

# Jaarverslag BurgerPanelRotterdam 2006

## 1. Inleiding

Rotterdam heeft participatie van de burger hoog in het vaandel staan. In het huidige collegeprogramma zijn `meedoen en binding` niet toevallig sleutelwoorden in de pijler voor sociaal beleid. Van recente datum is ook de toegenomen belangstelling voor allerlei nieuwe vormen van burgerparticipatie. Een van de initiatieven om de burger nauwer bij de stad te betrekken is de oprichting van een BurgerPanel. De intentie van dit panel is te zoeken naar nieuwe werkwijzen om de Rotterdammers te betrekken bij het verbeteren van de publieke diensten en voorzieningen van de gemeente. Niet voor niets was de ondertitel van het werkplan van het BurgerPanel `De burger in de hoofdrol`.

Het stadsbestuur werkt momenteel hard aan een betere dienstverlening. In 2005 is een omvangrijke vernieuwingsoperatie van start gegaan met de invoering van een centraal servicenummer dat een eind moet maken aan de lappendeken met gemeentelijke adressen, telefoonnummers en instanties. Sinds april dat jaar kunnen Rotterdammers 24 uur per dag met al hun vragen over gemeentelijke zaken voorleggen aan één centraal telefoonnummer: 0800-1545. Een jaar later, in 2006, volgde de introductie van de Stadswinkel, een informatie-winkel voor vragen, wensen en klachten van burgers. Elke deelgemeente krijgt zo'n Stadswinkel. En als derde wordt er gesleuteld aan de gemeentelijke website, dit om de dienstverlening via internet toegankelijker te maken en het contact met de burger te verbeteren.

Aan initiatieven om de burger beter te bedienen ontbreekt het dus niet. Maar wat merkt de doorsnee Rotterdammer daar in de praktijk van? Begint het er echt klantvriendelijker op te worden? Aan het BurgerPanel de taak om er achter te komen hoe Rotterdammers oordelen over de kwaliteit van de dienstverlening. Uitgangspunt voor dit panel zijn de ervaringen van burgers met de dienstverlening en de wijze waarop dit wordt beleefd. Het panel moet de gemeente scherp houden op de geboden diensten en producten en met voorstellen komen om meer tegemoet te komen aan de wensen van de burgers.

Het BurgerPanelRotterdam is een onafhankelijke organisatie die gevraagd en ongevraagd op onderzoek uitgaat. Het panel bestaat uit actieve, betrokken Rotterdammers die zich vrijwillig inzetten voor hun stad. Het panel rapporteert zijn bevindingen aan het college van Burgemeester en Wethouders. Dat is overigens niet vrijblijvend, het College heeft zich verplicht binnen een termijn van zes weken een reactie te geven op de aanbevelingen.

In dit allereerste jaarverslag van het BurgerPanel is te lezen op welke manier de leden van dit panel gezocht en gevonden zijn, wat de werkwijze geweest is, hoe de organisatie er inmiddels uit ziet en welke activiteiten er zijn uitgevoerd in het eerste halfjaar van het bestaan van het panel. In 2006 is gewerkt aan twee producties: `Stadswinkel`, een quickscan over de bereikbaarheid en toegankelijkheid van de stadswinkels en `Hoe ik mijn fiets stal..`, over de parkeermogelijkheden voor de fiets in de stad. De quickscan kon nog in 2006 worden afgerond en is op 18 december gepresenteerd aan wethouder Jeanette Baljeu.

## 2. Werving

Hoe krijg je een stedelijk panel bij elkaar met mensen uit verschillende gezindten, van uiteenlopende etnische-, culturele en godsdienstige achtergronden. En hoe vorm je een op elkaar ingespeeld team van jong en oud, mannen en vrouwen, passend bij de bevolkingsopbouw van de stad Rotterdam. Wat betreft de samenstelling van het panel is de lat hoog gelegd. De basisvereisten voor panelleden waren laagdrempeliger, het moest kortweg gaan om actieve Rotterdammers die betrokken zijn bij hun stad, kritisch zijn maar wel behept met een positieve, open houding. Met deze verwachtingen in het achterhoofd is in het voorjaar van 2006 een wervingsplan opgezet.

Als eerste stap heeft SONOR het eigen netwerk aangeboord. In totaal zijn circa 300 mails met een toelichting op de plannen voor het BurgerPanel de deur uitgegaan naar personen op sleutelposities. Naar mensen waarvan aangenomen mag worden dat ze goed zicht hebben op mogelijke kandidaten voor het BurgerPanel. Bij de selectie van deze 300 contactpersonen is gelet op een zo groot mogelijke variatie. Dit mailoffensief leverde ruim 60 kandidaten op, die vlak voor de zomervakantie uitgenodigd zijn voor een eerste informatieavond. Kort na de vakantie volgde een tweede bijeenkomst met circa 20 kandidaat-panelleden.

Op beide bijeenkomsten zijn de belangstellenden uitvoerig voorgelicht over de opzet, achtergrond en bedoelingen van het BurgerPanel. Voorgaand is de kandidaten gevraagd een aantal gegevens uit hun cv door te geven en in het kort hun belangstelling voor het BurgerPanel toe te lichten. Na de presentatie door SONOR was er uitvoerig gelegenheid om van gedachten te wisselen en nader kennis te maken met elkaar. Het wervingstraject heeft geresulteerd in 25 panelleden die in september tijdens de eerste plenaire bijeenkomst van het BurgerPanel aanwezig waren. Een delegatie van de nieuwe panelleden is in het kader de zogeheten 100-dagen actie van het pas aangetreden College, uitgenodigd door wethouder Baljeu voor een eerste kennismaking.

De doelstelling is door te groeien naar een omvang van circa 50 panelleden. Vandaar dat er in de maanden oktober en november opnieuw informatieavonden georganiseerd zijn. Die hebben geresulteerd in 15 nieuwe leden. Deze nieuwelingen namen in december deel aan een plenaire bijeenkomst waarin de plannen voor het nieuwe jaar zijn besproken. Vanaf januari 2007 doen ze mee aan een van de nieuwe productiegroepen die dan van start gaan en het BurgerPanel heeft dan 35 leden. De regiegroep stemt in met de omvang van 35 leden voor het jaar 2007.

Werven van nieuwe leden is één deel van het verhaal. Minstens zo belangrijk is het om de panelleden ook daarna vast te houden. De ervaring van het eerste half jaar leert dat er om uiteenlopende redenen druppelsgewijs ook leden afvallen. Eind 2006 was het aantal panelleden 22. Met het creëren van goede randvoorwaarden en deskundige ondersteuning wordt gewerkt aan omstandigheden waarin het voor vrijwilligers uitdagend en aantrekkelijk is om aan het BurgerPanel deel te nemen. Via PanelNieuws, een eigen nieuwsbrief, worden de panelleden op de hoogte gehouden. Een werkgroep van drie panelleden buigt zich over de communicatie. Er is een regeling opgesteld voor het declareren van onkosten en een vrijwilligersvergoeding. En er is aan het eind van het jaar een informele avond georganiseerd ter kennisname en introductie van nieuwe panelleden.

### 3. Organisatie

Op dinsdag 26 september is het BurgerPanel officieel geïnstalleerd door wethouder Jeannette Baljeu. Tijdens deze gelegenheid in de Burgerzaal van het stadhuis is afscheid genomen van het Stedelijk Kwaliteitspanel, dat in de voorgaande 14 jaar eveneens de kwaliteit van de gemeentelijke voorzieningen heeft getoetst. De wortels van het Kwaliteitspanel liggen in de sociale vernieuwingen van destijds. Het BurgerPanel is op een andere leest geschoeid. De introductie van het BurgerPanel komt voort uit de behoefte van de gemeentelijke overheid om burgerparticipatie te bevorderen en nauwer aan te sluiten bij de wensen en behoeftes van de Rotterdammers. De relatie tussen het BurgerPanel en het College is dan ook minder vrijblijvend. Bij de installatie hebben de wethouder en SONOR een protocol ondertekend waarin de taken en verantwoordelijkheden zijn vastgelegd.

Het BurgerPanel Rotterdam bestaat uit vrijwilligers en is onafhankelijk. Behoudens de adviesverzoeken die afkomstig zijn van de gemeente, kiezen de panelleden zelf de onderwerpen waar ze aandacht aan willen besteden. Het panel verstrekt zowel gevraagd als ongevraagd adviezen en de aanbevelingen van het panel worden standaard aan de colleegetafel besproken. Het panel wordt vanuit SONOR ondersteund door Aart Martin de Jong en Mo Smit.

Bij de opzet van het BurgerPanel is gezocht naar een formule die past bij het streven naar veel dynamiek en variatie in de werkwijze van het panel. Leden van het panel moeten bij wijze van spreken langdurig anoniem een dienst op de voet kunnen volgen, terwijl tegelijkertijd een groep panelleden kan besluiten om acuut in te springen op een actuele kwestie of gedurende één dag met veel publiciteit een korte enquête uit te voeren. Per keer moet het panel moeiteloos kunnen variëren naar zowel de werkvorm als de omvang, de aanpak en de uiteindelijke presentatie.

Om ruimte te bieden aan zo'n flexibele werkwijze wordt gewerkt met productiegroepen en een regiegroep. De afzonderlijke productiegroepen nemen ieder een thema voor hun rekening. De keuze van die thema's gebeurt tijdens plenaire bijeenkomsten met alle panelleden. De thema's worden omgezet in een productie. Een productie houdt in dat een (productie-) groep zich voor een bepaalde tijd verdiept in een onderwerp, gezamenlijk komt tot een vraagstelling die getoetst wordt middels een quick scan, een schouw, enquête of een andere vorm van onderzoek. Vervolgens worden er conclusies getrokken, aanbevelingen gedaan en resulteert dit in een presentatie.

In 2006 hebben twee productiegroepen gedraaid met als thema's `Fiets` en `Stadswinkel`. Deze groepen kwamen in 2006 gemiddeld zo eens in de drie weken bijeen. De bevindingen van beide productiegroepen komen in het volgende hoofdstuk uitvoeriger aan de orde. De regiegroep is geformeerd door een delegatie van drie leden uit de productiegroepen. De regiegroep fungeert in de praktijk als een soort bestuur. De regiegroep had tijdens de maandelijkse bijeenkomsten als vaste agendapunten: de stand van zaken in de afzonderlijke productiegroepen, afspraken over de interne communicatie, regelingen rond onkosten en vrijwilligersvergoedingen.

De website [www.burgerpanelrotterdam.nl](http://www.burgerpanelrotterdam.nl) speelt een hele centrale rol in de interne en externe communicatie. Naar de buitenwereld toe is de website het visitekaartje van het BurgerPanel waarop de basisinformatie en de activiteiten van het panel te vinden zijn. De site is gelinkt aan de gemeentelijke website. De productiegroep fiets heeft als eerste gebruik gemaakt van de site bij het peilen van de meningen over parkeermogelijkheden voor de fiets in de stad. Krap 40% van het totaal aantal respondenten heeft via internet gereageerd. Intern speelt de website een belangrijke rol in de onderlinge communicatie. Via een wachtwoord hebben panelleden toegang tot de verslagen van de diverse productiegroepen.

## 4. Activiteiten

Om warm te draaien met het kersverse BurgerPanel is bij de start in september gekozen voor een tweetal relatief korte en overzichtelijke producties. Tijdens de eerste plenaire bijeenkomst hebben de panelleden gebrainstormd over de thema's die ze interessant vonden om mee aan de slag te gaan. Dat leverde een overdadige oogst op van maar liefst zestig onderwerpen. De keus viel zoals bekend op de fiets en de stadswinkel. Allereerst omdat deze onderwerpen bij de tellingen hoog scoorden, maar ook omdat ze zich goed leenden om er al snel mee aan de slag te gaan en op redelijk korte termijn (3, 4 maanden) af te kunnen ronden. Met de productiegroep `Stadswinkel` lukte dat nog voor de jaarwisseling, de presentatie van de productiegroep `Fiets` vond plaats op 1 februari 2007. In december 2006 zijn drie nieuwe productiegroepen in het leven geroepen, te weten: `Groen`, `Roteb` en `Nadien`, de laatste is op verzoek van de gemeente en betreft het testen van de nieuwe zoekmachine voor de website [www.rotterdam.nl](http://www.rotterdam.nl).

### Productiegroep `Stadswinkel`

Hoe bekend, bereikbaar en toegankelijk zijn de Stadswinkels? En weten Rotterdammers waarvoor ze bij die winkels terecht kunnen? Met die vraagstelling is de 13 leden tellende productiegroep `Stadswinkel` in het najaar van 2006 op pad gegaan voor deze quickscan. Er zijn in de deelgemeenten Noord, Hoek van Holland en Prins Alexander circa 150 straatenuitnodigingen gehouden en bij de uitgangen van de Stadswinkels in die deelgemeenten zijn ruim 40 bezoekers ondervraagd.

De Stadswinkels zijn nog niet erg ingeburgerd, blijkt uit de reacties. De panelleden kregen veel gefronste voorhoofden voor zich, als ze dit onderwerp aansneden. Vaak werd deze nieuwe voorziening verward met het deelgemeentekantoor. De productiegroep stelt daarom voor om in de media en via flyers en dergelijke veel meer ruchtbaarheid te geven aan het bestaan van de Stadswinkels. En duidelijk aan te geven voor welke diensten en producten men er terecht kan. Met het bereik en de toegankelijkheid van de Stadswinkels zit het wel goed, al zijn er volgens de panelleden wel verwijshandjes nodig.

De Stadswinkels sluiten al vroeg hun deuren en de openingstijden verschillen per deelgemeente, constateerde de productiegroep. Ruimere openingstijden en meer uniformiteit in de uren dat bezoekers er terechtkunnen, is de aanbeveling die op dit punt wordt aangedragen.

Tot slot stelde de productiegroep vast dat vragen aan de balie weliswaar accuraat en snel werden afgehandeld, maar dat er zich haperingen voordeden na de overdracht bij achterliggende diensten. Wie is er verantwoordelijk, bij wie moet je aankloppen? De productiegroep stelt voor om in dergelijke situaties altijd één dossiereigenaar aan te wijzen, zodat voor de bezoeker van de Stadswinkel steeds duidelijk is waar hij of zij aan kan kloppen.

De quickscan is op maandagavond 18 december gepresenteerd aan de verantwoordelijke wethouder Jeanette Baljeu. Bij die gelegenheid waren alle leden van het Burgerpanel aanwezig, alsmede ambtenaren van dienst publiekzaken en een aantal portefeuillehouders van de deelgemeenten. De resultaten van de quickscan zijn middels een powerpointpresentatie aan dit gezelschap van rond de 40 personen voorgelegd. Na afloop van de presentatie was er gelegenheid om vragen te stellen. Begin 2007, binnen zes weken na deze presentatie, volgt er een officiële reactie van het College van B&W.

## Productiegroep `Fiets`

Deze uit negen leden bestaande productiegroep is in september 2006 van start gegaan met een eerste verkenning. De Fietsersbond is uitgenodigd en divers aspecten als de fietspaden, het stallen van fietsen, de veiligheid op de fiets zijn de revue gepasseerd. Gekozen is voor de vraagstelling: Wat zijn de parkeer (on)mogelijkheden voor fietsen in Rotterdam? En de titel werd kortweg: "Hoe ik mijn fiets stal...". Het door elkaar gebruiken van het werkwoord stallen en parkeren geeft gelijk iets weer van de achterliggende discussie over de plek die in de openbare ruimte is ingeruimd voor de fiets ten opzichte van de auto. Dan komt de fiets er bekaaid af. Maar hoe hinderlijk vinden de fietsers dat? Wat zijn de grootste knelpunten? Maar ook welke oplossingen worden er aangedragen? Dat waren zoal de vragen die in een enquête via straatinterviews en via de website is voorgelegd.

In totaal zijn 328 vragenlijsten ingevuld, 128 via internet en 200 op straat. De straatenquêtees zijn op vrijdag en zaterdag, respectievelijk in de na- en de voormiddag, op drie plekken afgenomen: achter het Centraal Station, op de markt voor de centrale bibliotheek en bij de Koopgoot. Om lastige en onhandige situaties bij het parkeren in beeld te brengen is een film gemaakt met BurgerPanelleden als acteurs op de fiets in de binnenstad. Deze opnames zijn verwerkt in de eindpresentatie.

Uit de gegeven antwoorden valt op te maken dat fietsers het ronduit lastig vinden om de fiets te stallen, tweederde vindt het regelmatig, vaak of bijna altijd en eenderde is iets milder door soms te antwoorden. Voor een grote meerderheid (80%) is dit nog geen reden om de fiets te laten staan. Toch is het voor een op de vijf wel degelijk een beletsel om de fiets te pakken. Reden genoeg om serieus na te denken hoe de openbare ruimte fietsvriendelijker kan worden ingericht, concludeert de productiegroep. Het Centraal Station, de Koopgoot en de metro-ingangen worden aangemerkt als de hotspots: daar doen zich de grootste knelpunten voor bij het stallen van de fiets.

Op basis van deze bevindingen komt de productiegroep tot een zestal aanbevelingen. Om te beginnen stellen de panelleden voor om bij het vernieuwde Centraal Station flink meer stallingplekken te realiseren dan de geplande 5000. Ze adviseren om eens te rade te gaan in steden als Leiden en Groningen. Gedurende de verbouwingsoperatie stelt de productiegroep voor om de fietser te compenseren, bijvoorbeeld door tijdelijk geen gele stickers te plakken en alleen zogeheten weesfietsen te verwijderen. Ze doen de geste om 100 fietsstallers een gratis jaarabonnement aan te bieden.

Voor de hele stad stelt de productiegroep een voorjaarsoffensief voor, met als inzet 500 extra fietsbeugels. Beugels zijn namelijk populair en relatief goedkoop. Duidelijker informatie over stalmogelijkheden en de beschikbaarheid van fietstrommels helpt om bestaande stallingsmogelijkheden beter te benutten. En tot slot stellen de panelleden voor om een proef te doen met parkeernormen voor fietsen bij nieuwbouwprojecten en de herinrichting van openbare ruimten.

De presentatie van deze productie is gepland op 1 februari 2007.