

Jaarverslag 2010 BurgerPanelRotterdam

SONOR – april 2011



Inhoud

Inleiding	pag. 3
De organisatie	pag. 4
De producties in 2010	
• Productie Architectuur	pag. 8
• Productie Wmo	pag. 10
• Productie Loket	pag. 12
• Productie Burgerinitiatief	pag. 14
Bijlage	
• PR-activiteiten, netwerkontwikkeling en werven van vrijwilligers	pag. 17



INLEIDING

Het BurgerPanelRotterdam is een onafhankelijke organisatie die gevraagd en ongevraagd op onderzoek uit gaat. 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 vijfde jaarverslag van het BurgerPanel is te lezen over de organisatie en welke activiteiten (producties) in 2010 zijn uitgevoerd.

In 2010 is gewerkt aan vier producties:

- Productie **Architectuur** (gevraagd advies): Hoe kunnen burgers een goede rol spelen bij het verbeteren van de architectuur.
- Productie **Wmo** (ongevraagd advies): Hoe zit het met de uitvoering van de Wmo door de Gemeente Rotterdam.
- Productie **Loket** (gevraagd advies): Wat vindt de burger van het systeem publieksreacties en wat zou hij/zij anders willen zien.
- Productie **Burgerinitiatief** (ongevraagd advies): Hoe functioneert het participatie-instrument Burgerinitiatief.

Het BurgerPanelRotterdam is meer dan een productiemachine. Het gaat ook om de ontwikkeling van de vrijwilligers en het aanspreken van hun eigen kracht. Vanuit dit participatie-instrument worden de Rotterdamse vrijwilligers aangesproken op hun talenten en deskundigheid. Dit participatie-instrument heeft een verticale en een horizontale dimensie.

Het BurgerPanelRotterdam adviseert het College van B&W over de kwaliteit van haar dienstverlening. Het zijn dan vaak beleidsadviezen. Dit wordt ook wel *verticale participatie* genoemd.

De BurgerPanelleden doen dat vanuit de beleving van de Rotterdammer. Ze gaan letterlijk de straat op om bewoners te ontmoeten, te ondervragen en te interesseren. Het gaat hier om het bevorderen van interacties tussen bewoners. Dit wordt dan *horizontale participatie* genoemd. De Gemeente wil dat bewoners zich verbonden voelen met de stad en met de samenleving.

Het BurgerPanelRotterdam levert daar een belangrijk bijdrage aan.

Aart Martin de Jong

SONOR, april 2011

De organisatie

Het BurgerPanelRotterdam is samengesteld uit vrijwilligers en is onafhankelijk. Behalve de adviesverzoeken die afkomstig zijn van de gemeente, kiezen de panelleden zelf de onderwerpen waaraan ze aandacht willen besteden. Het panel verstrekt zowel gevraagd als ongevroegd adviezen. De aanbevelingen van het panel worden standaard aan de colleegetafel besproken.

Het panel werd in 2010 vanuit SONOR ondersteund door Aart Martin de Jong, Myranda Mulder (tot 1 maart 2010) en Esther Brix (vanaf 1 mei 2010).

Bij de opzet van het BurgerPanelRotterdam 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 in 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 wordt gemaakt tijdens plenaire bijeenkomsten met de panelleden. De thema's worden omgezet in producties. Een productie houdt in dat een (productie)groep zich voor een bepaalde tijd verdiept in een onderwerp. Vervolgens komt men gezamenlijk tot een vraagstelling. Deze wordt getoetst middels een quick scan, een schouw, enquête of een andere vorm van onderzoek. Hierna worden conclusies getrokken en aanbevelingen opgesteld. De conclusies en aanbevelingen worden verwoord in een schriftelijke rapportage en op een originele wijze gepresenteerd aan de wethouder of de Burgemeester, waarbij publiek aanwezig is.

De leden

Het BurgerPanelRotterdam bestond in het jaar 2010 gemiddeld uit 30 leden.

Vier afgeronde producties

In 2010 zijn vier producties afgerond met de thema's:

- Architectuur
- Wmo
- Loket
- Burgerinitiatief

Deze groepen kwamen in 2010 gemiddeld éénmaal in de drie weken bijeen. De werkwijze van de vier productiegroepen komt in het volgende hoofdstuk uitvoeriger aan de orde.

De Regiegroep

De regiegroep is geformeerd door een delegatie van twee à drie leden vanuit iedere productiegroep. De regiegroep fungeert in de praktijk als een soort bestuur.

De regiegroep behandelde tijdens de maandelijkse bijeenkomsten de vaste agendapunten:

- de stand van zaken in de afzonderlijke productiegroepen
- afspraken over de interne communicatie
- regelingen rond onkosten en vrijwilligersvergoedingen.

Communicatie (werkgroep)

De website www.burgerpanelrotterdam.nl speelt een centrale rol in de interne en externe communicatie. Naar de buitenwereld toe is de website het visitekaartje van het BurgerPanelRotterdam waarop de basisinformatie en de activiteiten van het panel te vinden zijn.

De site is gelinkt aan de gemeentelijke website.

Intern speelt de website een belangrijke rol bij de onderlinge communicatie. Via een wachtwoord hebben panelleden toegang tot de verslagen van de diverse productiegroepen.

De communicatiewerkgroep bestaat uit een projectleider en drie panelleden. De werkgroep heeft in 2010 aan de volgende onderwerpen gewerkt:

1. Werving nieuwe vrijwilligers
2. Panelnieuws
3. Externe nieuwsbrief
4. Ontwikkeling smoelenboek
5. Actualiseren van de PowerPointpresentatie
6. Bijhouden van de website

1. Werving nieuwe vrijwilligers

In 2010 heeft het BurgerPanelRotterdam driemaal via de huis-aan-huisbladen Rotterdamers opgeroepen om mee te doen aan een online enquête. In deze oproep vroegen wij de burgers ook om zich aan te melden als vrijwilliger.

Als de bewoner de online enquête invulde, kreeg hij/zij deze wervingsoproep weer te zien. Dit leverde 19 nieuwe leden op.

2. Panelnieuws

Om de drie weken verschijnt een nieuwsbrief voor de leden van het BurgerPanelRotterdam: het Panelnieuws.

3. Externe nieuwsbrief

De communicatiegroep heeft in 2010 driemaal een externe nieuwsbrief ontwikkeld:

BurgerPanelRotterdam.nl.

Het is een kwartaaluitgave geworden, bestemd voor alle contacten van het BurgerPanelRotterdam. Met onder andere vaste rubrieken als *'panellid uitgelicht'* en *'persoonlijk'* worden onze contacten geïnformeerd over het werk van de leden. De eerste externe nieuwsbrief verscheen in oktober 2009.

4. Ontwikkeling Smoelenboek

Op verzoek van de BurgerPanelleden is een handzaam smoelenboekje gemaakt met losse tabbladen. Hierdoor kunnen wijzigingen snel doorgevoerd worden. Het smoelenboekje is voor intern gebruik.

5. Actualiseren PowerPointpresentatie

Regelmatig wordt het BurgerPanelRotterdam gevraagd om een presentatie te houden over haar werkwijze. Er is een (PowerPoint)presentatie gemaakt die steeds geactualiseerd en verbeterd wordt.

6. Bijhouden website

Omdat de website een centrale rol speelt in de interne en externe communicatie, wordt doorlopend gewerkt aan de actualisatie ervan. Ook de vormgeving van de website blijft een punt van aandacht.

Het BurgerPanel in de publiciteit

Het was niet vanzelfsprekend dat de presentaties van het BurgerPanel journalistieke belangstelling kregen. Door het opbouwen van contacten, het structureel uitnodigen van journalisten en uiteraard het leveren van kwalitatieve presentaties, kan het BurgerPanelRotterdam constateren dat er een stijgende belangstelling voor het panel is. Toch zijn wij niet tevreden. De journalistieke en politieke aandacht wisselen sterk per onderwerp. Ondanks onze inspanningen zien wij ook in 2010 nog geen verbetering.

Externe contacten en voorlichting

Het BurgerPanelRotterdam heeft extra inzet gepleegd op PR-activiteiten, netwerkontwikkeling en de werving van vrijwilligers (zie ook de bijlage).

PR-activiteiten

Er is een nieuwe folder ontworpen en deze wordt op cruciale momenten en via informatiepunten verspreid. De folder legt in het kort uit wat het BurgerPanelRotterdam inhoudt en nodigt de lezer vooral uit om onze website te bezoeken.

Netwerkontwikkeling

Er is gesproken met een aantal stedelijke organisaties die ook werken met vrijwilligers. Inzet van het gesprek was kennismaken, mogelijkheden verkennen voor samenwerking en mogelijke uitwisseling van vrijwilligersinzet.

Werving van vrijwilligers

In de gesprekken met de stedelijke instelling is het werven van een diversiteit aan vrijwilligers aan de orde geweest. Het is een punt van aandacht. De toename van negentien vrijwilligers is goed, maar meer diversiteit is gewenst.

Ontwikkeling BurgerPanelRotterdam

In het laatste kwartaal van 2010 hebben de leden twee avonden de training 'Succesvol presenteren' gevolgd. Er is aandacht geweest voor houding, stem en het overbrengen van de boodschap. Ook hebben de leden geoefend in het goed voorbereiden van een verhaal en in het maken van een logische opzet hiervoor.

De leden hebben ook veel praktisch geoefend en feedback gegeven en ontvangen. Deze twee avonden zijn zeer positief ontvangen door de leden en bij de meesten is de plankenkoorts aanzienlijk gedaald.



Nieuwe en oude leden

Het BurgerPanelRotterdam heeft in 2010 negentien nieuwe leden mogen begroeten en van veertien leden afscheid moeten nemen.

Prestatieafspraak

Het BurgerPanel heeft in 2010 twee gevraagde en twee ongevraagde producties geleverd.

De producties in 2010

PRODUCTIE 'ARCHITECTUUR'

Titel

Kunnen wij hierop bouwen?

Over de rol van de Rotterdamse burger bij het verbeteren van de architectuur.

Looptijd

Januari 2010 – augustus 2010

Presentatie

maandag 23 augustus 2010, aan wethouder Karakus.

Vraagstelling

In november 2009 verzocht de gemeente Rotterdam het BurgerPanelRotterdam te adviseren over de (concept)nota "Architectuur en Rotterdam; architectuur als drijvende kracht voor de ontwikkeling van de stad". Deze nota, vastgesteld door Burgemeester en Wethouders op 26 januari 2010, is een uitwerking van een onderdeel van de eind 2007 door de gemeenteraad vastgestelde "Stadsvisie, ruimtelijke ontwikkelingsstrategie 2030", in het bijzonder van kernbeslissing 10. Deze luidt: Rotterdam zet cultureel erfgoed en architectuur in als ontwikkelingskracht.

Volgens het gemeentelijke verzoek is het de bedoeling de betekenis van architectuur voor de ontwikkeling en beleving van de stad te verbeteren. Een streven waarbij de inwoner en de gebruiker van Rotterdam centraal staan. Het is met name dit laatste aspect waarover het advies van het panel gevraagd werd. Het begrip 'communicatief ontwerpen', dat de nota hanteert, wordt door de verantwoordelijken als een sleutelbegrip opgevat. Waarom dit begrip - dat voor het panel volstrekt nieuw was - nu naar voren komt, maakt een toelichting van de zijde van de gemeente wel wenselijk.

Omdat het hierbij gaat om een door de gemeente aan het panel gevraagd advies, lag er al aan het begin van het onderzoek een vraagstelling:

- onderschrijft het panel de strekking van de architectuurnota?
- hoe kunnen burgers een goede rol spelen bij het verbeteren van de architectuur?

In de loop van de discussies binnen de productiegroep is deze echter uitgebreid met de voorafgaande vraag: *In hoeverre is de Rotterdamse burger geïnteresseerd in architectuur en wil hij daarop invloed hebben?*



De vrij onscherpe term *invloed* is in dit verband welbewust gekozen omdat het, gezien de bestaande regelgeving op het punt van bouwen, onjuist zou zijn de indruk te wekken dat de opvatting van de burgers in alle gevallen een doorslaggevende rol zou kunnen vervullen. Anderzijds is de term invloed door het panel gekozen om uit te dagen nieuwe kaders mogelijk te maken.

Aanpak

Zoals meestal bij onderzoeken door het panel is het middel van de enquête gebruikt om te proberen inzicht te krijgen in de opvattingen van de Rotterdamse burger.

De enquête kende drie hoofdelementen, verdeeld over twintig vragen:

1. hoe geïnteresseerd is de burger in architectuur?
2. welk belang hecht de burger aan de Rotterdamse skyline en aan meer straatleven?
3. wil de burger invloed kunnen uitoefenen op ontwerpen van gebouwen en, zo ja, op welke wijze?

Bijzonderheden

De enquête is op diverse manieren afgenomen en ditmaal ook via een digitale versie, welke op de website van het panel stond. Veel mensen hebben aangegeven graag op de hoogte gesteld te willen worden van de resultaten van het onderzoek. Naar aanleiding van de productie Architectuur heeft het panel diverse nieuwe leden mogen verwelkomen!

Op 23 augustus 2010 zijn alle bevindingen van de productiegroep Architectuur gepresenteerd en is de rapportage officieel overhandigd aan wethouder Hamit Karakus. De presentatie vond plaats in het City Informatiecentrum, Rotterdam info.



Voornaamste adviezen

Het panel kan positief adviseren over de strekking van de architectuurnota. Maar daarbij is het panel van mening dat wegens het abstractieniveau bij architectuurspraak, de kans van slagen hier de gemiddelde burger bij te betrekken, gering is.

Het aanbod van bij de Gemeente ingediende plannen is zo groot dat voor het realiseren van burgerbetrokkenheid een schifting noodzakelijk is.

Uit de reactie van B&W

Wij zijn verheugd te vernemen dat het oordeel van het BurgerPanelRotterdam en de enquête, gehouden onder burgers, het gestelde in de nota onderschrijven. Wij zijn ons bewust dat de kennis van de gemiddelde burger niet altijd toereikend is om deel te nemen aan een debat over architectuur in het algemeen. Bij het communicatief ontwerpen gaat het daarom ook altijd om concrete projecten.

Om er achter te komen bij welke projecten het zinvol is communicatief ontwerpen in te zetten, zullen eerst een paar pilotprojecten draaien om het een en ander nader te beschouwen.

PRODUCTIE 'WMO'

Titel

Lappendeken met rafelrandjes.....

Steekproefonderzoek Wmo en de uitwerking door de Gemeente Rotterdam

Looptijd

Januari 2010 – september 2010

Presentatie

Donderdag 2 september, aan wethouder K. Louwes.



Vraagstelling

Eind 2009 concludeerden de leden van het BurgerPanelRotterdam dat het lijkt of de Wet maatschappelijke ondersteuning (Wmo) voor enige maatschappelijke onrust zorgt. Dit onderwerp lijkt zich goed te lenen voor een ongevraagd advies.

De productiegroep Wmo oriënteerde zich op alle aspecten van de nieuwe wet. Sommige onderdelen zijn al vaker het onderwerp van studie en discussie. Andere onderdelen blijven onderbelicht.

De productiegroep besluit zich op vier onderdelen te richten:

1. de vraagwijzers
2. de voorzieningen
3. de laaggeletterdheid
4. de huisvesting van ex-gedetineerden.

Op elk van de prestatievelden heeft de Gemeente zichzelf een norm gesteld. De productiegroep Wmo heeft uitgezocht of de gemeente de gestelde normen heeft behaald en wat het effect van deze normen op de burger is.

De vraagstelling luidde: "Hoe zit het met de uitvoering van de Wmo door de Gemeente Rotterdam?"

Aanpak

De werkelijkheid is altijd weerbarstiger dan de papieren normen. De werkgroep ging op zoek naar de normen, informanten, cliënten, belangengroeperingen en andere deskundigen. Vele interviews werden afgenomen, informatie werd opgevraagd en gewikt en gewogen. Hierbij werd het Meerjarenplan Wmo als leidraad gekozen.

Uiteindelijk werden alle bevindingen voorzien van conclusies en aanbevelingen. De merkwaardige verhalen die we onderweg tegenkwamen werden als illustraties door de tekst van het rapport heen opgenomen.

Bijzonderheden

Het onderzoek is opgesplitst in vier onderdelen (zoals hierboven aangegeven). Deze dienen als steekproef voor de Wmo. Hier is voor gekozen omdat een onderzoek op de totale Wmo te omvangrijk zou zijn voor het panel.

Op 2 september 2010 werden alle bevindingen van de productiegroep Wmo gepresenteerd en werd de rapportage officieel overhandigd aan wethouder Korrie Louwes. De presentatie vond plaats in het revalidatiecentrum Rijndam, gevolgd door een Indisch buffet.



In haar eerste reactie zei de wethouder dat er meer onderzoek gedaan dient te worden naar de dakloosheid na detentie. Dit is nog te onduidelijk. Betreffende de individuele voorzieningen gaf zij aan dat mensen wel een klacht moeten indienen wanneer er iets niet goed gaat, anders kan er ook niets aan worden gedaan.

Voornaamste adviezen

Laat de aandacht voor laaggeletterden niet verslappen. Omdat het hier laaggeletterden met een baan betreft, dient de training eerst en vooral over schrijftaal in werkverband te gaan. Geef meer bekendheid aan de VraagWijzer en voer één consequent beleid. Ga op zoek naar praktische verbetering voor de afdeling Individuele Voorzieningen, zoals een contract voor periodiek onderhoud. Geef meer inzicht hoe de gemeentelijke wereld achter een onderwerp is gestructureerd. Nu duurt het te lang voordat het panel daar achter komt.

Uit de reactie van B&W

De Gemeente zal zo veel mogelijk aansluiting zoeken bij de training van laaggeletterdheid binnen bedrijven en de verantwoordelijkheid van de werkgevers hierin onder de aandacht brengen.

Bij het bevorderen van de naamsbekendheid van Vraagwijzer zal ook speciale aandacht zijn voor het bevorderen van de bekendheid bij professionals en verwijzers. Individuele voorzieningen zien erop toe dat onderhoud en reparatie van voorzieningen tijdig plaatsvinden.

PRODUCTIE 'LOKET'

Titel

Geeft Rotterdam antwoord?

Looptijd

Juli 2010 – december 2010

Presentatie

De presentatie van het rapport was op 24 januari 2011.

Vraagstelling

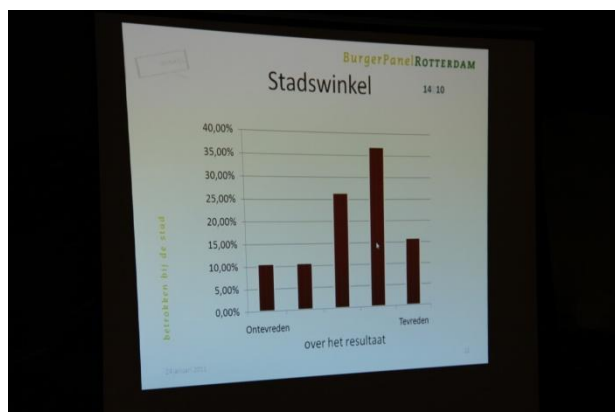
De productie Het Loket is een gevraagd advies.

Omdat het hierbij ging om een door de gemeente aan het panel gevraagd advies, lag er al aan het begin van het onderzoek een vraagstelling:

- Wat vindt de burger van het ingevoerde systeem voor publieksreacties zoals deze nu het afgelopen jaar in Rotterdam in werking is?
- Wat zou de burger anders willen zien?
Onderverdeeld in input (melding door de burger) en output (afhandeling door Het Loket).

Subvragen

- Is Het Loket te vinden?
 - * Stadswinkel
 - * Telefoon: 14 010
 - * Digitaal: www.rotterdam.nl
- Weet men dat men met een zelfde publieksreactie bij de verschillende ingangen terecht kan?
- Hoe benaderbaar en gebruiksvriendelijk is Het Loket? Het betreft hier dus alleen de telefonische en digitale ingang.
- Weet de burger wat de mogelijkheden zijn?



Te onderzoeken was dus:

- Vindbaarheid
- Duidelijkheid
- Begrijpbaarheid
- Gebruiksvriendelijkheid

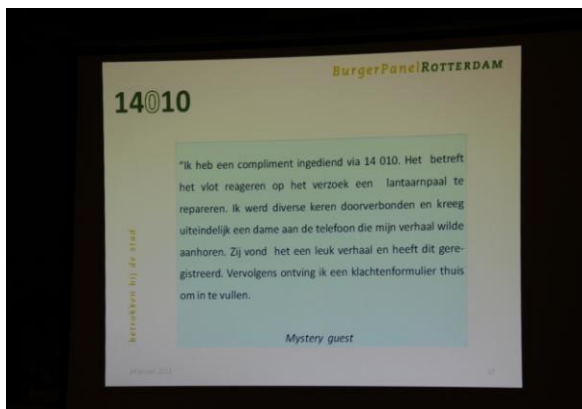
Aanpak

De eerste bijeenkomst betrof een brainstormsessie; alles mocht geroepen worden. De punten werden bekeken en op belangrijkheid gekozen. Hieruit zijn de volgende onderzoekspunten gekomen:

- Vragenlijst opstellen en deze eerst bij familie en vrienden uittesten.
 - * De vragenlijst is voor bewoners en ondernemers identiek. Op het formulier wordt aangegeven of het een ondernemer betreft.
 - * De vragen worden specifiek gericht op de drie verschillende ingangen van Het Loket (telefonisch, digitaal of stadswinkel).
- Mondeling enquêteren.
- Oproep in kranten (Wegener huis-aan-huis) plaatsen voor het digitaal invullen van de enquête.

Er werden groepjes gevormd voor het opstellen van de vragenlijst. De vragenlijst zal bestaan uit een algemeen beeld (komt uit Rotterdam, leeftijd, enz.) en een aantal vragen specifiek gericht op één ingang.

- Vooruitlopend op de start van de enquête gaan de leden als mystery guest aan de slag;
- In november gaan de leden van het productieteam de straat op om de enquête mondeling af te nemen.
- Bijna gelijktijdig zal de enquête online beschikbaar zijn.
- In december worden de ervaringen en resultaten van de enquête besproken met de leden van deze productie.
- In december wordt het rapport geschreven.
- De presentatie aan de betrokken wethouder vindt plaats in januari 2011.



Voornaamste adviezen

Houd het persoonlijk en menselijk. Kritisch naar de gebruiksvriendelijkheid van de website kijken. 14010 dient meer bekendheid te krijgen. Doe dat door een andere, prikkelende toonzetting voor de campagne neer te zetten.

Uit de reactie van B&W

Vanaf 15 november 2010 is spraakherkenning bij 14010 ingevoerd. Om ervoor te zorgen dat de inwoners van Rotterdam naar hun eigen Gemeente worden doorverbonden, wordt voortaan gevraagd de naam van de Gemeente in te spreken. De Gemeente werkt momenteel aan een verbeterde versie van de website. Er is een goed alternatief voor bellen, namelijk Internet. Internet is het kanaal dat wordt gepromoot. In de slijpstream wordt het telefoonnummer meegenomen.

PRODUCTIE 'BURGERINITIATIEF'

Titel

Waar blijft dat Burgerinitiatief?

Looptijd

Juli 2010 – december 2010

Presentatie

De presentatie van het rapport was op 18 maart 2011 aan Burgemeester Aboutaleb.

Vraagstelling

Het is een ongevraagd advies.

De productiegroep Burgerinitiatief heeft als hoofdvraagstelling geformuleerd:

Hoe functioneert het participatie-instrument Burgerinitiatief, bij zowel de centrale gemeente als de deelgemeenten?

Om tot een beantwoording hiervan te kunnen komen, is naar het antwoord op onderstaande subvragen gezocht:

- Met welke bedoeling is het instrument Burgerinitiatief in het leven geroepen?
- Hoe luiden de Rotterdamse regelingen?
- Hoeveel Burgerinitiatieven zijn er tot oktober 2010 ingediend, bij gemeenteraad en deelgemeenteraden?
- Hoeveel zijn daarvan in behandeling genomen?
- Hoeveel behandelde Burgerinitiatieven zijn door de raden overgenomen?
- Welke onderwerpen betrof het?
- Hoe verhoudt het Burgerinitiatief zich tot andere participatie-instrumenten?
- Hoe is de bekendheid van het instrument Burgerinitiatief bij de burgers?

Tijdens het onderzoek door de productiegroep ontstonden nog de volgende aanvullende vragen:

- Waarom is het instrument Burgerinitiatief zo onbekend en hoe kan daar verbetering in worden gebracht?
- Zijn er procedurebelemmeringen die de indiening van Burgerinitiatieven door de burger ontmoedigen?
- Wat kan veranderd worden zodat een groter aantal van de ingediende Burgerinitiatieven wordt behandeld en eventueel overgenomen door de Raden?

Aanpak

De werkwijze was als te doen gebruikelijk: allereerst ging de productiegroep van het Burger-PanelRotterdam bestaand algemeen informatiemateriaal verzamelen over het onderwerp. Maar om het kader van een Burgerinitiatief duidelijker af te bakenen hield de productiegroep Burgerinitiatief vooraf een brainstormbijeenkomst rond de vraag 'Wat zou een Burgerinitiatief moeten zijn?', uitgaande van de huidige omschrijving 'verzoek om een bepaald onderwerp op de Raadsagenda te krijgen'.

Hierna werden de taken verdeeld tussen de leden van de productiegroep om bij de 13 Rotterdamse deelgemeenten (zonder Rozenburg) te zoeken naar:

- dossiers van de Burgerinitiatieven
- overzicht hoe de behandeling was, waarom wel/niet uitgevoerd
- wanneer het Burgerinitiatief is toegezegd en wat het werkelijke (uitgevoerde) resultaat is
- hoe de Verordeningen eruit zien en of er verschillen zijn.

De griffier van de (deel)gemeente is de aangewezen contactpersoon en samen met de (deel)gemeentesecretaris in eerste instantie verantwoordelijk voor het in gang zetten van het proces. Het onderzoek naar de stand van zaken bij de verschillende deelgemeenten naar aanleiding van bovenstaande vragen leverde heel uiteenlopende ervaringen op.

De leden van het BurgerPanelRotterdam zijn vanzelfsprekend vooral geïnteresseerd in de meningen en reacties van hun stadgenoten. Daarom is een digitale enquête opgesteld die naar de eigen leden is gemaïld met de vraag om deze onder hun achterban te verspreiden. Met een advertentie in alle huis-aan-huisbladen op 5 en 12 december 2010 werd een oproep aan alle Rotterdammers gedaan naar www.burgerpanelrotterdam.nl te gaan en de vragenlijst in te vullen.



Bijzonderheden

Zoals bij ieder nieuw onderwerp maakte een productiegroep van het BurgerPanelRotterdam eerst 'omtrekkende bewegingen': informatie inwinnen, verkennen, anderen bevragen, afbakenen.

Bij de productie Burgerinitiatief rees al snel de vraag: is het wel een kwestie om aan de Burgemeester & Wethouders te presenteren? Het BurgerPanelRotterdam is ingesteld door het College en rapporteert de bevindingen daaraan, in het bijzonder aan het collegelid dat het desbetreffende onderwerp in zijn/haar bestuurlijke portefeuille heeft.

Het college dient officieel binnen een termijn van zes weken schriftelijk en inhoudelijk te reageren.

Een Burgerinitiatief daarentegen wordt ingediend bij de Raad, die bij een positieve beslissing het College opdracht tot uitvoering geeft (dualisme, zie hiervoor). Gezien dit laatste was het verband met het gemeentebestuur helder en stond niets het onder handen nemen van dit onderwerp in de weg. Bovendien is de Burgemeester ook de voorzitter van de Gemeenteraad.

Voornaamste adviezen

Het BurgerPanelRotterdam pleit voor vernieuwing en eenvormigheid van de verordening Burgerinitiatief ter wille van de eenduidigheid en een grotere politieke relevantie voor de burger. Alle beperkende criteria dienen te worden geschrapt.

Uit de reactie van B&W

De aanbevelingen zullen besproken worden binnen de Commissie BVM.

Bijlage BurgerPanelRotterdam

PR-activiteiten, netwerkontwikkeling en werven van vrijwilligers

Wat te doen om

1. **Het aantal leden te verbreden, verjongen en verkleuren**
2. **Meer bekendheid te krijgen in de stad.**

Kerngroep en brede kring

Het aantal leden is al bijna op het maximum. Om juist ook specifiek meer inbreng te hebben van mensen met een niet-Nederlandse achtergrond, zou je mensen persoonlijk via je netwerk kunnen vragen deel te nemen. Het is ook een eer eens niet specifiek op migrantenzaken te worden benaderd, maar vanuit het belang van de stad.

Wanneer er een groep van meerdere nieuwe personen is, kan misschien eerst met een aparte groep gestart worden die op eigen wijze een onderwerp oppakt; zelf ontdekken hoe dat zou kunnen met professionele begeleiding.

Dat kan eveneens met een aparte jongerengroep. Ook is het mogelijk om in de vorm van maatschappelijke stages (de Heuvel organiseert) jongeren onderwerpen te laten onderzoeken of door andere afspraken met de Hogeschool. Your World werkt zo veelvuldig.

Een andere mogelijkheid is om de huidige groep te zien als de kerngroep, maar te werken met een tweede kring van vaste leden er omheen; dat kunnen organisaties zijn (zie voorbeeld Your World) waar een vaste afspraak mee loopt dat zij bij een vraag van het BurgerPanel hun achterban benaderen door middel van een enquête. Uiteraard na een introductie. Het aantal mensen dat vervolgens het BurgerPanel kent wordt in één klap verveelvoudigd. Samenwerken schept een bredere basis. Het BurgerPanelRotterdam is wel de leider van het samenwerkingsverband en zorgt dat een initiatief brandend blijft.

Er is een aantal vooruitstrevende zelforganisaties zoals Ettaouhid en Stichting Cosmicus naast bestaande oudere organisaties zoals PBR, SPIOR en Chinese-, Turkse- en Kaapverdische organisaties.

Het BurgerPanel zou de leden de mogelijkheid kunnen geven om ook andere dingen te doen; bijvoorbeeld lesgeven bij Lokaal of meewerken aan discussieprogramma's van Lokaal; ook de mogelijkheid onderzoeken van een Buddyproject of iets doen met 'ambassadeurs of senioren.

Netwerkbijeenkomsten twee keer per jaar waarbij ontmoeten het belangrijkste onderdeel is.

Geografisch kijken naar waar de meeste mensen vandaan komen en specifiek kijken welk netwerk in ontgonnen delen aangeboord kan worden, zoals bijvoorbeeld Chinezen op Katendrecht, Hefgroep Jongerenwerk en diverse andere jongerenorganisaties.

De onderwerpen nog eens toetsen op algemene bruikbaarheid of interesse

De onderwerpen van de organisaties verschillen: hoe algemeen zijn de onderwerpen van het BurgerPanel? De onderwerpen van zelforganisaties en van jongerenpanels zijn ook gericht op 'samenleven'. Kosmopolis is eveneens gericht op samenleven, maar vanuit kunst en culturele invalshoek. Het samen dingen doen levert ook informatie op die als advies kan dienen.

Onderwerpen hoeven niet altijd voor iedereen interessant te zijn, maar er kan gekeken worden welke onderwerpen nu specifiek ook jongeren aanspreken.

Ook interessant is om te onderzoeken of onderwerpen die de anderen oppakken, door het Burgerpanel anders belicht zouden worden.

Een andere mogelijkheid is om een brainstorm te houden met enkele organisaties zoals Radar, Dag van de Dialoog of what ever welke organisatie, om zo te komen tot nieuwe onderwerpen of specifiekere invalshoeken..

Er kan ook gekeken worden naar nationaal of internationaal bekende data: bijvoorbeeld 8 maart (internationale vrouwendag) en daar een thema uit kiezen.

Participatie niet alleen brengen, ook halen

Het BurgerPanel zou ook voor meerdere werkvormen kunnen kiezen waarbij alle vormen van participatie mogelijk zijn. Dus bijvoorbeeld een advies kunnen laten volgen na cijfer-/ literatuurstudie, denk aan rondetafelgesprekken of uitdagingen formuleren, ideeënwedstrijd uitschrijven of workshops organiseren. De uitkomsten van alle info kan dus ook het advies zijn, mogelijk met ook reeds uitgewerkte oplossingen. Het 5-jarig bestaan zou op die manier meer bekendheid kunnen krijgen.

Lokaal stelde voor een inspirator uit te nodigen. Dat kan regelmatig voorkomen. Op die manier kunnen mensen ook wat 'halen' bij het BurgerPanel. Fysieke ontmoetingen voor de kring van meedenkers organiseren, zodat het BurgerPanel een soort 'beweging' wordt. Mensen willen een gevoel van verbondenheid ervaren, dat vraagt dus om wederkerigheid. Draag ook uit dat anderen meedenken. Zorg wel dat je blijvend nieuwe frisse input krijgt van nieuwe mensen. Zorg dat de betrokkenheid meetbaar wordt.

Publiciteit en website

De website testen op aantrekkelijkheid. Iets doen met filmpjes, interviews met mensen op film, animatiefilmpjes, meer activiteiten aankondigen; links niet alleen door de link aan te geven maar d.m.v. een korte intro van degene die gelinkt wordt.

Zo maken dat de website iets wordt waar mensen niet omheen kunnen en niet omheen willen; iedere maand heel aantrekkelijke informatie, mensen nieuwsgierig maken, wat zouden ze deze maand bijvoorbeeld te melden hebben.

Er zijn websites waarop je op verschillende manieren kunt meepraten, meedenken, etc. Met Facebook, Twitter, Linked in, You tube etc. Je kunt ook gekke filmpjes op You tube plaatsen zoals guerillareclame (zie Maaskantjes; het zijn gespeelde filmpjes maar ze lijken net echt uit het leven gegrepen). De Kunstacademie of het Grafisch lyceum willen vast wel leeropdrachten uitvoeren.

De rapporten zouden na afloop, maar voor de publicatie, eens doorgelopen kunnen worden door een professionele schrijver/-ster om te bekijken of de essentie beter tot zijn recht kan komen; wie leest die grote rapporten? De rapporten door de tweede kring laten lezen en van commentaar laten voorzien. Zorgen dat de informatie ook op andere websites te lezen is, bijvoorbeeld op sites van andere belangenbehartigers.

Belangrijk is en blijft dat het BurgerPanelRotterdam **passie** uitstraalt.