

Slimme technologie

Zelf doen

Verbinden

Samenwerken

**De kracht van  
online community  
platforms**



Aangeboden door  
coöperatie Gebiedonline U.A.

Transparantie

Gelijkwaardigheid

Vertrouwen

Transities versnellen

# De kracht van online community platforms

**Hoe versterken we communities en  
verbeteren we samenwerking?**

**De contactpersonen en beheerders van de Gebiedonline-platforms  
hebben dit boekje met veel plezier samen opgesteld.**

Samenstelling: Michel Vogler

Tekstredactie: Friederike Kleijn

Vormgeving: Peterpaul Kloosterman

Met dank aan onze proeflezers: Christian Zierleyn, Ellen Weers, Henk van de  
Grootveheen, Jabik de Vries, Lourens Loeven, Maarten van Leeuwen, Maria  
Roodenburg, Marianne Heezen, Martijn de Waal, Meta de Vries, Natasja  
Middelhoven, Pauline Westendorp, Peter Straatman, Peterpaul Kloosterman,  
Rigo Stegeman, Rogier de la Rive Box, Ruurd Priester, Tim Ruijters.

aangeboden door  
coöperatie Gebiedonline U.A.  
2025

## Voorwoord

- 1 • Welkom bij Gebiedonline! ▶ 9
- 2 • Wat vraagt deze tijd van ons? ▶ 15
- 3 • Wat is er nodig? ▶ 19
- 4 • Online community platforms ▶ 23
- 5 • Hoe bereiken we onze doelen? ▶ 31
- 6 • Hoe werken overheid en bewoners samen? ▶ 43
- 7 • Praktijkvoorbeelden ▶ 53
- 8 • Blik op de toekomst ▶ 67

## VOORWOORD

# Thijs van Mierlo

Landelijk Samenwerkingsverband Actieve bewoners (LSA)



*Als je niet aan tafel zit, sta je op het menu! Een steeds vaker gehoorde uitspraak waarin de urgentie klinkt om je bezig te houden met vraagstukken in onze samenleving die jou raken. Een veilige wijk, voldoende aanbod van sport en ontspanning, tegengaan van klimaatverandering, het openhouden van jouw ontmoetingsplek. Daarnaast kan het ook ontzettend leuk zijn om met anderen aan tafel te zitten en jouw ideeën en creativiteit in te brengen. Ik ontmoet nog dagelijks nieuwe bewonersinitiatieven en zie dat het aantal enorm groeit.*

Het beeld van de tafel kun je letterlijk nemen: de mooiste plannen ontstaan aan de keukentafel, de stamtafel in de sportkantine of de bestuurstafel in het buurthuis. Maar ook online schuiven we steeds vaker bij elkaar aan tafel. De mobiliserende kracht van online communities is niet te onderschatten. En wat het zo mooi maakt, is dat de diversiteit van mensen die deelnemen zoveel groter wordt. Je hoeft de deur niet uit: je kiest het moment waarop het je goed uitkomt en je kiest zelf de onderwerpen waarbij je betrokken bent. Iedereen die wil, kan bijdragen.

Ik zie in mijn dagelijks werk waarin ik bewonersinitiatieven ondersteun, hoe mensen elkaar in online communities ontmoeten en aanmoedigen. Ik zie ze ideeën verzamelen voor activiteiten in de klimaatweek. Of ik zie de initiatiefneemster van het buurtkoor aangemoedigd worden om vol te houden als er even niemand komt opdagen. Ook in mijn eigen buurtapp delen we kruiwagens, organiseren we buurtborrels en geven we elkaar steun als dat nodig is.

Gebiedonline is de koploper onder de gebiedsgerichte platforms. Doordat het is ontwikkeld door en met bewoners die al bezig zijn hun buurt beter te maken, sluit het geweldig aan bij het dagelijks werk van al die actieve bewoners in ons land. Het is organisch doorontwikkeld en kan op maat worden ingezet voor de eigen doelen. Je kunt met online platforms mensen mobiliseren, verbinden, ideeën ontwikkelen, de overvloed aan kennis en talenten beschikbaar maken, spreken over de beste oplossingen of gewoon aan elkaar laten zien welke mooie activiteiten in jouw buurt plaatsvinden.

Dit boek brengt kennis en inzichten van jaren van onderop bouwen aan online communities samen. Het beschrijft enthousiast en met precisie hoe bewonersinitiatieven zijn versterkt. De schrijvers beogen niet het maken van een kookboek met kant-en-klaar toepasbare methoden. Gelukkig niet! Maar je vindt wel alle ingrediënten, kooktechnieken, kijkjes in de keuken van anderen en mooie plaatjes die je nodig hebt om te gaan bouwen aan jouw eigen online community. Ik gun iedere gemeenschap in Nederland een plek waar ideeën samenkomen, mensen elkaar vinden en projecten sneller tot leven komen. Een plek die uitnodigt tot actie en impact.

**Dus, waar wacht je nog op? Pak de kans en sluit je aan bij de beweging! Samen maken we onze wereld een stukje mooier.**

# 1 • Welkom bij Gebiedonline!

Coöperatie Gebiedonline is een krachtenbundeling van communities die samen het best denkbare online community platform ontwikkelen tegen de laagst mogelijke kosten. De coöperatie is opgericht in 2016 door vijf communities in Gouda, Amersfoort en Amsterdam, en bestaat eind 2024 uit 70 leden.

We gaan terug naar 18 mei 2015. In het Amsterdamse creatief en cultureel centrum Pakhuis de Zwijger vindt het *Doe Open! Festival* plaats. Onderwerp: hoe breng je een open overheid in praktijk? Ruim zeshonderd bezoekers komen op het festival af. Diverse sprekers uit onderzoeksinstellingen en maatschappelijke organisaties presenteren hun visie en ideeën.

## **Succesvol experiment**

Twee bewegingen komen die dag samen. In de Amsterdamse nieuwbouwwijk IJburg werd al drie jaar geëxperimenteerd met een nieuw online community platform *Hallo IJburg*. Bewoners, gemeente en allerlei (maatschappelijke) organisaties gebruiken dit platform om hun onderlinge communicatie en samenwerking te optimaliseren. Het succes valt op; de interesse vanuit andere steden en delen van Amsterdam groeit. Diverse partijen willen de software graag gebruiken.

## **Afhankelijkheid van 'big tech'-bedrijven**

Tegelijkertijd groeit wereldwijd het bewustzijn dat 'big tech'-bedrijven onze levens steeds meer domineren. Vooral social media platforms zoals Facebook en X (toen nog Twitter), en platforms uit de deeleconomie zoals Uber en Booking hebben veel macht gekregen. Zij verdienen daaraan veel geld, terwijl publieke waarden op z'n zachtst gezegd niet altijd voldoende aandacht krijgen. Er klinkt een steeds luidere roep om platforms in eigen bezit te hebben en minder afhankelijk te zijn van 'big tech'-bedrijven.

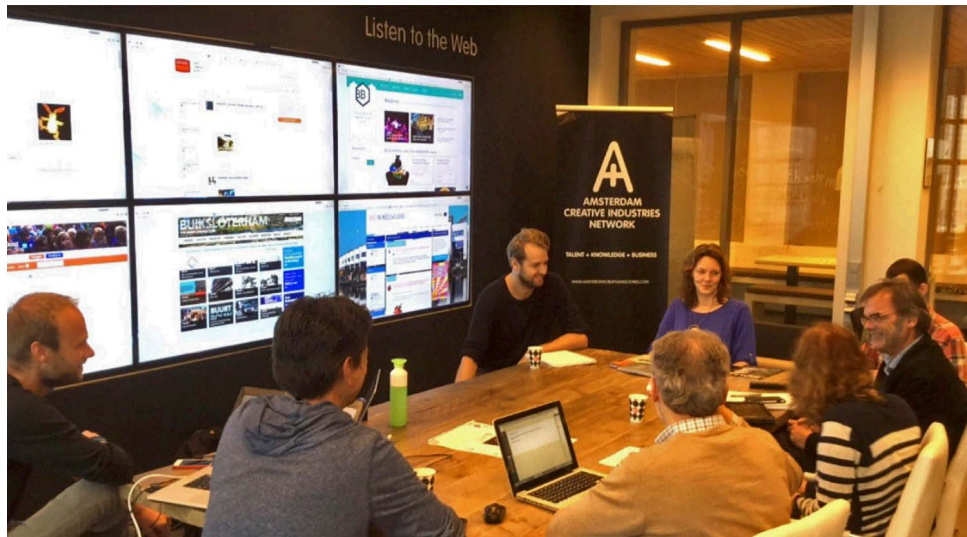
## Ontstaan coöperatie Gebiedonline

Terugblikkend blijkt dit festival een belangrijk moment te zijn geweest in het ontstaan van coöperatie Gebiedonline. Al tijdens de bijeenkomst hebben we de mogelijkheden afgetast. We bespraken een scenario waarin de software van Hallo IJburg in coöperatief beheer zou worden genomen. Iedere community die de software wilde gebruiken, kon zich aanmelden als lid van de coöperatie en zo mede-eigenaar worden. Alle leden zouden gelijkwaardig zeggenschap krijgen. Het voelde goed en we besloten door te pakken. De coöperatie kreeg de naam *Gebiedonline*.

## Oprichting

In januari 2016 werd de coöperatie formeel opgericht. Het eerste bestuur bestond uit afgevaardigden van drie leden: Ruurd Priester (voorzitter), Annemarie van der Veen (secretaris) en Jules Pollaert (penningmeester). De eerste zes leden waren Hallo IJburg, de Knowledge Mile (Amsterdam), Buiksloterham (Amsterdam), Indische Buurtbalie (Amsterdam), Gouda Bruist (Gouda) en Wij zijn Nieuwland (Amersfoort).

*Een ledenoverleg bij de start van de coöperatie*



De software, ontwikkeld door IJburger Michel Vogler, werd overgedragen aan Gebiedonline. Het ICT-bedrijf van Michel, CrossmarX, werd ingehuurd voor hosting, beheer, onderhoud, doorontwikkeling en support.

In de begintijd kwamen we regelmatig bij elkaar, veelal op de Hogeschool van Amsterdam, de werkplek van Ruurd. Michel beheerde de ontwikkelagenda. Samen besloten we welke functies we gingen ontwikkelen met welke prioriteit en in welke vorm. Het bleek al snel dat de leden vaak verschillende behoeftes kenden. De uitdaging werd om leden zoveel mogelijk te geven wat ze nodig hadden, en toch te werken met zoveel mogelijk standaardoplossingen, dus zonder te veel maatwerk. Ook wilden we leden geen functies opleggen waar ze geen behoefte aan hadden.

## Werkwijze

We besloten om consent te gebruiken als besluitvormingsmethode. Dat betekent dat we iets pas gaan doen als niemand bezwaar heeft. De werkwijze van Michel (analytisch, verbindend, soms abstraherend, soms doorvragend over de kleine details) bracht ons altijd tot oplossingen waar de meeste leden blij van werden en niemand last van had.

Vanaf coronatijd verliepen overleggen online. Inmiddels hebben we een vast patroon van elke tweede dinsdagavond in de maand, exact één uur, waarin we bij elkaar komen en samen beslissen over de doorontwikkeling van de software. Twee keer per jaar combineren we dat met een algemene ledenvergadering waarin we de organisatorische en financiële kant van de coöperatie bespreken. Tot op heden verloopt dit probleemloos.

## Gebiedonline nu

Eind 2024 bestaat de coöperatie uit 70 leden, verspreid door heel Nederland, van Groningen tot Maastricht, van Den Haag tot Winterswijk. In 2020 hebben we een Engelstalige versie van de software ontwikkeld voor een lid in Australië. En in 2024 heeft een streekinitiatief uit België zich bij ons gevoegd. Een actueel overzicht vind je op [gebiedonline.nl/leden](https://gebiedonline.nl/leden).



Verder zien we dat de focus op thema's toeneemt: onze leden richten zich steeds meer op inhoudelijke terreinen zoals energie, voedsel, gezondheid, vergroening, integratie, inclusiviteit, democratisering of verduurzaming. Dit maakt onze coöperatie steeds diverser. We leren steeds meer van elkaar en nemen goede dingen van elkaar over. Zo zijn de websites [02025.nl](https://02025.nl) en [buurtgroen020.nl](https://buurtgroen020.nl) gekopieerd naar andere steden. Ook experimenteren we veel met vernieuwende ideeën van onze leden en als dat bevalt, is dat weer een inspiratiebron voor anderen. Zo blijven we samen werken aan het best denkbare online community platform tegen de laagst mogelijke kosten. Meer weten? Kijk op [gebiedonline.nl/functies](https://gebiedonline.nl/functies) voor een overzicht van alle beschikbare functies.

In ons handelen staan publieke waarden centraal. Zo gebruiken we bijvoorbeeld geen componenten van de big tech in de basisversie van onze software (zie [gebiedonline.nl/componenten](https://gebiedonline.nl/componenten) voor meer details). Verder doen we onderzoek naar hoe we het elektriciteitsverbruik kunnen verlagen om onze CO<sup>2</sup>-footprint te minimaliseren. Ook optimaliseren we de toegankelijkheid van de platforms voor blinden en slechtzienden, zodat zoveel mogelijk mensen kunnen meedoen. We slaan geen onnodige gegevens op en gebruikers blijven de baas over hun eigen data. Om onze ervaringen te kunnen delen, zijn we in 2024 partner geworden van PublicSpaces, een Nederlands initiatief dat zich inzet voor een Internet waarin publieke waarden maximaal worden gerespecteerd.

We doen het goed, maar zijn nog lang niet klaar. Zo werken we hard aan diverse softwareverbeteringen die we de komende tijd willen realiseren. Maar eerst willen we met jullie delen wat we hebben bereikt tussen 2012 en 2024. Vandaar dit boekje.



Een ledenoverleg en borrel in de zomer van 2022



## 2 • Wat vraagt deze tijd van ons?

**Of het nu gaat om wonen, klimaat, biodiversiteit of sociale gelijkheid: we leven in een tijd van grote veranderingen. Stuk voor stuk uitdagende opgaven die vragen om goede samenwerking tussen burgers en overheden. Daar zien we inmiddels succesvolle voorbeelden van.**

We leven in uitdagende tijden. Het klimaat. De gezondheidszorg. De woningnood. Vluchtelingen. Sociale ongelijkheid en biodiversiteit. Noem maar op. Thema's die zijn opgenomen in de *Sustainable Development Goals* van de Verenigde Naties en het model van de donuteconomie van econome Kate Raworth. Ze geven weer wat de problemen op mondiaal niveau zijn. Ook op nationaal, regionaal of gemeentelijk niveau zijn de uitdagingen talrijk. En lijken de oplossingen verder weg dan ooit.

We beseffen dat deze uitdagingen om grote veranderingen in de samenleving vragen. Die zijn zo groot, dat we ze *transities* zijn gaan noemen. Om deze transities succesvol door te voeren is actie vereist en iedereen nodig. De betrokken partijen zoals overheid, bedrijfsleven en burgers zullen goed moeten samenwerken.

### **Inspirende voorbeelden**

Door heel Nederland werken burgers aan initiatieven en projecten die transities ondersteunen en versnellen. Inmiddels verschijnen er ook steeds meer boeken over. Zo schreef Jelleke de Nooy van Tol *Voorlevers van de nieuwe samenleving*. Haar boek laat zien dat veel mensen, bedrijven en organisaties al bezig zijn om een regeneratieve samenleving op te bouwen. Stadmakers Floor Ziegler en Teun Gautier schreven *Een wereld van gemeenschappen*. Ze beschrijven hoe bewoners hun dorpen en steden mooier, duurzamer en meer verbonden maken. Babette te Winkel is auteur van *De Omgevingswet*. Zij beschrijft hoe overheden, bedrijfsleven en inwoners resultaatgericht kunnen samenwerken in een gelijkwaardig speelveld.



Het vermelden waard is ook de lancering van de *We Doen Het Samen Coalitie* in april 2024, een samenwerkingsverband van onder andere het Landelijk Samenwerkingsverband Actieve Bewoners (LSA), Nederland Zorgt Voor Elkaar (NLZVE), Oranje Fonds, Stichting DOEN en VSBfonds. Deze partijen vonden elkaar in de gedachte dat bewonerscollectieven en gemeenschappen sterker kunnen bijdragen aan de grote maatschappelijke opgaven.

Uit de voorbeelden blijkt een groeiende overtuiging dat we de bestaande (existentiële) crisissen alleen succesvol kunnen aanpakken met een goede samenwerking tussen alle partijen. Burgers kunnen daar steeds beter aan bijdragen. Dat zien we op diverse plekken gebeuren. En dat is hoopvol. Er is een weg vooruit.

### **Voorbeelden uit onze praktijk**

We werden blij van al deze publicaties en ontwikkelingen. Tegelijk jeukten onze handen om er meer invulling aan te geven. We wilden een stapje verder gaan. Dat bracht ons ertoe om dit boekje te schrijven. Al vanaf 2010 onderzoeken we hoe digitale community platforms leiden tot meer samenwerking en betere resultaten. We voerden bijzondere experimenten uit en hebben daar veel van geleerd. De resultaten van ons werk delen we graag. Daarom hebben we de mooiste praktijkverhalen gebundeld in dit boekje.

Het is geen kookboek met kant-en-klaar toepasbare methoden. Ook beschrijven we niet welke oplossing in welke situatie het best kan worden toegepast. We geven voorbeelden die laten zien hoe de samenwerking verbetert. Het zijn feitelijke beschrijvingen hoe dingen zijn gegaan. We laten zien hoe we burgerinitiatieven hebben versterkt door de inzet van digitale community platforms. We tonen diverse modellen die je kunt inzetten om burgerinitiatieven meer impact te laten hebben. En we laten zien dat dit eenvoudig gerealiseerd kan worden met flexibele community software zoals Gebiedonline.

### **Voor wie is dit boekje?**

We richten ons op iedereen die betrokken is bij maatschappelijke transitie en deze in goede samenwerking met alle relevante partijen willen uitvoeren. Dit boekje is bedoeld voor jou, als je

- verantwoordelijk bent voor een maatschappelijke verbetering, verandering of transitie;
- maximaal gebruik wilt maken van ervaring, kennis, kunde, passie en energie in de samenleving;
- belanghebbenden zo goed mogelijk wilt informeren over ideeën, planning en voortgang;
- benieuwd bent hoe digitale community platforms daarbij kunnen helpen.

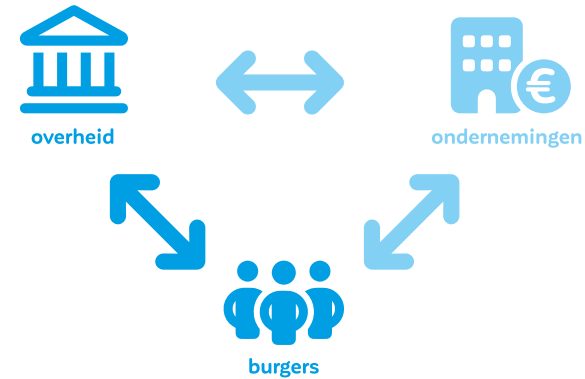
Misschien ben je gewoon geïnteresseerd. Ook dan is dit boek voor jou bedoeld.

Ben je geïnspireerd na het lezen van dit boek? Wil je meer weten? Neem dan vooral contact met ons op.

# 3 • Wat is er nodig?

Communities die goed georganiseerd zijn, behalen meer resultaten en kunnen beter samenwerken. Digitale tools, waaronder online community platforms, helpen daarbij.

Samenwerking tussen betrokken partijen is essentieel. Om die partijen in kaart te brengen kan het gebruik van een model handig zijn. Nu bestaan daarvan verschillende varianten; een aantal beschrijven we op [gebiedonline.nl/partijen](http://gebiedonline.nl/partijen). We kiezen hier voor een eenvoudig model dat bestaat uit drie groepen: overheid, ondernemingen en burgers.



In dit boekje richten we ons op de samenwerking tussen twee groepen: overheid en burgers.

## Overheid

De overheid is voor veel zaken verantwoordelijk. Zij realiseert oplossingen door wetten en regelgeving en heeft invloed op financiële stromen. Maar de huidige stapeling van problemen maakt het voor de overheid niet eenvoudig. Zij staat voor moeilijke keuzes die vaak weer nadelige effecten hebben op andere terreinen of groepen. Wanneer burgers nadelige effecten ervaren, schaadt dit mogelijk hun vertrouwen in de overheid: zij ervaren de keuzes immers als achteruitgang.

## Burgers

Tegelijkertijd zien we dat burgers zich organiseren binnen buurten, wijken en steden. Dat gebeurt overal in Nederland. Ze richten maatschappelijke initiatieven op zoals verenigingen, stichtingen en coöperaties. Nog vaker zoeken ze informeel contact in decentrale netwerken. Deze burgers komen in actie vanuit een gevoel van urgentie en intrinsieke motivatie. Hun focus ligt op actuele thema's of problematieken zoals energie, zorg, voedsel of wonen. Veelal beperken ze zich niet tot één thema maar pakken ze meer uitdagingen tegelijk aan.

De burgerinitiatieven zijn niet gericht op financieel gewin maar op het maken van impact. Ze streven vaak dezelfde doelen na als de overheid: ook zij willen een bijdrage leveren aan het oplossen van crisissen en bijdragen aan transities. Zij doen dat door inzet van lokale kennis, veranderkracht, passie en overtuiging.

Veel burgerinitiatieven zijn ook kwetsbaar. Ze zijn soms afhankelijk van een handjevol initiatiefnemers of vrijwilligers. Financiële middelen zijn vaak beperkt. Langdurige afspraken ontbreken en de structuur is lossier. Mensen zetten zich in zolang ze tijd hebben.

Succesvolle burgerinitiatieven zijn vaak beter of goed georganiseerd. Een goede organisatievorm vergroot de zelfredzaamheid en vermindert afhankelijkheid. Daardoor behalen ze zelfstandig meer resultaat en weten ze de samenwerking met overheid en bedrijfsleven beter vorm te geven. Burgerinitiatieven groeien zo uit tot een succesvolle partner op een gelijkwaardiger speelveld.

## De rol van digitale tools

Digitale tools zijn essentiële hulpmiddelen voor burgers om zichzelf beter te organiseren. Sinds Internet op grote schaal wordt gebruikt, is ook e-mail ingeburgerd geraakt. Met de introductie van het World Wide Web kon iedere burger bovendien een website maken en daarmee een eigen

zendkanaal creëren. De opkomst van sociale media zoals Facebook en berichtendiensten zoals Signal en WhatsApp brachten een nog grotere verandering: burgers konden zenden en direct op elkaar reageren. Daarmee raakten ze meer verbonden dan ooit tevoren. Tegelijkertijd zorgden smart phones ervoor dat communicatie vanaf elke plek mogelijk werd. Andere hulpmiddelen hielpen burgers om hun communicatie verder te optimaliseren, zoals Google-docs om tegelijk aan hetzelfde document te werken, Miro-borden om samen te ontwerpen of Trello om samen taken uit te voeren. Tot slot zijn sinds de coronapandemie tools voor beeldbellen niet meer weg te denken.

## Community platforms

Een relatief nieuwe aanvulling op deze verzameling hulpmiddelen zijn de zogenaamde *community platforms*. Dit zijn websites waar mensen met een belang in een gebied of thema elkaar vinden en samenwerken om tot de beste oplossingen te komen. Community platforms ondersteunen bestaande communities en vormen de eenvoudigste manier om de organisatiegraad van burgers te verhogen. Community platforms als Gouda Bruist en Hallo IJburg werken hieraan sinds 2010; Gebiedonline sinds 2016.

## 4 • Wat is een online community platform?

In dit hoofdstuk beschrijven we de kenmerken van de online community platforms van Gebiedonline. Ook laten we zien uit welke vier functionele lagen de platforms zijn opgebouwd.

Een online community platform is een website die mensen met gemeenschappelijke doelen of interesses samenbrengt. Een virtuele ruimte waarin je met elkaar in contact komt, informatie deelt, elkaar vragen stelt en samenwerkt aan maatschappelijke vraagstukken.

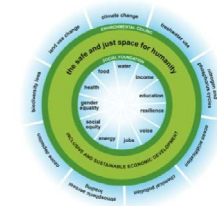
Een online community platform functioneert het beste als het onderwerp is afgebakend. Het eerste platform van Gebiedonline, *Hallo IJburg*, heeft een duidelijke afbakening: het betreft de Amsterdamse wijk IJburg. Daarbinnen zijn alle onderwerpen welkom. Een ander voorbeeld is *Stadmakersonline*, een platform dat stadmakers over heel Nederland verbindt. Het gebied is aanzienlijk groter maar het thema smaller, namelijk stadmaken.

### Begrippenkaders

Naast afbakening is ook het gebruik van eenduidige terminologie kenmerkend voor een community platform. Het helpt wanneer begrippen worden gehanteerd die aansluiten op de beleving van de community-deelnemers. De reden daarvan is dat begripsverwarring online minder snel opvalt. Daardoor kan het lang duren voordat deelnemers ontdekken dat ze langs elkaar heen praten. De Sustainable Development Goals (SDG's) van de Verenigde Naties en de donut van Kate Raworth zijn voorbeelden van raamwerken die een gemeenschappelijk begrippenkader bieden.



Sustainable Development Goals



Donuteconomie Kate Raworth

Een deel van de leden van Gebiedonline gebruikt de SDG's om onderwerpen te classificeren. De Amsterdam Donut Coalitie gebruikt (hoe kan het ook anders) het donutmodel. Elk platform kan dit verder zelf aanvullen met eigen thema's en termen. Zo kan een platform op het terrein van voeding begrippen gebruiken zoals *eiwittransitie*, *korte ketens* en *true pricing*.

Begrippenkaders helpen bijvoorbeeld om

- interesses en kennis van deelnemers vast te leggen;
- doelen van organisaties en projecten te formuleren;
- onderwerpen van nieuwsberichten, blogs of verhalen in te delen;
- websites beter doorzoekbaar te maken.

Een online community platform wordt gevoed door de input van alle deelnemers. Er is zo min mogelijk redactie van bovenaf. De deelnemers hebben een eigen profiel waarmee ze herkenbaar zijn voor de andere deelnemers in de community. Iedere deelnemer bepaalt zelf welke gegevens gepubliceerd worden. Zo bestaat er de keuze om een telefoonnummer wel of niet te tonen, of alleen aan ingelogde personen. Overigens krijgen mensen die meer tonen, ook meer permissies (autorisaties). Zo mogen alleen deelnemers met een profielfoto ook content plaatsen op Gebiedonline. Een enkele keer komt het voor dat een deelnemer liever anoniem content plaatst. In dat geval kan de beheerder diegene daartoe machtigen.

#### Vier functionele lagen

Een online community platform van Gebiedonline bestaat uit vier functionele lagen. We lichten die van onder naar boven toe.





## LAAG 1: INFORMATIE DELEN

Deze laag van het community platform heeft als doel om de deelnemers in de community zo goed mogelijk te informeren over de onderdelen en activiteiten van de community. Functies zijn onder andere de volgende.



### Profielen van de deelnemers

Dit is het onderdeel *wie-is-wie?* van de community. Onze ervaring leert dat dit het beste werkt als dit echte mensen zijn met echte profielfoto's. Dus geen fake-namen en geen organisatienamen. Iemand's naam moet gelijk zijn aan de naam die deze deelnemer ook in de echte wereld gebruikt. Een foto is verplicht voor deelnemers die zelf iets willen plaatsen.



### Profielen van organisaties

Elke groep kan een profiel krijgen. Dit kan variëren van een breigroepje tot een overheidsinstelling. Zo ontstaat een overzicht van alle clubs, verenigingen, groepen, partijen en formele organisaties.



### Plekken

Belangrijke plekken in het gebied kunnen we tonen op een kaart. Het gaat om bijvoorbeeld pleinen en parken, belangrijke gebouwen, voorzieningen en winkels.



### Activiteiten

Dit is de kalender van de community. Een activiteit wordt altijd op een bepaald moment – of serie van momenten – uitgevoerd. Meestal vindt de activiteit op een bepaalde plek plaats, maar sinds de coronapandemie zien we een stijging in het aantal online-ontmoetingen op de kalender.



### Berichten

Alle andere berichten, nieuws, verhalen en blogs.

## LAAG 2: MIDDELEN DELEN

Deze laag bevordert het optimale gebruik van (hulp)middelen (resources, assets) die beschikbaar zijn binnen de community. Functies zijn onder andere de volgende.



### Aanbod van diensten

Aanbieders kunnen hun aanbod publiceren. Bij buurtwebsites gaat het om diensten van bijvoorbeeld de lokale bakker, thuiskapper of oppas. Bij themawebsites zien we diensten van bijvoorbeeld adviseurs of installateurs. Het gaat doorgaans om een langlopend aanbod. Deze functie levert een overzicht van het aanbod uit de community.



### Op zoek naar personen

Als iemand op zoek is naar betaalde of onbetaalde hulp, kan die een oproep plaatsen. Dit kunnen oproepen zijn voor eenmalige hulp, maar ook vacatures voor vaste posities.



### Vraag en aanbod van producten

Deze functie biedt de mogelijkheid om lokaal vraag en aanbod op elkaar af te stemmen. Denk aan (ver)koop, (ver)huur, lenen of weggeven. Producten kunnen zo lokaal optimaal gebruikt worden.



### Vraag naar geld

De website biedt de mogelijkheid om door middel van crowdfunding geld in te zamelen. Dat kan rechtstreeks via een doneerknop. Ook een veiling van producten en diensten van lokale ondernemers of actieve bewoners is mogelijk. Bezoekers van het platform kunnen hierop bieden. De opbrengst gaat dan naar een lokaal initiatief.

### LAAG 3: CREATIE EN INSPIRATIE

In deze laag delen deelnemers hun wensen, problemen en mogelijke oplossingen, en voeren ze samen projecten uit.



#### Wensen uiten

Leden van de community geven aan wat hun wensen zijn op een bepaald gebied of thema. Ze beschrijven die in hun eigen woorden en lichten toe waarom ze die belangrijk vinden.

Andere leden van de community kunnen aangeven of ze de wens delen en hoe ze willen helpen.



#### Ideeën droppen

Leden van de community kunnen hun eigen ideeën om de community te verbeteren, via het platform met elkaar delen. Andere leden kunnen feedback geven, zodat betere ideeën ontstaan.



#### Projecten voorstellen

Deelnemers kunnen voorstellen doen om via projecten de wensen te realiseren. Iedereen kan daarop reageren door feedback te geven en verbeteruggesties te doen.



#### Projecten uitvoeren

Projecten kunnen worden uitgevoerd. Het platform faciliteert de communicatie tijdens de uitvoering.

### LAAG 4: COLLECTIEF KIEZEN

Laag 4 maakt een systematische samenwerking tussen overheid en burgers mogelijk. Bewoners en vertegenwoordigers van de overheid werken samen om de beste besluiten te nemen en daarover te communiceren. Functies zijn onder andere de volgende.



#### Formuleren van doelen

Deelnemers van de community maken een inventarisatie van de belangrijkste doelen.



#### Prioriteren van doelstellingen

Iedere deelnemer van de community kan doelen prioriteren: welke doelen dragen het meest bij aan de doelstelling van de community?



#### Benoemen van opgaven

Op basis van prioritering formuleren deelnemers concrete opgaven. Een opgave kan een doel zijn zoals hiervoor geformuleerd, of zij formuleren een of meer doelen opnieuw.

Bij de uiteindelijk geselecteerde opgaven worden in laag 3 projectvoorstellen gezocht.



#### Maken van keuzes

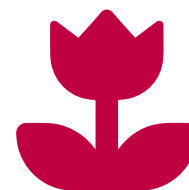
Deelnemers kiezen uit diverse projectvoorstellen de beste. Het platform maakt het mogelijk voorkeuren aan te geven of stemmingen te organiseren.

Het gebruik is situatie-afhankelijk. Soms leveren bewoners slechts input en maakt de overheid keuzes. Soms maken bewoners een keuze via een openbare stemming. Verderop in dit boekje geven we voorbeelden van deze varianten.

# 5 • Hoe bereiken we onze doelen?

Het online community platform kent drie doelen. In dit hoofdstuk beschrijven we hoe we deze doelen bereiken.

We zien dat onze leden de platforms vooral inzetten voor het bereiken van de volgende drie doelen: versterken van de community, uitwisselen van informatie en hulpmiddelen en samenwerken tussen burgers en overheid.



## Versterken

Versterken van de community



## Uitwisselen

Uitwisselen van informatie en hulpmiddelen



## Samenwerken

Samenwerken tussen burgers en overheid



## VERSTERKEN VAN DE COMMUNITY

Het platform faciliteert het eerste doel, versterken, door deelnemers binnen een community met elkaar te verbinden. Dat gebeurt onder meer met de volgende functies.

### Wie is wie?

Elke deelnemer van de community presenteert zichzelf met een profiel-foto en persoonlijke informatie. Ze kunnen bijvoorbeeld aangeven wat hun dromen zijn, waaruit hun kennis en vaardigheden bestaan, wat ze doen en hoe ze willen bijdragen aan de doelen van de community. Zo leren de leden van de community elkaar beter kennen en kunnen ze elkaar makkelijker vinden.

### Sociale kaart

Per thema toont het platform welke personen en organisaties een bepaalde rol vervullen. Neem als voorbeeld een sociale kaart. Sommige van onze leden hebben het aanbod van zorg en welzijn in hun buurt zo compleet gemaakt dat het platform op dit gebied als autoriteit geldt. Een voorbeeld hiervan is [wijkwijzernoordoost.nl/wijkwijzerkaart](http://wijkwijzernoordoost.nl/wijkwijzerkaart).

### Asset Based Community Development

Asset Based Community Development (ABCD) is een methode voor het versterken van communities (*community development*) die start met alles wat er al is (*de assets*) zoals vaardigheden, passies, kennis, bronnen, middelen, plekken, etcetera. ABCD verbindt deze assets zodat ze zinvol kunnen worden ingezet. Het platform biedt de mogelijkheid deze assets te inventariseren en in beeld te brengen. Zo brengen we de doelen van de community dichterbij en verkleinen we bovendien de afhankelijkheid van bronnen buiten de community.

### Een greep uit onze leden

Hieronder beschrijven we de platforms van enkele van onze leden en lichten we bijzondere functies uit.



De wijk IJburg bestaat sinds 2002 en had een actieve bewonersgroep, IJburgDroomt-IJburgDoet. Deze groep bracht iedereen samen die ideeën had om de wijk verder op te bouwen. Daaruit ontstond in 2010 het idee voor het community platform Hallo IJburg. In 2012 werd het platform Hallo IJburg geopend om elkaar online en continu te informeren. Inmiddels kent het platform 9.000 geregistreerde gebruikers waarvan 3.000 de wekelijkse nieuwsbrief ontvangen. De basis van deze nieuwsbrieven zijn berichten die door IJburgers zelf op het platform zijn geplaatst. Gemiddeld telt een nieuwsbrief 20 berichten. Diverse onderzoekers hebben aangegeven wereldwijd geen ander gebiedsgericht community platform van deze omvang te kennen. Daarnaast is het platform voor van alles ingezet. Enkele voorbeelden:

### FlexBieb

Er was geen bibliotheek in de kinderrijke wijk en de Openbare Bibliotheek Amsterdam (OBA) was niet van plan om een vestiging te openen. Bewoners besloten daarom in een leegstaand pand zelf een FlexBieb te starten. Boeken werden ingezameld en Hallo IJburg werd uitgebreid met een uitleenadministratie. Op de dag van de opening kondigde de OBA alsnog aan op IJburg een eigen vestiging te openen. Tot die opening zijn er in de FlexBieb duizenden boeken uitgeleend.

### Online veiling voor Sinterklaasintocht

Een groep bewoners wilde een eigen Sinterklaasintocht in de haven van IJburg. De groep organiseerde een boot, strikte de eiland-dominee voor de rol van Sinterklaas en regelde leerlingen van de lokale middelbare school voor de rol van Piet. De gemeente wilde een deel van de kosten op zich nemen, maar de gemeenschap moest ook zelf bijdragen. Daarom werd aan Hallo IJburg een online veilingfunctie toegevoegd. Lokale ondernemers boden daarop tientallen producten en diensten aan. IJburgers konden hier tot een vooraf vastgesteld moment op bieden, waarna de hoogste bieder het veilingitem verwierf. De gehele opbrengst ging naar de organisatie van de Sinterklaasintocht.

### Zwerfvuilactie

Een groep bewoners stoorde zich aan het zwerfvuil en vroeg de kinderen van alle basisscholen op IJburg een poster tegen zwerfvuil te ontwerpen. We voegden op Hallo IJburg een functie toe om de posters te kunnen uploaden. Iedereen kon online zijn favoriete poster aanwijzen. De winnende poster is zes maanden op het grote spandoek langs de binnenkomende route naar IJburg getoond. De top 10 van de posters werd op borden verdeeld over IJburg op plekken die met meerderheid van stemmen door de bewoners van IJburg waren aangewezen.

### Online doneren van spullen voor statushouders

In 2018 is op IJburg een opvang voor statushouders geopend. Ze werden gehuisvest in tijdelijke containerwoningen. Uiteraard hadden deze status-

houders veel spullen nodig zoals bedden, stoelen, tafels, banken en ook veel kleinere spullen. Met een uitbreiding op Hallo IJburg gaven we de IJburgers de mogelijkheid om aan te geven welke spullen ze wilden weggeven aan de statushouders. Er werden honderden spullen gedoneerd.

#### Monitoring inzamelcijfers GFT

IJburg werd in 2018 – samen met het nabijgelegen Java-eiland – de eerste wijk in Amsterdam waar weer Groente-, fruit- en tuinafval (GFT) werd ingezameld. Op Hallo IJburg werd een functie toegevoegd waarmee de verantwoordelijke ambtenaren de wekelijkse opbrengst konden invoeren om bewoners blijvend te motiveren om mee te doen. Het zou de basis vormen voor publiekscampagnes maar helaas is dat idee nooit uitgevoerd. Na twee jaar is de gemeente gestopt met het publiceren van de wekelijkse opbrengsten. Zo gaan dingen soms.



Uit een onderzoek van de gemeenten Zutphen, Bronckhorst en Lochem in 2023 naar de bekendheid van duurzaam, lokaal geproduceerd voedsel bleek dat een meerderheid van de burgers niet wist waar zij hiervoor terecht konden: zij misten informatie. Het onderzoeksproject heeft geleid tot de oprichting van het platform Smakelijk Achterhoek, waar zowel de leden van de vereniging Slow Food Achterhoek als andere geïnteresseerde professionals hun aanbod en agenda publiceren. Het platform doet verder verslag van kennisbijeenkomsten. Ook ontvangen deelnemers op maandelijkse basis nieuwsbrieven, samengesteld uit nieuws dat door hen zelf op het platform is geplaatst.

Het platform telt eind 2024 bijna 90 aanbieders en anderen die aan verduurzaming van de lokale voedselketen werken. Hiermee wordt het lokale voedselnetwerk in de Achterhoek zichtbaar. Het biedt inwoners de mogelijkheid om hun voedsel direct of dicht bij de producent aan te schaffen. Het biedt aanbieders en verwerkers de mogelijkheid om hun netwerk te vergroten en samen te werken. Voedselketens worden zo verkort.

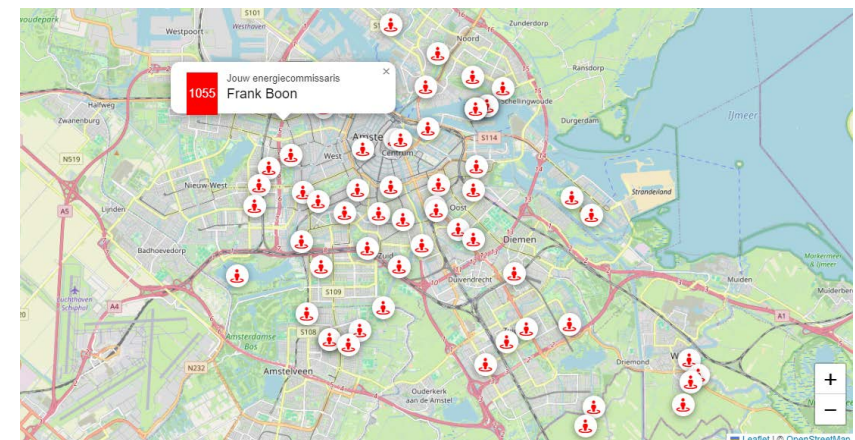
**020  
02025  
2025**

02025.nl is een platform dat de overgang naar schone energie in Amsterdam vóór het jaar 2025 ondersteunt. Het verbindt bewoners, organisaties en energiepioniers die werken aan duurzame energieprojecten. Het doel is om van Amsterdam op de verjaardag van de stad op 27

oktober 2025 koploper te maken op het gebied van schone, veilige en eerlijke energie.

Binnen 02025 spelen energiecommissarissen een belangrijke rol als lokale leiders en aanjagers van de energietransitie in Amsterdam. Het zijn bewoners van Amsterdam die buurtbewoners in hun eigen viercijferige postcodegebied helpen om energie te besparen, te verduurzamen en bewust te worden van energieverbruik. Ze verbinden bewoners en organisaties en stimuleren initiatieven op het gebied van duurzame energie. Ze bieden advies, organiseren activiteiten en fungeren als schakel tussen bewoners en de gemeente of andere instanties die betrokken zijn bij energievraagstukken.

In de afgelopen jaren is gebleken dat de energiecommissarissen hun buurtbewoners daadwerkelijk inspireren bij de overstap naar schone energiebronnen. Doordat ze per postcodegebied georganiseerd zijn, brengen ze de energietransitie dicht bij de mensen en kunnen hen zo actief betrekken bij verduurzamingsmaatregelen.







Sinds 2016 heeft het Oostelijk Havengebied in Amsterdam ook een eigen online community platform: WIJ1019 (1019 is het postcodegebied). Het platform wordt beheerd door Buurtcoöperatie de Eester, die ook de gelijknamige buurtruimte beheert en sinds 2023 zelfs in eigendom heeft. In 2023/2024 werd de Eester verbouwd, waarvoor veel geld nodig was. De veilingfunctie die oorspronkelijk voor de Sinterklaasintocht op IJburg was ontwikkeld, werd geactualiseerd en live gezet, waarna lokale ondernemers en actieve bewoners meer dan 100 producten op het platform hebben aangeboden. De opbrengst van meer dan 15.000 euro ging volledig naar de verbouwing van de Eester. De actie leverde niet alleen geld op, maar versterkte ook de verbindingen tussen bewoners en ondernemers in de buurt.



## UITWISSELEN VAN INFORMATIE EN HULPMIDDELEN

De platforms van Gebiedonline zorgen ervoor dat communities informatie en hulpmiddelen beter delen. Dit komt vooral doordat de community-informatie grotendeels publiek toegankelijk is. Iedereen 'van buiten' kan het platform gebruiken om de community te leren kennen. Ben je op zoek naar iemand die veel weet van groen of jongeren, dan kan je die vinden. Wil je weten welke organisaties actief zijn binnen de community, dan vind je die ook. Wil je weten wat er gebeurt? Ook daar geeft het platform antwoord op.

Verder zijn alle platforms van Gebiedonline onderling verbonden. Deelnemers kunnen hun persoonlijke profiel op meerdere platforms zichtbaar maken. Het is mogelijk om te zoeken naar verbinders: mensen die in meerdere communities actief zijn. En het is gemakkelijk om bezoekers van het ene platform door te verwijzen naar het andere.

Het uitwisselen van content tussen communities is eenvoudig. Informatie kan eenmalig worden ingevoerd en direct op meerdere platforms getoond worden. Vanuit landelijke communities kunnen deelnemers inzoomen op regio's of steden, waarbij de software automatisch regelt dat de juiste informatie wordt gepresenteerd. Als een bezoeker inzoomt, toont het platform meer lokale initiatieven. Als deze uitzoomt, laat het juist meer gegevens zien die voor een brede doelgroep interessant zijn.

Een ander voorbeeld: projecten die op een stedelijk groenplatform gepubliceerd zijn, kunnen ook doorgeplaatst worden in relevante lokale buurt- of wijkplatforms. Bewoners ontvangen zo betere informatie over wat er in hun directe omgeving gebeurt. Andersom kunnen interessante lokale initiatieven worden doorgeplaatst op het stedelijk groenplatform en zo bewoners of professionals in de hele stad inspireren.

Inmiddels hebben de gebruikers van Gebiedonline samen meer dan 5000 projecten gepubliceerd. Dit is een schat aan informatie over allerlei initiatieven door het hele land. Momenteel werken we aan een nieuwe functie om deze gegevens te ontsluiten zodat ze gebruikt kunnen worden om kennis en ervaringen te delen en zo elkaar te inspireren.



### Praktijkvoorbeeld

Gouda Bruist, in 2007 ontstaan, is een beweging van onderop, van alle Gouvenaars die actief zijn in de stad en de initiatieven die daaruit voortkomen. Gouda Bruist brengt meer plezier, creativiteit en verbondenheid in de straat, buurt, wijk en stad. Het bewonerscollectief doet dat met stedelijke buurtacties, fysieke bijeenkomsten en natuurlijk met het levendige online community platform [goudabruist.nl](http://goudabruist.nl).

De droom is dat alle Gouvenaars onderdeel worden van het netwerk dat de stad bruisender, socialer en duurzamer maakt.

In 2010 startte Gouda Bruist een eerste online community platform op basis van software van het Amerikaanse Ning. Het was een leerzame tijd, waarin nuttige gebruikerservaringen zijn opgedaan, maar na een paar jaar werd duidelijk dat andere software nodig was. Daarom werd Gouda Bruist in 2016 medeoprichter van Gebiedonline.

Op [goudabruist.nl](http://goudabruist.nl) plaatsen inwoners van Gouda (3.100 geregistreerde gebruikers) activiteiten in de agenda, berichten en/of vraag & aanbod. Er zijn inspirerende projecten en verbindende buurtacties te vinden van Wandelende Bomen tot Wintergesprekken van Soep op de Stoep tot Gouda Bloeit. In de wekelijkse nieuwsbrief (2.500 abonnees) ligt de focus op het uitlichten van bewonersinitiatieven, vrijwilligerswerk en sociale, maatschappelijke en culturele activiteiten en evenementen.

Op verzoek van Gouda Bruist is de functionaliteit 'miniwebsite' toegevoegd aan Gebiedonline. Hiermee kunnen projecten binnen het platform een eigen omgeving krijgen met eigen webpagina's, berichten, filmpjes, agenda en documenten. Een miniwebsite kan een eigen vormgeving hebben en een eigen url maar ook en tegelijkertijd onderdeel blijven uitmaken van Gouda Bruist als groter geheel. Een voorbeeld van een miniwebsite is [liefenleedgouda.nl](http://liefenleedgouda.nl).



### Lief & Leedstraten

Op deze miniwebsite vind je een plattegrond met alle Lief&Leedstraten in Gouda en een pagina met veelgestelde vragen. Gouda telt meer dan 120 Lief&Leedstraten. In deze straten beheren gangmakers een Lief&Leedpotje waarmee zij voor meer verbinding zorgen in hun straat door kleine attenties voor burens van burens, zoals een bloemetje, iets lekkers, een leuke kaart of een tekening bij lief of leed.

Als spin off van Gouda Bruist zijn naast het stedelijke (sociale) platform ook twee nieuwe websites opgezet op basis van de thema's: energietransitie (2021) en groen (2023).



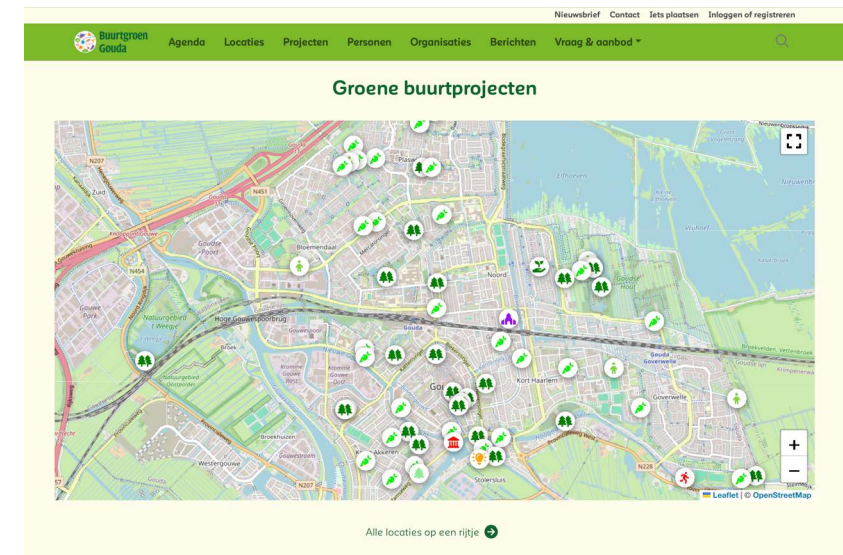
### Energienetwerk Gouda

Energienetwerk Gouda gaat over alle kennis en kennissen die je in Gouda kunt vinden op het gebied van de energietransitie. Een open netwerk met veel concrete voorbeelden van duurzame initiatieven voor iedereen die wil bijdragen aan het realiseren van de energietransitie in Gouda: [energienetwerkgouda.nl](http://energienetwerkgouda.nl)



### Buurtgroen Gouda

Buurtgroen Gouda is hét netwerk voor groene initiatieven en vormt een (digitale) ontmoetingsplek voor iedereen die groen in Gouda een warm hart toedraagt. Buurtgroen Gouda verbindt buurtvergroeners en groendoeners. Ook vind je op [buurtgroengouda.nl](http://buurtgroengouda.nl) een plattegrond van de buurttuinen die in beheer zijn van bewoners.



Het grote voordeel van de community software van Gebiedonline is dat je met één account op de verschillende platforms kan inloggen. De informatie hoeft maar één keer ingevoerd te worden en kan indien gewenst automatisch worden doorgeplaatst op de andere Goudse websites.

## Stad makers

### Stadmakers

De drie websites in Gouda helpen bewoners om op ontdekkingsreis te gaan en zo uit te vinden wat er allemaal gebeurt in hun stad (of gaat gebeuren) en wie de actieve bewoners zijn. Op de website van Gouda Bruist is een module Stadmakers toegevoegd, waarmee het mogelijk is om bewoners van Gouda te vinden met specifieke projectervaring, bijvoorbeeld op het gebied van financiën, werving van vrijwilligers of communicatie en PR. Hierdoor wordt lokale kennis beter gebruikt en verspreid. Via deze module van de website, kunnen stadmakers hun eigen expertise en ervaring makkelijker aanbieden aan andere initiatiefnemers en zo lokale initiatieven verder helpen en versterken.

### Gouda Vibes voor jongeren

Het is de bedoeling dat in 2025 gestart wordt met een nieuw platform voor jongeren in de leeftijdsgroep van ca. 15 tot 35 jaar: Gouda Vibes. Dit platform voor jonge mensen wordt door hen zelf beheerd. Zelf projecten starten, activiteiten plaatsen waardoor makkelijk levendige stadservaringen voor jongeren in Gouda te vinden zijn. En met de mogelijkheid om deze informatie ook op de andere platforms in Gouda te kunnen delen.

## SAMENWERKEN TUSSEN BURGERS EN OVERHEID

Gebiedonline faciliteert het realiseren van samenwerking tussen overheid en burgers. We vergroten de zichtbaarheid van initiatieven en maken duidelijk dat we het sámen doen. Overal in Nederland zijn bewoners en impact-ondernemers actief met het opzetten van nieuwe initiatieven. De overheid en haar maatschappelijke partners hebben daar niet altijd kennis van. Om de kans op samenwerking te vergroten is het goed om deze initiatieven en de waarde ervan zichtbaarder te maken.

## Gezond MeNu

### Praktijkvoorbeeld

Gezondmenu verzamelt en publiceert zoveel mogelijk lokale initiatieven op het gebied van gezondheid en welzijn zodat de waarde ervan beter zichtbaar wordt. Deelnemers beoordelen de initiatieven op hun kwaliteiten en effecten.



De initiatieven krijgen echte waarderingen van deelnemers. We onderzoeken op welke wijze we deze ervaringen kunnen publiceren. GezondMeNu biedt de overheid zo meer inzicht in de waarde van informele initiatieven. Dit maakt het mogelijk om naar oplossingen te zoeken voor problemen met gezondheidszorg en welzijn als aanvulling op de formele zorg. Zie verder [gezondmenu.nl](https://gezondmenu.nl).

### De best mogelijke dingen samen doen

De maatschappelijke uitdagingen pakken we samen aan: de overheid hoeft niet alles alleen te doen, actieve inwoners door heel Nederland staan klaar met eigen kennis en initiatieven. Goed samenwerken versterkt de samenleving. In het volgende hoofdstuk werken we dit verder uit.

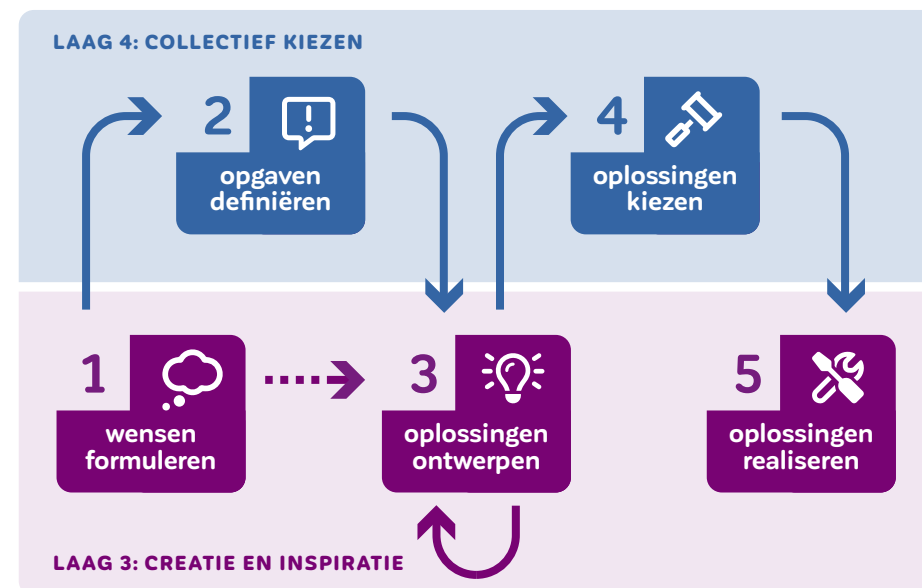
## 6 • Hoe werken overheid en burgers samen?

Hoe kunnen overheid en burgers beter samenwerken? In dit hoofdstuk presenteren we een model dat helpt om die verbeterslag te maken en lichten we een stapsgewijze aanpak toe.

Als je jouw huis wilt verbouwen, ga je meestal stapsgewijs te werk.

1. Je start met de formulering van je woonwensen.
2. Daarna maak je concreet wat de doelen en criteria zijn.
3. Vervolgens bedenkt je oplossingen, meestal in diverse varianten en met alternatieven.
4. Als je het gevoel hebt dat alle mogelijkheden in beeld zijn, maak je een keuze.
5. Tenslotte start je de uitvoering.

We zien dezelfde vijf stappen ook terug bij grote maatschappelijke uitdagingen. Uitgedrukt in het lagenmodel uit hoofdstuk 4 spelen stap 1, 3 en 5 zich af in laag 3 (creatie en inspiratie). Stap 2 en 4 bevinden zich in laag 4 (collectief kiezen). Dit ziet er als volgt uit.



Dit model beschrijft de stapsgewijze aanpak van complexe maatschappelijke processen, ook al doorlopen we niet altijd alle stappen of herhalen we een stap indien nodig.



Het proces start met deelnemers van de community die een droom of een wens hebben. In hun eigen woorden beschrijven zij situaties die ze graag gerealiseerd willen zien. Ook problemen kunnen ze benoemen. Toch moet daar niet de nadruk op liggen want 'wat je aandacht geeft, dat groeit'. Om die reden vragen we deelnemers vooral de gewenste situatie te beschrijven. Ze kunnen een wens voorzien van een beschrijving, beeldmateriaal zoals foto's of video's en achtergronddocumentatie. Om ook mensen te betrekken die niet zo digitaal georiënteerd zijn, kunnen wensen via flyers en invulfolders worden verzameld en in het platform worden opgenomen.

De andere deelnemers in de community kunnen op wensen reageren en zich aanmelden als trekker, helper of deler. Een trekker neemt initiatieven om de wens te realiseren. Een helper biedt actief hulp en een deler geeft aan de wens te steunen of te delen.

De wensen brengen we onder in thema's. Zo ontstaat een overzicht van thema's die de community wil ontwikkelen en waar energie zit om dat aan te pakken. Omdat mensen in hun eigen woorden wensen formuleren en anderen daar in hun eigen woorden op reageren, is de inhoud authentiek en krijgt deze diepte en betekenis. Deelnemers leren elkaar ook beter kennen omdat anoniem reageren niet mogelijk is.



Na stap 1 is een beeld ontstaan van wat er leeft binnen de community. Op basis van deze uitkomsten definieert een redactie een lijst van doelen. Zij beschrijft deze doelen op neutrale, objectieve wijze en voorziet ze van uitleg en context. Het kan helpen om meerdere niveaus te gebruiken en doelen te scheiden naar strategisch, tactisch en operationeel niveau. Dit geeft vaak meer overzicht.

Soms zijn er (onderliggende) problemen. In dat geval is het verstandig om die in deze stap te benoemen. Betrouwbare informatie is hierbij nodig. Wat is er precies aan de hand? Als er statistieken of andere cijfers zijn die de omvang van het probleem aangeven, raden we aan om die toe te voegen.

Nadat de doelen gepubliceerd zijn, kunnen deelnemers in de community aangeven welke doelen het meest bijdragen aan de doelstelling van de community. Dit leidt uiteindelijk tot een prioritering die we op verschillende manieren kunnen presenteren.

Na het vaststellen van de prioriteiten raden we meestal aan om eerst concrete opgaven te definiëren. Een opgave is een concrete opdracht die we op basis van alle reacties beter en scherper kunnen formuleren. Het is fijn voor de deelnemers dat ze zien hoe hun reacties zijn verwerkt tot opgaven. En het is fijn voor de potentiële initiatiefnemers (stap 3) dat de opgaven zo helder en actueel mogelijk zijn geformuleerd.

In deze stap kunnen we ook overheidsdoelen toevoegen. De overheid formuleert doelen veelal in coalitieakkoorden, gebiedsagenda's en beleidsplannen. Door de doelen van de overheid en de prioriteiten van de bewoners te integreren tot concrete opgaven, ontstaat een verzameling opgaven die zowel past bij wat de overheid denkt dat goed is, als bij de prioriteiten die bewoners stellen.



Dit leidt tot:

- een sterke combinatie van kennis en inzichten, waardoor de best mogelijke opgaven geformuleerd worden;
- maximaal draagvlak door het transparante proces waarin burgers gehoord zijn en duidelijk is wat er met hun input gebeurt.

In de praktijk leidt dit tot meerdere toepassingen van schaal en tijdspanne. Enkele voorbeelden.

- **Eenmalig**

Voor een probleemwijk kunnen eenmalig opgaven worden geformuleerd die richtinggevend zijn voor het oplossen van problematische situaties in de wijk voor bijvoorbeeld de komende twee jaar.

- **Jaarlijks**

Voor een jaarlijks gebiedsplan kunnen elk jaar nieuwe opgaven worden geformuleerd die richtinggevend zijn voor de projecten die in het komende jaar worden uitgevoerd.

- **Vierjaarlijks**

Voor een nieuw college van B&W kunnen opgaven worden gedefinieerd die richting geven aan de inhoud van het coalitieakkoord voor een termijn van vier jaar.



Ideeën voor oplossingen kunnen spontaan ontstaan uit een wens of droom van de initiatiefnemer, maar ze kunnen ook ontstaan als antwoord op een opgave, geformuleerd in stap 2. In die laatste situatie zal de community zoveel mogelijk alternatieven ontwikkelen

voor het realiseren van deze opgave. Idealiter is er hierbij maximaal ruimte om diverse oplossingen te laten ontstaan en vrijelijk te onderzoeken. Het creatieve proces moet zoveel mogelijk worden gestimuleerd. Liefst in alle openheid, zodat iedereen elkaar kan inspireren. Het is bovendien prettig om zoveel mogelijk lokale hulpmiddelen in te zetten.

Voorstellen kunnen worden gekopieerd, zodat varianten ontstaan. De precieze vorm waarin dit plaatsvindt is afhankelijk van de samenwerkingsvorm van de initiatiefnemers. Is er sprake van competitie, dan zijn de initiatiefnemers minder geneigd om hun ideeën met elkaar te delen. Is sprake van goede samenwerking, dan kopiëren deelnemers elkaars voorstellen om verder uit te werken in een alternatieve richting.

Ook 'niets doen' is een optie. De hulpmiddelen blijven dan behouden voor later. Het is daarom goed om 'niets doen' ook als optie op te nemen.

Het is cruciaal om bij elk projectvoorstel (en ook bij 'niets doen') de impact op belanghebbenden in kaart te brengen. Die kan zowel negatief als positief zijn.

Natuurlijk voeren we het liefst projecten uit met zo min mogelijk negatieve impact. Daarom is het altijd goed om naar verbeteringen in het voorstel te zoeken met minder negatieve impact. Een methode zoals *Deep Democracy* kan hierbij helpen. Omdat duidelijk is dat er alles aan is gedaan om nadelige effecten te minimaliseren, leidt dit tot breder gedragen besluiten.

Inventarisatie van impact gebeurt online of via (klassieke) methoden zoals bewonersbijeenkomsten, vragenlijsten en focusgroepen. Bij grote projecten wordt bijvoorbeeld een Milieu Effect Rapportage (MER) opgesteld. In Amsterdam wordt geëxperimenteerd met een Bewoners Effect Rapportage (BER) om de impact van oplossingen op bewoners vroegtijdig in te schatten.

Het totaal aan impact (positief en negatief) leidt tot een ordening van voorstellen waarbij duidelijk wordt welke voorstellen het beste scoren. Dit is de input voor stap 4.



Nadat de opties uitgewerkt en geoptimaliseerd zijn, kunnen we oplossingen kiezen. Als er meer opties zijn, is het van belang te weten hoe de voorstellen zich tot elkaar verhouden. Dit zijn de twee varianten.

*Meerdere voorstellen kunnen tegelijk worden uitgevoerd*

Dit zijn bijvoorbeeld voorstellen om een buurt te vergroenen of om eenzaamheid te voorkomen. Hier zijn de beschikbare hulpmiddelen zoals geld en tijd meestal begrensd.

*Voorstellen sluiten elkaar uit*

Dit zijn bijvoorbeeld alternatieve inrichtingen voor een plein of de selectie van een kunstwerk op een bepaalde plek.

### **Besluitvorming**

Het besluit kan liggen bij bestuurders, volksvertegenwoordiging, ambtenaren, bewonersorganisatie, individuele bewoners of een combinatie daarvan. Besluiten moeten op het juiste niveau worden genomen door de juiste mensen. Dit wordt ook wel het *subsidiariteitsbeginsel* genoemd.

We kunnen het keuzeprocess het beste overlaten aan de personen die hier het beste in zijn. De inzet van professionals bij de besluitvorming is nuttig bij

- complexe onderwerpen die veel kennis vergen;
- onderwerpen die wat verder af staan van de belevingswereld van een gemiddelde bewoner;
- onderwerpen die veel tijd vergen om op ingewerkt te worden;
- teveel kans op beïnvloeding door emoties, vriendschappen, gunfactoren, verleidingen, eigen belang of misinformatie, bijvoorbeeld via social media;
- teveel risico op benadelen van minderheden;
- onderwerpen die gevoelig zijn voor ‘not in my backyard’-sentimenten.

Als deze factoren niet spelen, kunnen bewoners zelf beslissen, bijvoorbeeld als het gaat om de keuze voor een kunstwerk of een nieuw speeltoestel. Per onderwerp kan de besluitvorming worden ingericht. In een tussen-vorm kan een jury van bewoners zonder eigenbelang worden ingesteld die bereid is om namens de community keuzes te maken.

Om draagvlak te houden is transparantie een voorwaarde. Dat vraagt een duidelijke weergave van alle overwegingen en belangen en verantwoording van de gemaakte keuzes. Voorbeelden daarvan vind je in het volgende hoofdstuk.



Na de selectie van projecten volgt de uitvoering. Het platform ondersteunt dit met onder andere de volgende functies:

- **Organisatie projectteam**

Het project kan een eigen team opbouwen van mensen die het project belangrijk vinden, steunen of willen helpen. Teamleden kunnen elkaar berichten sturen, met elkaar chatten of groepsgesprekken voeren.

- **Statusupdates**

Bij elk project kunnen updates over de voortgang worden gegeven zodat geïnteresseerden beter op de hoogte blijven van de actuele status van het project. Projectleiders kunnen elk half jaar automatisch een mail ontvangen met het verzoek om een nieuwe update te geven.

- **Centrale documentatie**

Alle projectdocumenten kunnen in een centraal archief worden bewaard. Per document kunnen toegangsperrmissies worden ingesteld: toegankelijk voor iedereen, alleen voor de projectdeelnemers of alleen voor de projectleiders.

- **Om hulp vragen**

Als er hulp nodig is, kunnen verzoeken om menskracht of middelen worden geplaatst. In de praktijk blijkt dat mensen binnen sterke communities sneller bereid zijn om te helpen of om spullen aan het project te doneren of uit te lenen.

- **Takenlijsten**

Als vooraf duidelijk is welke taken binnen een project uitgevoerd moeten worden, kan een lijst met deze taken worden gepubliceerd. Iedereen kan zich daarop inschrijven. Dat maakt zichtbaar wie wat doet, en motiveert anderen om ook mee te helpen.

- **Aparte projectwebsite**

Per project kan een aparte website worden gemaakt met eigen pagina's en navigatiemenu. Op deze wijze kan de community gerichter geïnformeerd worden over het doel van het project, de aanpak, de deelnemers, de voortgang en de hulpverzoeken.

We betrekken deelnemers op een manier die voor hen zelf relevant is.

Als we bijvoorbeeld weten welke personen een bepaalde wens steunen, en een project start waarin deze wens wordt gerealiseerd, dan ligt het voor de hand om de groep die steun uitsprak, te informeren. Als er hulp nodig is, hebben hulpverzoeken bij deze groep ook de grootste kans op succes.

# 7 • Praktijkvoorbeelden

Het vijfstappenproces uit het vorige hoofdstuk illustreren we in dit hoofdstuk met negen voorbeelden uit de praktijk.

De vijf stappen vormen een logisch proces, maar hoe ziet dat er in praktijk uit? We geven voorbeelden waarin een of meer stappen zijn doorlopen.



Diverse voorbeelden in dit hoofdstuk gaan over stap 4: het kiezen van oplossingen. We laten zien dat dit op diverse manieren kan plaatsvinden. In voorbeeld 2 en 7 beschrijven we twee processen waarin bewoners voorkeuren konden opgeven, maar de gemeente uiteindelijk besloot. De voorbeelden 4 en 9 beschrijven twee processen waarin bewoners zelf de definitieve keuzen konden maken. In voorbeeld 6 beschrijven we een proces waarin bewoners zelf konden kiezen, maar wel met een extra toetsing door een jury, die bestond uit vier bewoners en een ambtenaar. Het keuzep proces kan dus op verschillende manieren worden ingericht.

## VOORBEELD 1: KOMPAS OP IJBURG



Twee jaar na de start van Hallo IJburg zijn we een nieuw initiatief gestart: *Kompas op IJburg*. Doel daarvan was het zichtbaar maken van de wensen van bewoners en ondernemers voor de doorontwikkeling van IJburg. We vroegen alle IJburgers om hun wensen op te schrijven. Zij dienden in totaal ongeveer 150 wensen in.

Per wens konden de IJburgers aangeven of ze de wens zelf ook hadden, de wens wilden ondersteunen, wilden helpen of trekker wilden zijn van deze wens. Het resultaat was een goed overzicht van de topwensen van de IJburgers. Ook maakte de lijst zichtbaar waar de energie bij de bewoners en ondernemers aanwezig was om te werken aan de uitvoering.



We organiseerden drie bijeenkomsten rond thema's waarop veel energie aanwezig bleek te zijn. We trokken samen op met ambtenaren van de gemeente Amsterdam en spanden ons samen in om de beste ideeën gerealiseerd te krijgen. Een variant van *Asset Based Community Development* werd ingezet om alle informatie uit Hallo IJburg over assets in te delen in kleurcategorieën en aan een bijbehorende ballon te hangen. Bezoekers konden zo op speelse manier meer over IJburg leren.

### Lessen

Het is heel leerzaam en inspirerend om mensen uit de community in eigen woorden hun wensen te laten opschrijven. Het komt soms recht uit het hart en is heel authentiek. We zagen ook dat het makkelijk was om trekkers, helpers en ondersteuners rondom wensen te verzamelen. Er ontstond veel energie en het gevoel van eigenaarschap nam toe.

Een andere les die we trokken uit dit experiment was dat het uitdrukken van wensen in eigen woorden weliswaar veel inzicht gaf, maar er ook toe leidde dat er verschillende abstractieniveaus door elkaar heen werden gebruikt. De wensen bleken heel divers. De ene was heel abstract, de andere heel concreet. De ene leek meer een opgave, de andere al een specifiek projectvoorstel. Eigenlijk was het resultaat niet goed bruikbaar om op gestructureerde wijze op door te bouwen. We concludeerden dat deze methode voor het stellen van prioriteiten dan ook minder geschikt was.

Ondertussen stelde een andere groep ambtenaren, kennelijk niet aangehaakt bij dit proces, het jaarlijkse gebiedsplan voor IJburg voor 2016 op. Wij wisten niet dat zij een plan aan het schrijven waren en zij wisten niet dat wij zelf een wenseninventarisatie deden. Na publicatie van het gebiedsplan stelden we voor om het plan voor 2017 samen te schrijven. Hierover meer in het volgende voorbeeld.

### VOORBEELD 2: GEBIEDSPANNEN AMSTERDAM OOST



De gemeente Amsterdam bestond vóór de fusie met Weesp uit zeven stadsdelen en elk stadsdeel uit drie of vier gebieden. Voor elk gebied werd jaarlijks een gebiedsplan opgesteld bestaande uit een lijst van projecten. De positieve resultaten van Kompas op IJburg (zie voorbeeld 1) hebben ertoe geleid dat Stadsdeel Oost in 2017 de gebiedsplannen samen met bewoners wilde gaan opstellen. Zo kon de betrokkenheid van bewoners bij hun eigen woonomgeving worden vergroot. Bewoners mochten zelf projecten voor het plan voorstellen. Andere bewoners konden deze projecten beoordelen en van commentaren en suggesties voorzien. Dat gebeurde via onderstaande knoppen.

**Is dit een goed project?**  
Vind je het waardevol als dit project in 2019 wordt uitgevoerd?

Ja 15
 Ja mits... 0
 Nee 0

De beslissing voor het al dan niet opnemen van een projectvoorstel in het gebiedsplan lag volledig bij het stadsdeel. De enige afspraak die we vooraf gemaakt hadden was dat de ambtenaren een afwijzing moesten beargumenteren. Na de besluitvorming werd voor B&W en gemeenteraad

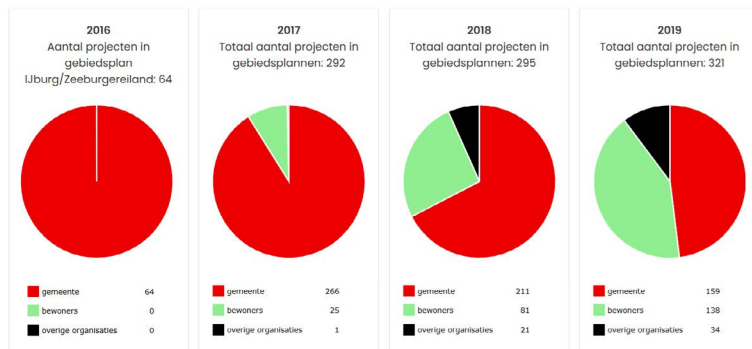


een PDF opgesteld met een lijst van alle uit te voeren projectvoorstellen. Bewoners zagen zo hun eigen teksten in een officieel gemeentelijk document terug, waardoor zij zich meer eigenaar van het plan voelden.

Communicatie over de voortgang verliep via het platform. Twee keer per jaar kregen de projectleiders een verzoek om een update te geven van het project. Die werd binnen de Gebiedonline-websites in Amsterdam-Oost ingevoerd en via een geautomatiseerde koppeling naar de systemen van de gemeente Amsterdam overgezet.

### Lessen

Na drie jaar bleek meer dan de helft van de projecten ingediend te zijn door bewoners. Dit is het beste bewijs dat deze werkwijze tot een echte samenwerking leidt.



Projecten ingediend door bewoners tussen 2016 en 2019.

Ondanks dit succes besloot de gemeente Amsterdam dat bewoners na 2019 geen input meer mochten leveren aan de gebiedsplannen. Vanaf 2020 werden deze plannen weer alleen door ambtenaren van de gemeente Amsterdam opgesteld.

### VOORBEELD 3: BEWONERS BEPALEN PRIORITEITEN

















Als we mensen vragen om in hun eigen woorden wensen te formuleren, geeft dat veel inzicht in hoe mensen zich voelen, wat ze missen en waar ze van dromen. Tegelijk bleek na *Kompas op IJburg* dat reacties enorm divers waren en varieerden van hoog abstract ('Iedereen gelukkig') tot heel gedetailleerd ('Een speeltuintje op een bepaald pleintje'). Ook varieerden ze van meer doelstellingsgericht ('Meer faciliteiten voor jongeren') tot concrete projectvoorstellen ('Een disco voor 14+'). Verder was er sprake van elkaar overlappende wensen. Onze conclusie was dat dit een goede methode is om te zien waar de tekorten zijn en waar de energie zit, maar minder geschikt om gezamenlijk prioriteiten vast te stellen.

Daarom gingen we in 2018 weer een stap verder. We stelden een groep samen van drie ambtenaren en drie bewoners en gaven onszelf de opdracht om ongeveer zestien gebiedsdoelen te formuleren. Bij het bepalen van deze doelen hanteerden we de volgende richtlijnen.

- Het doel heeft een titel van maximaal vijf woorden.
- De titel bevat een werkwoord (of is er makkelijk bij te denken).
- De doelen zijn gelijkwaardig en evenwichtig (zelfde abstractieniveau).
- De doelen zijn zo min mogelijk overlappend.

We hebben de zestien doelen gepubliceerd op de homepage van Hallo IJburg en bewoners opgeroepen om de doelen te prioriteren. De doelen kregen bij het openen van het scherm telkens een andere, willekeurige volgorde.

 Voetbal- en hockeyvelden uitbreiden	 Statushouders en studenten opvangen
 Voorzieningen voor jongeren	 IJburg energieneutraal maken
 Spanningen verminderen	 Openbaar vervoer verbeteren
 Meer toegang tot water(recreatie)	 Economisch klimaat versterken
 Criminaliteit verminderen	 Verkeersveiligheid vergroten
 Participatie van kwetsbare mensen	 Vergroenen
 Zwerfvuil verminderen	 Armoede bestrijden

Overzicht van doelen die bewoners konden prioriteren.

Dit leidde uiteindelijk tot prioritering, weergegeven in de woordenwolk. De doelen met de grootste letters, zoals het verbeteren van het openbaar vervoer, vergroenen en verminderen van zwerfvuil, werden het belangrijkste gevonden. Een leuke bijkomstigheid was dat iedereen zo ook de eigen bijdrage kon blijven zien door de rode hartjes. Zo versterkten we het idee dat ieders mening ertoe doet.

### Dit vinden wij belangrijk voor IJburg

Voetbal- en hockeyvelden uitbreiden Statushouders en studenten opvangen  
 Verkeersveiligheid vergroten Meer toegang tot water(recreatie)  
 ♥ Voorzieningen voor jongeren  
 ♥ ♥ Zwerfvuil verminderen ♥ ♥ Vergroenen  
 ♥ Openbaar vervoer verbeteren  
 ♥ ♥ IJburg energieneutraal maken  
 Criminaliteit verminderen Participatie van kwetsbare mensen  
 Economisch klimaat versterken ♥ Armoede bestrijden  
 ♥ Spanningen verminderen

Woordenwolk die aangeeft wat mensen op IJburg het belangrijkste vinden.

### VOORBEELD 4: BEWONERS VERDELEN BUURTBUDGET



Zoals in voorbeeld 2 is beschreven, konden bewoners vanaf 2019 niet meer bijdragen aan de gebiedsplannen in Amsterdam-Oost. In plaats daarvan stelde de gemeente buurtbudgetten voor. Bewoners zouden eigen geld krijgen zodat ze meer zeggenschap zouden voelen over hun buurt, ze beter aan maatschappelijke opgaven konden werken en de dialoog over de behoefte in de buurt beter gevoerd kon worden.

Dit gebeurde in meerdere fasen. In fase 1 kozen bewoners de vijf belangrijkste thema's, in fase 2 verdeelden ze het budget van 200.000 euro over deze vijf thema's. In fase 3 mochten bewoners zelf voorstellen doen en in fase 4 werd via een stemming bepaald welk voorstel uitgevoerd zou worden.

In maart 2020 was een bijeenkomst gepland voor fase 2 in het gebied IJburg/Zeeburgereiland, maar net op dat moment deed corona Nederland op slot. Gebiedonline bood hulp aan en faciliteerde op de community platforms voor IJburg en Zeeburgereiland de budgetverdeling. Elke bewoner kreeg tien muntjes die zij over vijf thema's mochten verdelen. Dit was de eerste keer dat een Gebiedonline-platform is gebruikt om bewoners zelf over budgetten te laten beslissen.

Culturele activiteiten	€ 32.212
Klimaat en duurzaamheid	€ 35.192
Buurtverbindingen	€ 37.212
Voorzieningen/activiteiten kinderen & jongeren	€ 44.135
Meer groen	€ 51.250
	<hr/>
Het resultaat	€ 200.000

## VOORBEELD 5: RIGHT TO CHALLENGE



In 2017 onderzocht de Gemeente Amsterdam of bewoners het recht konden krijgen om overheidsorganisaties (of maatschappelijke partners) uit te dagen (de *Right to Challenge*). Gebiedonline heeft samen met Pakhuis de Zwijger en Stichting Netwerk Democratie laten zien hoe dit zou kunnen. We noemden het *MaakDeBuurt*.

Het proces dat we hebben gedemonstreerd, kent de volgende fasen:

### Fase 1: aangaan van de uitdaging

Zodra een gemeente aankondigt een bepaalde taak op een bepaalde wijze te laten uitvoeren, mogen bewoners de gemeente uitdagen. Ze kunnen aangeven dat ze die die taak zelf beter kunnen uitvoeren.

### Fase 2: bepalen van criteria

Gemeente en bewoners bepalen samen de criteria waaraan de mogelijke oplossingen getoetst worden.

### Fase 3: opstellen van voorstellen

Gemeente en bewoners werken tegelijk aan hun voorstellen. Ze geven aan hoe hun voorstel voldoet aan de opgestelde criteria en hoe het bijdraagt aan de doelen van de community.



### Fase 4: feedback op de voorstellen

De community geeft feedback op beide voorstellen en beoordeelt de kwaliteit ervan.

### Fase 5: toetsen

Een onafhankelijke commissie beoordeelt en vergelijkt beide voorstellen. Dit leidt tot een advies aan het bevoegd besluitvormend orgaan, in dit geval de gemeenteraad.

### Fase 6: gemeenteraad besluit

Uiteindelijk maakt de gemeenteraad de afweging en kiest de beste oplossing.

Dit proces heeft Gebiedonline deels geïmplementeerd in de software en enkele keren gepresenteerd. Het heeft echter nog geen vervolg gekregen.

## VOORBEELD 6: BRUGTEKSTEN



Op Amsterdam IJburg moest een brug worden aangelegd. Daar was nog geen ontwerp voor. Bewoners vroegen de gemeente of ze mochten helpen bij het ontwerp van de brug. Echt samen ontwerpen vond de gemeente niet verstandig, maar na een paar gesprekken ontstond het idee om de vloer van de brug van houten planken te maken en te voorzien van teksten van bewoners. We besloten alle IJburgers uit te nodigen om teksten voor te stellen. Een jury van vier IJburgers en een ambtenaar zou de uiteindelijke keuze maken.

We richtten op Hallo IJburg een projectpagina in met een verzoek om teksten in te dienen. Daarna mocht iedereen zijn voorkeuren aangeven. Tegelijk deden we een publieke oproep voor de juryleden. Toevallig boden zich spontaan vier mensen aan voor deze jury. We ontvingen 92 voorstellen; 171 IJburgers gaven hun voorkeur aan. De jury selecteerde 34 teksten, waarbij de voorkeur van de IJburgers grotendeels is gevolgd. Een mooi voorbeeld hoe samenwerking kan plaatsvinden.



## VOORBEELD 7: INRICHTEN VAN TIJDELIJK STRAND



Op het nieuwste eiland van Amsterdam, Strandeiland, werd voor 2021-2024 een tijdelijk strand aangelegd voor alle Amsterdammers. De gemeente Amsterdam wilde graag van de gebruikers weten waar behoefte aan was. Iedereen mocht ideeën indienen. Er zijn 56 voorstellen ingediend. Ambtenaren gaven aan of die haalbaar waren en wat de kostenklasse ongeveer was. Bewoners konden online stemmen; gemeente besloot. Van de ingediende voorstellen zijn er twintig daadwerkelijk uitgevoerd.





## VOORBEELD 8: TESTOPSTELLING STAP 1 TOT EN MET 5



Bij een van onze leden hebben we het proces (stap 1 t/m stap 5) helemaal ingericht. Het betreft een testopstelling voor een bewonersorganisatie met een eigen budget voor buurtinitiatieven.

De bewoners van de wijk mogen zelf wensen indienen (stap 1). Ook heeft de bewonersorganisatie doelen geformuleerd en mogen de bewoners daarin prioriteiten aangeven (stap 2). Bewoners stellen zelf projecten voor (stap 3). Deze voorstellen kunnen op allerlei manieren ontstaan, bijvoorbeeld doordat twee buurtbewoners met elkaar een probleem hebben besproken. Of omdat iemand geïnspireerd is geraakt door iets dat die elders heeft gezien. De initiatiefnemer kan zijn voorstel publiceren en om reacties vragen. Alle bewoners van de wijk mogen aangeven wat zij van het voorstel vinden. De bewonersorganisatie beslist daarna zelf welke projectvoorstellen worden uitgevoerd (stap 4). Het is aan de initiatiefnemer om de gekozen projecten uit te (laten) voeren (stap 5). Deze testopstelling is nog niet in gebruik genomen.



## VOORBEELD 9: SELECTIE VAN EEN KUNSTWERK



In 2020 wilde de gemeente een kunstwerk plaatsen in een nog aan te leggen park op IJburg. Zij vroeg twee kunstenaars om een ontwerp te maken waar de bewoners uit mochten kiezen. De eerste kunstenaar was Rob Sweere, bekend om diverse participatieve kunstprojecten. Rob had een ontwerp gemaakt dat bestond uit vier objecten van stalen frames, bekleed met verschillende houtsoorten. De tweede kunstenaar was Jonas Wijtenburg, bekend om zijn monumentale sculpturen en ruimtelijke installaties. Jonas ontwierp een poort van zes betonnen kolommen, bij elkaar gehouden door bronzen handen, waarvoor handen van buurtbewoners model zouden staan.

IJburgers werden uitgenodigd om op Hallo IJburg hun voorkeur aan te geven. Tussen 6 en 20 november 2020 werden 194 stemmen uitgebracht, waaruit een voorkeur bleek voor het ontwerp van Rob. Inmiddels is het kunstwerk gerealiseerd en in 2023 feestelijk geopend.

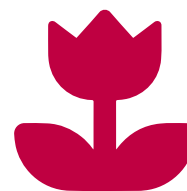


De twee kunstwerken: links van Rob, rechts van Jonas.

# 8 • Blik op de toekomst

**Alleen door goed samen te werken kunnen we de hedendaagse uitdagingen aan. Zo komen we tot betere oplossingen die breed gedragen worden. We zoeken koplopers die deze nieuwe vormen van samenwerking helpen opzetten.**

Eerder noemden we drie doelen die we met online community platforms kunnen bereiken. Ze versterken de eigen community, zorgen voor uitwisseling van informatie en hulpmiddelen en stimuleren samenwerking tussen overheid en burgers.



### Versterken

Versterken van de community



### Uitwisselen

Uitwisselen van informatie en hulpmiddelen



### Samenwerken

Samenwerken tussen burgers en overheid

Iedereen die wil, kan bijdragen en is daardoor meer betrokken. Door meer informatie met elkaar te delen komen we tot betere oplossingen en betere keuzes. Dit heeft een positieve invloed op het vertrouwen tussen burgers onderling en de overheid. Burgers ervaren hierdoor meer eigenaarschap en worden minder vatbaar voor wantrouwen, doemdenken of populisme.

### Samenwerking als norm

In steden, in regio's, maar ook landelijk en mondiaal zien we commons-achtige initiatieven ontstaan. Deze worden georganiseerd rondom een gebied, een thema of een combinatie van beide. Burgers, coöperatieve



samenwerkingen en innovatieve impactondernemers werken samen aan nieuwe oplossingen voor lokale of mondiale uitdagingen.

Het oplossend vermogen van burgerinitiatieven kan voeding geven aan een betere samenwerking met de overheid. We groeien toe naar een situatie waarin overheid en bewoners elkaar inspireren en waar samenwerking de norm wordt. Alleen zo kunnen we de uitdagingen van deze tijd oplossen. En het feit dat het al overal gebeurt, is hoopvol.

### **Wat is nodig voor een betere samenwerking?**

Er zijn nog veel hindernissen te overwinnen. We hebben koplopers nodig, dappere mensen die vooroplopen, veranderingen aanjagen en meer samenwerking weten te realiseren. Binnen de overheid zijn dit bijvoorbeeld ambtenaren die niet bang zijn voor bemoeienis van bewoners. Binnen het bedrijfsleven zijn dit medewerkers die maatschappelijke waarde belangrijker vinden dan aandeelhouderswaarde. En binnen bewonersorganisaties zijn dit de mensen die de overheid (weer willen) vertrouwen en opzoeken, omdat ze erin geloven dat we samen toch verder komen dan alleen.

### **Een duurzame toekomst creëren: hoe dan?**

We zijn sterk afhankelijk van deze koplopers. Zij zijn noodzakelijk voor echte verandering. Zij zijn de echte helden. Wij hopen dat de modellen en voorbeelden in dit boekje inspiratie bieden om samen een duurzame toekomst te creëren. De leden van coöperatie Gebiedonline blijven zich hier enthousiast voor inzetten.

# Hoe versterken we communities en verbeteren we samenwerking?

Onze samenleving kent grote uitdagingen. We moeten alle zeilen bijzetten om de kwaliteit van ons leven op peil te houden. Om tot goede oplossingen te komen is iedereen nodig, niet alleen mensen uit overheid en bedrijfsleven, maar vooral ook uit de samenleving zelf. Daar zien we inmiddels talloze burgers zichzelf organiseren en inspirerende initiatieven starten die bijdragen aan echte oplossingen. Ook zien we dat overheden en burgers elkaar opzoeken om hun samenwerking te verbeteren.

Online community platforms zijn virtuele ruimtes waarin burgers met elkaar in contact komen, informatie delen, elkaar vragen voorleggen en maatschappelijke vraagstukken aanpakken. De platforms stellen hen in staat om zichzelf te organiseren, krachten te bundelen en samenwerking met de overheid te verbeteren. Dit boekje laat daar veel inspirerende voorbeelden van zien.



[gebiedonline.nl](http://gebiedonline.nl)