

Een participatietraject opstarten rond een activiteit uit je klimaatplan. Hoe begin je eraan?

Een beknopte en praktische handleiding, gebaseerd op het begeleiden van 20 Antwerpse besturen van 2016 tot en met 2018.

Stap 1: Weet wat je wilt

Zorg voor intern draagvlak.

Eigenlijk is dit stap nul, of nog anders: het is geen stap, het is een absolute voorwaarde voor een geslaagd participatietraject. Pas op, in deze stap kan je veel tijd steken. Zorg voor een draagvlak zowel bij college als collega's (bij andere diensten) en dit op de verschillende niveaus (dus ook bij diensthoofden of managementteam). Goede participatie lukt pas als je gesteund wordt en formeel voldoende tijd en middelen krijgt. Vraag dus aan je bestuur of ze hiervoor willen gaan en of ze aan de slag willen gaan met de input die in een participatietraject werd verzameld (want een participatietraject uitvoeren betekent het afstappen van je eigen grote gelijk en rekening houden met andermans ideeën). Je vindt [hier](#) een voorbeeld van hoe je dit kan verwerken in een collegebesluit.

In de gemeenten Zoersel en Lier zocht men naar een grotere betrokkenheid voor de opmaak en uitvoering van het klimaatactieplan. Dit gebeurde in Zoersel door per dienst korte brainstormsessies te organiseren over wat in het klimaatactieplan kan komen (deze info werd dan later verwerkt tot een effectief plan). In Lier organiseert men per departement werksessies om op basis van het bestaande plan prioriteiten aan te duiden. Door de mogelijkheid te laten om als dienst zelf prioriteiten aan te duiden, kan je de betrokkenheid en het eigenaarschap verhogen.

Formuleer een duidelijke doelstelling (en denk al even verder dan het participatie evenement zelf).

Wat wil je bereiken? Voor welk probleem wil je een oplossing zoeken? Wil je ideeën verzamelen of wil je uit een heleboel ideeën kiezen? Wat ga je doen met de resultaten? Maak ook duidelijk waar het niet over zal gaan. Welk niveau van participatie beoog je (informerend, raadplegend, adviserend, coproductief, meebeslissend)?

- Maak een timing en stappenplan voor dit hele participatietraject. Het kan helpen om 'terug te plannen'. Begin met de datum van het participatie evenement vast te leggen. Reken dan terug wanneer je best de uitnodigingen verstuurd. Bedenk dan hoeveel tijd je nodig hebt om het programma vorm te geven, experten uit te nodigen, Zo krijg je een idee wanneer je moet beginnen met de voorbereidingen.
- Beslis over wat je zal doen met de resultaten. Ga je met de output naar een collegezaal, of verwerk je dit even eerst en organiseer je daarna opnieuw een

bijeenkomst? Hoe ga je contact houden met de deelnemers en hen informeren over het vervolg? Zorg ervoor dat deze beslissing is genomen, voor je een eerste event hebt georganiseerd.

Voorbeelden van doelstellingen:

- Bonheiden: bereiken van verhuurders van kwetsbare groepen en daadwerkelijk investeringen uitvoeren in de woningen van deze huurders.
- Hove: het uitvoeren van een collectieve renovatie in de Vredewijk met verschillende partners.
- Duffel, Ranst, Geel, Sint-Katelijne-Waver: een wijk aanzetten tot energiebesparende investeringen
- Mol: samen met huurders van de Molse Bouwmaatschappij energie besparen door de huurders intensief te begeleiden
- Rijkevorsel: activeren van lokale verenigingen rond energiebesparing
- Schelle: ouders en kinderen stimuleren om zich duurzaam te verplaatsen naar school
- Wuustwezel: ondernemers en handelaars stimuleren voor het uitvoeren van energiebesparende maatregelen
- Rumst: ondernemers stimuleren om klimaatvriendelijk te ondernemen
- Oud-Turnhout: een specifieke wijk 'vergroenen'
- Hoogstraten: de omgeving van 8 basisscholen kindvriendelijker maken met meer bewegingsvrijheid voor kinderen en minder CO2-uitstoot en minder fijn stof. Zie ook: <https://www.hoogstraten.be/school-straten>

De inzet van het participatietraject dat deze besturen hebben opgezet was het zoeken naar een goede aanpak of activiteit in overleg met de doelgroep, om deze doelstellingen te verwezenlijken.

In aanloop van verschillende participatie evenementen werden doelstellingen soms scherper gesteld of gedetailleerder geformuleerd:

Hove: "We hopen dat we op de Energieborrel van november veel ideeën en voorstellen gekregen hebben van de inwoners waarmee we verder aan de slag kunnen gaan. We willen een adressenbestand opbouwen met geïnteresseerde inwoners. Daarnaast hopen we om een aantal inwoners te vinden die actief met ons willen verder werken rond het klimaatactieplan."

Rijkevorsel: "We zouden graag 2 werkgroepen oprichten: één voor verenigingen met eigen lokalen en één voor verenigingen die gebruik maken van gemeentelijke lokalen. In beide werkgroepen zijn alle Rijkevorselse verenigingen vertegenwoordigd."

Bonheiden: "Participatie aangaan met verhuurders en huurders. Partners in het verhaal rond energiebesparing komen samen en gaan ermee akkoord om mee actief na te denken in een denktank die trajecten uitdenkt voor de komende jaren."

Schelle: "Scholen die autonoom blijven nadenken over duurzame mobiliteit en hoe ze (nieuwe) ouders en kinderen hierin kunnen betrekken. Een trekkersgroep van ouders die de school hierin ondersteunt."

Soms verandert een doelstelling ook na het participatie evenement. In Rijkevorsel bleken vele verenigingen niet zeker te zijn of ze in hun gebouwen konden blijven. Door met de verenigingen in dialoog te gaan kwam dit probleem naar boven en werden er andere oplossingsrichtingen bedacht, zoals met meerdere verenigingen in 1 gebouw.

Baken je doelgroep af.

Eens de doelstelling en de uitdaging duidelijk zijn afgebakend kan je je doelgroep zo helder mogelijk omschrijven: wie wil je rond de tafel hebben? Wie heeft te maken met het onderwerp waarover je participatie wil organiseren? Is er aandacht nodig voor maatschappelijk kwetsbare groepen? Zorg voor een goede mix: experts, inwoners, ervaringsdeskundigen,.... Afhankelijk van dit antwoord kun je geschikte partners zoeken om je doelgroep warm te maken en mee uit te nodigen. In [dit sjabloon kan je de verschillende doelgroepen bijhouden](#).

- Zowel Hove (Vredewijk), Duffel (De Beunt), Oud-Turnhout (Huevenackers), Sint-Katelijne-Waver (Matexiwijk) en Geel (De Leunen) hebben een wijk gekozen als doelgroep. Dat is een duidelijk omschreven en goed afgebakende doelgroep. Hoewel een wijkaanpak best op maat gebeurt, en dus telkens anders is, is het interessant om te kijken hoe kopieerbaar een wijkaanpak is voor een andere wijk. M.a.w. wellicht bestaat de kans dat je eenzelfde aanpak uitvoert voor meerdere wijken. Alle inwoners in de wijk kunnen dan ook via een [brief](#) worden uitgenodigd.
- Wat de uitnodiging betreft, pas je deze uiteraard aan aan je doelgroep. Voor een wijk mag dat wat informeler, voor [bedrijven](#) kan dat gerust formeel.
- In Schelle werd gewerkt rond duurzaam schoolverkeer met de twee basisscholen. Sint-Lutgardis en de Gemeenteschool. Zowel leerkrachten, leerlingen, ouders en directie werden rond de tafel uitgenodigd. Gezien het thema werd ook de politie betrokken.
- Rijkevorsel koos ervoor om verenigingen aan te zetten tot energiebesparing. Zo werd een lijst gemaakt van alle verenigingen in Rijkevorsel. Om hen te stimuleren om te werken rond energiebesparing werd een opdeling gemaakt in diegenen met een gebouw in eigendom en deze die een gebouw huren, omdat een aanpak voor verenigingen die huren toch anders is dan voor verenigingen die een gebouw hebben.

Stap 2: Doe het niet alleen

Ga na wie je nodig hebt om de doelgroep te bereiken. Zoek tussenpersonen, ambassadeurs of trekkers die mee kunnen uitnodigen. Zoek naar collega's die mee kunnen helpen (vb. participatieambtenaar, andere diensten die een participatietraject hebben georganiseerd, diensten die inhoudelijk betrokken zijn, collega's uit een wijk, vrienden en kennissen). Vergeet de traditionele organen niet: adviesraden, het middenveld. Gebruik hun engagement en kanalen. Leg je oor te luisteren bij collega's uit

andere gemeenten. Zoek inspiratie en goede voorbeelden op www.gemeentevoordetoeekomst.be

- Zo werkte Hove samen met het wijkcomité van de Vredewijk. Dit wijkcomité kondigde het participatie evenement aan in hun [wijkkrantje](#). Ook in Oud-Turnhout werd met het buurtcomité samen gewerkt.
- In Duffel, Ranst en Sint-Katelijne-Waver zochten de schepenen hoogstpersoonlijk naar trekkers of ambassadeurs in de wijk. Een participatie evenement werd dan met deze ambassadeurs voorbereid.
- In Mol gingen ze aan de slag met specifieke 'ambassadeurs' uit de wijk. Deze werden actief betrokken bij de voorbereiding van het participatietraject. [Samen met hen werd bekeken hoe de wijk betrokken kon worden.](#)
- Voor het participatie evenement in Wuustwezel (doelgroep ondernemers) sloegen de duurzaamheidsambtenaar en de ambtenaar lokale economie de handen in elkaar.
- In Rumst (doelgroep landbouwers) werd samenwerking gezocht met de Boerenbond om samen een participatie traject op te zetten.
- In Ranst was het de wijkagent(!) die mee communicatie voerde.

Stap 3: Schep duidelijke verwachtingen

Maak je rol als bestuur duidelijk vanaf het begin. **De essentie: met een participatietraject zoeken we samen met de doelgroep naar een oplossing voor een bepaalde uitdaging.** Wat is onze gereedschapskist op dit moment (subsidies, inzet van personeel, andere hulpmiddelen, ...). Wat kunnen we beloven, wat kunnen we niet beloven?

- Wat doe je als er op een participatie avond ideeën of problemen naar boven komen die niet tot het thema van de avond behoren, of waarvoor je als bestuur niet voldoende middelen hebt om ze op te lossen? Bijvoorbeeld sluipverkeer of te weinig openbaar vervoer in een wijk of regio. Deze zaken komen vaak naar boven op wijkbijeenkomsten (ook al is het de bedoeling om over energiebesparing te praten.) Wat moet je dan doen als gemeentebestuur? Blijven ondersteunen en mee zoeken naar een oplossing is de boodschap! Je kan meegaan in de bezorgdheid van burgers en aanbieden om het probleem mee aan te kaarten bij de bevoegde instanties, bijvoorbeeld door samen met die burgers te gaan praten met de Lijn. Of door hen te ondersteunen in het in kaart brengen van de verkeersintensiteit in de wijk, om op die manier het sluipverkeer zichtbaar te maken. Op die manier zorg je ervoor dat je als bestuur veel vertrouwen terug krijgt, ook al ben je niet verantwoordelijk voor de ultieme oplossing.
- Na het participatie evenement in Duffel bleken er meerdere opportuniteiten voor de wijk De Beunt op te duiken, dan enkel energiebesparing in woningen. Duffel besliste dan om de wijk ook te ondersteunen rond energiezuinige straatverlichting, het aanplanten van meer groen, en het indijken van sluipverkeer in de wijk.

Stap 4: Gebruik de juiste methodiek

Werk eerst aan bewustwording en motivatie

Mensen moeten gemotiveerd zijn om hun tijd te besteden aan een participatietraject. Bewustwording is daarin een belangrijke stap. Om te willen renoveren, moet je de noodzaak kennen: waarom is het belangrijk dat er een (energiezuinige) renovatiegolf komt? Maar met kennis alleen is er nog geen motivatie. Dan helpt het om mensen te inspireren: hoe doen burens het? Hoe ervaren zij voordelen? Je bouwt een veelzijdige argumentatie op, dat rekening houdt met vele situaties (vb. financiële voordelen, gevoelsmatige of zintuigelijke voordelen - lekker, comfortabeler, mooier, ...).

Enkele tips:

- Werk met een testperiode (bvb. laat de collega's even met een elektrische wagen rijden, als je de vloot van je gemeente wil verduurzamen). Een aandachtspunt is dat je erop voorbereid moet zijn om bepaalde mythes te ontcrachten (vb. elektrische wagens zijn toch niet zo duurzaam, of als je teveel isoleert krijg je schimmel). Je kan je hierop voorbereiden door onafhankelijke expertise bij te halen (universiteiten, onderzoeksinstellingen, Kamp C).
 - Om de schoolomgeving in Hoogstraten aantrekkelijker te maken voor kinderen, werkte men met testopstellingen die als idee naar boven kwamen op brainstorm momenten. Wanneer een idee door de testfase geraakt, wordt er nagedacht over definitieve ruimtelijke inplanting. Zie <https://www.hoogstraten.be/school-straten> en over het gebruik van testopstellingen: <https://www.duurzame-mobiliteit.be/laboratoria-mobiele-alternatieven-lama>
- Speel in op gebeurtenissen, of koppel je informatieronde aan bestaande evenementen waar veel volk op af komt.
 - Vanuit de gemeente Zoersel is iemand naar de klimaatconferentie van Bonn geweest. Maak dit bekend maken voor het personeel (wat is de klimaatconferentie van Bonn, wat wil Zoersel doen, wat doet die persoon van Zoersel daar, ...), zet zo het thema in de verf zetten via een blog opzetten of een interview,
 - Hoogstraten toonde haar filmpjes over de beleving van kinderen van hun schoolomgeving op de autoloze zondag.
- In Sint-Katelijne-Waver gebruikt men grote spandoeken om aan te duiden wat er in de wijk gebeurt.
- Werk met tussenpersonen en hun eigen kanalen: een buurtcomité (Oud-Turnhout) en hun buurtkrantje of bijeenkomsten, of een wijkagent die huis aan huis gaat (Ranst).
- Hoogstraten voerde een belevingsonderzoek, hoe kinderen hun schoolomgeving ervaren, en gaten de getuigenissen in aantrekkelijke filmpjes: <https://www.hoogstraten.be/school-straten> (en doorklikken op een schoolomgeving).
- Als je een wijkrenovatie plant, vraag aan alle bewoners op voorhand (door huis aan huis te gaan of via een schriftelijke enquête) waar er behoefte aan is

(dakisolatie, muurisolatie, ...) en organiseer info-avonden op basis van deze geënquêteerde info.

- Gebruik een bekende kop om de interesse te wekken. Bvb. Nic Balthazar staat er om bekend om goede presentaties te geven. Of Jill Peeters: <https://www.youtube.com/watch?v=KHOSQVfffMw>

Zorg voor een aangename locatie.

- Zorg voor een leuke en gezellige locatie, of kies voor een aantrekkelijke of exclusieve plaats (waar publiek normaal niet wordt toegelaten).
- Maak de avond niet te lang. Een uur nadenken in kleine groepjes op een normale weekavond is echt wel lang genoeg. [Zo](#) kan een avond er uit zien.
- Creëer een positieve sfeer: voorzie een hapje en een drankje, laat een rustig muziekje spelen.
- Vergeet bij aankomst niet om ieders e-mailadres te noteren.
- Je kan bij aankomst van de aanwezigen hen elk een nummertje geven. Diegenen met hetzelfde nummertje zetten zich bij elkaar. Zo kan je klikjes vermijden.
- Zorg dat alle logistiek in orde is: presentatie staat klaar, het geluid is getest, er staan voldoende stoelen, er is schrijfgierief voor iedereen,
- Tip: je kan dit alles gieten in een [draaiboek](#). Zo vergeet je niets.

Gebruik de juiste methodiek, maar laat deze niet alles bepalen.

De juiste methode hangt af van de doelstelling, de doelgroep en het niveau van participatie. **Maar in essentie probeer je eigenlijk te praten met een groep mensen.** Hoe doe je dat? Maak het niet moeilijker dan het eigenlijk is: laat mensen in kleinere groepjes samen enkele vragen oplossen, zo kom je al een eind ver. In kleinere groepjes voelen mensen zich meer op hun gemak en laten ze sneller hun mening horen.

Het helpt dat er een begeleider aan tafel zit die er voor zorgt dat de groep niet over koetjes en kalfjes begint te praten, maar die vooral ook niets meer doet dan hierover te waken en verslag te nemen. Vel als begeleider zeker geen oordeel over iemands ideeën ('dit is onuitvoerbaar' of, 'dit kost teveel'). De vragen die in kleinere groepjes worden opgelost, kunnen via technieken geformuleerd worden. Enkele mogelijkheden:

- laat mensen dromen, laat ze nadenken over een ideale situatie, bijvoorbeeld via de volgende reeks van vragen
 - wat is het droomscenario voor jou binnen één jaar?
 - waar sta je nu al, wat is er al, wat kan er op dit moment?
 - waar zou je moeten staan binnen 1 maand om dichterbij het droomscenario te komen?
 - en wat moet er daarvoor gebeuren?
- nodig experts mee uit die ter plekke een oplossing kunnen uitwerken
 - als het onderwerp 'energiebesparing bij gezinnen' is, loont het bvb. de moeite om een adviseur van een steunpunt duurzaam wonen en bouwen uit te nodigen (al is het maar om eventuele inhoudelijke discussies snel te

beslechten).

- werk steeds toe naar een oplossing, beperk je niet tot het detecteren van problemen, je kan zelf een oplossing voorstellen en daarover laten praten, of van een blanco blad een oplossing proberen te bedenken met de groep. [In Schelle werkten ze in kleine groepje rond vier uitdagingen](#). Voor elke uitdagingen werden concrete oplossingen bedacht.
 - om de discussie te laten starten kan je ook een goed voorbeeld presenteren, wat de tongen nadien losmaakt. Deze elementen komen best aan bod tijdens de presentatie van het goede voorbeeld:
 - welke stappen werden gezet
 - met wie werk je intern en extern samen
 - wat zijn de succesfactoren
 - welke problemen ben je tegengekomen en hoe heb je ze opgelost?
- Achteraf kan je de aanwezigen de vragen stellen:
 - wat vind je hier goed aan, wat wil je overnemen, wat niet
 - om dit voorbeeld te laten werken, wat hebben we hier voor nodig
 - heb je op basis van dit voorbeeld nieuwe ideeën
- hier vind je enkele mooie overzichten van verschillende participatiemethodieken:
 - <http://werkvormen.wikidot.com/werkvormen-a-b-c>
 - <http://www.vvsg.be/thema/participatie/Pages/participatie.aspx>
- Vergeet niet om verslag te nemen van de avond. Dat kan bijvoorbeeld door [verslag sjablonen](#) op de discussietafels te leggen, die worden aangevuld door de begeleider aan elke tafel.

Vang klagers op.

Geef klachten een duidelijke plaats in het proces (door bijvoorbeeld de avond te beginnen met in 5 minuten klachten te formuleren waaraan zal worden gewerkt). Vermijd anonieme fora. Creëer een positieve sfeer. Werk met gemengde groepen en stuur aan op oplossingen tegen het einde van de avond. Grote monden kan en mag je vriendelijk maar beslist inperken.

Stap 5: Hou ze vast

Hou ze vast.

Bedank je deelnemers en betrek ze in het verdere proces. Geef duidelijk aan wat er met de resultaten zal gebeuren. Wanneer is de volgende bijeenkomst? Hou ze op de hoogte! Voorzie een duidelijk aanspreekpunt. Blijf communiceren, ook in de periode tussen participatie en realisatie. Zeg wat je gaat doen, wat je aan het doen bent en wat je gedaan hebt. Laat de deelnemers zich engageren voor een duidelijke actie.

- Vergeet niet om een verslag op te sturen naar de deelnemers van het participatie evenement. Dit is een [voorbeeld](#) van een verslag, met een opvolgingstabel waarin staat wat er met de resultaten zal gebeuren en wie dit zal opvolgen.
- Een call to action is een goede manier om schwing te geven aan het publiek, om

ze te lanceren en om de dynamiek gaande te houden na het evenement. Er zijn verschillende mogelijkheden:

- een bestaand aanbod of dienst van de gemeente of een partner in de verf zetten of aanbieden, vb. een thermografische scan, een energie audit, of het advies van het provinciale steunpunt duurzaam wonen en bouwen.
- een vervolg actie organiseren: Hove organiseerde een klimaatwandeling in de wijk, waarbij enkele woningen met een warmtecamera onder de loep werden genomen. In Oud-Turnhout speelt men met het idee om een wedstrijd "de mooiste voorgeveltuin" te organiseren.
- direct acties toewijzen aan mensen (een nadeel is dat het enthousiasme direct weg kan zijn, dat dit een te grote stap op te korte termijn is. Bovendien moet je nog wel eens kunnen terugkoppelen met je college).
- je kan trekkers of ambassadeurs uitnodigen om op een latere datum acties te kiezen
- je kan aanwezig iets meegeven dat hun engagement zichtbaar maakt (een sticker, poster) of je maakt als gemeente hun engagement zelf zichtbaar in je gemeentelijk magazine.
- aanwezig uitnodigen voor een wedstrijd waar een prijs te winnen valt, vb. een investeringsbedrag voor scholen in Mechelen, of krijg het [label 'klimaatvriendelijke onderneming'](#).

Communiceer.

Communiceer over de resultaten en grijp het participatietraject aan om het klimaatbeleid van de gemeente in de kijker te plaatsen. Spreek af met je communicatieverantwoordelijke hoe je dit kan communiceren. Zo hing men in Duffel op de invalswegen van de wijk De Beunt een [zeildoek](#) op: "Deze wijk wordt doorgelicht", wat refereert naar het aanbod van de thermografische scan voor deze wijk.

Luister.

De beste tip komt van Oud-Turnhout: "je bent een traject gestart dat je niet mag loslaten. Als je er mee begonnen bent, is het nodig om je doelgroep te blijven informeren en prikkelen, zodat het project niet op de achtergrond terecht komt". Maar hoe doe je dat? Door voortdurend te luisteren naar responsen die komen op je initiatieven, en daarop gepast te reageren: matchen met een bestaand aanbod, contacten leggen met organisaties, zaken in gang te steken door te faciliteren en te ondersteunen als gemeente, Je hoeft als bestuur zeker niet alles zelf in handen te houden.

Tot slot

We citeren graag Gert Druyts, duurzaamheidsambtenaar Rijkevorsel: "Start gewoon met dit traject, heb hier geen schrik voor, leg de datum vast en dan hoor je wel van de aanwezigen wat er allemaal kan gebeuren. Want anders blijf je je maar afvragen - zal dit wel lukken - en zo gebeurt er gewoon niks." Beter kunnen we het niet verwoorden.