



gemeente
Zeewolde

Raadscommunicatieplan gemeenteraad Zeewolde

Van vertellen naar verbinden

Gemeenteraad Zeewolde, februari 2021

Inleiding

De gemeenteraad van Zeewolde wil de communicatie vanuit de raad verbeteren om inwoners beter te betrekken bij en te informeren over de lokale politiek. Op basis van de input vanuit de fracties, inwoners en experts is dit raadscommunicatieplan opgesteld.

Wat is raadscommunicatie?

Met raadscommunicatie wordt bedoeld de communicatie vanuit de gemeenteraad als geheel. Raadscommunicatie is politiek neutraal en daarmee te onderscheiden van communicatie vanuit politieke partijen, fracties en individuele raadsleden. Raadscommunicatie heeft drie doelen:

1. de burger informeren;
2. de zichtbaarheid van de raad vergroten;
3. de inwoner laten meedenken (participeren).

Dat laatste doel wordt in dit plan niet concreet uitgewerkt. Dit plan is vooral bedoeld als eerste aanzet om de raadscommunicatie een nieuwe impuls te geven.

Waarom raadscommunicatie?

Raadscommunicatie draagt bij aan de profilering en zichtbaarheid van de gemeenteraad en het raadswerk. Zeker in opmaat naar de gemeenteraadsverkiezingen van 2022 is het belangrijk om te werken aan deze zichtbaarheid. Daarnaast biedt raadscommunicatie ondersteuning in het contact met de inwoners. Het doel is om inwoners op een informele manier te informeren over en te enthousiasmeren voor de politiek. Door intensiever contact met de inwoners kan de gemeenteraad weloverwogen besluiten nemen en beleid voeren dat draagvlak heeft bij de inwoners van Zeewolde.

Goede communicatie vanuit de gemeenteraad draagt dus bij aan een goed functionerende lokale democratie.

Hoe is dit plan tot stand gekomen

In oktober en november van 2020 zijn er gesprekken gevoerd met alle fracties. De vraag wat het doel is van raadscommunicatie en welke communicatiemiddelen kunnen worden ingezet om dit doel te bereiken stond hierbij centraal. Daarnaast is er ook gebrainstormd over de inhoud van de berichten die verspreid kunnen worden via de verschillende kanalen.

Naast de doelen die de gemeenteraad stelt aan de raadscommunicatie, gaat het ook om waar de inwoners behoefte aan hebben. Daarom is er contact gezocht met 10 inwoners van Zeewolde die politiek betrokken zijn. Uiteindelijk hebben 4 inwoners gereageerd. Hier stond de vraag centraal over welke onderwerpen van de gemeenteraad zij graag geïnformeerd zouden worden en via welke communicatiekanalen.

Ook is er afgestemd met de ambtelijke organisatie en experts om te ontdekken welke communicatiemiddelen effectief in te zetten zijn voor raadscommunicatie.

Opzet van het plan

Elke fractie heeft zijn eigen doel dat ze zouden willen bereiken met raadscommunicatie. Echter, iedere fractie was het erover eens dat het belangrijk is om de inwoners op een leuke en informele manier te betrekken bij de lokale politiek. De fracties stelden ook elk eigen manieren voor om het doel te bereiken, dit liep uiteen van een focus op het verstrekken van informatie naar echt de dialoog aangaan met de Zeewoldenaren.

Omdat dit raadscommunicatieplan een eerste stap is voor de raad van Zeewolde is het een groeimodel te beginnen met de ideeën die door te meeste fracties werden ondersteund.

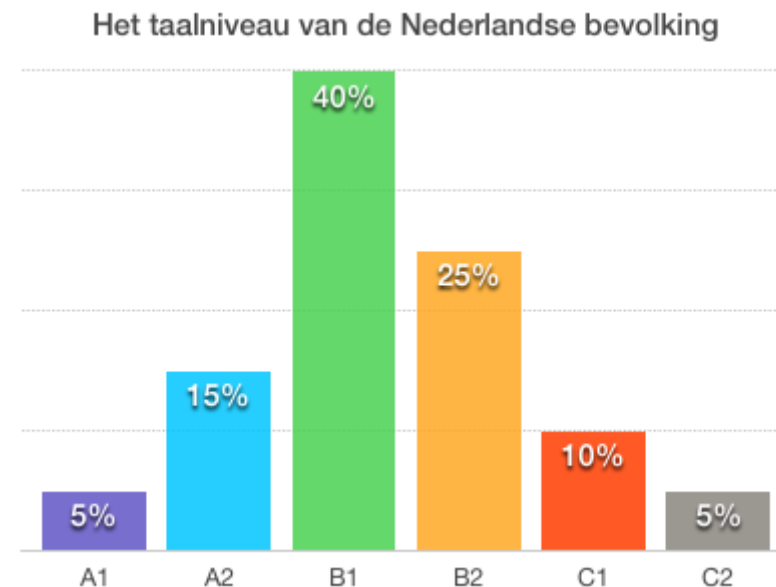
De ideeën zijn uitgewerkt in een model waarin wordt aangegeven wat nu al wordt gedaan aan raadscommunicatie en wat we verder kunnen verbeteren. We formuleren voorstellen over wat nu te gaan oppakken en wat verder in de toekomst nog mogelijk is.

Algemeen

Uit de verschillende gesprekken die gevoerd zijn voor dit raadscommunicatieplan kwam een aantal onderwerpen naar voren die door iedereen werden benoemd als belangrijk:

1. De inwoner informeren over de gemeenteraad en het raadswerk op een leuke en toegankelijke manier. Er moet duidelijk worden uitgelegd wat de raad heeft gedaan voor de inwoner van Zeewolde door middel van het publiceren van besluiten met een focus op wat dit besluit betekent voor de inwoner.
2. Wanneer inwoners of organisaties betrokken zijn bij een onderwerp moeten deze beter op de hoogte worden gehouden van de besluitvorming over dit onderwerp.
3. Informatie wordt geschreven in informele taal. Informele taal is taal op niveau van het laatste leerjaar VMBO of MBO 1/2, B1 niveau. Een tekst op B1-niveau bestaat uit makkelijke woorden die bijna iedereen gebruikt. Korte, eenvoudige en actieve zinnen.
4. Alle gebruikte communicatiemiddelen en platformen moeten aan elkaar worden gelinkt en er moet consistentie zitten in het plaatsen van berichten.

5. Met een diversiteit aan communicatiekanalen kunnen er veel verschillende doelgroepen bereikt worden. Inwoners van alle leeftijden, maar ook organisaties, bedrijven, ondernemers en verenigingen.



Overzicht van de taalniveaus

Deze vijf punten zullen ook de onderliggende basis vormen voor de raadscommunicatie. Zowel de huidige middelen als de nog in te zetten communicatiemiddelen zullen gelinkt worden aan deze vijf doelen.

Uitvoering

Raadscommunicatie vereist inzet en continuïteit. Om meer mensen te bereiken moet er geïnvesteerd worden. Raadscommunicatie zal uitgevoerd

worden door de griffie. Het aantal uren bezetting op de griffie wordt uitgebreid, een deel van de uren zijn voor raadscommunicatie. Er is dan ongeveer 6 uur per week beschikbaar voor raadscommunicatie.

Wanneer er verder wordt uitgebreid naar platforms en concepten voor dialoog zullen er mogelijk meer uren beschikbaar moeten worden gesteld. Daarnaast zal voor de uitbreiding naar dialoog ook budget beschikbaar moeten worden gesteld voor de dan te organiseren activiteiten. Er is nu geen budget beschikbaar voor raadscommunicatie anders dan dat enkele kleine uitgaven uit het werkbudget van de griffie worden betaald. De uitvoering zal na vaststelling van dit plan al worden opgepakt, een groot deel van de

voorstellen pas immers prima binnen de bestaande manieren van communiceren door de gemeenteraad. Wel zal na de indiensttreding van de plaatsvervangend griffier, rond de zomer van 2021, de communicatie verder worden geïntensiveerd conform dit plan. De periode tot aan de gemeenteraadsverkiezingen 2022 zal worden gezien als een 'proefperiode' waarna er geëvalueerd zal worden.

De raadscommunicatie wordt uitgevoerd door de griffie, maar het is van belang dat de fracties aanhaken op de communicatie door bijvoorbeeld het delen van berichten via de eigen communicatiekanalen. Hierdoor bereiken we nog meer inwoners.

Vijf doelen van raadscommunicatie

1. Informeren over de raad en het raadswerk op een toegankelijke manier. Duidelijk maken wat de raad doet voor de inwoner.	2. Inwoners beter op de hoogte houden van de besluitvorming over een onderwerp wanneer ze betrokken zijn.	3. Gebruik informele taal.	4. Link alle communicatiekanalen aan elkaar voor meer consistentie.	5. Diversiteit aan communicatiekanalen zorgt ervoor dat je meerdere doelgroepen bereikt.
○ Communiceren over besluiten om te laten zien wat de raad doet voor de inwoner. ○ Focus op wat het besluit betekent voor de inwoner. ○ Informatieve berichten om inwoners een kijkje te geven in het raadswerk. Bijv. een uitleg over het verschil tussen gemeenteraad en college, of andere leuke 'weetjes' over de gemeenteraad.	○ Inwoners hebben aangegeven het belangrijk te vinden om op de hoogte gehouden te worden wanneer zij betrokken zijn bij een onderwerp. Bijvoorbeeld na de Raad op Straat, de Motiemarkt of inspreken. ○ Inwoners gaan we op de hoogte houden van de voortgang van de besluitvorming over het onderwerp waar ze bij betrokken zijn.	○ Met informele taal bereik je meer mensen. ○ Vooral het taalgebruik in Zeewolde Actueel kan informeler. Maar ook bij alle andere communicatiekanalen moet gelet worden op het gebruik van informele taal. ○ Vaktermen moeten worden vermeden. Dit maakt het voor de inwoner makkelijker om het raadswerk te begrijpen.	○ Het linken van de verschillende communicatiekanalen zorgt voor gemak bij zowel de inwoners als de uitvoerder van het communicatieplan. ○ Het linken van de kanalen zorgt voor consistentie en herkenbaarheid bij de inwoner. Ze weten waar en wanneer ze de nodige informatie kunnen verwachten. ○ Dezelfde berichten (met aanpassing naar geschiktheid voor elk communicatiekanaal) kunnen geplaatst worden op alle kanalen.	○ Om mensen te betrekken bij de lokale politiek en enthousiast te maken om deel te nemen aan de lokale politiek is het belangrijk om zo veel mogelijk doelgroepen te bereiken met raadscommunicatie. ○ Het bereiken van meerdere doelgroepen zorgt er ook voor dat input opgehaald kan worden vanuit verschillende hoeken van de samenleving.

Communicatiemogelijkheden

Het cijfer achter een zin in de tabel hieronder geeft aan met welke van de 5 hierboven beschreven doelen van raadscommunicatie dit te maken heeft.

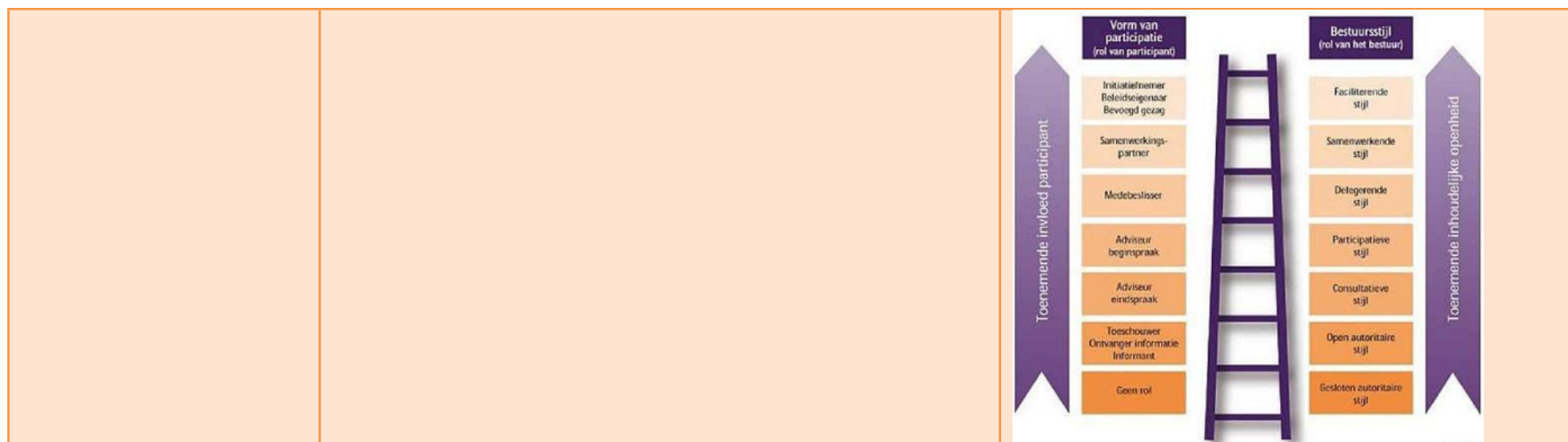
Gebeurtenis	Wat wordt er al gecommuniceerd en voorstellen om nu op te pakken	Mogelijkheden voor de toekomst
Raadsinformatieavond	- Op de <u>gemeentewebsite</u> is de vergaderkalender te vinden. Bij de agenda van de raadsinformatieavonden staan de relevante stukken. Op de website is ook de link naar de livestream te vinden. (1) - De raadsinformatieavonden worden uitgezonden met een <u>livestream</u> via de gemeentewebsite. (1) <u>Voorstellen:</u> <u>Uitnodigen van betrokkenen en deskundigen.</u> Zoals afgesproken met het presidium in september 2020 wordt er een bericht geplaatst in Zeewolde Actueel wanneer stakeholders het gesprek aan kunnen gaan met de raadsleden. Dit doen we via alle communicatiekanalen. <u>Extra in te zetten communicatiekanalen:</u> Instagram, Twitter en Zeewolde Actueel. Door nog meer kanalen in te zetten kunnen er nog weer andere doelgroepen worden bereikt. (5) <u>Linken van de kanalen.</u> Alle communicatiekanalen delen in essentie dezelfde informatie over de raadsinformatieavond (datum, tijd, onderwerpen, link naar livestream en stukken). (4) <u>Uitgebreidere informatie over de onderwerpen die op de agenda staan.</u> Dit gaat over onderwerpen die voor inwoners actueel en relevant (kunnen) zijn. Dit gebeurt in informele taal. (1 en 3)	<u>Voorstellen:</u> <u>Extra in te zetten communicatiekanalen:</u> Facebook. (5)

Commissievergadering	1. Een bericht op <u>Twitter</u> met informatie over de datum en tijd van de vergadering, waar een ieder de vergadering kan volgen (een link naar de livestream) en een aantal besproken onderwerpen. (1) 2. Een bericht op de gemeentepagina in <u>Zeewolde Actueel</u> met informatie over de datum en tijd van de vergadering, waar een ieder de vergadering kan volgen en waar de relevante informatie en stukken zijn te vinden. Er wordt ook vermeld waar eventuele sprekers zich kunnen melden. (1) 3. Op de <u>gemeentewebsite</u> is de vergaderkalender te vinden. Bij de agenda van de commissievergaderingen staan de relevante stukken. Op de website is ook een link naar de livestream te vinden. (1) 4. De commissievergaderingen worden uitgezonden via een <u>livestream</u> van de Lokale Omroep Zeewolde. Dit zal straks weer via de gemeentewebsite gaan. (1) 5. Inzetten van fractie-experts. <u>Voorstellen:</u> a. <u>Extra in te zetten communicatiekanalen:</u> Instagram. Door meer kanalen in te zetten bereikt de communicatie nog weer andere doelgroepen. (5) b. <u>Linken van de kanalen.</u> Alle communicatiekanalen bevatten in essentie dezelfde informatie over de raadsvergadering (datum, tijd, onderwerpen, link naar livestream en stukken, moties en amendementen, mogelijkheid tot inspreken). (4) c. <u>Uitgebreidere informatie over de onderwerpen die op de agenda staan.</u> Dit gaat over onderwerpen die voor inwoners actueel en relevant (kunnen) zijn. Dit gebeurt in informele taal.(1, 3) d. <u>Inspreekrecht onder de aandacht brengen.</u> Inwoners	<u>Voorstellen:</u> a. <u>Extra in te zetten communicatiekanalen:</u> Facebook. (5) b. <u>Stukken thematisch indelen.</u> De informatie op de website wordt thematisch ingedeeld zodat het makkelijker te vinden is voor de inwoner. Een thema kan bijvoorbeeld zijn de Omgevingsvisie. Inwoners kunnen dan klikken op dit onderwerp en zo alle relevante stukken over dit onderwerp vinden onder één kopje. (1)
-----------------------------	--	--

	worden tijdig op de hoogte gesteld van wanneer ze kunnen inspreken en over welke onderwerpen. Na inspreken houdt de griffie de inwoners op de hoogte van de besluitvorming over het onderwerp. In Zeewolde Actueel komt meer informatie te staan over het inspreekrecht. (2)	
Raadsvergadering	1. Een bericht op <u>Twitter</u> met informatie over de datum en tijd van de vergadering, waar een ieder de vergadering kan volgen (een link naar de livestream), een aantal besproken onderwerpen en eventueel voorgestelde moties en amendementen. (1) 2. Een bericht op de gemeentepagina in <u>Zeewolde Actueel</u> (ZA) met informatie over de datum en tijd van de vergadering, waar een ieder de vergadering kan volgen en waar de relevante informatie en stukken zijn te vinden. Er wordt ook vermeld waar eventuele insprekers zich kunnen melden. Na de vergadering wordt een informele besluitenlijst gepubliceerd. (1) 3. Op de <u>gemeentewebsite</u> is de vergaderkalender te vinden. Bij de agenda van de vergaderingen staan de relevante stukken. Op de website is ook een link naar de livestream te vinden. (1) 4. De raadsvergaderingen zijn op dit moment te volgen via een <u>livestream</u> van de Lokale Omroep Zeewolde. Dit zal straks weer via de gemeentewebsite gaan. (1) <u>Voorstellen:</u> a. <u>Besluiten in informele taal.</u> Besluiten worden meer dan nu in informele taal uitgelegd. De besluiten waarover de gemeenteraad gaat communiceren worden gekozen aan de hand van welke onderwerpen het meest relevant zijn voor de inwoner. Zodat deze zich aangesproken voelt	<u>Voorstellen:</u> a. <u>Extra in te zetten communicatiekanalen:</u> Facebook. (5) b. <u>Stellingen over een onderwerp.</u> Instagram biedt de mogelijkheid om een stelling te plaatsen waarbij er gestemd kan worden voor twee opties, bijvoorbeeld twee standpunten van twee verschillende fracties over een bepaald onderwerp. (1) c. <u>Stukken thematisch indelen.</u> De informatie op de website wordt thematisch ingedeeld zodat het makkelijker te vinden is voor de inwoner. Een thema kan bijvoorbeeld zijn de Omgevingsvisie. Inwoners kunnen dan klikken op dit onderwerp en zo alle relevante stukken over dit onderwerp vinden onder één kopje. (1)

	in de eigen levenssfeer. (1 en 3) b. <u>Extra in te zetten communicatiekanalen:</u> Instagram. Door nog meer kanalen in te zetten worden er nog weer andere doelgroepen bereikt. (5) c. <u>Linken van de kanalen.</u> Alle communicatiekanalen bevatten in essentie dezelfde informatie over de raadsvergadering (datum, tijd, onderwerpen, link naar livestream en stukken, moties en amendementen, besluiten). (4) d. <u>Een nieuwsbrief over de onderwerpen die besproken zijn tijdens de vergaderingen.</u> De griffie stelt maandelijks na de raadsvergadering deze nieuwsbrief op met daarin enkele besluiten uitgelicht. Daarnaast worden er ook andere momenten beschreven voor contact tussen raad en inwoners (zoals een Raad op straat werkbezoek of een thema avond van de raad waar een ieder welkom bij is) Inwoners kunnen zich zelf abonneren op deze nieuwsbrief. (1, 2) e. <u>Uitgebreidere informatie over de onderwerpen die op de agenda staan.</u> Dit gaat over onderwerpen die voor inwoners actueel en relevant (kunnen) zijn. Dit gebeurt in informele taal. (1 en 3)	
Informatie over raad(sleden)	1. <u>Overzicht van zitplaatsen in de raadzaal</u> : welk raadslid zit waar. (1) 2. <u>Gemeentegids en website:</u> hier staan de contactgegevens van de raadsleden. (1) 3. <u>Bord op de wand van de B&W kamer.</u> (1) <u>Voorstellen:</u> a. <u>Raadslid uitlichten.</u> In opmaat naar de	<u>Voorstel:</u> a. <u>Extra in te zetten communicatiekanalen:</u> Facebook.

	gemeenteraadsverkiezingen bekijkt de griffie in samenwerking met Zeewolde Actueel of er elke paar weken een redactioneel interview met een raadslid of fractie kan worden gepubliceerd. Hierbij ligt de focus op wat er de afgelopen periode is gerealiseerd (1) b. <u>Informatieve berichten:</u> op Twitter en instagram. Bijvoorbeeld het uitleggen van het verschil tussen de gemeenteraad en het college of uitleg over de verschillende fases van besluitvorming ; beeldvormend, oordeelsvormend, besluitvormend, waardoor de inwoner een beeld krijgt bij wanneer hij/zij eventueel invloed kan uitoefenen op het proces. (1) c. <u>Extra in te zetten communicatiekanalen:</u> Instagram, Twitter en Zeewolde Actueel. Door nog meer kanalen in te zetten worden er nog weer andere doelgroepen bereikt. (5)	
Input ophalen vanuit de samenleving	1. <u>Raad op Straat</u> 2. <u>Motiemarkt</u> 3. <u>Inspreken</u> <u>Voorstellen:</u> a. <u>Reacties aanzetten op de sociale media.</u> Wanneer er reacties komen reageert de griffie altijd op een persoonlijke en informele manier. b. <u>Inspreekrecht onder de aandacht brengen.</u> Insprekers worden na inspreken op de hoogte gehouden van de besluitvorming over het onderwerp. (2)	<u>Voorstellen:</u> a. <u>CitizenLab</u> (zie bijlage B) b. <u>Gast van de Raad</u> (zie bijlage B) c. <u>Terugkoppeling geven na Raad op Straat</u> d. <u>Participatieladder.</u> Ontwikkelen van gespreksvormen voor participatie van stakeholders.



Voorstel

De griffie stelt voor om:

- dit plan te zien als een groeimodel, waarbij de gemeenteraad eerst start met het 'zenden' van informatie en later te bekijken hoe de communicatie ingezet kan worden om te komen tot een dialoog met inwoners;
- alle voorstellen in de tweede kolom over te nemen en binnen de bestaande middelen uit te laten voeren door de griffie;

Bijlage A: Planning

De planning zorgt voor een vaste frequentie in de berichtgeving. Dit zorgt ervoor dat inwoners weten wanneer ze berichten kunnen verwachten.

1. **Informatie over de aankomende vergaderingen.** Twee dagen voor een vergadering, dit zal dus voornamelijk op dinsdag zijn.
2. **Besluiten.** Eén dag nadat het besluit is genomen, dit is vaak op vrijdag zijn. Voor Zeewolde Actueel geldt zo snel mogelijk na de vergadering.
3. **Informatieve berichten.** Eén keer per week op maandag. (Wanneer de informatieve berichten minder goed worden ontvangen op Instagram en Facebook zullen we deze alleen nog plaatsen op Instagram en eventueel in de krant.) Wanneer er een relevant informatief bericht kijken we of er plaats is op de gemeentepagina, hiervoor zal dus geen vaste tijdsplanning zijn.
4. **Raadslid uitlichten.** De planning hangt af van medewerking van Zeewolde Actueel.
5. Voor de stellingen en de promotie van het inspreekrecht is geen vaste planning van toepassing zijn. Deze berichten zullen geplaatst worden wanneer dit relevant is. De berichten worden gelijktijdig via elk kanaal geplaatst.

Bijlage B: Uitleg over de verschillende communicatiekanalen

Hieronder vindt u een korte uitleg over de in te zetten communicatiekanalen en platforms om een beeld te geven over het bereik, de effectiviteit en de verschillende doelgroepen. Sociale media bieden de kans om inwoners te informeren. Daarnaast vormen ze een informatiebron voor meningen die in de samenleving heersen en bieden ze een mogelijk tot contact met inwoners.

Twitter

Twitter heeft in totaal 2,8 miljoen gebruikers in Nederland, waarvan 1.1 miljoen actieve gebruikers. Het grootste gedeelte van de Twitteraars is tussen de 20 en 60 jaar. Het account van de gemeenteraad is opgericht in december 2015 en heeft op dit moment 329 volgers.

Bij Twitter draait het vooral om snel en beknopt informatie te delen in 280 tekens. Foto's zijn niet van grote toegevoegde waarde op Twitter,

maar bieden wel uitkomst wanneer informatie niet past in 280 tekens. De korte tekst zou wel de essentie van de informatie moeten bevatten omdat niet iedere Twitteraar een foto opent. Via Twitter wordt een netwerk opgebouwd door volgers. Twitteraars ontvangen alle tweets van mensen die zij zelf volgen en andersom. Mensen kunnen tweets liken of retweeten, waarmee het wordt gedeeld met eigen volgers.

Instagram

In Nederland maken 5,6 miljoen mensen gebruik van Instagram, waarvan 3,4 miljoen actief gebruiker zijn. Voornamelijk mensen tussen de 15 en 40 jaar maken actief gebruik van Instagram. Het Instagram account van de gemeenteraad bestaat sinds december 2020 en heeft inmiddels 166 volgers.

Bij een Instagram bericht staat een foto of filmpje centraal met eventueel een korte tekst eronder. Een netwerk wordt opgebouwd door middel van volgers. Buiten volgers zijn Instagramgebruikers ook te bereiken door gebruik te maken van hashtags. Gebruikers die elkaar volgen kunnen naast het zien van elkaars berichten ook elkaars berichten leuk vinden en erop reageren. Naast het plaatsen van berichten, geeft Instagram ook de mogelijkheid tot het plaatsen van zogeheten 'stories'. Dit zijn foto's of video's die 24 uur lang te bekijken zijn. Deze 'stories' kunnen opgeslagen worden in hoogtepunten en zijn onder te verdelen in bepaalde onderwerpen. Dan zijn ze na 24 uur weer terug te vinden in het hoogtepunt.

Facebook

In Nederland gebruiken zo'n 10,4 miljoen mensen Facebook, waarvan 7,1 miljoen mensen het actief gebruiken. Daarmee staat Facebook, na Whatsapp, zowel in totaal gebruik als in dagelijks gebruik op nummer twee in Nederland. Mensen in de leeftijdscategorie 40-64 maken steeds meer gebruik van Facebook, echter onder jongeren tussen de 15 en 19 neemt het Facebook gebruik af. De gemeenteraad heeft op dit moment geen Facebook account. Actuele berichten worden nu geplaatst via de algemene Facebook pagina van de gemeente, hier worden echter weinig berichten geplaatst over het werk van de gemeenteraad.

Op Facebook kan een pagina aangemaakt worden dat door Facebook gebruikers geliked kan worden. Hoe meer likes, hoe meer mensen de geplaatste berichten zien. In tegenstelling tot Instagram draait het bij Facebook meer om de tekst dan om beeld, echter een foto kan wel helpen om de aandacht te trekken van de mensen.

Gemeentewebsite

De gemeentewebsite ondersteunt de andere communicatiekanalen. De website zal niet gebruikt worden voor het plaatsen van nieuws omdat inwoners vooral praktische informatie via de gemeentewebsite raadplegen. Via de gemeentewebsite kunnen inwoners relevante stukken vinden voor vergaderingen, contactinformatie van de raadsleden en de griffie.

Gast van de Raad

Gast van de Raad geeft inwoners de kans om persoonlijk mee te kijken tijdens een raadsvergadering. Een aantal raadsleden begeleidt de gast(en) op de avond van de vergadering zodat zij ook de mogelijkheid hebben om vragen te stellen en de raadsleden het een en ander kunnen uitleggen over de gemeenteraad en het raadswerk. Na de vergadering krijgen de gast(en) ook de kans om vragen te stellen aan andere raadsleden. Inwoners kunnen deelnemen aan Gast van de Raad door zich op te geven bij de griffie. I.v.m. met de huidige coronamaatregelen is Gast van de Raad nu niet mogelijk.

CitizenLab

CitizenLab is een platform voor overheden en ondersteunt gemeenten om hun besluitvorming democratischer, transparanter en collaboratiever te maken. CitizenLab biedt meerdere mogelijkheden voor het betrekken van burgers in de vorm van verschillende participatieprojecten. Voorbeelden

hiervan zijn enquêtes, burgerbegrotingen en burgervoorstellen. De voortgang van de projecten is te volgen door de gemeente waardoor je de

input van de burgers uiteindelijk kan gebruiken bij het vormgeven van het beleid.