroep ook in vereenvoudigde vorm heel lastig is. Toch hechten we bijzondere waarde aan het gesprek dat we hebben gevoerd.

6.5 Planning

- De timing van de campagne werd gestuurd door de planning van de kadernota. Daardoor liep een deel van de campagne tijdens de kerstvakantie. Dit is niet ideaal. Tijdens de kerstvakantie kwamen er maar weinig deelnemers bij.
- Het benaderen van specifieke doelgroepen gaat goed via intermediaire organisaties. Dit vergt wel veel voorbereidingstijd, waarvoor in de planning ruimte moet worden opgenomen.
- Door de strakke planning was er geen tijd om een en ander te testen onder inwoners. Als we dit wel hadden kunnen doen, dan was de bijsturing later wellicht niet nodig geweest.

6.6 Geleerde lessen

- Voor een ingewikkeld thema, dat niet direct de persoonlijke leefomgeving raakt en veel toelichting nodig heeft, is een vragenlijst via een app niet het meest geschikte middel. Een persoonlijke benadering en gesprekken naar aanleiding van een vragenlijst werken dan het beste. We moeten er rekening mee houden dat dit arbeidsintensief is.
- Een app kan een goed middel zijn, maar dan moeten we het bij een klein aantal simpele vragen houden, die niet veel toelichting nodig hebben. Dit moet dan passen binnen het doel van de participatie. Dus we moeten checken of we op die manier voldoende de informatie ophalen die we nodig hebben voor plan- of besluitvorming.
- Leg vragen aan inwoners niet in fasen voor, maar in één keer. Als we de aandacht hebben, dan houden we die op die manier vast.
- Leg de drempel zo laag mogelijk om mee te doen, en werk niet met toegangscodes.
- Zorg er altijd voor dat mensen vragen ook via een internetpagina of op papier kunnen invullen.
- Zorg voor samenwerking met maatschappelijke organisaties om bepaalde doelgroepen te bereiken.
- Zorg ervoor dat de planning ruim voldoende is, om
    - de methode te testen onder de doelgroep;
    - samen met maatschappelijke organisaties acties gericht op specifieke doelgroepen te kunnen voorbereiden;
    - de campagne buiten de vakantieperiodes te kunnen houden.