

toekomstvisie draagvlak

BOUWSTENEN VISIEVORMING

participatie omgevingsvisie dorpsplan

tien jaar ervaring in één overzicht

Je wilt een visie. Voor je dorp. Je gemeente. Met een groep mensen. Vijf. Of vijfhonderd. Het liefst een visie met draagvlak, waar mensen enthousiast over zijn. Misschien met een uitvoeringsplan - dat ook echt uit te voeren is. Voor jullie hebben we dit overzicht gemaakt.

stap 1.

WAAROM?

principiële keuzes
3 basisvragen zijn de leidraad voor vervolg

- Schrijf het antwoord op deze 3 vragen op. Het is de leidraad voor je aanpak:
1. **WAAROM** begin je hier aan: wat is de meerwaarde van deze visie, en voor wie?
 2. **WIE** praat waar over mee?
 - a. Op welke tussenstappen hebben inwoners direct invloed? (En dus niet: 'organisaties' of 'afvaardiging', maar iedereen). Wat is de rol van de overheid? En wil je extra moeite doen om mensen te bereiken die normaal gesproken niet zo snel aanhaken bij visievorming?
 - b. Wie heeft beslissingsbevoegdheid over geld en thema's die in de visie komen?
 3. **WAARMEE** ben je aan het eind tevreden?
 - a. Korte termijn/ lange termijn, concrete uitvoeringsprojecten, of beide? En wat versta je daar onder?
 - b. Presentatievorm (zie 'delen', stap 6)
 - c. Realistisch uitvoeringsplan. Wil je zelf kartrekker zijn in uitvoering of liever samen met (of door) anderen?

stap 2.
wat heb je vooraf nodig om te kunnen agenderen?

INFORMATIE VERZAMELEN

cijfers verhalen gebiedskennis inspiratie

- Bijvoorbeeld:
- beleid van de gemeente
 - nieuwe ontwikkelingen
 - interviews/gesprekken met diverse mensen
 - demografische cijfers (aantal inwoners, leeftijden etc) - bijvoorbeeld www.oozo.nl/cijfers/ (zoek je dorp, wijk, gemeente en klik op 'weetjes'), www.weetmeer.nl/buurt (rechts doorklikken) of www.cbs.nl (wijk- en buurtstatistieken).

stap 3.
waar gaan we het over hebben?

AGENDEREN

- Manieren om dat te bepalen:
- keukentafelgesprekken
 - bijeenkomst(en)
 - basislijst met hoofdonderwerpen gebruiken
 - bidboek dat door het dorp/wijk reist
 - enquête - PAS OP: wordt al snel heel veel werk, zonder dat je mensen echt spreekt. Een enquête bij voorkeur alleen gebruiken om basisonderwerpen op te halen en dan zo beknopt mogelijk houden.
 - scenario's opstellen (richting op hoofdlijnen bepalen)
 - serious game (verschillende manieren, zoals met lego, klei, verf)
 - methodiek 'luistervinken' (gemeente Raalte)

stap 4.
wat vinden we er van?

BESPREKEN

"delibereren"

nieuwe verbanden

- Denk aan:
- bijeenkomst met WaardeWijzer (vellen tegen verzendkosten verkrijgbaar bij Stimuland)
 - gesprek op voeten
 - deep democracy

stap 5.
knopen knopen

KEUZES MAKEN

- Bijvoorbeeld:
- fiches inzetten à la burgerbegroting
 - vervolgbijeenkomst WaardeWijzer
 - keuzes maken op basis van voldoende draagvlak, kartrekterschap en vertrouwen in kans van slagen

stap 6.
presenteren laten zien

DELEN

- Presentatievorm:
- download/pdf (samenvatting of uitgebreid document)
 - boekje in print, eventueel huis-aan-huis (samenvatting of uitgebreid document)
 - website
 - vlog/video
 - bijeenkomst/opening/feestje

Basisregel: bij hoe meer stappen je mensen breed betreft, des te sterker je visie/plan en des te groter het draagvlak. Ga je voor draagvlak of kies je liever zelf?

Communicatie is heel belangrijk bij visievorming, zeker als draagvlak één van je uitgangspunten is. Wat je aan communicatie doet (en wie dat kan doen) hangt er van af wat je aanpak is. Denk aan:

- regelmatig informeren gemeente/inwoners (gesprekken, sociale media, mails). Vertel herhaaldelijk over de processtappen en geef aan in welke stap je op dat moment zit.
- bijeenkomsten: uitnodigingen en verslaglegging
- persberichten
- foto's video-opnamen
- logo's (op drukkwaliteit)

Naast Stimuland zijn er ook anderen die je kunnen helpen. Bel ons voor andere namen uit ons netwerk, bel je 4D-makelaar of kijk op www.askoverijssel.nl