



Brassersplein 2  
Postbus 5050  
2600 GB Delft

[www.tno.nl](http://www.tno.nl)

T +31 15 285 70 00  
F +31 15 285 70 57  
[info-ict@tno.nl](mailto:info-ict@tno.nl)

eParticipatie Awards 2009  
Informatie shortlist  
35135



|                 |                           |
|-----------------|---------------------------|
| Datum           | 26 oktober 2009           |
| Auteur          | Mijke Slot                |
| Exemplaarnummer |                           |
| Oplage          |                           |
| Aantal pagina's | 99                        |
| Status          |                           |
| Opdrachtgever   | ICTU Programma Burgerlink |
| Projectnaam     | eParticipatie Awards 2009 |
| Projectnummer   | 035.33296/01              |

Alle rechten voorbehouden.

Niets uit deze uitgave mag worden vermenigvuldigd en/of openbaar gemaakt door middel van druk, foto-kopie, microfilm of op welke andere wijze dan ook, zonder voorafgaande toestemming van TNO.

Indien dit rapport in opdracht werd uitgebracht, wordt voor de rechten en verplichtingen van opdrachtgever en opdrachtnemer verwezen naar de Algemene Voorwaarden voor onderzoeksopdrachten aan TNO, dan wel de betreffende terzake tussen de partijen gesloten overeenkomst.

Het ter inzage geven van het TNO-rapport aan direct belang-hebbenden is toegestaan.

© 2009 TNO

## Inhoudsopgave

|          |                                                           |           |
|----------|-----------------------------------------------------------|-----------|
| <b>1</b> | <b>Inleiding.....</b>                                     | <b>7</b>  |
| <b>2</b> | <b>eParticipatie initiatieven vanuit de overheid.....</b> | <b>10</b> |
| <b>3</b> | <b>Breda Morgen .....</b>                                 | <b>11</b> |
| 3.1      | Algemeen.....                                             | 11        |
| 3.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....               | 12        |
| 3.3      | Innovatie .....                                           | 12        |
| 3.4      | Gebruik .....                                             | 12        |
| 3.5      | Impact .....                                              | 13        |
| <b>4</b> | <b>De Amstel Verandert .....</b>                          | <b>14</b> |
| 4.1      | Algemeen.....                                             | 14        |
| 4.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....               | 14        |
| 4.3      | Innovatie .....                                           | 15        |
| 4.4      | Gebruik .....                                             | 15        |
| 4.5      | Impact .....                                              | 16        |
| <b>5</b> | <b>Drachten Wil je Meemaken .....</b>                     | <b>17</b> |
| 5.1      | Algemeen.....                                             | 17        |
| 5.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....               | 17        |
| 5.3      | Innovatie .....                                           | 18        |
| 5.4      | Gebruik .....                                             | 18        |
| 5.5      | Impact .....                                              | 19        |
| <b>6</b> | <b>Emissieregistratie.....</b>                            | <b>20</b> |
| 6.1      | Algemeen.....                                             | 20        |
| 6.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....               | 20        |
| 6.3      | Innovatie .....                                           | 21        |
| 6.4      | Gebruik .....                                             | 21        |
| 6.5      | Impact .....                                              | 22        |
| <b>7</b> | <b>Internetconsultatie.nl.....</b>                        | <b>23</b> |
| 7.1      | Algemeen.....                                             | 23        |
| 7.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....               | 24        |
| 7.3      | Innovatie .....                                           | 24        |
| 7.4      | Gebruik .....                                             | 24        |
| 7.5      | Impact .....                                              | 25        |
| <b>8</b> | <b>Last van de Overheid.....</b>                          | <b>26</b> |
| 8.1      | Algemeen.....                                             | 26        |
| 8.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....               | 27        |
| 8.3      | Innovatie .....                                           | 27        |
| 8.4      | Gebruik .....                                             | 27        |
| 8.5      | Impact .....                                              | 28        |
| <b>9</b> | <b>Politieonderzoeken.nl .....</b>                        | <b>29</b> |
| 9.1      | Algemeen.....                                             | 29        |
| 9.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....               | 29        |

|           |                                                                    |           |
|-----------|--------------------------------------------------------------------|-----------|
| 9.3       | Innovatie .....                                                    | 30        |
| 9.4       | Gebruik .....                                                      | 30        |
| 9.5       | Impact .....                                                       | 30        |
| <b>10</b> | <b>Reuring .....</b>                                               | <b>31</b> |
| 10.1      | Algemeen .....                                                     | 31        |
| 10.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                        | 31        |
| 10.3      | Innovatie .....                                                    | 32        |
| 10.4      | Gebruik .....                                                      | 32        |
| 10.5      | Impact .....                                                       | 32        |
| <b>11</b> | <b>Stemwijzer .....</b>                                            | <b>33</b> |
| 11.1      | Algemeen .....                                                     | 33        |
| 11.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                        | 34        |
| 11.3      | Innovatie .....                                                    | 34        |
| 11.4      | Gebruik .....                                                      | 34        |
| 11.5      | Impact .....                                                       | 35        |
| <b>12</b> | <b>Twitter Maxime Verhagen .....</b>                               | <b>36</b> |
| 12.1      | Algemeen .....                                                     | 36        |
| 12.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                        | 37        |
| 12.3      | Innovatie .....                                                    | 37        |
| 12.4      | Gebruik .....                                                      | 37        |
| 12.5      | Impact .....                                                       | 38        |
| <b>13</b> | <b>Virtueel Apeldoorn (als onderdeel van Virtuele Steden).....</b> | <b>40</b> |
| 13.1      | Algemeen .....                                                     | 40        |
| 13.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                        | 40        |
| 13.3      | Innovatie .....                                                    | 41        |
| 13.4      | Gebruik .....                                                      | 41        |
| 13.5      | Impact .....                                                       | 42        |
| <b>14</b> | <b>Wat Stemt Mijn Raad.....</b>                                    | <b>44</b> |
| 14.1      | Algemeen .....                                                     | 44        |
| 14.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                        | 45        |
| 14.3      | Innovatie .....                                                    | 45        |
| 14.4      | Gebruik .....                                                      | 45        |
| 14.5      | Impact .....                                                       | 46        |
| <b>15</b> | <b>Weblog Harmen Binnema.....</b>                                  | <b>47</b> |
| 15.1      | Algemeen .....                                                     | 47        |
| 15.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                        | 48        |
| 15.3      | Innovatie .....                                                    | 48        |
| 15.4      | Gebruik .....                                                      | 48        |
| 15.5      | Impact .....                                                       | 48        |
| <b>16</b> | <b>Wij Bouwen een Wijk.....</b>                                    | <b>49</b> |
| 16.1      | Algemeen .....                                                     | 49        |
| 16.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                        | 49        |
| 16.3      | Innovatie .....                                                    | 50        |
| 16.4      | Gebruik .....                                                      | 50        |

|           |                                                                        |           |
|-----------|------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 16.5      | Impact .....                                                           | 51        |
| <b>17</b> | <b>Zo'n Burgemeester wil Almelo .....</b>                              | <b>52</b> |
| 17.1      | Algemeen .....                                                         | 52        |
| 17.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                            | 53        |
| 17.3      | Innovatie .....                                                        | 53        |
| 17.4      | Gebruik .....                                                          | 53        |
| 17.5      | Impact .....                                                           | 54        |
| <b>18</b> | <b>eParticipatie initiatieven vanuit de burgers/ samenleving .....</b> | <b>55</b> |
| <b>19</b> | <b>150 Volksvertegenwoordigers .....</b>                               | <b>56</b> |
| 19.1      | Algemeen .....                                                         | 56        |
| 19.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                            | 57        |
| 19.3      | Innovatie .....                                                        | 57        |
| 19.4      | Gebruik .....                                                          | 57        |
| 19.5      | Impact .....                                                           | 57        |
| <b>20</b> | <b>De Nationale Dialoog .....</b>                                      | <b>59</b> |
| 20.1      | Algemeen .....                                                         | 59        |
| 20.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                            | 60        |
| 20.3      | Innovatie .....                                                        | 60        |
| 20.4      | Gebruik .....                                                          | 60        |
| 20.5      | Impact .....                                                           | 61        |
| <b>21</b> | <b>Droombeek .....</b>                                                 | <b>62</b> |
| 21.1      | Algemeen .....                                                         | 62        |
| 21.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                            | 62        |
| 21.3      | Innovatie .....                                                        | 63        |
| 21.4      | Gebruik .....                                                          | 63        |
| 21.5      | Impact .....                                                           | 64        |
| <b>22</b> | <b>Eerlijke Bankwijzer .....</b>                                       | <b>65</b> |
| 22.1      | Algemeen .....                                                         | 65        |
| 22.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                            | 66        |
| 22.3      | Innovatie .....                                                        | 66        |
| 22.4      | Gebruik .....                                                          | 66        |
| 22.5      | Impact .....                                                           | 66        |
| <b>23</b> | <b>Fiets in de Knel.....</b>                                           | <b>68</b> |
| 23.1      | Algemeen .....                                                         | 68        |
| 23.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                            | 68        |
| 23.3      | Innovatie .....                                                        | 69        |
| 23.4      | Gebruik .....                                                          | 69        |
| 23.5      | Impact .....                                                           | 69        |
| <b>24</b> | <b>Flitsservice.nl.....</b>                                            | <b>70</b> |
| 24.1      | Algemeen .....                                                         | 70        |
| 24.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                            | 70        |
| 24.3      | Innovatie .....                                                        | 71        |
| 24.4      | Gebruik .....                                                          | 71        |

|           |                                                               |           |
|-----------|---------------------------------------------------------------|-----------|
| 24.5      | Impact .....                                                  | 71        |
| <b>25</b> | <b>Geheugen van Oost .....</b>                                | <b>73</b> |
| 25.1      | Algemeen .....                                                | 73        |
| 25.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                   | 74        |
| 25.3      | Innovatie .....                                               | 74        |
| 25.4      | Gebruik .....                                                 | 74        |
| 25.5      | Impact .....                                                  | 75        |
| <b>26</b> | <b>Greenpeace Hyve en You-Turn The Earth initiatief .....</b> | <b>76</b> |
| 26.1      | Algemeen .....                                                | 76        |
| 26.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                   | 76        |
| 26.3      | Innovatie .....                                               | 77        |
| 26.4      | Gebruik .....                                                 | 77        |
| 26.5      | Impact .....                                                  | 78        |
| <b>27</b> | <b>HNS Developers omgeving .....</b>                          | <b>79</b> |
| 27.1      | Algemeen .....                                                | 79        |
| 27.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                   | 80        |
| 27.3      | Innovatie .....                                               | 80        |
| 27.4      | Gebruik .....                                                 | 80        |
| 27.5      | Impact .....                                                  | 81        |
| <b>28</b> | <b>Kamertweets.....</b>                                       | <b>82</b> |
| 28.1      | Algemeen .....                                                | 82        |
| 28.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                   | 82        |
| 28.3      | Innovatie .....                                               | 83        |
| 28.4      | Gebruik .....                                                 | 83        |
| 28.5      | Impact .....                                                  | 83        |
| <b>29</b> | <b>Kieskompas .....</b>                                       | <b>85</b> |
| 29.1      | Algemeen .....                                                | 85        |
| 29.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                   | 85        |
| 29.3      | Innovatie .....                                               | 86        |
| 29.4      | Gebruik .....                                                 | 86        |
| 29.5      | Impact .....                                                  | 87        |
| <b>30</b> | <b>Meet My Street.....</b>                                    | <b>88</b> |
| 30.1      | Algemeen .....                                                | 88        |
| 30.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                   | 88        |
| 30.3      | Innovatie .....                                               | 89        |
| 30.4      | Gebruik .....                                                 | 89        |
| 30.5      | Impact .....                                                  | 90        |
| <b>31</b> | <b>OCO Sterren 2.0 .....</b>                                  | <b>91</b> |
| 31.1      | Algemeen .....                                                | 91        |
| 31.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid .....                   | 91        |
| 31.3      | Innovatie .....                                               | 92        |
| 31.4      | Gebruik .....                                                 | 92        |
| 31.5      | Impact .....                                                  | 93        |

|           |                                             |           |
|-----------|---------------------------------------------|-----------|
| <b>32</b> | <b>Petities.nl.....</b>                     | <b>94</b> |
| 32.1      | Algemeen .....                              | 94        |
| 32.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid ..... | 94        |
| 32.3      | Innovatie .....                             | 95        |
| 32.4      | Gebruik .....                               | 95        |
| 32.5      | Impact .....                                | 95        |
| <br>      |                                             |           |
| <b>33</b> | <b>Verbeter de Buurt.....</b>               | <b>97</b> |
| 33.1      | Algemeen .....                              | 97        |
| 33.2      | Interactie, openheid en betrokkenheid ..... | 97        |
| 33.3      | Innovatie .....                             | 98        |
| 33.4      | Gebruik .....                               | 98        |
| 33.5      | Impact .....                                | 99        |

# 1 Samenvatting

In 2009 heeft TNO voor ICTU Programma Burgerlink de voorselectie verzorgd voor de eParticipatie Awards. Meer dan 300 eParticipatie initiatieven zijn ingevoerd in de eParticipatie Monitor ([www.eparticipatiemonitor.tno.nl](http://www.eparticipatiemonitor.tno.nl)) en geanalyseerd op een aantal eParticipatie variabelen. Op basis van deze analyse is een voorselectie gemaakt van 15 overheidsinitiatieven en 15 burger/ samenlevingsinitiatieven. Onder deze 30 geselecteerde initiatieven is vervolgens een aanvullend onderzoek uitgevoerd. Door middel van interviews is meer informatie verkregen over daadwerkelijk gebruik en impact van de diensten. Deze informatie is in dit rapport verzameld en aangeboden aan de jury van de eParticipatie Awards onder leiding van Tom Kok. Op basis van deze informatie heeft de jury de genomineerden voor de Awards gekozen.

## 2 Inleiding

### **eParticipatie in Nederland**

Digitale burgerpanels, weblogs van burgemeesters en wethouders, actiegroepen op Hyves en Twitter, digitale loketten, discussiefora, buurtwebsites, virtuele steden en nog veel meer. Iets meer dan 300 uiteenlopende initiatieven staan op de lijst van Burgerlink voor de eParticipatie Awards 2009. Deze initiatieven hebben als overeenkomst dat zij allemaal op een of andere manier, met gebruik van internet of mobiel, de betrokkenheid van burgers bij de samenleving en de politiek proberen te vergroten. Maar hoe selecteer je nu de parels uit dit aanbod van grootschalige en kleinschalige, lokale, regionale en landelijke initiatieven? Wat zijn de beste voorbeelden van initiatieven van burgers en welke zijn dat van de overheid?

Dit document bevat de shortlist voor de eParticipatie Awards 2009. Er zijn 30 initiatieven in opgenomen, 15 initiatieven geïnitieerd door de overheid en 15 initiatieven geïnitieerd door burgers/ de samenleving. In dit document is alle informatie over de 30 initiatieven verzameld. Deze initiatieven zijn door TNO geselecteerd uit meer dan 300 eParticipatie initiatieven uit heel Nederland, die zijn aangeleverd door ICTU Programma Burgerlink. Om de jury te ondersteunen in het keuzeprocess is gebruik gemaakt van een door TNO ontwikkelde analysetool. Gebaseerd op de al beproefde Web 2.0 Monitor, heeft TNO voor Burgerlink de zogenaamde eParticipatie Monitor ontwikkeld. Deze monitor biedt een raamwerk om op een gestructureerde en systematische manier karakteristieken van de initiatieven in kaart te brengen. Elk initiatief wordt bekeken en gescoord op verschillende variabelen. Deze scores komen terecht in een database, die vervolgens geanalyseerd wordt op enkele belangrijke eParticipatie kenmerken.

### **Belangrijke selectievariabelen**

Ten eerste is gekeken naar de mate waarin de initiatieven open zijn voor deelname van burgers, en of burgers ook de resultaten van hun deelname kunnen zien. Zo komt het bijvoorbeeld regelmatig voor dat een weblog van een burgemeester alleen de mogelijkheid biedt via e-mail te reageren. Hierdoor is de werkelijke interactie, transparantie en betrokkenheid beperkt. In een dergelijk geval scoort de blog niet hoog op dit aspect van eParticipatie. Een ander voorbeeld: soms maakt een gemeente wel gebruik van een digitaal panel dat de gemeente adviezen kan geven, maar kunnen burgers zich daar niet vrijwillig voor aanmelden. Ook de resultaten van een dergelijke burgerconsultatie worden niet altijd ter beschikking gesteld aan het grote publiek. Ook in dat geval is de score niet hoog. Maar er zijn genoeg initiatieven die wel hoog op deze variabelen scoren. Bijvoorbeeld actieve community websites die de burgers actief betrekken bij hun eigen buurt of stad. Of de inspraak die burgers krijgen in projecten die gaan over ruimtelijke ordening.

Een tweede belangrijke variabele is de mate van betrokkenheid van burgers. Welke bijdrage kunnen zij zelf leveren aan eParticipatie initiatieven? Hun rol kan variëren van meer traditionele rollen als informatie opzoeken en communiceren, tot nieuwere rollen zoals zelf dingen toevoegen (coproduceren), informatie beter vindbaar maken (faciliteren) of zelfbestuur. Sommige initiatieven stellen burgers in staat concept wetteksten te bekijken, of het stemgedrag van de gemeenteraad op te zoeken. Andere initiatieven laten burgers zelf foto's uploaden of voorstellen doen ter verbetering van de

buurt. Weer andere initiatieven laten burgers zelf dingen regelen of controleren, zoals prestaties van scholen, geluidsoverlast en kinderopvang.

Ook is gekeken naar de mate van innovativiteit van het initiatief. We maken dan een onderscheid tussen technische innovatie, product/dienstinnovatie, organisatorische innovatie en sociale innovatie. Maakt een initiatief bijvoorbeeld gebruik van Open Source Software, stelt het een API (Application Programming Interface) of RSS feed beschikbaar, kunnen deelnemers geotags aan informatie koppelen? Is het een nieuw initiatief of een al bestaande offline dienst die nu digitaal wordt aangeboden? Worden processen op een nieuwe manier georganiseerd, of wordt informatie op een nieuwe manier doorzoekbaar gemaakt? Is het initiatief een open platform waar andere initiatieven ook gebruik van kunnen maken? Kunnen gebruikers door het initiatief nieuwe mensen ontmoeten, zijn er publieke profielen van de gebruikers beschikbaar, of is er een koppeling tussen het initiatief en andere succesvolle sociale media? Op deze, en nog vele andere criteria zijn alle initiatieven op de lijst beoordeeld.

Uiteindelijk is op basis van deze uitkomsten een selectie gemaakt van 15 mooie eParticipatie initiatieven geïnitieerd vanuit de overheid en 15 initiatieven geïnitieerd vanuit burgers/ de samenleving. Hierbij zijn de scores van de initiatieven op de hierboven genoemde variabelen gewogen, en met elkaar vergeleken. De initiatieven zijn altijd op een combinatie van variabelen beoordeeld. Dat een dienst goed scoort op technische innovatie, hoeft namelijk nog niet te betekenen dat het een goed eParticipatie initiatief is. Ook sociale innovatie en de mate van betrokkenheid van de deelnemers aan het initiatief zijn van groot belang.

### **Aanvullend onderzoek**

Onder de 30 geselecteerde initiatieven is vervolgens een aanvullend onderzoek uitgevoerd. Door middel van interviews is meer informatie verkregen over daadwerkelijk gebruik en impact van de initiatieven. Hierbij zijn uiteenlopende vragen gesteld over bijvoorbeeld de doelstellingen van de dienst, op welke manieren er wordt deelgenomen aan het initiatief, hoeveel bezoekers/ leden een initiatief heeft, en concrete resultaten van de initiatieven. Bijna alle initiatieven (29 van de 30) hebben aan dit onderzoek meegewerkt.

Dit document is onderverdeeld in twee delen: het eerste deel geeft een overzicht van de initiatieven die zijn geïnitieerd door de overheid, en in het tweede deel staan de initiatieven die zijn geïnitieerd door burgers/ de samenleving. Elk deel begint met een overzicht van de initiatieven en de initiatiefnemers. Ook wordt er een tagcloud weergegeven van de belangrijkste trefwoorden die de totale groep initiatieven (vanuit de webmonitor) beschrijven.<sup>1</sup> Van elk initiatief worden vervolgens algemene kenmerken besproken, de mate van interactie, openheid en betrokkenheid van een initiatief en de manier waarop de dienst innovatief te noemen is. Deze onderdelen zijn ontleend uit de informatie die is verzameld voor de eParticipatie Monitor. Onder de kopjes gebruik en impact valt de informatie die is aangeleverd door de initiatieven zelf.

---

<sup>1</sup> Tagclouds zijn gegenereerd met [www.wordle.net](http://www.wordle.net)

### 3 eParticipatie initiatieven vanuit de overheid

| Overzicht overheidsinitiatieven |                              |                                                             |
|---------------------------------|------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| Nr                              | Naam                         | Initiatiefnemer                                             |
| 1                               | Breda Morgen                 | Gemeente Breda                                              |
| 2                               | De Amstel Verandert          | Projectbureau Wibaut aan den Amstel (gemeente Amsterdam)    |
| 3                               | Drachten Wil Je Meemaken     | Gemeente Smallingerland                                     |
| 4                               | Emissieregistratie.nl        | Ministerie van VROM en V&W, Planbureau voor de Leefomgeving |
| 5                               | Internetconsultatie.nl       | Ministerie van Justitie                                     |
| 6                               | Last van de Overheid         | Ministerie van BZK                                          |
| 7                               | Politieonderzoeken.nl        | KLPD                                                        |
| 8                               | Reuring                      | Provincie Drenthe                                           |
| 9                               | Stemwijzer                   | Instituut voor Politiek en Publiek                          |
| 10                              | Twitter Maxime Verhagen      | Minister Maxime Verhagen                                    |
| 11                              | Virtueel Apeldoorn           | Gemeente Apeldoorn                                          |
| 12                              | Wat Stemt Mijn Raad          | Ministerie van BZK, ICTU                                    |
| 13                              | Weblog Harmen Binnema        | Harmen Binnema                                              |
| 14                              | Wij Bouwen een Wijk          | Gemeente Smallingerland                                     |
| 15                              | Zo'n Burgemeester Wil Almelo | Gemeente Almelo                                             |

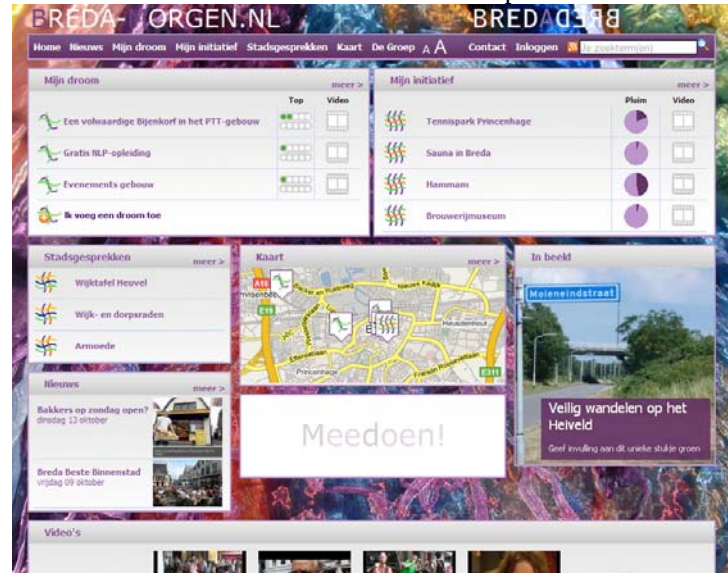


Figuur 1 Tag cloud van trefwoorden alle overheidsdiensten

## 4 Breda Morgen

Website: [www.breda-morgen.nl](http://www.breda-morgen.nl)

Initiatiefnemer: Gemeente Breda – De Groep



Figuur 2 Screenshot [www.breda-morgen.nl](http://www.breda-morgen.nl)

### 4.1 Algemeen

*Omschrijving:* Breda Morgen is een interactieve site van en voor inwoners van Breda. Het doel is mensen met elkaar te verbinden om samen de stad te besturen, initiatieven van inwoners bij elkaar te brengen en de kwaliteit van Breda te verbeteren. De website fungeert als een digitale ontmoetingsplaats waar geïnteresseerden hun dromen kunnen noteren voor Breda en kunnen delen met anderen. Inwoners van Breda bepalen zelf op welke manier de dromen en initiatieven vorm krijgen en worden daarbij ondersteund door De Groep; een wisselend gezelschap van initiatiefnemers uit de stad, mensen van de gemeente, onderzoekers en experts. Bezoekers van de site kunnen stemmen op dromen, die vervolgens initiatieven kunnen worden. Als 100 bezoekers van de site een initiatief ondersteunen, kan samen met De Groep besloten worden een stadsgesprek te organiseren. Mensen uit Breda die een pluim hebben gegeven worden uitgenodigd voor dit gesprek. Op de site staan het zelf 'halen' en 'brengen' van informatie centraal. Dit gebeurt op eigen kracht, zonder regie van buitenaf. Dit kan weer leiden tot vorming van virtuele en fysieke platforms rondom een gezamenlijk initiatief. De site speelt hierin een katalyserende rol. Op de kaart van Breda is een overzicht te zien van alle initiatieven. Het initiatief is gelanceerd in september 2008.

*Bestuurlijk niveau:* lokaal initiatief

*Focus:* actieve betrokkenheid

*Beleidssterrein:* allerlei

*Beleidsfase:* agendavorming

## 4.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Op Breda Morgen is er voornamelijk interactie tussen burgers. Als een initiatief genoeg ondersteuning krijgt van andere burgers van Breda, maakt het kans om breder opgepakt te worden in samenwerking met de gemeente en andere deelnemers aan De Groep. Op het initiatief is sprake van tweerichtingsverkeer. Iedereen kan een eigen idee lanceren en ook weer reageren op een ander idee. Er is een constante feedback loop en iedereen heeft overzicht over de ideeën die toegevoegd worden aan de site. Voordat een droom of initiatief toegevoegd kan worden, moeten burgers wel eerst inloggen.

Deelnemers aan het initiatief worden op veel niveaus bij Breda-Morgen betrokken. Burgers kunnen zichzelf op de website **informer**, ze kunnen een RSS feed inschakelen, dingen **raadplegen**, ideeën bekijken en opzoeken, ze kunnen de dienst **personaliseren**, bijvoorbeeld door een specifieke postcode te bekijken op de kaart en daar de dromen van te bekijken. Burgers kunnen **coproduceren** door zelf een video te uploaden of een initiatief te plaatsen. Daarnaast worden deelnemers gevraagd **mee te beslissen** welke dromen en initiatieven verder uitgewerkt gaan worden, en kunnen ze hierover met elkaar **communiceren**.

## 4.3 Innovatie

### *Technische innovatie: ++*

Op het gebied van technische innovatie scoort Breda Morgen hoog. De dienst maakt gebruik van streaming video, burgers kunnen ook zelf hun video's uploaden. Daarnaast kunnen burgers een RSS feed inschakelen zodat ze op de hoogte gehouden kunnen worden van nieuwe initiatieven die worden toegevoegd op de site. En gebruikers kunnen zelf trefwoorden en geotags aanmaken, zodat hun initiatieven terug te vinden zijn op de kaart die op de website staat.

### *Product/dienst innovatie: Nieuw initiatief*

### *Organisatorische innovatie: ++*

Breda Morgen is een nieuwe manier om processen te organiseren. Burgers worden actief betrokken bij het indienen van nieuwe ideeën. Daarnaast is het initiatief een Multi-channel benadering. Naast de activiteiten op het internet worden ook gesprekken georganiseerd op fysieke locaties in Breda.

### *Sociale innovatie: ++*

Ook op het gebied van sociale innovatie scoort Breda Morgen goed. Burgers worden actief betrokken bij het creëren van waarde, ze kunnen door middel van het initiatief nieuwe mensen ontmoeten, burgers worden beloond voor deelname – hun initiatief wordt mogelijk uitgevoerd en er is sprake van peer-to-peer motivatie. Burgers kunnen immers stemmen op initiatieven en dromen van anderen.

## 4.4 Gebruik

Het initiatief richt zich op alle inwoners van Breda. De achterliggende gedachte van de website ligt volgens de initiatiefnemers in het principe van waardierend vernieuwen. Dit leidt tot gezamenlijke verantwoordelijkheid: mensen nemen deel aan het besturen van de stad en zijn bereid om verantwoordelijkheid te nemen en een actieve bijdrage te leveren aan de toekomst.

Het initiatief sluit aan bij het huidige coalitieakkoord getiteld “Kiezen voor Elkaar”. Hierin heeft de communicatie met de burger een belangrijke plaats. Deze communicatie moet volgens de gemeente Breda beter, opener, directer en dichter bij de mensen plaatsvinden. Meer en andere doelgroepen moeten bereikt worden. De gemeente Breda verbetert en vernieuwt daarvoor de huidige infrastructuur met vier (deels al bestaande) platforms waar de relatie tussen gemeente en burger gelegenheid krijgt zich te ontwikkelen, waar interactie kan ontstaan en iedereen kan participeren. De vier platforms voor interactieve communicatie zijn: persoonlijke communicatie, communicatie in print, digitale communicatie en TV. Deze platforms staan niet op zich en worden ook niet los van elkaar ingezet. Vanuit een crossmediale gedachte verrijken de platforms elkaar door gebruik te maken van de voor ieder platform specifieke kenmerken. De site [www.breda-morgen.nl](http://www.breda-morgen.nl) is het digitale platform.

Sinds september 2008 hebben 11.328 mensen de site bezocht. Zij hebben 103.880 pagina's bekeken (gemiddeld 5) en hebben gemiddeld 3 minuten op de site doorgebracht. Dit is exclusief de filmpjes die te zien zijn op YouTube.

De site is van en voor de stad Breda. Het hangt van de energie van de stad af of de site blijft bestaan. Vanuit de gemeente is er in ieder geval tijd en geld om de site te blijven onderhouden (als Bredanaars daar behoefte aan hebben).

#### 4.5 Impact

Het ligt uiteindelijk aan de dromer zelf en aan de Bredanaars wat er met zijn droom gebeurt. Via de site [www.breda-morgen.nl](http://www.breda-morgen.nl) kunnen andere Bredanaars bij een initiatief betrokken worden, maar dit is een organisch proces. Zij worden hierin ondersteund door De Groep, een club Bredanaars (op dit moment 23 personen) met hart voor de stad en haar inwoners. De groepsleden hebben allemaal een eigen netwerk in Breda en de samenstelling hangt af van het onderwerp, van de dromen, ideeën en initiatieven die in Breda opbloeien. De Groep is steeds op zoek naar nieuwe manieren om dromen van Bredanaars te delen met anderen en overlegt met politici en ambtenaren als dat nodig is.

Een aantal dromen hebben tot stadsgesprekken geleid (er zijn sinds 2008 35 stadsgesprekken georganiseerd). Een van de eerste en meest in het oog springende is de droom van Bakker Nagelkerke uit Prinsenbeek: Alle fracties in de Bredase gemeenteraad vinden dat warme bakkers in Breda op zondagochtend hun broodjes zouden moeten kunnen verkopen. Dat is de strekking van de motie die op 16 juli tijdens de Bredase gemeenteraadsvergadering door het CDA werd ingediend. De aanleiding voor deze raadsbreed gesteunde motie is de droom die de Prinsenbeekse bakker Leopold Nagelkerke plaatste op de website van Breda Morgen. Dit initiatief kreeg aandacht van BN/deStem en StadsTV. Vervolges is het in de politiek opgepakt.

## 5 De Amstel Verandert

Website: <http://www.deamstelverandert.nl>

Initiatiefnemer: Gemeente Amsterdam



Figuur 3 Screenshot [www.deamstelverandert.nl](http://www.deamstelverandert.nl)

### 5.1 Algemeen

**Beschrijving:** Stadsdeel Oost-Watergraafsmeer wil een visie voor de toekomst van de Amstel neerleggen. Omdat de Amstel vooral van bewoners is, wil de gemeente met de burgers en andere betrokkenen in gesprek over de ontwikkeling van het gebied. De betrokkenen zijn de verantwoordelijke stadsdelen, bewoners en gebruikers van het gebied en de overige overheden. De visie zal worden neergelegd in een masterplan waarvoor het stadsdeel Oost-Watergraafsmeer samen met de andere stadsdelen eind 2009 opdracht wil geven. De formulering van de opdracht wordt gemaakt met alle betrokkenen. Dit gebeurt d.m.v. de website [deamstelverandert.nl](http://www.deamstelverandert.nl) en tijdens de Amstelgesprekken die in 2009 worden georganiseerd. Op de website is een community actief van burgers die mee willen denken. Het initiatief is gelanceerd in juni 2009.

**Bestuurlijk niveau:** lokaal initiatief

**Focus:** actieve betrokkenheid

**Beleidssterrein:** Ruimtelijke ordening

**Beleidsfase:** Agendavorming/ beleidsvoorbereiding

### 5.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Op de website van De Amstel Verandert is er interactie tussen burgers onderling, maar vooral ook tussen burgers en ambtenaren/ beleidsmakers. Er is sprake van tweerichtingsverkeer. Burgers kunnen zelf ideeën indienen op de site en met elkaar en ambtenaren/ beleidsmakers in discussie gaan. De resultaten van deze interactie zijn ook

op de site te zien. Voordat gereageerd kan worden moet eerst worden ingelogd. Hiervoor moeten veel gegevens worden ingevuld.

De mogelijkheden voor betrokkenheid van burgers bij De Amstel Verandert is hoog. Burgers kunnen zich laten **informer**en over de plannen rond de toekomst van de Amstel. Op de site kunnen ze verder extra informatie en verdiepingsmateriaal **raadplegen**. Ze kunnen **advise**ren door te reageren op voorstellen en ook **coproduct**eren door zelf ideeën in te dienen en op de kaart te zetten. Het is ook mogelijk om foto's op de site te zetten. Daarnaast is **communice**ren op het initiatief erg belangrijk. Naast discussie op de website zelf, worden er ook Amstelgesprekken georganiseerd waar bewoners en geïnteresseerden aan mee kunnen doen.

### 5.3 Innovatie

#### *Technische innovatie: ++*

Op het gebied van technische innovatie scoort de dienst boven gemiddeld, maar vergeleken met bijvoorbeeld Breda Morgen zijn er wel wat minder mogelijkheden. Burgers kunnen op de site een RSS feed inschakelen, en geotags gebruiken om een idee op de kaart te zetten.

#### *Product/dienst innovatie: Nieuw initiatief*

#### *Organisatorische innovatie: ++*

De Amstel Verandert is een nieuwe manier om processen te organiseren. Burgers worden actief betrokken bij de toekomst van de Amstel en er worden nieuwe ideeën gegenereerd door de community die bij het initiatief aangesloten is. Daarnaast maakt de dienst gebruik van een multi-channel benadering door naast de website ook fysiek bijeenkomsten te organiseren: de Amstelgesprekken.

#### *Sociale innovatie: ++*

Op het gebied van sociale innovatie scoort De Amstel Verandert hoog. Gebruikers worden actief betrokken bij het creëren van waarde. Ze krijgen de mogelijkheid om nieuwe mensen te ontmoeten, op de site staan publieke profielen van gebruikers zodat duidelijk is wie aan het netwerk deelneemt. Het initiatief fungeert als sociaal netwerk.

### 5.4 Gebruik

Door de vele verschillende belangen rond de Amstel ligt er een complexe opgave. Er is gekozen om niet vanuit de probleemstellingen naar een oplossing te werken, maar het “verlangen” centraal te stellen. Het doel van de website is dat er een gezamenlijke breed gedragen opgave wordt geformuleerd om als uitgangspunt te dienen voor de volgende stap, een concept masterplan. Voorafgaand aan het initiatief is er overleg geweest met verschillende belangengroepen en is de vraag ontstaan hoe deze verschillende groepen met elkaar verbonden konden worden en samen de opgave konden formuleren. Naar aanleiding van onderzoek op het internet, waarbij verschillende op participatie gerichte websites zijn bekeken, is door de initiatiefnemers geconcludeerd dat voor dit proces een nieuw product moest worden ontwikkeld. Uitgangspunten waar de site aan moest voldoen waren zichtbaarheid van de verschillende partijen en individuen d.m.v. een community-achtige opzet, een forum waarbij onderlinge contacten mogelijk zouden zijn, een plek om ideeën te plaatsen, een kennisbank en heldere verslaglegging.

Eigenlijk een combinatie van Facebook/Hyves, forumsite, ideeënbus, wiki en actualiteitenrubriek.

Op dit moment zijn er 320 profielen (de deelnemers) op de site aangemaakt. De site heeft in vier maanden tijd ongeveer 3000 bezoeken gehad waarvan er ongeveer 1500 uniek zijn. Van de unieke bezoekers is er een groep van 1000 die meer dan 15 keer de site hebben bezocht en de gemiddelde bezoekduur op de site is meer dan acht minuten. Hiermee is de site op minstens 2500 uur actief bezocht door de deelnemers. Naast de site zijn er vier inhoudelijke bijeenkomsten (Amstelgesprekken) georganiseerd om de ideeën die op de site geplaatst zijn inhoudelijk te laten toelichten, de stand van zaken te communiceren en resultaten voor te leggen. Deze Amstelgesprekken hadden een gemiddelde opkomst van 80 personen.

De site wordt dagelijks bijgehouden. Er wordt waar nodig actief contact opgenomen met de deelnemers voor ondersteuning op technisch en inhoudelijk vlak. Vragen worden per email of telefonisch beantwoord en door middel van een actualiteiten pagina op de site, videoverslaglegging van bijeenkomsten en nieuwsbrieven, blijft iedereen op de hoogte van ontwikkelingen. In de loop van de tijd is de gebruiksvriendelijkheid van de site aangepast (menustructuur) en zijn er aanpassingen geweest in het categoriseren van de ideeën.

## **5.5 Impact**

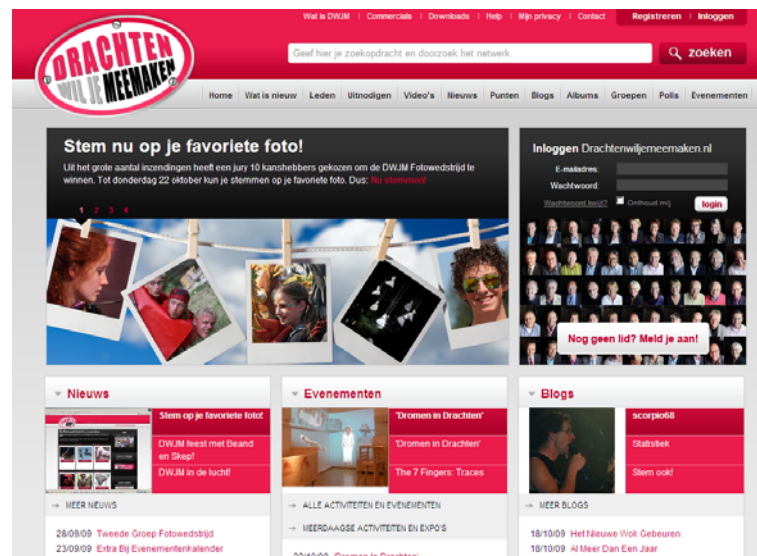
De input (ideeën) van de gebruikers wordt gebruikt als opdrachtformulering. De input op de site is gebruikt om ook vier fysieke bijeenkomsten voor te bereiden. Hier werden de tot dan toe geplaatste ideeën geëvalueerd en verder besproken. Ook konden deelnemers zich voor deze momenten opgeven een idee te presenteren en toe te lichten.

De website genereert uit alle geformuleerde ideeën een rapport dat 8 november wordt aangeboden aan de verschillende besturen. Dit is de opdrachtformulering, die door iedereen geraadpleegd kan worden. Er is hiermee draagvlak gecreëerd om gezamenlijk (en proactief) naar de volgende fase in het planproces te gaan. De website en het resultaat zijn open en transparant en voor alle partijen te volgen (controleerbaar). Het hele transformatieproces van “de Amstel” duurt 30 jaar. De eerste fase, Amstelgesprekken 2009, is bijna voorbij en wordt door de initiatiefnemers als pilot beschouwd en voor het toekomstig participatie traject verder ingezet. De initiatiefnemers zijn nu met de evaluatie bezig van deze fase en gaan aan het bestuur voorstellen om ook in de volgende fase Amstelgesprekken te organiseren. Ook willen ze in de nabije toekomst de site laten fungeren als centrale site voor de Amstel waar alle informatie m.b.t. het gebied en de projecten te vinden is (een e-loket van de overheid). Met de software is Burgerparticipatie in het vervolg toepasbaar op meerdere participatietrajecten.

## 6 Drachten Wil je Meemaken

Website: [www.drachtenwiljemeemaken.nl](http://www.drachtenwiljemeemaken.nl)

Initiatiefnemer: Gemeente Smallingerland



Figuur 4 Screenshot [www.drachtenwiljemeemaken.nl](http://www.drachtenwiljemeemaken.nl)

### 6.1 Algemeen

*Omschrijving:* Iedereen die bij Drachten betrokken is, kan lid worden van dit sociale netwerk. De site biedt allerlei mogelijkheden aan mensen uit Drachten zoals vrienden uitnodigen, zelf evenementen toevoegen, foto's en video's uploaden en beoordelen en weblogs schrijven. Door actief te zijn op het netwerk kunnen deelnemers punten verdienen en op die manier een hogere status krijgen. Het initiatief is gestart in maart 2009 en bereikte na een half jaar 1000 leden.

*Bestuurlijk niveau:* Lokaal initiatief

*Focus:* Actieve betrokkenheid

*Beleidssterrein:* Allerlei

*Beleidsfase:* Anders/ onduidelijk

### 6.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Op de site van Drachten Wil je Meemaken is voornamelijk interactie tussen burgers onderling, maar er zijn ook raadsleden lid van het sociale netwerk. Er is sprake van tweerichtingsverkeer. Deelnemers kunnen zelf content creëren en discussiëren met elkaar. Iedereen die zich aanmeldt kan meedoen, en iedereen kan de resultaten van de interactie zien.

De mogelijkheden voor betrokkenheid bij Drachten Wil je Meemaken zijn zeer groot. Burgers kunnen zich niet alleen **informer** en informatie **raadplegen**, ze kunnen ook hun eigen pagina **personaliseren** door hun eigen profiel aan te maken. Ze kunnen **adviseren** door elkaar raad te geven en te discussiëren over onderwerpen. Daarnaast is er de mogelijkheid om te coproduceren. Deelnemers kunnen zelf foto's, weblogs en video's (via YouTube) op de site te zetten. Door te stemmen op bijvoorbeeld video's kunnen gebruikers het vinden van relevante content voor anderen **faciliteren**. Door het invullen van polls kunnen ze **meebeslissen** over stellingen van anderen (het betreft hier niet directe adviezen aan de gemeenteraad). Boven alles biedt Drachten Wil je Meemaken aan de burgers van Drachten een platform om met elkaar te **communiceren**.

### 6.3 Innovatie

#### *Technische innovatie: +/++*

Op het gebied van technische innovatie scoort de dienst iets boven gemiddeld. De site biedt streaming video aan via YouTube en deelnemers kunnen content taggen.

#### *Product/dienst innovatie: Nieuw initiatief*

#### *Organisatorische innovatie: -*

Omdat Drachten Wil je Meemaken vooral een sociaal netwerk is waarbij het groepsgevoel tussen de burgers van Drachten wordt verstevigd, is er niet echt sprake van organisatorische innovatie.

#### *Sociale innovatie: ++*

Op het gebied van sociale innovatie scoort Drachten Wil je Meemaken zeer hoog. Gebruikers worden actief betrokken bij het creëren van waarde. Ze krijgen de mogelijkheid om nieuwe mensen te ontmoeten. Op de site kunnen gebruikers een publiek profiel bijhouden zodat duidelijk is wie aan het netwerk deelneemt. Als ze dat willen kunnen deelnemers deze profielen ook afschermen voor anderen. Het initiatief fungeert als sociaal netwerk en biedt koppelingen met andere succesvolle sociale media zoals YouTube, Facebook, Delicious, MySpace en Digg.

### 6.4 Gebruik

De campagne "Drachten wil je meemaken" komt voort uit de gedachte dat het centrum van Drachten de komende jaren flink op de schop gaat: het water terug in de stad, nieuwe woon- en winkelcomplexen, nieuwe parkeervoorzieningen, moderniseren van de openbare ruimte, aanpak van de openbare parken, enzovoorts. Om ook tijdens die bouwperiode de koopstroom te behouden, bedacht de gemeente Smallerland het concept van Drachten wil je meemaken. Zorg dat mensen betrokken worden bij alles wat er aan de hand is, laat mensen het (langdurige) proces volgen en vooral: zorg dat het publiek naast al die bouwrij met de onvermijdelijke overlast ook veel leuke dingen kan meemaken of zelfs méé maken. De doelstelling werd dus niet alleen defensief (koopstroom houden) maar ook offensief: maak van al je partners (eigen medewerkers, ondernemers, culturele instellingen, het grote publiek, onze inwoners) ambassadeurs van Drachten. Zorg dat de mensen in beweging komen voor hún Drachten en er trots op worden. De gemeente koos voor een crossmediale campagne met één belangrijke rode draad: een virtuele dorpspomp op [www.drachtenwiljemeemaken.nl](http://www.drachtenwiljemeemaken.nl) Centrale vraag op dit lokale sociale netwerk: "Wat doe jij eigenlijk voor Drachten?" De leden bespreken er alles wat ze bezighoudt in Drachten.

Drachten Wil je Meemaken heeft een actieve community van 1130 leden. Er wordt veel gediscussieerd op het forum en veel blogs geplaatst die vaak ook van reacties worden voorzien. Het aantal unieke bezoekers per maand ligt op ruim 8100. Gemiddeld blijven bezoekers tussen de 8 en 10 minuten op de site actief.

Bij de bekende netwerken als Hyves, Facebook en LinkedIn gaat het eerst om gebruikers zelf en daarna om het grote geheel. Bij "Drachten wil je meemaken" is het andersom: het gaat eerst over dat grote geheel. Daarna komen de leden in beeld die er deel van uitmaken. Toch worden er natuurlijk ook met enige regelmaat verzoeken gedaan of vragen gesteld aan de gemeente. Het is voor de initiatiefnemers dan zaak om snel, adequaat en transparant te reageren. Het is een feit dat de gemeentelijke organisatie hier aan moet wennen. Ze hebben een instrument gecreëerd dat tweerichtingverkeer bevordert. Net als bij brieven, telefoon en e-mail reageert de gemeente, alleen nu met het grote verschil dat direct iedereen kan meekijken.

Er is voor 5 jaar geld vrijgemaakt om het initiatief te onderhouden.

## **6.5 Impact**

Er worden initiatieven ontplooid door de leden: een groep wil een festival opzetten in één van de wijken en is gestart met de organisatie. Een andere groep is speciaal opgericht om de renovatie van één van de parken te bepleiten en daar bruikbare ideeën voor te leveren. Graffitiartisten vroegen om een gedoogplek en kregen die. Er ontstaat samenwerking tussen de eigen lokale horeca en culturele instellingen om nieuwe publieksevenementen te organiseren. Producenten van grote evenementen en festivals kunnen op een nieuw leger vrijwilligers rekenen. Beeldend kunstenaars kennen elkaar beter en liften mee op de campagne om steviger aan de weg te timmeren. Dat lukte getuige de flink gestegen bezoekersaantallen bij de diverse ateliers. Een volgende groep wil een oude school gaan gebruiken om ateliers in te kunnen vestigen of kleine bedrijven met een creatief product. Maar de site wordt ook gebruikt om een persoonlijk en/of zakelijk netwerk uit te breiden. Zo is er inmiddels een eenmanszaak uit voortgekomen.

Met een aantal 'veelgebruikers' heeft de gemeente na een aantal maanden overleg gehad over de gebruikersvriendelijkheid van de site en de mogelijkheden die het instrument biedt. Dat heeft tot een aantal praktische (vooral als het gaat om meer overzicht en navigatie) aanpassingen geleid. Dat proces gaat nog steeds door. De basis is overeind blijven staan.

## 7 Emissieregistratie

Website: [www.emissieregistratie.nl](http://www.emissieregistratie.nl)

Initiatiefnemers: Ministerie van VROM en Ministerie van V en W, Planbureau voor de Leefomgeving, CBS, Alterra en Deltares



Figuur 5 Screenshot [www.emissieregistratie.nl](http://www.emissieregistratie.nl)

### 7.1 Algemeen

**Omschrijving:** Op de website [emissieregistratie.nl](http://emissieregistratie.nl) worden gegevens getoond van de geregionaliseerde uitstoot van ruim 300 verontreinigende stoffen in Nederland. Deze gegevens zijn toegankelijk en gebruikers kunnen er zelf door middel van toegang tot de database gebruik van maken. Het initiatief emissieregistratie bestaat al sinds 1974, maar de gegevens zijn sinds het lanceren van de website in 2005 voor een veel groter publiek toegankelijk. De doelstelling van het initiatief is het beschikbaar stellen van de emissies van verontreinigende stoffen in Nederland naar de lucht, het water en de bodem. De getoonde gegevens waren grotendeels al digitaal beschikbaar vanuit het project Emissieregistratie. Deze informatie wordt al veelvuldig geraadpleegd/uitgeleverd ten behoeve van beleidsonderzoek en beleidsevaluatie. Daarnaast heeft de overheid de verplichting op grond van het Aarhus-verdrag de milieu-informatie publiek beschikbaar te stellen.

**Bestuurlijk niveau:** Landelijk initiatief

**Focus:** Verantwoordelijk beheer

**Beleidssterrein:** Natuur en Milieu

**Beleidsfase:** Evaluatie en toezicht

### 7.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

In principe is er weinig interactie op de website mogelijk. Vanuit de overheid wordt er wel een enorme hoeveelheid data beschikbaar gesteld waarmee burgers zelf aan de slag

kunnen. Op de website is alleen geen mogelijkheid voor burgers om de dingen die zij zelf met de data doen met elkaar te delen. Ook is het niet mogelijk een reactie te geven.

De mogelijkheden van betrokkenheid zijn in principe beperkt. Burgers kunnen zich laten **informer**en op de website en specifieke informatie **raadplegen**. Ook kunnen ze de dienst **personaliseren** doordat ze zelf toegang hebben tot de database en de gegevens kunnen verwerken.

### 7.3 Innovatie

#### *Technische innovatie:* -

Op het gebied van technische innovatie scoort de dienst laag. Gebruikers kunnen enkel de data opzoeken en bekijken. Gebruikers kunnen data exporteren in verschillende bestandstypes.

#### *Product/dienst innovatie:* Digitalisering van reeds bestaande dienst

#### *Organisatorische innovatie:* +

De dienst maakt informatie op verschillende manieren doorzoekbaar. Ook kunnen gebruikers van het initiatief zelf combinaties maken van de data.

#### *Sociale innovatie:* -

Op het gebied van sociale innovatie scoort Emissieregistratie zeer laag. Er zijn geen sociale interactiemogelijkheden voor gebruikers. Het is ook niet inzichtelijk wat andere gebruikers met de data doen.

### 7.4 Gebruik

Begin jaren 90 is gestart met een besloten website 'het Datawarehouse'. Dit was een meer besloten omgeving die via een wachtwoord te bereiken was. Het huidige initiatief is een voortzetting hiervan, en is in 2005 online gegaan. Bij de overstap is de website volledig vrij publiek toegankelijk geworden en zijn verklarende teksten en achtergrond documenten toegevoegd. De primaire doelgroep wordt gevormd door gebruikers met inhoudelijke deskundigheid bij overheden en adviesbureaus, zowel nationaal als internationaal. Daarnaast vervult de website een belangrijke rol in het informeren van de burger over de uitstoot van milieuverontreinigende stoffen.

Het cijfermateriaal op de website wordt aangeleverd door verschillende organisaties (TNO, CBS, RWS, LNV, EZ, VROM). Downloads worden niet geteld. Het initiatief ontvangt rond de 800 bezoekers per maand. Per jaar ontvangt PBL ongeveer 100 vragen over de beschikbare informatie en de ontsluiting ervan via het vragenloket. Meestal zijn dit vragen van organisaties die toelichting wensen op de cijfers of meer gedetailleerde informatie wensen. Deze laatste worden op verzoek eveneens geleverd (passieve beschikbaarheid).

Vanwege nationale en internationale verplichtingen (Grootschalige luchtkwaliteitskaarten Nederland, Milieubalans, Kyoto-protocol (broeikasgassen), Göteborg-protocol en NEC-richtlijn (Verzurende stoffen), e.d.) zal ook in de toekomst de overheid emissiegegevens blijven inventariseren. De overheid blijft verplicht milieu-informatie aan het publiek beschikbaar te stellen (Aarhus). Dit is de basis onder deze website en garandeert de continuïteit. Tijd en geld maken deel uit van het structurele

budget voor de emissieregistratie. Hoewel nog steeds ontwikkeling plaatsvindt, betreft de website zeker geen pilot.

## 7.5 Impact

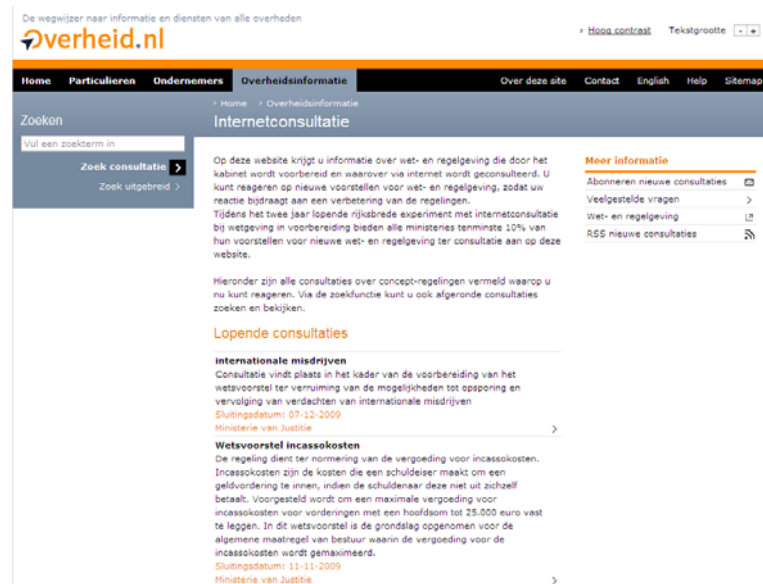
Jaarlijks vindt een evaluatie plaats van de loketvragen. Op grond daarvan vinden aanpassingen en verbeteringen plaats. Verder fungeren de deelnemers in het project als gebruikersforum die jaarlijks met wensen/verbeteringen komen. Veel gemeenten gebruiken de beschikbare informatie als onderdeel van de monitoring van hun klimaatbeleid. Verder wordt de informatie bijvoorbeeld gebruikt voor de Klimaatkaart van Milieudefensie.

Een belangrijke les voor dit initiatief is dat het beschikbaar stellen van emissiecijfers aan burgers prima kan, maar hoe je de beschikbare data vertaalt naar milieu-informatie die begrijpelijk en eenduidig is voor de burger, is niet uitgekristalliseerd. De gebruikersinterface kan op dit punt nog een stuk beter.

## 8 Internetconsultatie.nl

Website: [www.internetconsultatie.nl](http://www.internetconsultatie.nl)

Initiatiefnemer: Ministerie van Justitie



Figuur 6 Screenshot [www.internetconsultatie.nl](http://www.internetconsultatie.nl)

### 8.1 Algemeen

**Omschrijving:** Internetconsultatie.nl is een experiment dat wordt gecoördineerd door het Ministerie van Justitie. De website is bedoeld om burgers al in een vroeg stadium te betrekken bij het wetgevingsproces. Doelstelling van het initiatief is transparantie verhogen van een proces dat voorheen veel minder transparant was voor burgers. Ten tweede willen de ministeries op deze manier ideeën opdoen die de wetgeving beter en effectiever kunnen maken. Op de website krijgen burgers informatie over wetgeving die op dit moment wordt voorbereid door het kabinet. Via een antwoordformulier kunnen burgers reageren of bestanden opsturen. Deze reacties kunnen zichtbaar gemaakt worden op de website. Het betreft nu een tweejarig experiment dat is gestart in juni 2009. Het is de bedoeling dat alle ministeries tenminste 10 procent van hun voorstellen voor nieuwe wet- en regelgeving ter consultatie aanbieden op deze website. Na afloop van het experiment zal het worden geëvalueerd om te zien of deze manier van consultatie structureel ingezet zal worden in het wetgevingsproces.

**Bestuurlijk niveau:** Landelijk

**Focus:** Actieve betrokkenheid

**Beleidssterrein:** Allerlei

**Beleidsfase:** Beleidsvoorbereiding

## 8.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

De interactie op deze website is tussen burgers, ambtenaren en het kabinet. Er wordt informatie verstrekt over de beleidsvoorstellen van het kabinet die in voorbereiding zijn. Hierdoor wordt de transparantie van de overheid bevorderd. Het idee is, dat input vanuit burgers (na controle) openbaar wordt gemaakt op de website. Aangezien er nog maar weinig ministeries gebruik maken van deze dienst, zijn er ook nog maar weinig reacties. In principe kan wel iedereen meedoen, en de resultaten zien. Als burgers een reactie willen geven moeten ze gegevens van zichzelf achterlaten.

De mogelijke betrokkenheid van burgers bij het initiatief is (tot nu toe) nog redelijk beperkt. Er is sprake van eenrichtingsverkeer met mogelijkheid tot reactie. Burgers kunnen zich laten **informer** over wetgeving in voorbereiding, ze kunnen **advise**ren door de vragen over een bepaalde wet te beantwoorden en op te sturen. Hier kunnen ze ook documenten aan toevoegen, dit zou gezien kunnen worden als **coproducer**en. Op deze manier **communic**eren burgers met beleidsmakers. Ook kunnen ze bepaalde consultaties via e-mail doorsturen naar anderen.

## 8.3 Innovatie

### *Technische innovatie:* +

Op het gebied van technische innovatie scoort de dienst gemiddeld. Gebruikers kunnen zich door middel van een RSS feed abonneren op consultaties. Zo kunnen zij op de hoogte gehouden worden van de ontwikkelingen van een bepaalde consultatie.

### *Product/dienst innovatie:* Nieuw initiatief

### *Organisatorische innovatie:* +

De dienst organiseert het proces rond wetgeving op een nieuwe manier. Zeker voor de landelijke overheid is dit een grote innovatie. Voorheen zat wetgeving veel meer in een black box.

### *Sociale innovatie:* +

Op het gebied van sociale innovatie scoort Internetconsultatie niet heel hoog. Er zijn geen sociale interactiemogelijkheden voor gebruikers. Wel worden zij actief betrokken bij het creëren van waarde door de reacties die zij kunnen geven op wetgeving in wording. Ook op het ministerie geven ze aan dat het volgens sommigen nog niet ver genoeg gaat. Wiki-achtige mogelijkheden zouden bijvoorbeeld ook toegevoegd kunnen worden aan het initiatief. Toch vinden ze dit experiment al een hele grote stap in de goede richting. Burgers die meedenken wordt ook gevraagd om het initiatief te evalueren. Ze willen nu eerst met deze vorm van participatie ervaring opdoen, en vervolgens kijken of op basis van daarvan extra mogelijkheden geboden kunnen worden.

## 8.4 Gebruik

Voordat internetconsultatie bestond, boden afzonderlijke ministeries elk op hun eigen manier wel eens consultaties aan via internet (bijvoorbeeld via hun website). De meerwaarde van internetconsultaties.nl is dat er nu eenduidig gecommuniceerd wordt over consultaties. Ministeries kunnen vergelijkbare informatie aanbieden en het proces is voor de burgers op deze manier duidelijker geworden. Er is een nieuwe website voor

het initiatief ontwikkeld. Van eerdere consultaties hebben ze bij het ministerie van justitie geleerd dat het vaak beter is om gerichte vragen te stellen aan burgers/belanghebbenden. Dat helpt om mensen beter over een kwestie na te laten denken.

Op dit moment bieden allen het Ministerie van Justitie (8), het Ministerie van LNV (1) en het Ministerie van VROM (1) consultaties aan. Het is daarom lastig om uitspraken te doen over gebruik. Volgens het ministerie van Justitie varieert het aantal reacties nogal. Dit is enigszins afhankelijk van de regeling waar het over gaat. Bij een vrij technische regeling zullen er minder reacties komen dan bij een regeling waar veel politieke commotie over is. Van deze laatste categorie zijn er nog maar weinig consultaties geweest, maar er worden er nog wel een paar verwacht de komende tijd. Tot nu toe zijn er ongeveer 15 à 20 reacties per consultatie. De reacties worden niet automatisch openbaar gemaakt. De ministeries kunnen bij aanvang van de consultatie aangeven of zede reacties tijdens of na de consultatie openbaar maken. Maar altijd gaan de reacties eerst langs het ministerie.

Het is de bedoeling dat burgers in de toekomst consequenter worden geattendeerd op de website internetconsultatie. Op dit moment is het wel de bedoeling, maar gebeurt het niet altijd, dat er in persberichten van ministeries wordt verwezen naar de internetconsultatie. Ook sites als [www.regering.nl](http://www.regering.nl) kunnen hier een rol in spelen. Ook de publiciteit in vakbladen kan nog beter.

## 8.5 Impact

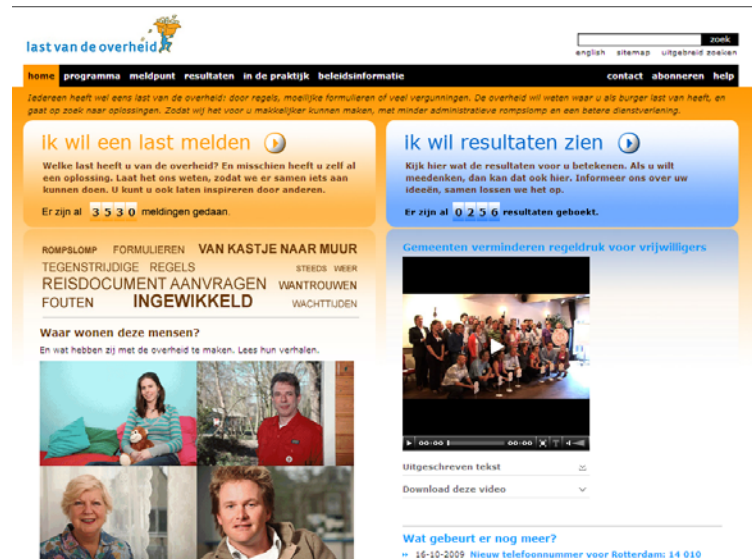
Omdat het initiatief nog slechts kort bestaat, zijn er geen concrete voorbeelden van impact te noemen. Het blijkt lastig alle internet consultatie coördinatoren van ministeries te bewegen de consultaties online te zetten. Justitie vervult hierin een trekkersrol, maar de applicatie is zodanig ingericht dat de ministeries zelf alles online kunnen zetten en de reacties kunnen beheren. Als het initiatief gaat lopen, is het zeer vernieuwend en kan de impact groot zijn. Na afloop van een consultatie wordt er een toelichting geschreven bij het wetsvoorstel met daarin een uitleg wat er met de reacties is gedaan. Ook komt er op hoofdlijnen een verslag van de reacties op de website, zodat burgers kunnen zien wat er is gebeurd met hun ingediende plannen.

Volgens het Ministerie van Justitie is de Internetconsultatie potentieel zeer waardevol omdat in plaats van koepelorganisaties en belangenverenigingen ook andere mensen gaan reageren en mogelijk waardevolle plannen hebben (wisdom of crowds principe), zoals afzonderlijk advocatenkantoren of medewerkers van ondernemingen die de wet- en regelgeving in de gaten houden. In de oude situatie werden deze mensen nooit betrokken bij besluitvorming.

## 9 Last van de Overheid

Website: [www.lastvandeoverheid.nl](http://www.lastvandeoverheid.nl)

Initiatiefnemer: Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties



Figuur 7 Screenshot [www.lastvandeoverheid.nl](http://www.lastvandeoverheid.nl)

### 9.1 Algemeen

**Omschrijving:** De overheid wil via deze website weten waar burgers last van hebben, zoals regels, moeilijke formulieren of veel vergunningen. Ze gaat vervolgens op zoek naar oplossingen zodat de dienstverlening voor burgers makkelijker wordt, met minder administratieve rompslomp. Burgers kunnen alle klachten op dit initiatief kwijt die gaan over regeldruk en administratieve lasten. Het initiatief is onderdeel van [www.regeldruk.nl](http://www.regeldruk.nl), waar niet alleen burgers, maar ook professionals werkzaam in de openbare sector en medeoverheden terecht kunnen met meldingen over bureaucratische rompslomp. Het initiatief valt onder het programma Regeldruk en administratieve Lastenvermindering. Om tot merkbare resultaten te komen, is het meldpunt opgericht. Het meldpunt Last van de Overheid is in 2004 gestart om de burger actief te betrekken bij het terugdringen van de regeldruk en administratieve lasten. In 2008 is het meldpunt ook opengesteld voor professionals werkzaam in de openbare sector en voor ambtenaren bij medeoverheden.

**Bestuurlijk niveau:** Landelijk initiatief

**Focus:** Ontvankelijk bestuur

**Beleidssterrein:** Allerlei

**Beleidsfase:** Evaluatie en toezicht

## 9.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Via het initiatief is er voornamelijk interactie tussen burgers en beleidsmaker/ambtenaren. Het gaat op de website om eenrichtingsverkeer met mogelijkheid tot reactie. Maar in plaats van eenrichtingsverkeer vanuit de overheid en de mogelijkheid van burgers om te reageren, is het in dit geval eenrichtingsverkeer vanuit burgers – zij kunnen hun klachten online zetten. De overheid kan er vervolgens op reageren. Iedereen kan meedoen, mits je een aantal persoonlijke gegevens achterlaat. En iedereen kan de resultaten zien.

Burgers zijn op een aantal manieren betrokken bij het initiatief. Ze kunnen zich laten **informer**en over klachten die er zijn, maar ook nieuws over de digitale overheid. Ze kunnen bepaalde informatie en klachten **raadplegen** door de zoekfunctie die op de site aanwezig is. Ook kunnen burgers met de overheid **communiceren** over hun klachten. Indirect zou je dit ook **adviseren** kunnen noemen.

## 9.3 Innovatie

### *Technische innovatie: +*

Op het gebied van technische innovatie scoort de dienst gemiddeld (gemiddeld is de score voor technische innovatie overigens heel laag). Gebruikers kunnen zich door middel van een RSS feed abonneren op nieuwe klachten.

### *Product/dienst innovatie: Nieuw initiatief*

### *Organisatorische innovatie: +*

Het initiatief zorgt ervoor dat organisatorische processen anders (kunnen gaan) verlopen.

### *Sociale innovatie: +*

Op het gebied van sociale innovatie scoort Last van de Overheid niet heel hoog. Er zijn geen sociale interactiemogelijkheden voor gebruikers. Wel worden zij actief betrokken bij het creëren van waarde door de reacties die zij kunnen geven. Ze kunnen onderling niet reageren op klachten.

## 9.4 Gebruik

De meldingen over administratieve lasten die initiatiefnemers krijgen, geven aan waar mensen echt last van hebben en maken duidelijk waar de overheid haar dienstverlening kan en moet verbeteren. Met het oplossen van deze meldingen is vaak niet alleen die ene melder geholpen, maar profiteert een veel grotere groep van de verandering die het teweeg heeft gebracht. De melders worden geïnformeerd over het resultaat van de melding.

Melders worden, wanneer ze dat op prijs stellen, binnen drie dagen na het plaatsen van de melding teruggebeld. Tijdens dit gesprek wordt meer informatie gevraagd en wordt er gekeken of de melding betrekking heeft op regeldruk, administratieve lasten en/of dienstverlening. Is dit het geval, dan wordt de melding opgepakt door het meldpunt Regeldruk en Administratieve Lasten. De overige meldingen worden doorverwezen naar de juiste instanties of ter kennisneming aangenomen.

De overkoepelende website [www.regeldruk.nl](http://www.regeldruk.nl) heeft gemiddeld 687 unieke bezoekers per dag. Per maand zijn dit er 20.342. Half oktober 2009 waren er 3534 meldingen gedaan op de website. Volgens de statistieken van de site waren er 256 resultaten geboekt nav de klachten.

Eind 2010 stopt het programma Regeldruk en Administratieve lastenvermindering. Doelstelling is wel om het meldpunt te continueren. Momenteel wordt onderzocht in welke vorm.

## 9.5 Impact

Al snel is geconstateerd dat het belangrijk is om melders actief bij de oplossing te betrekken. Daarom wordt iedere melder binnen drie dagen teruggebeld en wordt vervolgens binnen drie weken de ondernomen actie teruggekoppeld. Hierbij zijn ook de individuele meldingen die niet voor een grote groep gelden van belang. Het meldpunt heeft als uitgangspunt dat de melder altijd gelijk heeft. Op deze manier vergroot het meldpunt het lerend vermogen van de overheid. Iedere klacht die binnenkomt is namelijk een kans op verbetering van de overheidsdienstverlening. Daarom werkt het meldpunt oplossingsgericht. Uit ervaring is gebleken dat alleen het doorsturen van een melding naar een overheidsorganisatie geen effect heeft. Als reactie wordt vaak het bestaande beleid uitgelegd. Een burger krijgt op deze manier een antwoord terwijl er in de meeste gevallen gevraagd wordt om een oplossing. Daarom heeft het meldpunt ervoor gekozen om naar aanleiding van een melding onderzoek te doen naar verbetermogelijkheden. Deze verbetermogelijkheden worden aan de betreffende overheidsorganisatie voorgesteld.

Op dit moment zijn er een aantal dingen concreet uit het initiatief voortgekomen. Een overzicht van opgeloste meldingen staat op de website:

<http://www.lastvandeoverheid.nl/resultaten/opgeloste-meldingen>

## 10 Politieonderzoeken.nl

Website: [www.politieonderzoeken.nl](http://www.politieonderzoeken.nl)

Initiatiefnemer: KLPD, Groep Opsporingsberichtgeving



Figuur 8 Screenshot [www.politieonderzoeken.nl](http://www.politieonderzoeken.nl)

### 10.1 Algemeen

**Omschrijving:** De politie heeft meerdere online initiatieven om burgers te betrekken bij bijvoorbeeld opsporing van criminelen. Daarbij maken ze gebruik van bestaande sociale media zoals YouTube en communicatietechnologie als SMS. Ook zijn er een aantal websites waarbij burgers zich kunnen aanmelden en kunnen helpen bij opsporing van verdachten of het geven van tips in een bepaalde zaak. Op politieonderzoeken.nl helpen burgers de politie bij het oplossen van ernstige misdrijven. Door een onderzoek zo volledig mogelijk op het internet te plaatsen en het publiek in te schakelen probeert de recherche tot nieuwe aanknopingspunten te komen. Verschil met andere diensten van de politie is dat de reacties van gebruikers, als zij daarmee toestemmen, openbaar worden gemaakt.

**Bestuurlijk niveau:** Nationaal initiatief

**Focus:** Actieve betrokkenheid

**Beleidssterrein:** Openbare orde en veiligheid

**Beleidsfase:** Uitvoering

### 10.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Bij Politieonderzoeken.nl hebben burgers interactie met ambtenaren (politieagenten/rechercheurs). Er is sprake van eenrichtingsverkeer met een reactiemogelijkheid. Informatie wordt door de politie online gezet. Daarbij stelt de politie bijvoorbeeld specifieke vragen waar burgers over mee kunnen denken. Daarbij hoeven burgers niet

eens getuigen van een misdrijf te zijn geweest. Ze kunnen bijvoorbeeld ook meedenken over welk voorwerp een bepaalde vorm verwondingen heeft opgeleverd. Burgers kunnen op de website reageren. In principe kan iedereen meedoen en burgers kunnen ook de resultaten zien, behalve uiteraard de tips die niet openbaar gemaakt mochten worden. Op de website wordt ook terugkoppeling gegeven van zaken die opgelost zijn.

De betrokkenheid van burgers bij het initiatief is beperkt. Mensen kunnen zichzelf laten **informer**en over bepaalde misdrijven. Daarnaast kunnen ze de politie **advise**ren door hun tips te **commu**niceren. Onderling wordt er wel weer op elkaar gereageerd in de reacties.

### 10.3 Innovatie

#### **Technische innovatie:** +

Technische innovatie van dit initiatief is gemiddeld (laag). De dienst stelt RSS feeds beschikbaar om op de hoogte te blijven van nieuwe zaken.

#### **Product/dienst innovatie:** Nieuw initiatief

#### **Organisatorische innovatie:** +

Door de website Politieonderzoeken.nl heeft de politie een nieuwe manier gevonden voor het organiseren van hun interne processen. Ze betrekken burgers bij hun onderzoek door informatie te delen. Daarnaast is deze website onderdeel van een multi-channel benadering. Burgers worden ook opgeroepen om te reageren via telefoon.

#### **Sociale innovatie:** +

Sociale innovatie bij deze dienst is gemiddeld/ laag. Gebruikers worden actief betrokken bij het creëren van waarde, maar verder zijn er geen andere sociale innovaties.

### 10.4 Gebruik

Geen aanvullende gegevens beschikbaar.

### 10.5 Impact

Geen aanvullende gegevens beschikbaar.

## 11 Reuring

Website: [www.reuring.nl](http://www.reuring.nl)

Initiatiefnemer: Provincie Drenthe



Figuur 9 Screenshot [www.reuring.nl](http://www.reuring.nl)

### 11.1 Algemeen

**Omschrijving:** Op de website Reuring biedt de provincie Drenthe een sociaal netwerk waar mensen uit Drenthe meer betrokken kunnen raken bij de provincie. Door deel te nemen aan de discussie kunnen mensen uit Drenthe meepraten over de toekomst van hun provincie. Op de website stelt de provincie verschillende onderwerpen ter discussie, bijvoorbeeld de sociale agenda voor 2009-2012, het gezicht van Drenthe in 2020 en stellingen rond het nieuwe omgevingsbeleid. Mensen kunnen polls invullen en discussiëren op een forum. Het initiatief is gestart in 2007.

**Bestuurlijk niveau:** Regionaal niveau

**Focus:** Actieve betrokkenheid

**Beleidssterrein:** Allerlei

**Beleidsfase:** Agendavorming

### 11.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

De interactie op Reuring vindt voornamelijk plaats tussen burgers op het forum, maar op de site proberen ambtenaren burgers ook te betrekken bij provinciale thema's. Er is sprake van tweerichtingsverkeer. Iedereen kan meedoen en iedereen kan de resultaten zien.

Burgers worden op verschillende niveaus betrokken bij Reuring. Burgers kunnen zich laten **informer**, ze kunnen informatie **raadplegen**. Daarnaast kunnen burgers de

provincie **adviseren** door mee te denken op het forum. Door polls in te vullen kunnen deelnemers **meebeslissen** (al is dat niet over belangrijke beleidsissues). Ook kunnen ze op de website **communiceren**.

### 11.3 Innovatie

#### **Technische innovatie: -**

Op het gebied van technische innovatie scoort Reuring laag. Er zijn geen speciale technische faciliteiten.

#### **Product/dienst innovatie: Nieuw initiatief**

#### **Organisatorische innovatie: +**

Door Reuring zet de provincie een stap in het op een nieuwe manier organiseren van processen.

#### **Sociale innovatie: ++**

Op het vlak van sociale innovatie scoort Reuring hoog. Burgers worden actief betrokken bij het creëren van waarde. Ze kunnen op de website nieuwe mensen ontmoeten. Iedereen heeft een publiek profiel (deze is alleen zichtbaar voor mensen die zich hebben aangemeld). De dienst fungeert als een sociaal netwerk en gebruikers kunnen de bijdragen van elkaar op het forum pluimen geven als ze het goed vinden.

### 11.4 Gebruik

De provincie heeft in maart en april 2007, bij wijze van experiment, reuring.nl benut als platform voor inspraak op het Provinciaal Verkeers- en Vervoersplan Drenthe (PVVP). Uit de pilot bleek dat er onder de inwoners van Drenthe behoefte is aan een gelegenheid om mee te praten over de toekomst van Drenthe en dat reuring.nl voor een belangrijk deel in deze behoefte kan voorzien. Het oorspronkelijke idee was om te experimenteren met een forum. Gezien de ervaring die andere overheden hadden, en de moeite die het kostte om mensen te betrekken, werd besloten om er meer dan een forum van te maken. Dus naast discussiemogelijkheden ook mogelijkheden voor een meer collaboratieve aanpak.

Reuring heeft half oktober 2009 905 leden. Op het forum staan aardig wat reacties, maar bijvoorbeeld het thema Sociale Agenda 2009-2012 krijgt erg weinig reacties. Reuring.nl is inmiddels geëvalueerd en wordt voor het eind van 2009 geheel vernieuwd. De look-and-feel wordt opgefrist en het beheer wordt belegd bij de afdeling communicatie.

### 11.5 Impact

Reuring is zeer actief ingezet als instrument om input te krijgen voor het Verkeer- en Vervoersplan en in 2008 ten behoeve van de eerste fase van het nieuwe Omgevingsbeleid. Zie hiervoor: "Dit tekent Drenthe" (<http://www.drenthe.nl/dittekentdrenthe/>). De gegevens worden vooral op kwalitatieve basis gebruikt. Dit wil zeggen dat input over een onderwerp meeweegt in de te maken keuzes. Zie hiervoor bijvoorbeeld de discussienota "Het gezicht van Drenthe" <http://www.drenthe.nl/publish/pages/11434/discussienotapsdef22juni2008.pdf>.

## 12 Stemwijzer

Website: [www.stemwijzer.nl](http://www.stemwijzer.nl)

Initiatiefnemer: Instituut voor Politiek en Publiek

Contactpersoon: Jochum de Graaf



Figuur 10 Screenshot [www.stemwijzer.nl](http://www.stemwijzer.nl)

### 12.1 Algemeen

**Omschrijving:** Stemwijzer is een tool ontwikkeld door het Instituut voor Politiek en Publiek waarmee gemeenten en andere overheden burgers kunnen helpen in het kiezen van de juiste partij of persoon om op te stemmen. De StemWijzer test de politieke voorkeur van burgers aan de hand van stellingen en uitspraken uit de verkiezingsprogramma's van politieke partijen, die aan de verkiezingen meedoen. Overheden kunnen een stemwijzer bij het Instituut bestellen. Deze wordt vervolgens aan de omstandigheden van die specifieke overheid aangepast. Stemwijzers worden vaak aangeboden door overheden, maar bijvoorbeeld de stemwijzer voor de Europese verkiezingen is ontwikkeld in samenwerking met televisieprogramma Een Vandaag. De StemWijzer heeft met de inzet van moderne media, internet, van begin af aan een educatieve doelstelling:

1. Het kennis krijgen van overeenkomsten en verschillen tussen de politieke partijen
  2. Het behulpzaam zijn bij het maken van een partijpolitieke keuze bij verkiezingen
- Dit vanuit de hoofddoelstelling van het Instituut voor Publiek en Politiek, het bevorderen van de politieke participatie. Het initiatief is gestart bij de verkiezingen van de Tweede Kamer in 1989. De website is vanaf 1998 online.

**Bestuurlijk niveau:** Landelijk initiatief

**Focus:** Actieve betrokkenheid

*Beleidsterrein:* Algemeen Bestuur

*Beleidsfase:* Anders

## 12.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Stemwijzer is een door overheden (en anderen) te personaliseren dienst. Voor burgers is het voornamelijk eenrichtingsverkeer met mogelijkheid tot reactie. De initiatiefnemer van de stemwijzer verzint de stellingen waar burgers van kunnen aangeven of ze het ermee eens zijn of niet. Iedereen kan de stemwijzers invullen, en niemand hoeft eerst in te loggen. De persoonlijke resultaten zijn alleen toegankelijk voor de burger die de stemwijzer heeft ingevuld. Er is wel een overzicht beschikbaar aan het eind waarbij de scores van de individuele burger worden afgezet tegen de gemiddelde scores per stelling voor de hele groep burgers die de test heeft ingevuld. Maar er is geen mogelijkheid om te communiceren met andere gebruikers of overheden over de uitslag van de test.

Op de betreffende stemwijzer website kunnen burgers zich laten **informer**en over de programma's van de politieke partijen en specifieke websites van partijen en de standpunten die zij hebben over bepaalde stellingen **raadplegen**. Bij het invullen van de stemwijzer kunnen burgers aangeven hoe zij over bepaalde stellingen denken. Vervolgens kunnen ze nog extra gewicht toekennen aan bepaalde politieke onderwerpen. Ook kunnen ze beslissen welke partijen zij willen betrekken in de analyse van hun politieke voorkeur. Door dit te doen voorzien zij zichzelf van **advies** over hun politieke keuze. Bij het overzicht dat wordt gegenereerd na het invullen van de stemwijzer, wordt per politieke partij aangegeven hoe zij tegenover een bepaalde stelling staan, en in welke mate de antwoorden van de burger op de stellingen overeen komt met de politieke partijen.

## 12.3 Innovatie

### *Technische innovatie:* -

Stemwijzer scoort laag op technische innovatie. Het is een simpele tool die een vragenlijst genereert.

### *Product/dienst innovatie:* Nieuw initiatief

### *Organisatorische innovatie:* +

Het initiatief zorgt ervoor dat informatie op een nieuwe en toegankelijke manier ter beschikking wordt gesteld aan burgers. Door het invullen van een aantal vragen krijgen ze vrij makkelijk een overzicht van de standpunten van politieke partijen zonder dat zij daarvoor ingewikkelde verkiezingsprogramma's hoeven door te nemen.

### *Sociale innovatie:* -

Het initiatief scoort laag op sociale innovatie. De dienst heeft geen sociale netwerkaspecten.

## 12.4 Gebruik

In 1989 waren diverse 'stemhulpen' in de omloop, o.a. bij het vak maatschappijleer. Idee om dit voor groter publiek uit te brengen werd uitgewerkt door Jochum de Graaf

voor toenmalige Stichting Burgerschapskunde; de eerste StemWijzer werd op papier en diskette (floppy disk) uitgebracht. In latere jaren werden diskettes verkocht via boekhandelsketen, en in samenwerking met kranten. In 1998 verscheen de eerste StemWijzer op internet. De doorbraak van Stemwijzer was bij de verkiezingen van 2002 en 2003, toen internet ook in Nederland een grote rol ging spelen; er werd toen samengewerkt met media als NOS, Wegener, Volkskrant en MSN.

Het record aan gebruikers, die de test compleet doen, staat op 4,7 miljoen, bij de Tweede Kamerverkiezingen van 2006. Uit gebruikersonderzoek blijkt dat het initiatief 3,5 miljoen unieke gebruikers heeft gehad. Op 4 juni 2009 hadden bij het sluiten van de stembussen 1.175.013 mensen gebruik gemaakt van de StemWijzer Europa (ruim eenderde van de opgekomen kiezers). Intussen hebben meer dan veertig gemeenten aangegeven de StemWijzer bij de verkiezingen van 3 maart 2010 in te willen zetten. Daaronder Amsterdam, Rotterdam, Den Haag, Haarlem, Tilburg, Hoogezand-Sappemeer, Helmond, Noordenveld, Westerveld, Hengelo, Breda, Middelburg en Almere.

Bij iedere campagne wordt online gebruikersonderzoek gedaan door de Universiteit van Tilburg. Vrijwel altijd vindt na iedere campagne een expertmeeting met wetenschappers, onderzoekers en journalisten plaats. Regelmatig wordt de site ook beoordeeld op usability en accessibility door internet-experts. StemWijzer wordt telkens opnieuw aangepast aan de eisen van de tijd.

## 12.5 Impact

Gebruikers reageren in zeer grote getale op het resultaat, tien duizenden mails hebben betrekking op alle aspecten van de site, inhoud, vormgeving, techniek, variërend van tikfouten tot voorstellen voor nieuwe toepassingen. Alle mails worden beantwoord, suggesties voor verbetering worden meegenomen in de evaluatie,

Concreet is er uit de Stemwijzer voortgekomen (direct en indirect) dat er onder de burgers meer kennis en debat is over de inhoud van de politiek. De site heeft een toenemende invloed op de stemkeuze. Ook heeft Stemwijzer (indirect) geleid tot een duidelijkere stellingname van politieke partijen en verbeterde partijprogramma's.

De StemWijzer gaat bij de gemeenteraadsverkiezingen samenwerken met de actualiteitenrubriek EenVandaag. Alle StemWijzers zullen ook op de website van EenVandaag worden aangeboden, in het tv-programma zal promotionele en redactionele aandacht aan de gemeentelijke StemWijzers worden besteed.

De StemWijzer zal zich blijven vernieuwen; initiatiefnemers experimenteren met web 2.0 technieken, verbinding met social networks, stellingenwiki en andere vormen waar gebruikers bij het bepalen van onderwerpen en formuleren van stellingen worden betrokken. Er zijn genoeg overheden, mediapartners en potentiële adverteerders die in de StemWijzer willen investeren.

## 13 Twitter Maxime Verhagen

Website: [www.twitter.com/maximeverhagen](http://www.twitter.com/maximeverhagen)

Initiatiefnemer: Maxime Verhagen, Minister van Buitenlandse Zaken



Figuur 11 Screenshot [www.twitter.com/maximeverhagen](http://www.twitter.com/maximeverhagen)

### 13.1 Algemeen

**Omschrijving:** Twitter (opgericht in 2006) is een dienst waarmee via een mobiele telefoon of computer kleine berichtjes van maximaal 140 tekens worden geplaatst (tweets). Het is een vorm van microblogging waarbij gebruikers elkaar constant kunnen laten weten waar ze mee bezig zijn. De dienst is enorm populair en wordt vaak gebruikt om nieuws snel te verspreiden (bijvoorbeeld aanslagen, vliegtuigongelukken etc). Ook wordt de dienst steeds vaker gebruikt door politici om te communiceren met de buitenwereld. Ambtenaren, leden van de Tweede Kamer, burgemeesters, staatssecretarissen en ministers hebben hun eigen Twitter account. Veel van deze accounts zijn niet echt interactief te noemen. Politici plaatsen er berichten op, maar reageren zelf niet op andere Twitteraars. De Twitter account van Maxime Verhagen is hier een uitzondering op. Maxime Verhagen was de eerste minister die actief werd op Twitter, en houdt bijna elke dag actief zijn account bij, waarbij hij ook reageert op vragen en opmerkingen van andere twitteraars. Sommige tweets worden daarnaast weergegeven op de website [www.hierisministerverhagen.nl](http://www.hierisministerverhagen.nl), een website waar op een satellietfoto wordt aangegeven waar de minister zich bevindt. Op deze website staan ook foto's van bezoeken die de minister heeft afgelegd, filmpjes en andere informatie over het programma van de minister. Minister Verhagen is eind augustus 2008 begonnen met het gebruik van Twitter.

*Bestuurlijk niveau:* Landelijk initiatief

*Focus:* Ontvankelijk bestuur

*Beleidsterrein:* Internationale betrekkingen

*Beleidsfase:* Anders

### 13.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Door het gebruik van Twitter, maakt hij zichzelf beter bereikbaar voor burgers. Hij laat zien waar hij wanneer mee bezig is, wat zijn functie transparanter maakt. Er is sprake van tweerichtingsverkeer; de minister plaatst zelf berichten waar anderen op kunnen reageren, maar hij reageert ook op vragen en opmerkingen van andere twitteraars. Alle mensen die zich hebben aangemeld bij Twitter kunnen de minister berichten sturen, maar in principe kan elke Nederlander de tweets van de minister lezen op de website [www.twitter.com/maximeverhagen](http://www.twitter.com/maximeverhagen).

Op Twitter kunnen burgers zich laten **informer** over de bezigheden van de Minister. Ook kunnen ze met de minister **communic**eren.

### 13.3 Innovatie

**Technische innovatie:** ++

Twitter is een dienst die technisch innovatief is. Er is een API beschikbaar, gebruikers kunnen een RSS feed instellen voor bepaalde tweets, de dienst is (voornamelijk) geschikt voor de mobiele telefoon en gebruikers kunnen in hun berichten tags aanbrengen.

**Product/dienst innovatie:** Gebruik van reeds bestaande externe dienst

**Organisatorische innovatie:** +

Door het gebruik van Twitter wordt het traditionele contact van burgers met een Minister veranderd. De dagelijkse bezigheden van Minister Verhagen worden transparant.

**Sociale innovatie:** ++

Twitter sociale innovatief te noemen. Via de dienst kunnen gebruikers nieuwe mensen ontmoeten, er zijn publieke profielen van de twitteraars, en de dienst fungeert als sociaal netwerk.

### 13.4 Gebruik

De minister heeft verschillende vormen van digitale communicatie overwogen. Hij heeft gekozen voor Twitter omdat dit medium ten eerste bij uitstek de mogelijkheid biedt te laten zien waar hij mee bezig is, en wat hij daarmee bereikt; ten tweede omdat mensen direct op hem kunnen reageren, en het de mogelijkheid biedt zonder tussenkomst van derden de discussie over het buitenlands beleid op te zoeken en aan te gaan.

Hoewel de informatie in een twitterbericht beperkt is, linkt minister Verhagen regelmatig naar teksten van zijn toespraken op [www.minbuza.nl](http://www.minbuza.nl), naar streaming video van Kamerdebatten waaraan hij op dat moment deelneemt op [www.tweedekamer.nl](http://www.tweedekamer.nl), en geeft hij een kijkje achter de schermen door te linken naar eigengemaakte foto's op [www.mobypicture.com](http://www.mobypicture.com). Verder verwijst hij tijdens buitenlandse reizen vaak naar [www.hiersiministerverhagen.nl](http://www.hiersiministerverhagen.nl) om mensen te laten zien waar hij zich op dat moment bevindt. Zo kan hij voor geïnteresseerden meer informatie aanreiken en de discussie verdiepen.

Minister Verhagen heeft meer dan 5300 tweets geschreven, ofwel ongeveer 12 per dag, voor het overgrote deel in antwoord op vragen van andere twitteraars. Het aantal mensen dat hem volgt is ongeveer 22 duizend, en stijgt nog steeds met ongeveer 750 per maand. Daarbij zijn studenten goed vertegenwoordigd ([www.twittersheep.com](http://www.twittersheep.com)). De snelle groei van twitter heeft het karakter van het medium veranderd. Was het in het begin, in de woorden van minister Verhagen, 'een gezellige kroeg op de hoek', tegenwoordig is het eerder 'een volgepakt stadion, met al het gejuich, de spreekkoren, het boegeroep en de verwensingen van dien'. Tegelijkertijd is daardoor de impact van twitter snel toegenomen, en na aanvankelijke scepsis uitgegroeid tot een serieus (nieuws) medium.

Burgers reageren vaak en veel op twitterberichten van minister Verhagen. Met een score op [www.twitter.grader.com](http://www.twitter.grader.com) die varieert van 99.96 en 100 procent is hij een van de meest gewaardeerde twitteraars van Nederland (en met afstand de meest gewaardeerde politicus). Twittergebruikers laten in hun berichtjes vaak weten dat ze het gebruik van twitter en de snelle beantwoorden van reacties door minister Verhagen zeer waarderen, ook als ze zijn politieke overtuiging niet delen.

Zie bijvoorbeeld:

<http://twitter.com/pianostemmer/status/5017838203>,

<http://twitter.com/MaximeVerhagen/status/5021330638>

<http://twitter.com/pianostemmer/status/5021764128>)

### 13.5 Impact

Minister Verhagen wil laten zien dat een actief buitenlands beleid in het belang is van Nederland, omdat internationale ontwikkelingen in een geglobaliseerde wereld direct van invloed zijn op de veiligheid, welvaart, leefomgeving en gezondheid van Nederlandse burgers. Meer dan zijn voorgangers besteedt minister Verhagen aandacht aan de noodzaak een draagvlak te behouden voor een actief buitenlands beleid. In zijn communicatie staat minister Verhagen dan ook voor de opgave zichtbaar te maken dat zijn beleid en zijn bezigheden het belang van de Nederlanders dient. Dat doet hij door veelvuldige werkbezoeken, toespraken en bijeenkomsten in Nederland, en door de publicatie van artikelen en interviews in Nederlandse en buitenlandse media, maar ook door het gebruik van Twitter. Digitale communicatie biedt mogelijkheden om doelgroepen aan te spreken over buitenlands beleid die op de traditionele wijze niet of moeilijk zijn te bereiken. Voor een minister die zeker honderd dagen per jaar en meer in het buitenland doorbrengt, biedt digitale communicatie bovendien het voordeel dat die bijna vanaf elke plaats en elk gewenst tijdstip kan plaatsvinden.

Minister Verhagen nodigt via twitter ook met enige regelmaat zijn volgers uit voor een persoonlijke ontmoeting (tweetup). In juli vond er een ontmoeting plaats met 100 twitteraars op het ministerie van Buitenlandse Zaken

(<http://www.vimeo.com/tag:verhagen>). Omdat er (veel) meer belangstelling was van twitteraars dan beschikbare plaatsen, werd er door de twitteraars een live video feed verzorgd en een tweede, parallelle tweetup georganiseerd. Door initiatieven van volgers en de actieve opstelling van minister Verhagen is er als het ware een spontane community ontstaan. Daarmee is de minister de spil in een forum voor een doelgroep die hij anders niet zou hebben bereikt.

Een ander voorbeeld van impact: eerder dit jaar waren er in Iran grote demonstraties in verband met de presidentsverkiezingen. Voor de informatie over het verloop de verkiezingen, de organisatie van de verkiezingen en de repressie door de autoriteiten werd veel gebruik gemaakt van internet. Minister Verhagen werd er op twitter van verschillende kanten op gewezen dat de Iraanse autoriteiten technologie van Europese bedrijven gebruikten om het internet in toenemende mate te censureren en de vrijheid van meningsuiting in te perken, en riepen hem op daaraan iets te doen.

Minister Verhagen heeft naar aanleiding van deze berichten informatie ingewonnen bij ambtgenoten in andere Europese landen, en dit punt geagendeerd voor de Raad Algemene Zaken en Externe Betrekkingen in Brussel, de maandelijkse bijeenkomst van de ministers van Buitenlandse zaken van de Europese Unie. Op zijn initiatief heeft de Raad opdracht gegeven aan de Europese Commissie om de mogelijkheden te onderzoeken de uitvoer van deze technologie aan banden te leggen (zie: [www.minbuza.nl/nl/Actueel/Nieuwsberichten/2009/09/Nederland\\_op\\_de\\_bres\\_voor\\_internettoegang\\_in\\_Iran](http://www.minbuza.nl/nl/Actueel/Nieuwsberichten/2009/09/Nederland_op_de_bres_voor_internettoegang_in_Iran)).

## 14 Virtueel Apeldoorn (als onderdeel van Virtuele Steden)

Website: [www.virtueelapeldoorn.nl](http://www.virtueelapeldoorn.nl)

Initiatiefnemer: Gemeente Apeldoorn



Figuur 12 Screenshot [www.virtueelapeldoorn.nl](http://www.virtueelapeldoorn.nl)

### 14.1 Algemeen

*Omschrijving:* In nauwe samenwerking met Helmond en Tilburg (kennisdeling), heeft Apeldoorn sinds een aantal jaar een deel van de stad nagebouwd in 3D waar burgers als avatars doorheen kunnen lopen. De Gemeente toont in deze applicatie enkele plaatsen die in de komende jaren ontwikkeld gaan worden. Voorbeeld is een visualisatie van Groot Zonnehoeve. Voordat Virtueel Apeldoorn betreden kan worden, moet er eerst software worden gedownload. Virtueel Apeldoorn is samen met andere virtuele steden (Helmond en Tilburg) genomineerd voor de European eGovernment award 2009.

*Bestuurlijk niveau:* Lokaal initiatief

*Focus:* Actieve betrokkenheid

*Beleidssterrein:* Bouwen en wonen, ruimtelijke ordening

*Beleidsfase:* Beleidsvoorbereiding

### 14.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Binnen Virtueel Apeldoorn helpen burgers ambtenaren/ beleidsmakers om hun plannen te becommentariëren. Burgers kunnen in Virtueel Apeldoorn ook met elkaar communiceren. In principe kan iedereen de software downloaden zodat Virtueel Apeldoorn toegankelijk is. Alle burgers kunnen zelf een avatar aanmaken en de wereld gaan verkennen.

Burgers worden op een paar niveaus bij Virtueel Apeldoorn betrokken worden. Zo kunnen burgers zich laten **informer**en over toekomstige ontwikkelingen. Ze kunnen door nieuwe wijken heenlopen om te zien hoe de stad er uit zal gaan zien. Ook kunnen ze de gemeente **advise**ren door hun mening te geven over bepaalde plannen. Daarnaast kunnen ze **communi**ceren met andere burgers die rondelopen in Virtueel Apeldoorn.

### 14.3 Innovatie

#### *Technische innovatie: +*

Virtueel Apeldoorn is technisch innovatief te noemen omdat het een van de weinige virtuele werelden is in de database. Net als in Second Life kunnen burgers als avatars rondlopen in een 3D wereld.

#### *Product/dienst innovatie: Nieuw initiatief*

#### *Organisatorische innovatie: +*

In Virtueel Apeldoorn wordt bestaande informatie over nieuwe wijken etc op een nieuwe manier doorzoekbaar gemaakt. Door burgers te laten rondlopen in een virtuele stad en op die manier meningen te verzamelen, wordt het inspraakproces op een andere manier georganiseerd.

#### *Sociale innovatie: ++*

Sociale innovatie in Virtueel Apeldoorn vindt plaats op een aantal niveaus. Zo is er een mogelijkheid voor burgers om nieuwe mensen te ontmoeten, en heeft het initiatief een chatfunctie. Ook zou de dienst kunnen fungeren als sociaal netwerk.

### 14.4 Gebruik

Helmond was de eerste gemeente die halverwege 2004 met de virtuele binnenstad van Helmond kwam. Apeldoorn volgde in 2005 met een Apeldoornse variant van de hele stad met als doel een structureel platform te bieden. Vlak daarna startte Tilburg. Virtueel Apeldoorn is ontstaan vanuit de concrete behoefte om projecten beter te communiceren. Hierdoor is het bij de verschillende gemeenten vanaf het begin af aan ook meteen intensief gebruikt. Er zijn inmiddels heel wat projecten door de virtuele steden gelanceerd. Hierbij zijn meestal partijen betrokken als projectontwikkelaars, woningbouwcoöperaties, bewonersverenigingen, wijk- en buurtraden, de gemeentelijke organisatie.

In eerste instantie was het belangrijkste doel van Virtueel Apeldoorn het verbeteren van het ontwerpproces en de communicatie en gedachtevorming rondom ruimtelijke projecten en het experimenteren met de participatie mogelijkheden. Door het enorme succes wordt het platform nu op zoveel verschillende manieren gebruikt, dat er veel meer doelstellingen ontstaan zijn.

In totaal komt het aantal bezoekers uit op ruim 250.000

Als er gedurende de communicatie van een project een forum is geopend, worden de daar ingediende vragen en meningen meegenomen in het projectteam door de communicatiemedewerker van het project. Deze zorgt ook voor de terugkoppeling. Zo hebben al voor diverse projecten bewoners hun invloed kunnen uitoefenen. Belangrijk

is de wijze waarop bewoners hun input kunnen leveren. In de virtuele steden kan dat via de chat, het forum en de voice chat.

## 14.5 Impact

Na deelname aan de eGovernment Awards 2007 de hebben de eerste virtuele steden hun samenwerking geïntensiveerd op het gebied van de ontwikkeling van het platform en het delen van kennis met andere belanghebbenden. Momenteel gebruiken ongeveer 13 steden (waaronder Rotterdam en Utrecht), de provincie Noord Brabant en 4 andere grote nationale bedrijven (zoals Schiphol, de Nederlandse Spoorwegen, Rijkswaterstaat) het gereedschap voor verschillende toepassingen.

Andere concrete voorbeelden van impact (niet alleen Apeldoorn):

- Alle grote woningbouwprojecten in Apeldoorn zijn momenteel beschikbaar in Virtueel Apeldoorn.
- In Tilburg is in de virtuele stad een bindende stemming gehouden voor de herinrichting van het Heuvelplein. Binnen drie weken keken ongeveer 14.500 bezoekers naar de drie verschillende ontwerpen en stemden ongeveer 4000 mensen.
- Door de inzet van de virtuele stad bij de discussie over de inrichting van de Markt in Helmond die al 10 jaar liep, werd de kern van de discussie een heel stuk duidelijker. Binnen twee maanden was de besluitvorming rond.
- Na een zeer succesvolle eerste ervaring met de inzet van de virtuele stad heeft de gemeenteraad van Venlo besloten dat voortaan alle grote projecten op deze wijze gecommuniceerd moeten worden.
- Doordat via Virtueel Apeldoorn bleek dat de impact van een aantal geplande windmolens veel kleiner was dan verwacht, verliep de besluitvorming rondom de plannen aanzienlijk makkelijker.
- Afgelopen voorjaar zijn al in een zeer vroeg stadium rondom de planvorming over de binnenstad van Apeldoorn de bewoners op de hoogte gesteld en gevraagd actief deel te nemen in de planvorming. Momenteel worden de vervolgentwerpen voorbereid die ook weer via Virtueel Apeldoorn beschikbaar zullen zijn voor commentaar.
- Steeds meer steden adopteren de standaard werkwijze en worden hierbij actief ondersteund. Inmiddels is zelfs de eerste virtuele provincie (Noord-Brabant) in de maak.
- Het virtuele steden platform is in 2004 genomineerd voor de Europese IST prijs
- Virtueel Apeldoorn is in 2006 beloond met de Apeldoorn IT award.
- In 2007 zijn de virtuele steden genomineerd voor de European eGovernment award. Deze is niet gewonnen, maar het initiatief heeft wel een European Good Practice label gekregen.
- In 2008 is Virtueel Apeldoorn uitgenodigd om een presentatie over het initiatief te houden tijdens het Forum for the future of democracy, georganiseerd door de raad van Europa in Madrid.
- In 2009 zijn de virtuele steden opnieuw genomineerd voor de European eGovernment award.

Virtuele steden worden uitgebreid en vinden navolging in andere projecten:

- Met behulp van een RGI (Ruimte voor Geo Informatie) subsidie is een proeftuin opgezet voor het uitvoeren van experimenten in de virtuele steden.

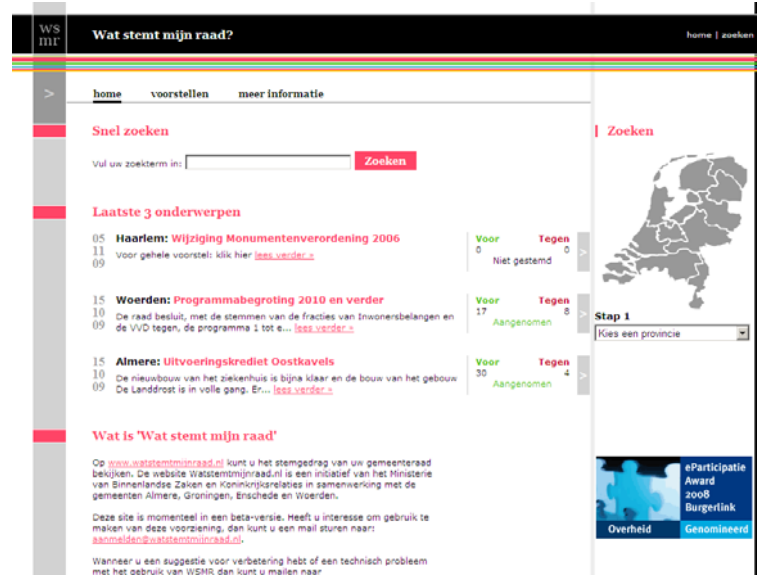
Ook is hierbij een gemeenschappelijk kennisportaal ingericht welke te vinden is via [www.virtueelnl.nl](http://www.virtueelnl.nl).

- Er wordt gewerkt aan het uitwerken van een virtueel jongerencentrum. Hierbij wordt aan Virtueel Apeldoorn en Helmond & Tilburg een virtueel jongerencentrum toegevoegd, waar de jongeren voor een groot gedeelte zelf het beheer over krijgen. Tevens krijgen zij de beschikking over extra functionaliteit zoals het zelf toevoegen van inhoud. Dit kan gezien worden als een eerste poging om de virtuele steden meer open te stellen als platform voor derden. Uiteindelijk zouden veel meer belanghebbenden een stukje virtuele stad in beheer kunnen nemen. Een eerste versie is te vinden via <http://www.virtueeljeugdhonk.nl/>.
- Op het gebied van veiligheid is in opdracht van Binnenlandse Zaken een virtuele veilige modelwijk ontwikkeld. Hiermee kan op een aansprekende wijze voorlichting gegeven worden over verbeteringen op het gebied van veiligheid. Dit initiatief is nog niet publiek toegankelijk.

## 15 Wat Stemt Mijn Raad

Website: [www.watstemtmijnraad.nl](http://www.watstemtmijnraad.nl)

Initiatiefnemer: Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties, Burgerlink



Figuur 13 Screenshot [www.watstemtmijnraad.nl](http://www.watstemtmijnraad.nl)

### 15.1 Algemeen

**Omschrijving:** Op dit initiatief kunnen burgers het stemgedrag van hun gemeenteraad bekijken. Watstemtmijnraad.nl (WSMR) heeft als doel de transparantie en toegankelijkheid van de gemeenteraad te vergroten. De dienst fungeert als een zoekmachine. WSMR is geïnspireerd op [www.politix.nl](http://www.politix.nl), een site waar burgers het stemgedrag van Tweede Kamerleden kunnen opvragen. De website is een initiatief van het Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties in samenwerking met de gemeenten Almere, Groningen, Enschede en Woerden. Burgerlink is vanaf 2009 verantwoordelijk voor de doorontwikkeling van de website. Ook is er een open source koppeling mogelijk gemaakt met raadsinformatiesystemen, zodat griffiers maar op een plaats hun verslaglegging van de raadsvergaderingen hoeven bij te houden. Eind 2009 zal deze in de nieuwe release van WatStemtMijnRaad beschikbaar zijn. WSMR is beschikbaar sinds (medio) 2008.

**Bestuurlijk niveau:** Landelijk initiatief, lokaal beschikbaar

**Focus:** Verantwoordelijk beheer

**Beleidsterrein:** Allerlei

**Beleidsfase:** Beleidsbepaling

## 15.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Voor burgers biedt Wat Stemt Mijn Raad een mogelijkheid om meer inzicht te krijgen in het stemgedrag van gemeenteraadsleden. In principe is er sprake van eenrichtingsverkeer: WSMR fungeert als een soort zoekmachine waar burgers in kunnen zoeken. Ook zijn niet alle gemeenten vertegenwoordigd. Iedereen kan de dienst gebruiken, en iedereen heeft inzicht in het stemgedrag van gemeenteraden die zijn aangesloten.

Naast informatievoorziening is de betrokkenheid van burgers bij het initiatief beperkt. Burgers kunnen zich door gebruik van WSMR **informer** over stemgedrag van gemeenteraden, en ze kunnen specifieke informatie **raadplegen** per gemeente, partij, raadslid, titel etc.

## 15.3 Innovatie

### **Technische innovatie:** +

Het initiatief is technisch innovatief te noemen in de zin dat het een zoekmachine is. In de nieuwe release van de dienst die eind 2009 uitkomt is ook een API toegevoegd en wordt deels gebruik gemaakt van een stukje open source software.

### **Product/dienst innovatie:** Nieuw initiatief

### **Organisatorische innovatie:** +

WSMR is organisatorisch innovatief in de zin dat het bestaande informatie op een nieuwe manier doorzoekbaar maakt.

### **Sociale innovatie:** -

WSMR is sociaal niet als innovatief te beoordelen. De dienst heeft geen sociale netwerkaspecten.

## 15.4 Gebruik

Burgers zijn de doelgroep van WSMR. Burgers kunnen door de website van WSMR en met de toepassingen die derden ontwikkelen meer inzicht krijgen in het stemgedrag van hun gemeenteraadsleden, waardoor de transparantie van de gemeenteraad vergroot wordt. In tweede instantie is de doelgroep voor het gebruik van WSMR de organisaties die systemen ontwikkelen waarin het stemgedrag van gemeenteraadsleden een toegevoegde waarde heeft, zoals kieskompassen en stemwijzers. Tevens zijn de leveranciers van RIS systemen een belangrijke doelgroep.

Sinds augustus 2008 heeft het initiatief 10.856 unieke bezoekers gehad. Er zijn 13.858 bezoeken geregistreerd, waarbij 62.494 pagina's zijn bekeken. Gemiddeld hebben de bezoekers bijna 2,5 minuut doorgebracht op de website.

Sinds de lancering van de betaversie, halverwege 2008, doen er 14 gemeenten mee: Almere, Amstelveen, Baarn, Blaricum, Eemnes, Enschede, Groningen, Haarlem, Laren, Leiden, Losser, Rijswijk, Vaals en Woerden. 20 andere gemeenten zijn nu met de WatStemtMijnRaad aan het testen. Burgerlink hoopt dat in de aanloop naar de raadsverkiezingen in 2010 meer gemeenten zullen aansluiten.

## 15.5 Impact

WSMR was in 2008 ook al genomineerd voor een eParticipatie Award.

Er wordt door de initiatiefnemers actief gesleuteld aan de website. Leden van de Community of Practice Wat Stemt Mijn Raad, griffiers, voorlichters en andere geïnteresseerden worden actief uitgenodigd verbeterpunten aan te dragen voor de site. Verschillende opmerkingen zijn in de nieuwe release van WSMR (eind nov 2009) meegenomen.

De impact is op dit moment nog niet groot. Focus bij de doorontwikkeling in 2009 heeft gelegen op het op een makkelijke manier WSMR te koppelen aan RIS systemen (Raadsinformatie systemen) en het gebruiksvriendelijk maken van de front- en de backoffice. Betrokken gemeenten zijn enthousiast. Koppeling met bestaande registratiesystemen is cruciaal voor het welslagen van WSMR. Eind 2009 is de applicatie doorontwikkeld en in 2010 moet alle aandacht gericht zijn op communicatie naar gemeenten, maar ook naar Provinciale Staten en Waterschappen. Verder moet in 2010 WSMR gekoppeld worden aan stemkastjes systemen zodat de griffie tijd bespaard wordt bij het verwerken van de stemuitslagen. In 2010 moet de aandacht verder uitgaan naar toepassingen van de data van WSMR. Om uitwisseling met WSMR makkelijk te maken is een API ontwikkeld.

## 16 Weblog Harmen Binnema

Website: [www.harmenbinnema.nl](http://www.harmenbinnema.nl)

Initiatiefnemer: Harmen Binnema, fractievoorzitter van Groen Links in de Provinciale Staten Noord-Holland

Contactpersoon: Harmen Binnema

**BinBlog - Harmen Binnema**



**Wie is dat?**

Harmen Binnema, 30 jaar, Amsterdam, fractievoorzitter van GroenLinks in de Provinciale Staten Noord-Holland. Zijn speerpunten zijn: goed openbaar vervoer, behoud van het landschap en eerlijk bestuur. Met dit weblog wil ik laten zien wat ik zoal uitspook als politicus en verder geef ik ongevraagd commentaar op de wereld.

Twitter

© @harmenbinnema  
gepubliceerd met het advies en de naam van

18 oktober 2009

### Amsterdam heeft nieuw verkiezingsprogramma

Gistermiddag werd in Akantes de ledenvergadering gehouden waarop het GroenLinks programma voor de Amsterdamse raadsverkiezingen werd vastgesteld. Het document zelf telde al 42 pagina's en met dank aan ijverig amendevedende leden werden dat er zeker niet minder. Overigens waren veel van die amendementen kleine (tekstuele) wijzigingen waar niet over gestemd hoefde te worden, maar die zo overgenomen konden worden. Over andere voorstellen werd wel gestemd, maar zonder verdere discussie. De leden moesten het doen met het preadvies van de programmacommissie. Alleen stemmen neemt ook al aardig wat tijd in beslag, maar middagvoorzitter Tony Beertling had het prima onder controle.

Wat overbleef - de zgn. categorie 1 amendementen - waren de onderwerpen waar we eens goed voor gingen zitten. Zo was er een verwarrende discussie over het bouwen van nieuwe studentenwoningen en het permanent maken van noodwoningen voor studenten. Er werden twee amendementen aangenomen die al dan niet strijdig zijn, zodat de programmacommissie nog een nieuwe integrerende tekst mag gaan maken. Een voor mij (en statencollega [Jilias](#)) belangrijk amendement ging over de Limeerlijn tussen Amsterdam en Almere. Vanuit de provincie hebben we altijd bepleit dat eerst de bestaande verbindingen verbeterd en opgewaarderd moeten worden. Zou het Rijk alsnog besluiten tot een verbinding door het IJmeer, dan is die alleen acceptabel in de vorm van een tunnel. Althans, dat was de tekst van het mede door mij gesteunde en ter plekke bepleite amendement, terwijl het programma meldde dat de tunnelverbinding er sowieso moet komen. Paar stappen te snel en strategisch niet handig: gelukkig vond de meerderheid van de vergadering dat ook.

De ledenvergadering wilde niet zover gaan om vervolgens het IJmeer/Markermeer vrij te waren van bebouwing, zoals in een amendement van [Jeroen Hamstra](#) e.a. stond. Daarmee is de mogelijkheid dat Almere buitendijks gaat bouwen dus opengelaten. De enige geruststelling is dat dit op korte termijn nog niet haalbaar lijkt. Al met al is het een weliswaar te lang, maar sterk en aansprekend programma geworden. Op naar de 10 zetels!

**Laatste berichten**

[Amsterdam heeft nieuw verkiezingsprogramma](#)

[Political Song IX: Barry McGuire - Eve of Destruction \(1965\)](#)

[Harmen verpeet 100 miljoen voor openbaar vervoer](#)

[Gezicht: beaas van de provincie](#)

[Political Song VIII: Domi Mitchell - Big Yellow Taxi \(1970\)](#)

[Dan tot Dan loop 2009](#)

[De Toekomst](#)

**Laatste reacties**

[Harmen Wel D66, niet vrouw, maar ik](#)

[Frank Fabian van Hoeren: Els Borst! Doet die eig nog](#)

[Harmen Dan doe je de bezitters van](#)

[Bert Pulters Kijk, dit benen ik nu met n](#)

[Harmen Volgens mij kan dat inderdaad](#)

[Inda Genes D66-vrouwen te vinden](#)

[Harmen Kan niet ontkennen dat die n](#)

[dieberis: Een old](#)

Figuur 14 Screenshot [www.harmenbinnema.nl](http://www.harmenbinnema.nl)

### 16.1 Algemeen

**Omschrijving:** In de politiek worden weblogs vaak ingezet om de brug tussen politici en burgers te verkleinen. De blogs bieden een nieuw en laagdrempelig communicatiekanaal dat makkelijk bereikbaar is en ook makkelijk ingezet kan worden om een politieke boodschap naar buiten te brengen. Op lokaal niveau onderhouden veel burgemeesters en wethouders van gemeenten bijvoorbeeld weblogs. Als deze weblogs geanalyseerd worden, blijken de verschillen tussen de blogs groot. Sommige weblogs worden regelmatig bijgehouden, bevatten foto's en filmpjes en krijgen reacties van burgers. Andere weblogs worden veel minder vaak onderhouden, zijn geen zelfstandige websites maar onderdeel van de gemeentelijke website en krijgen bijna nooit reacties. Een behoorlijk aantal weblogs biedt burgers slechts een mogelijkheid om te reageren via e-mail. Regionaal en landelijk houden ook veel politici een weblog bij. Bijzondere vermelding verdient de SP die al haar politici een ruimte voor een weblog aanbiedt op het SP domein. Veel SP politici maken daar dan ook gebruik van. Een ander voorbeeld van een politicus die zijn weblog consequent inzet in communicatie naar buiten is Harmen Binnema. Hij is fractievoorzitter van Groen Links in de Provinciale Staten van Noord Holland. Op zijn weblog geeft hij ook nieuwsberichten weer en worden zijn Twitterberichten getoond.

**Bestuurlijk niveau:** Regionaal initiatief (provincie)

**Focus:** Ontvankelijk bestuur

*Beleidssterrein:* Algemeen bestuur, Natuur en milieu en Verkeer en vervoer

*Beleidsfase:* Anders

## 16.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

De weblog van Harmen Binnema is, zoals bijna alle weblogs, eenrichtingsverkeer, met een mogelijkheid van gebruikers om te reageren. In principe kan iedereen een reactie plaatsen, en ook iedereen kan de reacties lezen.

Burgers worden bij het weblog betrokken doordat ze zich kunnen laten **informer** over de werkzaamheden en gedachten van Binnema. Daarnaast kunnen ze met hem **communiceren** door reageren op zijn blogbijdragen. Binnema reageert vaak weer op deze reacties.

## 16.3 Innovatie

**Technische innovatie:** ++

Binnema maakt gebruik van een bestaande weblog dienst. Hierdoor is het mogelijk om RSS feeds in te stellen en streaming video weer te geven.

**Product/dienst innovatie:** Gebruik van reeds bestaande externe dienst

**Organisatorische innovatie:** -

**Sociale innovatie:** +

Op de weblog van Binnema is een koppeling met andere succesvolle sociale media door het weergeven van zijn Twitter account en zijn last.fm afspeellijst.

## 16.4 Gebruik

Harmen Binnema is de weblog in 2004 voornamelijk gestart voor zichzelf. Hij wilde zijn standpunten over politiek naar buiten brengen, en daar reacties op uitlokken. Zo wilde hij meer zichtbaarheid voor zichzelf creëren – ook omdat de politiek op provincieniveau enigszins onbekend is. Volgens zijn eigen inschattingen bereikt hij voornamelijk een intern publiek zoals collega politici, ambtenaren en een enkele journalist. Burgers bereikt hij niet massaal met zijn weblog. Hij krijgt ongeveer 40 a 50 bezoekers per dag, en dat loopt terug als hij al een tijdje niks meer heeft aangepast op zijn website.

Binnema reageert actief als mensen berichten achterlaten op zijn weblog. Hij heeft nog nooit concrete verzoeken gekregen via zijn weblog.

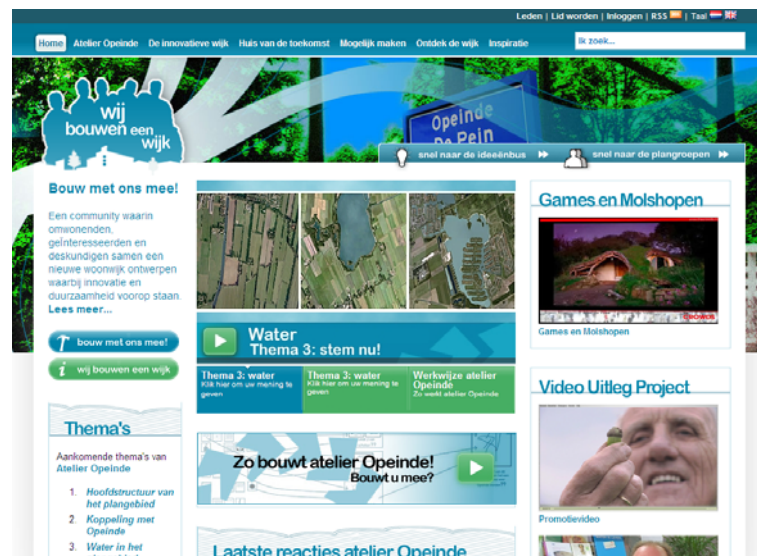
## 16.5 Impact

Binnema maakt zich geen illusies over de impact van zijn weblog. Zoals hierboven al is aangegeven, bezoeken vooral collega's zijn weblog en mensen die hij privé al kent. Een weblog kan wel handig zijn om een bepaald standpunt in te nemen. Hij vindt weblogs alleen wel redelijk statisch, Twitter is hier misschien meer geschikt voor. Binnema denkt zijn weblog over 2 jaar nog wel bij te houden.

## 17 Wij Bouwen een Wijk

Website: [www.wijbouweneenwijk.nl](http://www.wijbouweneenwijk.nl)

Initiatiefnemer: Gemeente Smallerland



Figuur 15 Screenshot [www.wijbouweneenwijk.nl](http://www.wijbouweneenwijk.nl)

### 17.1 Algemeen

*Omschrijving:* Op deze website vraagt de gemeente Smallerland inwoners van Opeinde, inwoners van Smallerland, studenten, specialisten en anderen, om mee te helpen aan het ontwerpen en inrichten van een nieuwe woonwijk in het dorp Opeinde. De site heeft een wiki-achtige structuur. Om de ideeën boven water te krijgen, wordt samengewerkt met het bureau The Crowds uit Amsterdam. Innovatie en duurzaamheid staan in dit project voorop. Op de website staan video's met uitleg van het initiatief, er is een ideeënbus, er worden plangroepen georganiseerd en burgers kunnen hun reactie geven, artikelen lezen van aangewezen experts en foto's uploaden. Het initiatief is in oktober 2008 geïnitieerd.

*Bestuurlijk niveau:* Lokaal initiatief

*Focus:* Actieve betrokkenheid

*Beleidssterrein:* Beheer openbare ruimte, Bouwen en wonen

*Beleidsfase:* Beleidsvoorbereiding

### 17.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Op dit initiatief hebben burgers voornamelijk interactie met andere burgers en belanghebbenden, maar uiteraard spelen ambtenaren/ beleidsmakers hier ook een rol in. In principe kan iedereen meedoen met het initiatief, maar daarvoor moeten burgers wel inloggen. Ook kan iedereen zien wat de reacties en ideeën van anderen zijn.

Wij Bouwen een Wijk betreft burgers op verschillende niveaus. Burgers kunnen zichzelf op de website **informer** over de plannen die de gemeente heeft. Ze kunnen daarnaast **adviseren** door hun commentaar te geven en **coproduceren** door hun eigen plannen en foto's op de site te zetten. Ook kunnen ze met elkaar **communiceren**.

### 17.3 Innovatie

#### *Technische innovatie: ++*

Wij Bouwen een Wijk is technisch innovatief op twee punten. Op de site kunnen deelnemers een RSS feed inschakelen en geotags gebruiken om informatie aan een kaart te koppelen.

#### *Product/dienst innovatie: Nieuw initiatief*

#### *Organisatorische innovatie: +*

Wij Bouwen een Wijk is een nieuwe manier om processen te organiseren. Daarnaast Wordt bestaande informatie beschikbaar gemaakt zodat mensen de informatie kunnen doorzoeken, aanvullen en combineren.

#### *Sociale innovatie: ++*

Het initiatief is sociaal innovatief op vijf niveaus. (1) Gebruikers worden actief betrokken bij het creëren van waarde, (2) ze krijgen de mogelijkheid nieuwe mensen te ontmoeten, (3) er zijn publieke profielen te zien van gebruikers, (4) er is een koppeling met andere succesvolle sociale media zoals Vimeo voor het integreren van video's en (5) de dienst fungeert als sociaal netwerk.

### 17.4 Gebruik

De gemeente Smallerland heeft al een geschiedenis met burgerparticipatie via inspraakavonden, klankbordgroepen en werkgroepen, etc. Met 'Wij Bouwen een Wijk' wordt een volgende stap gezet door te experimenteren met burgerparticipatie via het web. Op [www.wijbouweneenwijk.nl](http://www.wijbouweneenwijk.nl) vragen we de internetcommunity om met ons mee te denken over de inrichting van een nieuwe woonwijk bij het dorp Opeinde. De doelgroep is breed: Iedereen met een internetaansluiting: inwoners van Opeinde, inwoners van Smallerland, Friezen, Nederlanders, studenten, specialisten en ieder ander die ideeën heeft over de inrichting van de woonwijk van overmorgen.

Het initiatief is ontstaan uit een discussie over de invulling van de planvorming voor een nieuwe woonwijk. Het college wilde dit eens anders aan te pakken dan gebruikelijk. Normaal gesproken gaat een stedenbouwkundig bureau aan het werk en maakt een inrichtingsplan. Dit plan wordt daarna (dus als de plannen al min of meer vast staan) via de gebruikelijke wettelijke inspraakprocedures aan burgers voorgelegd. Samen met The Crowds is toen nagedacht over de inzet van 'crowdsourcing' en is 'Wij Bouwen een Wijk' gestart. Via het systeem van crowdsourcing hoopte de gemeente Smallerland tot vernieuwende inzichten te komen. Ook stedenbouwkundigen denken namelijk geregeld in bepaalde vaste patronen. Door een internetcommunity te laten nadenken over de inrichting van een woonwijk, kunnen ideeën van veel verschillende mensen samen komen. Daarnaast geeft Wij Bouwen een Wijk de mogelijkheid om de gebruikelijke gang van zaken rondom planvorming om te draaien. Mensen krijgen vanaf het begin van de planvorming de gelegenheid om mee te kijken en aan te geven

hoe zij de woonwijk van overmorgen voor zich zien. Deze ideeën vormen nu de basis voor het inrichtingsplan.

Het initiatief heeft 275 geregistreerde leden (20 oktober 2009). Om te kunnen reageren op de website is het overigens niet noodzakelijk om te registreren. Daarnaast zijn er 27.000 unieke bezoekers in totaal geweest (periode 2 oktober 2008 – 20 oktober 2009).

Het project wordt gefaseerd uitgevoerd:

*1<sup>e</sup> fase:* Ideeënbus (oktober 2008 – juni 2009). In deze fase zijn ongeveer 350 ideeën en reacties voor de inrichting van de nieuwe wijk gepost in de ideeënbus van Wij Bouwen een Wijk. Veel ideeën zijn meer dan 1000 keer bekeken. De vorm van de ideeën en reacties lopen sterk uiteen, van enkele zinnen tot uitgewerkte schetsen. In de eerste fase zijn ook meerdere groepen studenten van Hogescholen uit Leeuwarden en Groningen betrokken geweest.

*2<sup>e</sup> fase:* Selectiefase (juni 2009 tot begin 2010). Ideeën uit de ideeënbus worden in 8 opeenvolgende fasen verder uitgewerkt tot een inrichtingsplan voor de wijk. In deze fase werken we samen met stedenbouwkundig bureau Atelier DUTCH uit Almere. In deze fase wordt aan de webcommunity per thema een aantal keuzes voorgelegd. Met behulp van foto's en schetsen worden de mogelijkheden en consequenties in beeld gebracht. De website wordt maandelijks door meer dan 1250 unieke bezoekers gevolgd.

Als het inrichtingsplan voor de nieuwe wijk bij Opeinde er is, is het project Wij Bouwen een Wijk in principe afgerond. De website kan echter in een aangepaste vorm blijven bestaan en dienen als naslagwerk of discussieforum. Hier zijn nu nog geen concrete plannen voor.

## 17.5 Impact

Inwoners van binnen en buiten de gemeente Smallingerland krijgen de gelegenheid een 'kijkje in de keuken' bij de gemeente te nemen, en te volgen wat er komt kijken bij het maken van plannen voor een nieuwe wijk. Bovendien hoeft het niet bij alleen kijken te blijven. Burgers mogen ook meedenken en reageren op de plannen. Met andere woorden, burgers krijgen de gelegenheid een rol te pakken die anders alleen door de overheid wordt ingevuld. Dit project (en trouwens ook 'Drachten wil je meemaken') zorgt bovendien voor een (lokale en interne) impuls aan de discussie over het betrekken van burgers bij beleid.

Daarnaast heeft het project natuurlijk ook geresulteerd in een website vol ideeën over de inrichting van de wijk van de toekomst.

Lessons learned: De verwachte inbreng van professionals in de ideeënbus en nu tijdens de selectiefase is kleiner dan gehoopt. Het overgrote deel van de reacties is van particulieren. Blijkbaar zijn professionals niet zo geneigd om online mee te discussiëren en hun expertise (gratis) in te brengen. De website is nu meer dan een jaar online en het inrichtingsplan is nog niet klaar. Door de vrij lange doorlooptijd wordt het lastiger mensen betrokken te houden.

## 18 Zo'n Burgemeester wil Almelo

Website: [www.zonburgemeesterwilalmelo.nl](http://www.zonburgemeesterwilalmelo.nl)

Initiatiefnemer: Gemeente Almelo



Figuur 16 Screenshot [www.zonburgemeesterwilalmelo.nl](http://www.zonburgemeesterwilalmelo.nl)

### 18.1 Algemeen

*Omschrijving:* Gemeenten proberen burgers steeds vaker te betrekken bij allerlei processen en projecten. Een voorbeeld is het kiezen van een nieuwe burgemeester. Ook de gemeente Almelo is in 2009 een campagne gestart om burgers te betrekken bij het selectieproces. Op de website 'Zo'n burgemeester wil Almelo' konden burgers van de gemeente een enquête invullen welke karaktereigenschappen een nieuwe burgemeester zou moeten bezitten. Naast een online enquête werden de reacties ook verzameld op straat en werden er filmpjes gemaakt met de mening van de burgers van Almelo. Deze filmpjes werden ook op de website beschikbaar gemaakt. Het initiatief van de campagne lag bij de fractievoorzitters van Almelo. Het werven van een nieuwe burgemeester werd in Almelo opgepakt als een kans om inwoners te betrekken bij het nadenken over en invulling geven aan de profielschets voor de nieuwe burgemeester en Almelo neer te zetten als een gemeente met nieuw elan. Een gemeente die werkt in openheid. Hierbij is aangehaakt bij de campagnes die citymarketing voert voor het positioneren van Almelo als interessante stad.

*Bestuurlijk niveau:* Lokaal initiatief

*Focus:* Actieve betrokkenheid

*Beleidsterrein:* Algemeen bestuur

*Beleidsfase:* Agendavorming

## 18.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Via de website hadden burgers interactie met ambtenaren/ beleidsmakers. Het initiatief bood voornamelijk eenrichtingsverkeer met mogelijkheid tot reactie. Iedereen kon met de actie meedoen, en uiteindelijk kon ook iedereen de totaaluitkomst van de enquête zien. De afzonderlijk ingevulde enquêtes zijn alleen ingezien door de gemeente.

Burgers konden zich op de website laten **informer** over de procedure van selectie en de taken van een burgemeester. Daarnaast konden ze de gemeente **advise**ren over het profiel van de nieuwe burgemeester. Door de vragenlijst in te vullen konden burgers verder **communi**ceren met de gemeente. Communiceren met andere burgers of discussiëren over de nieuwe burgemeester op een forum was niet mogelijk.

## 18.3 Innovatie

### *Technische innovatie: ++*

Op technisch gebied is Zo'n burgemeester wil Almelo innovatief op 2 manieren. Ten eerste kon een RSS feed ingeschakeld worden. Ten tweede is er streaming video te zien op de site.

### *Product/dienst innovatie: Nieuw initiatief*

### *Organisatorische innovatie: +*

Het initiatief is opgezet om een voorheen gesloten proces op een andere manier te organiseren.

### *Sociale innovatie: +*

Behalve dat burgers actief betrokken worden bij het creëren van waarde is de dienst niet sociaal innovatief.

## 18.4 Gebruik

De gemeente Almelo heeft de campagne actief gecommuniceerd naar de inwoners van Almelo. Daarvoor zijn bijvoorbeeld vernieuwende communicatiemiddelen ingezet, waaronder: Twitterende raadsleden, een 'viral' bericht, een interactieve googlemaps kaart, waarbij de bustoer in de stad met de campagnevoerende raadsleden te volgen was, inclusief presentatiefilmpjes, filmpjes van raadsleden op straat die de bevolking interviewen, deze filmpjes zijn te zien op de campagnesite, en zijn ook geïntegreerd op YouTube. Verder zijn filmpjes gemaakt van het promotieteam dat is ingezet om jongeren te bereiken en is gefilmd tijdens het afsluitende stadsdebat. De filmpjes dienden niet alleen als venster op het campagneverloop maar waren ook inzetbaar als instrument bij de sollicitatieprocedure, zodat de burgemeesterskandidaten een indruk konden krijgen van de stad en haar bewoners en wat die bewoners verwachtten van de nieuwe burgemeester.

Het enquêteformulier werd in totaal **2.203 keer ingevuld**. 779 Bezoekers van de website verstuurden de enquête digitaal. De leden van de gemeenteraad gingen de afgelopen weken ook zelf de straat op om de Almeloërs te vragen welke eigenschappen zij belangrijk vinden. De raadsleden hebben **1.424 enquêtes afgenomen in de stad**. De website kreeg 2.076 unieke bezoekers die gemiddeld bijna 5 pagina's bekeken hebben en gemiddeld 3:30 min. op de website verbleven.

De campagne is voornamelijk door raadsleden gevoerd. Dat heeft erg geholpen bij het genereren van actieve respons en gaf de campagne ook een leuke, positieve en open sfeer. Het was vrij uniek dat een raad zich zo gezamenlijk inzet voor een gemeenschappelijk doel. Wat ook geholpen heeft, was dat de campagne gevoerd werd op dagen dat er veel mensen op straat waren, onder andere Koninginnedag. Het Stadsdebat op 7 mei werd minder goed bezocht dan vooraf verwacht, maar het was kwalitatief een erg goede bijeenkomst (zie filmpje website). Al met al was de betrokkenheid groot, er werd goed over geschreven in de media en op websites over Almelo.

## **18.5 Impact**

De gemeenteraad heeft de enquête-uitslagen meegenomen bij het opstellen van het definitieve burgemeestersprofiel. De profielschets werd dinsdag 19 mei voorgelegd in een openbare raadsvergadering. Na vaststelling diende het profiel als leidraad in de sollicitatieprocedure voor de vacature van het burgemeesterschap van Almelo. Ook de filmpjes en alle info op de campagnesite hebben een rol gespeeld in de sollicitatieprocedure, want zo konden de kandidaten kennismaken met de stad en de wensen van de inwoners t.a.v. de burgemeester. Op 24 september is de nieuwe burgemeester van Almelo gekozen. Dat is opnieuw gecommuniceerd via de campagnesite, waarop iedereen nog weer eens kon lezen op grond waarvan deze burgemeester is gekozen. Zo werd een heel directe relatie gelegd met de campagne en de inbreng van de inwoners

In principe is er geen direct vervolg van dit initiatief. Conclusie is wel dat dit een erg geslaagde interactieve campagne is geweest waarin op een effectieve en vernieuwende manier gebruik gemaakt is van burgerparticipatie. Bovendien heeft ondermeer de Gemeente Ridderkerk interesse getoond in dit campagneconcept.

## 19 eParticipatie initiatieven vanuit de burgers/ samenleving

| Overzicht initiatieven burger/ samenleving |                             |                                                     |
|--------------------------------------------|-----------------------------|-----------------------------------------------------|
| Nr                                         | Naam                        | Initiatiefnemer                                     |
| 1                                          | 150 Volksvertegenwoordigers | Stichting Per Definitie                             |
| 2                                          | De Nationale Dialoog        | De Publieke Zaak                                    |
| 3                                          | Droombeek                   | Stichting Droombeek                                 |
| 4                                          | Eerlijk Bankwijzer          | Oxfam Novib e.a.                                    |
| 5                                          | Fiets in de Knel            | Fietzersbond Regio Den Haag/<br>Haags Milieucentrum |
| 6                                          | Flitsservice.nl             | Martijn Hurks                                       |
| 7                                          | Geheugen van Oost           | Amsterdams Historisch Museum                        |
| 8                                          | Greenpeace Hyve             | Greenpeace                                          |
| 9                                          | HNS Developers omgeving     | Stichting Het Nieuwe Stemmen                        |
| 10                                         | Kamertweets                 | Fundament All Media                                 |
| 11                                         | Kieskompas                  | Vrije Universiteit Amsterdam                        |
| 12                                         | Meet My Street              | Stichting Meet My Street                            |
| 13                                         | OCO Sterren 2.0             | Onderwijs Consumenten Organisatie                   |
| 14                                         | Petities.nl                 | Stichting Petities.nl                               |
| 15                                         | Verbeter de Buurt           | Stichting Verbeter de Buurt                         |

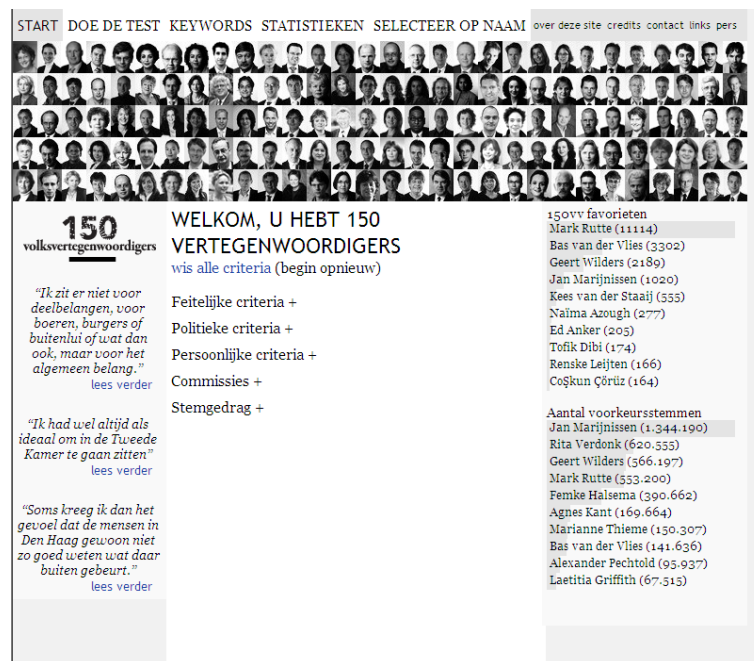


Figuur 17 Tagcloud trefwoorden alle initiatieven vanuit burgers/ de samenleving

## 20 150 Volksvertegenwoordigers

Website: [www.150vv.nl](http://www.150vv.nl)

Initiatiefnemer: Stichting Per Definitie



Figuur 18 Screenshot [www.150vv.nl](http://www.150vv.nl)

### 20.1 Algemeen

**Omschrijving:** De website van 150 Volksvertegenwoordigers fungeert als zoekmachine voor Kamerleden. Dit initiatief probeert de bekendheid van de leden van de Tweede Kamer te vergroten. Op de website kunnen burgers Kamerleden opzoeken. Elk Kamerlid heeft een eigen profielpagina. Ook kunnen burgers Kamerleden selecteren op een aantal criteria. Deze zijn onderverdeeld in feitelijk criteria, politieke criteria, persoonlijke criteria, commissies en stemgedrag. Het initiatief is gestart in augustus 2006 met financiële ondersteuning van Nederland Kennisland en Forum voor Democratische Ontwikkeling. De website is online sinds 2007.

**Bestuurlijk niveau:** Landelijk initiatief

**Focus:** Ontvankelijk bestuur

**Beleidssterrein:** Allerlei

**Beleidsfase:** Anders

## 20.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Op de website is weinig interactie. Het is voornamelijk een manier om informatie op te zoeken over kamerleden die niet zo snel openbaar is, zoals persoonlijke voorkeuren, doelen en idealen. Iedereen kan de dienst gebruiken.

Burgers worden voornamelijk bij dienst betrokken omdat ze zich kunnen laten **informer** over leden van de Tweede Kamer en ook actief informatie kunnen **raadplegen**.

## 20.3 Innovatie

### *Technische innovatie: -*

Behalve dat de dienst een zoekmachine bevat die op verschillende criteria kamerleden met elkaar vergelijkt, is de dienst niet technisch innovatief.

### *Product/dienst innovatie: Nieuw initiatief*

### *Organisatorische innovatie: +*

150 Volksvertegenwoordigers verzamelt informatie over kamerleden door ze zelf een profiel te laten invullen. Daarnaast zorgt het initiatief ervoor dat deze informatie op een vernieuwende manier doorzoekbaar is.

### *Sociale innovatie: -*

## 20.4 Gebruik

150 Volksvertegenwoordigers heeft als doelgroep alle politiek geïnteresseerde en betrokken mensen in Nederland. Initiatiefnemers werkten voor BNR Nieuwsradio en merkten dat veel Kamerleden onbekend zijn – en dat mensen een kloof ervaren tussen henzelf en de politiek. 150volksvertegenwoordigers.nl is toen opgericht om die kloof te verkleinen. Dagelijks komen enkele honderden mensen op de website.

De input van gebruikers wordt gebruikt om een overzicht te krijgen van de Kamerleden die op basis van onze site het meest populair/favoriet zijn. Hoewel 150vv geen populariteitsstrijd beoogt, geeft dit wel een interessant overzicht van de persoonlijke kenmerken die de burger belangrijk/ interessant vindt in een volksvertegenwoordiger.

Het initiatief wordt in principe continu, afhankelijk van wijzigingen in de Kamer, bijgehouden door enkele stagiaires. In de loop der tijd is de technische structuur van de site sterk verbeterd en hebben de initiatiefnemers koppelingen gecreëerd naar andere initiatieven, waar zij nauw mee zijn gaan samenwerken.

## 20.5 Impact

Sinds de lancering in 2007, zijn de initiatiefnemers een samenwerking aangegaan met de Publieke Zaak en Politix.nl. Gezamenlijk wordt de website bijgehouden, en daarnaast heeft deze samenwerking er toe geleid dat gebruikers van 150volksvertegenwoordigers.nl makkelijker de weg weten te vinden naar andere politieke burgerinitiatieven.

Een ander voorbeeld van actieve deelname aan het initiatief is dat in het najaar van 2007, een gebruiker van 150vv heeft besloten om een deel van het project op te nemen in een expositie / evenement in Den Haag getiteld 'Sign of the Times'. Als onderdeel hiervan konden bezoekers van het evenement op een groot scherm de site bezoeken en daarnaast was er een expositie georganiseerd van de verschillende persoonlijke foto's van de Kamerleden.

Een verhoogde zichtbaarheid van 'backbenchers' is volgens de initiatiefnemers het meest concrete resultaat van 150 Volksvertegenwoordigers. Zeker in de maanden na de lancering heeft de vele media-aandacht die 150vv destijds kreeg (voorpaginanieuws FD, stukken in NRC, Volkskrant, DAG, het Parool, GeenStijl, etc.) ertoe geleid dat de vraag waarom een groot aantal Kamerleden eigenlijk zo onzichtbaar is steeds meer gesteld werd.

## 21 De Nationale Dialoog

Website: [www.denationaledialogo.nl](http://www.denationaledialogo.nl)

Initiatiefnemer: De Publieke Zaak

Contactpersoon: Annick Mantoua



Figuur 19 Screenshot [www.denationaledialogo.nl](http://www.denationaledialogo.nl)

### 21.1 Algemeen

**Omschrijving:** Het initiatief is in april 2009 gestart. DeNationaleDialogo.nl is een onafhankelijk discussie- en actieplatform. Het doel is om het publieke debat en actief burgerschap naar een hoger niveau te brengen en te stimuleren. Op de website kunnen burgers meediscussiëren over onderwerpen, gezamenlijk visies ontwikkelen en lobby's opstarten. Op de site is ook plaats voor een aantal opiniemakers die columns schrijven en voorstellen doen voor visies waar burgers dan weer aan mee kunnen schrijven. De Nationale Dialoog is ontstaan uit ideeën rond de site 21minuten.nl. Op deze site loopt al een aantal jaar een onderzoek over de manier waarop burgers over Nederland denken. Afgelopen jaar hebben 80.000 mensen aan dit onderzoek meegedaan. Ieder jaar had de Publieke Zaak de indruk dat burgers verder wilden meedenken dan alleen via een enquête. Daarom zijn ze uiteindelijk een platform gestart. Ze proberen zo een plek te bieden aan iedereen.

**Bestuurlijk niveau:** Landelijk initiatief

**Focus:** Actieve betrokkenheid

**Beleidssterrein:** Allerlei

**Beleidsfase:** Agendavorming

## 21.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

De Nationale Dialoog is gericht op tweerichtingsverkeer waarbij burgers met elkaar in discussie komen over allerlei onderwerpen. Daarnaast kunnen burgers discussiëren en meedenken met opinieleiders. Iedereen kan meedoen, en ook iedereen kan de resultaten zien.

De mogelijkheden voor betrokkenheid zijn uitgebreid. Burgers kunnen zichzelf **informer**, maar ze kunnen ook actief informatie over een bepaald onderwerp **raadplegen**. Ze kunnen **adviseren** over een bepaald onderwerp door mee te denken met anderen en kunnen ook **coproduceren** door bijvoorbeeld zelf een lobby op te zetten rond een bepaald thema. Door met anderen te **communiceren** wisselen ze ideeën uit. De uiteindelijke bedoeling van het platform is dat er een zekere mate van **zelfbestuur** ontstaat, waarbij burgers zelf in actie komen (ondersteund door de Publieke Zaak).

## 21.3 Innovatie

### *Technische innovatie: +*

Technische innovatie op het initiatief is gemiddeld voor burger/samenlevingsdiensten (bij alle diensten is de mate van technische innovatie laag). De dienst maakt gebruik van streaming video.

### *Product/dienst innovatie: Nieuw initiatief*

### *Organisatorische innovatie: +*

De dienst is een nieuwe manier voor het organiseren van processen.

### *Sociale innovatie: ++*

Sociale innovatie bij De Nationale Dialoog is hoog. Gebruikers worden actief betrokken bij het creëren van waarde. Ze hebben de mogelijkheid op de site nieuwe mensen te ontmoeten, en alle deelnemers hebben een publiek profiel. De dienst fungeert dan ook als een sociaal netwerk. Verder heeft De Nationale Dialoog een directe koppeling met andere succesvolle sociale media zoals Hyves, LinkedIn, Delicious en Twitter.

## 21.4 Gebruik

Aangezien er geen budget is voor een dure marketingcampagne, gaat het tot nu toe vooral via mond-tot-mond reclame. Tot nu toe heeft Denationaledialoog.nl 57.000 unieke bezoekers gehad. Het platform heeft 800 ingeschreven deelnemers die ook elke week de nieuwsbrief ontvangen. Dit is de harde kern gebruikers. Medewerkers van De Publieke Zaak zijn op dit moment actief bezig om deze groep gebruikers uit te bouwen. Vanuit hun netwerk zijn ze mensen aan het interesseren voor het initiatief. Hierbij worden sommige mensen gevraagd een trekkersrol te vervullen. Aandacht voor het initiatief hebben ze bijvoorbeeld gegenereerd via hun 21minuten website waar ze ongeveer 80.000 respondenten hebben. Maar ook via andere netwerken van de Publieke Zaak (bijvoorbeeld het Slingernetwerk) wordt geprobeerd meer burgers bij De Nationale Dialoog te betrekken. Daarnaast zijn ze in gesprek met bestaande online sociale netwerken zoals Hyves en MSN om in samenwerking hun boodschap te verspreiden.

## 21.5 Impact

Op dit moment is het initiatief nog redelijk klein, maar ze zijn nog maar net gestart. Ze willen steeds meer mensen inspireren om in actie te komen. Ze willen acties zichtbaarder maken, verbinden en faciliteren. Burgers kunnen op de site een lobby opstarten. Als ze 50 andere burgers kunnen motiveren om hun lobby te ondersteunen, gaat De Publieke Zaak actie ondernemen (in hun netwerken) om de lobby zichtbaarder te maken. Ze merken dat de betrokkenheid van mensen wel heel groot is, maar er is nog niet echt een concreet resultaat geboekt. De Publieke Zaak blijft continue kijken naar de invulling van De Nationale Dialoog en zorgt actief voor evaluatie en aanpassing van het initiatief. Zo wordt bijvoorbeeld gekeken of er ook fysieke bijeenkomsten kunnen worden gepland.

## 22 Droombeek

Website: [www.droombeek.nl](http://www.droombeek.nl)

Initiatiefnemer: Stichting Droombeek



Figuur 20 Screenshot [www.droombeek.nl](http://www.droombeek.nl)

### 22.1 Algemeen

**Omschrijving:** Droombeek verzamelt verhalen in woord, beeld en geluid van (oud-) bewoners van de Enschedese wijk Roombeek. De verhalen zijn beschikbaar op de plek van het verhaal zelf: op de website via de kaart buiten op locatie via een GPS-handcomputer. Droombeek heeft vier wandelingen uitgezet die mensen kunnen lopen. Er zijn verhalen te lezen over architectuur, dagelijks leven, kunst & cultuur, textiel & industrie en de vuurwerkramp. De site fungeert als een collectief geheugen van de wijk Roombeek waar de vuurwerkramp zich afspeelde en is een initiatief van Stichting Droombeek en Rijksmuseum Twenthe. Bezoekers van de website kunnen de verhalen lezen, laten weten of ze het interessant vinden of niet en reacties plaatsen bij een verhaal. Het initiatief is gestart in 2004. In 2005 is de website beschikbaar gekomen en sinds juli 2007 de PDA-GPS route.

**Bestuurlijk niveau:** Lokaal initiatief

**Focus:** Actieve betrokkenheid

**Beleidssterrein:** Allerlei

**Beleidsfase:** Anders/ onduidelijk

### 22.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

De interactie op Droombeek vindt voornamelijk plaats tussen burgers. Er is sprake van tweerichtingsverkeer. Burgers kunnen reageren op verhalen van anderen, maar ook zelf

hun verhalen plaatsen. Iedereen kan meedoen en ook iedereen kan de resultaten van de site direct bekijken.

De mogelijkheid tot betrokkenheid bij Droombeek is groot. Mensen die de website van Droombeek bezoeken kunnen zich laten **informer**en door verhalen te lezen van anderen. Ze kunnen ook specifiek verhalen van een bepaalde straat of wijk **raadplegen**. Daarnaast kunnen mensen op de website **coproduceren** door verhalen toe te voegen, en **faciliteren** door aan te geven of een verhaal de moeite van het lezen waard is of niet. Door het plaatsen van commentaar kunnen ze **communiceren** met anderen.

## 22.3 Innovatie

### *Technische innovatie: ++*

Het Droombeek initiatief is technisch innovatief in meerdere opzichten. Er wordt streaming video aangeboden op de site, gebruikers kunnen hun verhalen positioneren op een kaart (geotaggen), en tijdens de wandelingen wordt gebruik gemaakt van GPS handcomputers.

### *Product/dienst innovatie: Nieuw initiatief*

### *Organisatorische innovatie: +*

Droombeek maakt bestaande informatie die bestaat bij individuele burgers op een nieuwe manier doorzoekbaar. Daarnaast combineert de dienst een website met fysieke wandelingen.

### *Sociale innovatie: ++*

Droombeek is sociaal innovatief op meerdere vlakken. Zo worden gebruikers actief betrokken bij het creëren van waarde, is er de mogelijkheid voor gebruikers om nieuwe mensen te ontmoeten, fungeert de dienst als sociaal netwerk en is er sprake van een vorm van peer-to-peer motivatie omdat burgers elkaars verhalen kunnen beoordelen.

## 22.4 Gebruik

Droombeek richt zich op drie doelgroepen: (1) (oud-) bewoners van de Enschedese wijk Roombeek, (2) Leerlingen havo/vwo 3 uit de regio (specifieke educatieve route met opdrachten) en (3) stadsbezoekers. Droombeek is ontstaan uit de vraag: "Hoe zou het zijn als je korte documentaire films ziet op de exacte locatie van het verhaal zelf, en kan zo'n verhaal door bijdragen van het publiek groeien door middel van web 2.0 technologie?" Initiatiefnemers hebben vervolgens location based storytelling vormgegeven in een betekenisvolle, geografische context. Ze hebben daarbij aansluiting gevonden door samen te werken met bestaande initiatieven zoals het pastoraal werk na de ramp; ([www.huisvanverhalenenschede.nl](http://www.huisvanverhalenenschede.nl)), sociaal opbouwerk (roombekerschat, <http://www.vilans.nl/smartsite.dws?ch=,def&id=108821>), Rijksmuseum Twenthe, o.m. educatief programma, een ambassadeursproject (rondleidingen door bewoners), woningbouwcorporaties en leefbaarheidsconsulenten.

De GPStour van Droombeek, die opgehaald kan worden bij Rijksmuseum Twenthe trekt ongeveer 40 leerlingen en 40 bezoekers per maand. De website van Droombeek trekt ongeveer 100 unieke bezoekers per dag. Geregeld worden op de website reacties achtergelaten en de redactie ontvangt bijdragen voor nieuwe verhalen, met foto's en ondertekeningen. De redactie beantwoordt deze vragen per mail en stelt zelf ook

aanvullende vragen. Vervolgens worden de door de redactie geredigeerde bijdragen op website geplaatst. Er worden reacties geplaatst bij het verhaal dat er aanleiding toe gaf. Daarnaast worden sommige verhalen samen verder uitgewerkt en verfilmd. In 2008 zijn er vijf nieuwe films aan het initiatief toegevoegd. Vanuit stichting Droombeek is er budget voor aanpassingen, promotie en nieuwe content. In 2010 wordt dit zichtbaar voor publiek.

## **22.5 Impact**

In 2008 is er een nieuwe route ontwikkeld speciaal voor de dag van de architectuur en de opening van de wijk Roombeek. Droombeek heeft navolging gevonden in de Utrechtse wijk Lombok.

## 23 Eerlijke Bankwijzer

Website: [www.eerlijkebankwijzer.nl](http://www.eerlijkebankwijzer.nl)

Initiatiefnemers: Oxfam Novib, Amnesty International, Milieudefensie, FNV Mondiaal



Figuur 21 Screenshot [www.eerlijkebankwijzer.nl](http://www.eerlijkebankwijzer.nl)

### 23.1 Algemeen

**Omschrijving:** De Eerlijke Bankwijzer probeert met behulp van burgers banken te dwingen maatschappelijk verantwoord te ondernemen. Burgers kunnen banken vergelijken op basis van een aantal criteria voor maatschappelijk verantwoord ondernemen. Ze kunnen via de website hun bank verzoeken meer maatschappelijk verantwoord te ondernemen, of overstappen naar een andere bank. De keuze van sectoren die worden opgenomen in de Duurzame Bankwijzer dragen bij aan een duurzaam bestaan voor vrouwen, mannen en kinderen door middel van eerlijker handel, het tegengaan van klimaatverandering en een rechtvaardiger landbouwbeleid. Ook worden met dit instrument sociale basisvoorzieningen bevorderd als het recht op goed onderwijs en het tegengaan van kinderarbeid en dwangarbeid. Tenslotte draagt het instrument bij aan het recht op leven en veiligheid door middel van het tegengaan van gewapende conflicten door beperking van de handel in (controversiële) wapens in fragiele staten en landen waar de mensenrechten worden geschonden. Consumenten worden gestimuleerd om hun eigen bank kritisch te vergelijken met dat van andere banken en hun bank aan te spreken op tekortkomingen. Het initiatief is gestart in januari 2009.

**Bestuurlijk niveau:** Landelijk initiatief

**Focus:** Verantwoordelijk beheer

**Beleidssterrein:** Economische zaken en werkgelegenheid

**Beleidsfase:** Uitvoering

### 23.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Op de eerlijkebankwijzer.nl worden burgers betrokken bij hun banken. Er is sprake van eenrichtingsverkeer met mogelijkheid tot reactie. Banken hebben op de website geen mogelijkheid direct te reageren. Het is een open initiatief; iedereen kan meedoen en iedereen kan ook de resultaten zien.

Burgers kunnen op de website zich laten **informer** over het maatschappelijk verantwoord ondernemen van banken in het algemeen. Ook kunnen ze specifiek hun eigen bank **raadplegen**. Door het invullen van een petitie kunnen burgers banken **adviseren** te stoppen met maatschappelijk onverantwoord beleid en ze kunnen met banken **communiceren** door te laten weten dat ze het bestaande beleid van hun bank afkeuren. Ze kunnen banken een bericht sturen of een gele kaart.

### 23.3 Innovatie

#### **Technische innovatie:** +

Eerlijke Bankwijzer is technisch innovatief in de zin dat mensen een RSS feed kunnen inschakelen.

#### **Product/dienst innovatie:** Nieuw initiatief

#### **Organisatorische innovatie:** +

Eerlijke bankwijzer maakt op een nieuwe manier informatie voor burgers transparant en zoekbaar.

#### **Sociale innovatie:** +

Eerlijke bankwijzer betreft burgers actief bij het creëren van waarde en het halen van een doel. Daarnaast maakt de site gebruik van andere succesvolle sociale media zoals Twitter, LinkedIn, Facebook etc.

### 23.4 Gebruik

Tussen eind januari en 1 oktober 2009 hebben 90.000 unieke bezoekers gebruik gemaakt van de Eerlijke Bankwijzer. Bezoekers blijven gemiddeld 3 minuten op de website en bekijken gemiddeld 8 pagina's. Ook de banken bezoeken de site over het algemeen heel goed. En op 12 oktober organiseerde de initiatiefnemers een discussiemiddag met alle in de Eerlijke Bankwijzer opgenomen banken: 9 van de 12 banken waren aanwezig (2 konden niet en DSB stond al op omvallen). Een aantal politici en ambtenaren van diverse ministeries kennen de site goed en refereren er naar in Kamerbrieven, in debatten etc. Duizenden bezoekers van de site spreken hun eigen bank aan met de vraag om een beter duurzaamheidsbeleid. In juni 2009 hadden 5.000 mensen een bezorgde email naar hun eigen bank gestuurd via de Eerlijke Bankwijzer.

### 23.5 Impact

Oxfam Novib heeft enkele honderden mails (reacties) van consumenten ontvangen met veel vragen (verzoek om meer banken op te nemen, nieuwe beleidsthema's op te nemen, zaken te verduidelijken op de site etc). Kleinere wijzigingen zijn tussentijds al op de site aangepast, enkele grotere wijzigingen (op verzoek van consumenten) zullen naar verwachting tijdens de jaarlijkse grote update (in januari) worden doorgevoerd.

Iedere vragensteller ontvangt een persoonlijke en inhoudelijke reactie (al kan dit door grote drukte soms 2 weken duren). Een aantal concrete verzoeken van banken hebben de initiatiefnemers al overgenomen en enkele gaan ze in januari overnemen.

Maar liefst 11 van de 12 in de Eerlijke Bankwijzer vergeleken banken scherpten sinds de lancering van de Bankwijzer op minstens 1 (vaak meerdere, tot 10 aan toe) beleidsterreinen het maatschappelijk beleid aan (wapenbeleid, klimaatbeleid etc). Vijf van de zes in juli door de initiatiefnemers bekritiseerde banken hebben sindsdien hun wapenbeleid (en de praktijk) aangescherpt.

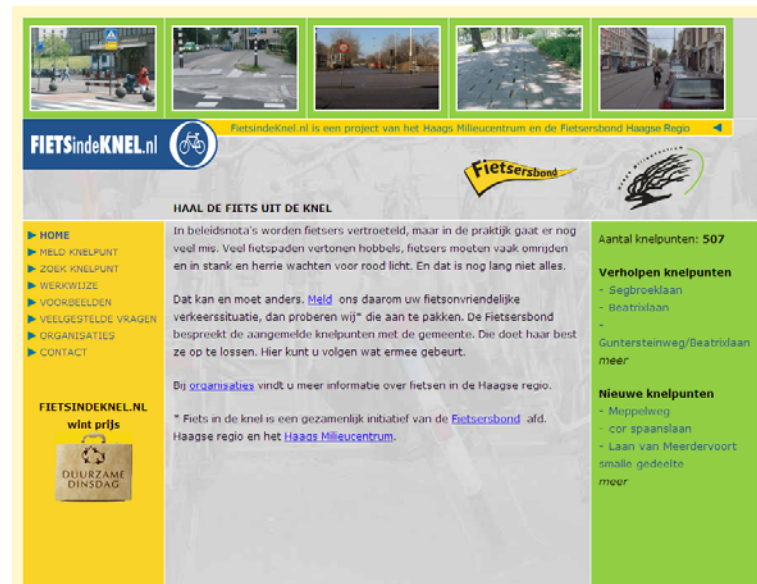
Enkele miljoenen mensen hebben via de media informatie verkregen over het belang van maatschappelijk verantwoord beleid bij banken (tientallen krantenartikelen + radio/tv-interviews bij lancering van de Eerlijke Bankwijzer in januari, diverse artikelen en tv-interviews bij eerste kwartaal-update in april, tientallen artikelen etc nav publicatie banken/wapenrapport in juli, enkele artikelen nav 3e kwartaalupdate in oktober etc. De regering is door drie Tweede Kamerfracties (waaronder twee regeringsfracties) verzocht om (staats-)banken te stimuleren tot een beter duurzaamheidsbeleid (met name tav klimaat en omstreden wapens).

De huidige planning van de Eerlijke Bankwijzer loopt tot mid-2011 (dan staat er een evaluatie gepland); financiën zijn in ieder geval gegarandeerd tot halverwege 2011. Aangezien het instrument goed loopt (banken scherpen hun maatschappelijk beleid aan, grote media-aandacht, grote aandacht vanuit de politiek en - bovenal- redelijk grote unieke bezoekersaantallen, fors aantal bezoekers dat daadwerkelijk zijn/haar bank vergelijkt met andere banken op duurzaamheidsindicatoren, zijn/haar bank aanschrijft, een "gele kaart" stuurt, of zelfs over stapt naar een duurzamere bank) verwachten de initiatiefnemers dat de Eerlijke Bankwijzer ook na mid-2011 zal blijven bestaan, maar mogelijk wordt ondergebracht bij een stichting.

## 24 Fiets in de Knel

Website: [www.fietsindeknel.nl](http://www.fietsindeknel.nl)

Initiatiefnemer: Haags Milieucentrum en Fietzersbond Regio Den Haag



Figuur 22 Screenshot [www.fietsindeknel.nl](http://www.fietsindeknel.nl)

### 24.1 Algemeen

**Omschrijving:** Op het digitale meldpunt Fiets in de Knel kunnen fietsers misstanden op het gebied van fietsonvriendelijke verkeerssituaties in de regio Den Haag melden. Het initiatief is gestart in 2006 door het Haags Milieucentrum en De Fietzersbond Regio Den Haag. Fietsindeknel is bedoeld om iedereen een platform te bieden om knelpunten te melden, met interactiviteit als onderscheidend kenmerk. Er wordt gericht gevraagd om suggesties voor het opheffen van het aangemelde knelpunt te doen. Andere gebruikers kunnen daar weer op reageren.

**Bestuurlijk niveau:** Lokaal/ regionaal initiatief

**Focus:** Verantwoordelijk beheer

**Beleidsterrein:** Verkeer en vervoer

**Beleidsfase:** Evaluatie en toezicht

### 24.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Burgers hebben via het initiatief contact met de initiatiefnemers, die weer contact zoeken met de gemeente. Er is sprake van eenrichtingsverkeer (vanuit burgers) met mogelijkheid tot interactie. Iedereen kan aan het initiatief meedoen en iedereen kan ook de resultaten zien.

Burgers kunnen zich **informer** en specifieke knelpunten **raadplegen**. Ze kunnen gemeenten **adviseren** door plannen voor te stellen om situaties op te lossen. Door zelf dingen toe te voegen (knelpunteb/ foto's) helpen ze mee met **cocreatie**. Burgers kunnen het proces **faciliteren** door specifieke locatiegegevens door te geven. Ook kunnen ze op de site **communiceren**.

### 24.3 Innovatie

*Technische innovatie:* -

*Product/dienst innovatie:* Nieuw initiatief

*Organisatorische innovatie:* +

Nieuwe manieren van organiseren van processen

*Sociale innovatie:* +/-

Burgers worden actief betrokken bij het creëren van waarde

### 24.4 Gebruik

Het is moeilijk te zeggen hoeveel mensen het initiatief gebruiken. Er zijn mensen die zeker tien knelpunten gemeld hebben, anderen houden het bij een. Hoe dan ook zijn er in totaal honderden mensen die op enig moment gebruik hebben gemaakt van Fietsindeknel.nl. Op dit moment wordt er geen campagne meer gevoerd om Fietsindeknel te positioneren. Het aantal gemelde knelpunten en reacties ligt nu op enkele per maand. In hoogtijdagen ging het om tientallen per maand.

Input van gebruikers wordt altijd gemodereerd voordat ze op de site terechtkomen. Er is echter nog nooit een tekst geweigerd. Wel worden klachten over slecht wegdek eruit gehaald, voorzover dat gaat om bijvoorbeeld losse tegels over een zeer beperkte lengte. Mensen die zich daarover beklagen krijgen een persoonlijk mailtje dat het efficiënter is om een dergelijke klacht rechtstreeks bij de gemeentelijke Dienst Stadsbeheer in te dienen. Doet die er binnen een redelijke termijn niets mee, dan worden ze uitgenodigd om de klacht alsnog in te dienen. Van deze mogelijkheid wordt regelmatig gebruikgemaakt.

### 24.5 Impact

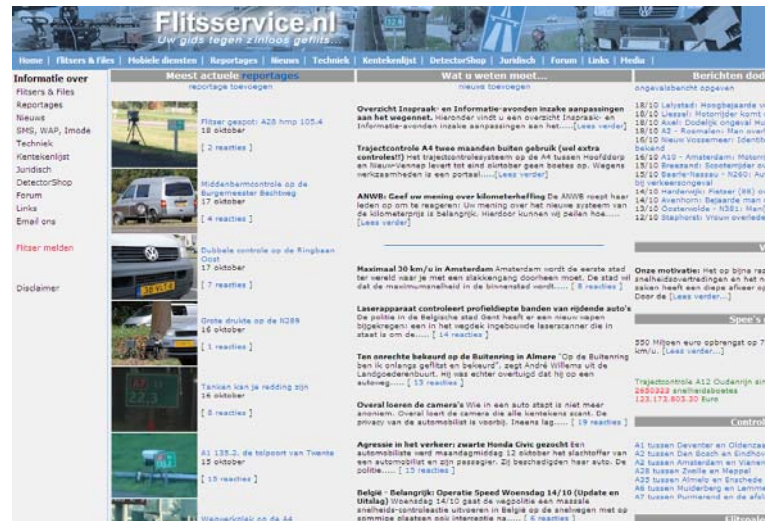
De Fietsersbond becommentarieert in principe alle knelpunten. Ze worden besproken in het overleg dat medewerkers van de bond op gezette tijden hebben met gemeentelijke verkeersambtenaren. Soms leidt dit ertoe dat aan de klager uitgelegd wordt waarom iets is zoals het is en niet veranderd kan worden, vaak wordt het knelpunt echter aangepakt.

Er zijn veel knelpunten opgelost. De gemeente heeft een apart knelpuntenpotje in het leven geroepen. Een belangrijke mijlpaal was dat in de Grote Marktstraat – op enig moment het knelpunt dat het meest genoemd werd – belijning voor fietsers en fietssymbolen zijn aangebracht.

## 25 Flitsservice.nl

Website: [www.flitsservice.nl](http://www.flitsservice.nl)

Initiatiefnemer: Flitsservice



Figuur 23 Screenshot [www.flitsservice.nl](http://www.flitsservice.nl)

### 25.1 Algemeen

**Omschrijving:** Flitsservice is een online community van mensen die autorijden en ervan overtuigd zijn dat verantwoordelijk rijden niks met snelheid te maken heeft. Op de site, maar ook op hun PDA kunnen mensen informatie plaatsen en ontvangen over snelheidscontroles. Op de site worden onderzoeken mbt bijvoorbeeld verkeersveiligheid kritisch tegen het licht gehouden en is een actief forum waar mensen op allerlei onderwerpen met elkaar in discussie gaan en elkaar ondersteunen. Flitsservice levert verkeersinformatie aan verschillende radiostations als QMusic en Radio 538. Flitsservice.nl draait volledig op vrijwilligers.

**Bestuurlijk niveau:** Nationaal initiatief

**Focus:** Actieve betrokkenheid

**Beleidssterrein:** Verkeer en vervoer

**Beleidsfase:** Uitvoering

### 25.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Op de website speelt de interactie zich af tussen burgers onderling. Het is tweerichtingsverkeer en iedereen kan aan het initiatief meedoen. Als gebruikers willen reageren op het forum, moeten ze eerst inloggen. Informatie die op de site geplaatst wordt is door iedereen te zien.

Gebruikers kunnen met de dienst zichzelf **informer**en over nieuws omtrent autorijden en rapportages. Ze kunnen specifiek regionale informatie **raadplegen**. Door zelf rapportages te maken kunnen burgers **cocreëren**. Via de forum van de website kunnen mensen met elkaar **communiceren**.

### 25.3 Innovatie

#### **Technische innovatie:** ++

Flitsservice biedt RSS feeds, de dienst is geschikt voor mobiele telefoons en PDAs en de dienst biedt streaming video.

#### **Product/dienst innovatie:**Nieuw initiatief

#### **Organisatorische innovatie:** +

Het initiatief verzamelt informatie en maakt dit beschikbaar en doorzoekbaar. Daarnaast hebben de initiatiefnemers van Flitsservice een multichannel benadering doordat ze, naast de website, ook bijeenkomsten organiseren.

#### **Sociale innovatie:** ++

Burgers worden op Flitsservice.nl actief betrokken bij het creëren van waarde. Ze kunnen via de dienst nieuwe mensen ontmoeten, bijvoorbeeld juridisch of technisch geschoolde andere gebruikers die ze kunnen helpen met problemen oplossen. De dienst fungeert als een sociaal netwerk.

### 25.4 Gebruik

Flitsservice.nl is ontstaan vanuit persoonlijke frustratie van de initiatiefnemer met de toen geldende regels. Hij heeft de dienst opgezet in samenwerking met de Tuftuf Club (bestaat niet meer).

Dagelijks bezoeken tussen de 6000 en 20.000 mensen de website. De deelname aan het initiatief is zeer hoog (duizenden berichten). Zo heeft het initiatief een groep trouwe melders, een grote groep incidentele melders en een zeer actief forum. Daar zijn verschillende soorten mensen actief, juridisch geschoolden, mensen met een technische achtergrond en mensen die voor de gezelligheid komen. Dit vormt de basis van de community. Onlangs is al een tweede flitsservice huwelijk gesloten van mensen die elkaar op het forum hebben ontmoet.

Naast discussies op het forum en de interactie op de website worden er ook bijeenkomsten georganiseerd.

### 25.5 Impact

Initiatiefnemer geeft aan dat de dienst bij justitie en politie niet serieus genomen wordt. Ze proberen tegenwicht te bieden aan rapporten van bijvoorbeeld Veilig Verkeer Nederland. Ze vinden dat ze een waarschuwend taak hebben.

Daarnaast proberen ze de politiek te beïnvloeden door naar inspraakavonden te gaan (bijvoorbeeld als het gaat over de kilometerheffing). Ook zet flitsservice.nl wel eens een petitie in om te lobbyen. De site vertegenwoordigt een groot deel van de automobilisten en krijgt dan ook vaak veel reacties op de website. Deze reacties worden door de

initiatiefnemer gebundeld en aangeboden aan politici of er worden media benaderd. In het verleden is dit gebeurd bij de Kamercommissie over verkeer en rekeningrijden. En op dit moment zijn ze bijvoorbeeld bezig de educatieve maatregel gedrag ongedaan te maken. Door de website raken mensen meer betrokken bij de politiek.

Een andere vorm van impact is dat door de gebruikers en experts die actief zijn op flitsservice, al verschillende bekeuringen ongedaan zijn gemaakt.

## 26 Geheugen van Oost

Website: [www.geheugenvanoost.nl](http://www.geheugenvanoost.nl)

Initiatiefnemer: Amsterdams Historisch Museum, Dynamo



Figuur 24 Screenshot [www.geheugenvanoost.nl](http://www.geheugenvanoost.nl)

### 26.1 Algemeen

**Omschrijving:** Geheugen van Oost is een website met de gewone, alledaagse en bijzondere herinneringen en verhalen van (oud)bewoners van Amsterdam Oost / Watergraafsmeer. Deze persoonlijke verhalen en foto's brengen Amsterdam Oost van vroeger tot nu levendig in beeld en verbinden (oud)bewoners met elkaar. Het project is ontwikkeld door het Amsterdams Historisch Museum en Buurtonline en bevindt zich op een uniek snijvlak tussen cultuur en welzijn. Het project is gestart in november 2002. Het initiatief heeft als doel de sociale cohesie in Amsterdam Oost te verbeteren, bewoners toegang te geven tot de ICT samenleving en tegelijk hen kennis te laten maken met kunst en cultuur. Bewoners die participeren zijn actief bezig met hun eigen geschiedenis en met de geschiedenis van anderen. Ze leggen nieuwe contacten in de buurt en maken via het museum kennis met een deel van het culturele erfgoed van hun stad. Ze dragen daarnaast zelf aan dat erfgoed bij door de verhalen die zij verzamelen. De website is onderdeel van de collectie van het museum.

**Bestuurlijk niveau:** Lokaal initiatief

**Focus:** Actieve betrokkenheid

**Beleidssterrein:** Allerlei

**Beleidsfase:** Anders

## 26.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

De interactie op het Geheugen van Oost vindt voornamelijk plaats tussen burgers. Het is tweerichtingsverkeer en in principe kan iedereen meedoen (hoewel het wel de bedoeling is dat (oud)inwoners van Amsterdam Oost participeren). Ook de resultaten zijn voor iedereen zichtbaar.

Burgers kunnen zichzelf op het Geheugen van Oost **informer**en. Daarnaast kunnen ze specifieke buurtinformatie **raadplegen**. Door verhalen in te sturen vervullen ze een rol in het **coproducteren** van content. Ook kunnen burgers op de website met elkaar **communiceren**, bijvoorbeeld door oproepjes te plaatsen in de Wie weet... - sectie van de website.

## 26.3 Innovatie

*Technische innovatie:* -

*Product/dienst innovatie:* Nieuw initiatief

*Organisatorische innovatie:* -

*Sociale innovatie:* ++

Gebruikers worden actief betrokken bij het creëren van waarde. Ze krijgen de mogelijkheid nieuwe mensen te ontmoeten en de dienst fungeert als sociaal netwerk.

## 26.4 Gebruik

Het Geheugen Van Oost maakt gebruik van een groep vrijwilligers die verhalen verzamelen. De vrijwilligers verschillen sterk van elkaar qua achtergrond. Sommigen hebben hun hele leven in Amsterdam Oost gewoond, anderen zijn er net komen wonen. De jongsten zijn kinderen van 9 jaar, de oudsten zijn de 65 gepasseerd. Een groot deel van de volwassen vrijwilligers is Nederlands, maar er zijn ook Pakistaanse, Turkse, Marokkaanse, Braziliaanse, Peruviaanse en Surinaamse verhalenverzamelaars. Onder de volwassen vrijwilligers bevinden zich verhoudingsgewijs veel WAO'ers, werklozen en bijstandsgerechtigden. De afgelopen jaren zijn er ook hoger opgeleiden gaan deelnemen aan het Geheugen van Oost, en in 2007-2008 zijn er vrijwilligers geworven die een verleden hebben met de geestelijke gezondheidszorg. De groep Verhalenverzamelaars telt relatief veel vrouwen, de losse vertellers daarentegen zijn voor het overgrote deel man.

Ieder jaar worden weer nieuwe vrijwilligers geworven voor het Geheugen van Oost. Vrijwilligers die al lange tijd verbonden zijn aan het project krijgen ieder jaar een opfriscursus over hoe verhalen te verzamelen en mensen te interviewen. Ieder jaar wordt er een andere specifieke doelgroep in Amsterdam Oost benaderd om mee te doen. Hoewel deze deelprojecten ieder jaar terugkomen, is de inhoud ervan steeds anders. Zo is in 2003 gestart met het betrekken van daklozen bij het project, vervolgens zijn scholieren, Turkse en Marokkaanse vrouwen betrokken geraakt. Ook hebben de initiatiefnemers ex-ggz patiënten als vrijwilligers aan het project weten te binden en nu in 2009 zijn ze betrokken in een reminiscentieproject in Betondorp, waarbij initiatiefnemers via het prikkelen van de zintuigen herinneringen ophalen en daar verhalen over uitwisselen.

Toen de website gelanceerd werd waren er gemiddeld 28 online bezoekers per dag in juli 2003 Dit groeide uit tot gemiddeld 548 per dag in 2008 (ruim 200.000 bezoekers per jaar).

De verhalenwandelingen worden sinds de rode loper (september 2005) gelopen. Deze worden geheel georganiseerd door onze vrijwilligers. De verhalenwandelingen brengen de wandelaars langs plekken in Amsterdam Oost waar verhalen over zijn geschreven. De verhalen worden ter plekke voorgelezen en de wandelaars worden gestimuleerd ook hun eigen verhaal te vertellen. Zo ontstaat er een mooie uitwisseling van herinneringen. Er zijn altijd veel aanmeldingen (rond de 20).

## **26.5 Impact**

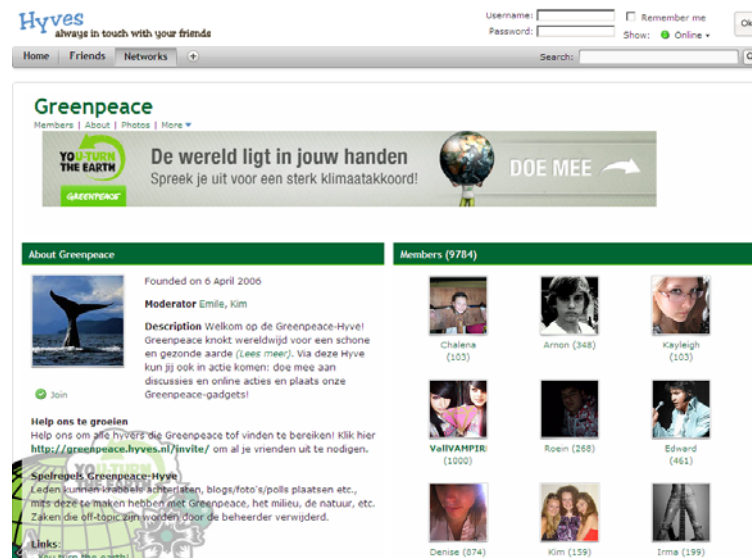
De website maakt op een unieke manier verhalen en foto's van bewoners van Amsterdam Oost/ Watergraafsmere voor iedereen toegankelijk en geeft mensen daarmee een 'kijkje in de keuken' bij wat er leeft en speelt in dit stadsdeel met een rijk verleden en een zeer gevarieerde samenstelling. De resultaten van Het Geheugen van Oost overtreffen alle verwachtingen. Bij aanvang van het project werd gehoopt op ongeveer 50 verhalen bij de opening van de tentoonstelling. Inmiddels telt de website al meer dan 1000 verhalen. Ook het blijvende enthousiasme en grote deelname van de vrijwilligers was onverwacht.

Het initiatief zal niet in deze vorm blijven bestaan. Het museum wil het initiatief op een hoger plan trekken en werken aan een Geheugen van Amsterdam. De komende tijd vinden daartoe gesprekken plaats met diverse (culturele) instellingen in Amsterdam, en in samenwerking met hen wordt daartoe een plan ontwikkeld. Wat betreft het Geheugen van Oost: vanaf 2010 zal het verhalen verzamelen-deel stopgezet worden. Er is geen geld en mankracht beschikbaar om het in deze vorm georganiseerd te houden. Wel blijven de interactieve functies bestaan, zodat de bezoekers kunnen blijven reageren en vrijwilligers de website als platform kunnen gebruiken voor activiteiten als verhalen wandelingen.

## 27 Greenpeace Hyve en You-Turn The Earth initiatief

Website: <http://greenpeace.hyves.nl>

Initiatiefnemer: Greenpeace



Figuur 25 Screenshot <http://greenpeace.hyves.nl>

### 27.1 Algemeen

**Omschrijving:** Greenpeace zet al jaren nieuwe media in om hun doelgroepen te bereiken. Een voorbeeld hiervan is de Greenpeace Hyve, waar bijna 10.000 Hyvers bij zijn aangesloten. Naast het bieden van een site waarop Hyvers met elkaar kunnen communiceren en op de hoogte gehouden kunnen worden van de acties van Greenpeace, zet de organisatie Hyves ook actief in bij campagnes, zoals bij het You-Turn the Earth initiatief. Door dit initiatief hebben al meer dan 145.000 Hyvers zich uitgesproken voor een sterk klimaatakkoord. Door Hyves te gebruiken sluit Greenpeace aan bij een heel groot bestaand netwerk. De Greenpeace Hyve is actief sinds april 2006. Het You-Turn the Earth initiatief sinds augustus 2009.

**Bestuurlijk niveau:** Nationaal initiatief

**Focus:** Actieve betrokkenheid

**Beleidssterrein:** Natuur en milieu

**Beleidsfase:** Anders

### 27.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Op de hyves van Greenpeace vindt interactie plaats tussen burgers. Er is voornamelijk sprake van eenrichtingsverkeer met mogelijkheid voor interactie, hoewel Hyvers in

principe ook zelf iets zouden kunnen initiëren. Iedereen kan aan de Hyve meedoen, en iedereen kan ook de resultaten zien.

Burgers kunnen op de Greenpeace Hyve zichzelf **informer** over de acties en doelstellingen van Greenpeace, met het You-Turn the Earth initiatief kunnen ze ook de actie personaliseren door hun eigen foto op de wereldbol te plaatsen en door te sturen naar hun vrienden. Deze foto kan ook als een gadget op de betreffende Hyves pagina van de gebruiker geplaatst worden.

### 27.3 Innovatie

#### **Technische innovatie:** ++

Hyves biedt technische innovatie op veel verschillende niveaus, RSS feeds, streaming video, het plaatsen van tags, de dienst is ook geschikt voor de telefoon en er is een API beschikbaar.

#### **Product/dienst innovatie:** Gebruik van reeds bestaande externe dienst

#### **Organisatorische innovatie:** -

#### **Sociale innovatie:** ++

Gebruikers worden op Hyves actief betrokken bij het creëren van waarde, ze krijgen de mogelijkheid nieuwe mensen te ontmoeten, gebruikers hebben publieke profielen, de Greenpeace Hyve is een koppeling met succesvolle sociale media en de dienst fungeert als sociaal netwerk.

### 27.4 Gebruik

Greenpeace is Hyves gaan gebruiken nadat hun webmaster zag dat iemand een Greenpeace-Hyve had opgezet. Deze persoon nam contact met de Hyver op met het verzoek de Hyve over te nemen.

De doelstelling van de Greenpeace Hyve is Top of mind houden van Greenpeace, het genereren van traffic naar website en actiesites en het gebruik maken van Hyvers als verspreiders/ambassadeurs van Greenpeace. Uiteindelijk is het doel altijd dat de activiteiten bijdragen aan campagnes. Doel van het You-Turn the Earth initiatief is een (zichtbaar) groot aantal deelnemers bereiken en zoveel mogelijk opt-in contactgegevens (voornaam en e-mailadres) van deelnemers vergaren, zodat Greenpeace kan blijven communiceren met de deelnemers en ze ook kunnen vragen meer voor de campagne te doen. Het initiatief is onderdeel van de *You turn the earth*-campagne waarin Greenpeace internationaal campagne voert voor een sterk klimaatakkoord tijdens de klimaatop in Kopenhagen. Binnen de campagne was behoefte aan laagdrempelige handelingsperspectieven waarmee burgers zich konden uitspreken voor dat sterke klimaatakkoord. In Nederland is gekozen voor een Hyvescampagne, om de doelgroep actief op te zoeken en gebruik te maken van de sterke tell-a-friend functie die Hyves heeft.

Aan de Greenpeace Hyve doen 9860 mensen mee, aan het You-Turn the Earth initiatief hebben in ongeveer twee maanden tijd meer dan 145.000 mensen meegedaan. Een groot deel daarvan (1/3) plaatst ook de gadget zelf op z'n Hyve, nodigt vrienden uit (gemiddeld zo'n 26 vrienden per persoon) en meldt zich aan voor de campagnemail (1/3

van de deelnemers), een middel waarmee Greenpeace mensen vraagt vaker in actie te komen voor de campagne.

## **27.5 Impact**

Greenpeace communiceert het totaal aantal deelnemers aan het You-Turn the Earth initiatief in de Hyvesgadget op [www.greenpeace.nl/youturn](http://www.greenpeace.nl/youturn) en in een wekelijkse advertentie in de Metro. Het wordt daarnaast genoemd in lobbygesprekken. Daarmee maakt Greenpeace zichtbaar hoe groot de steun is voor een sterk klimaatakkoord. Dit geeft hun verhaal extra kracht als ze met de politiek in gesprek zijn, zeker met ook de bedrijven en gemeenten erbij die hen steunen. Ook heeft Greenpeace de Hyvers gevraagd een Hyvesbericht naar Jan Peter Balkenende te sturen. Daar is zo'n 2.000 keer gehoor aan gegeven.

## 28 HNS Developers omgeving

Website: <http://dev.hetnieuwestemmen.nl/>

Initiatiefnemer: Stichting Het Nieuwe Stemmen



Figuur 26 Screenshot [www.hetnieuwestemmen.nl](http://www.hetnieuwestemmen.nl)

### 28.1 Algemeen

**Omschrijving:** Stichting Het Nieuwe Stemmen, opgericht door jongeren van diverse politieke partijen, zet zich in om een groter en jonger deel van de kiezers te betrekken bij de Nederlandse (partij-)democratie en de politiek in het algemeen. De stichting biedt verschillende websites aan, zoals WieKiesJij.nl en Maildepolitiek.nl. Daarnaast hebben ze een initiatief getiteld HSN.dev. Het doel van het project Het Nieuwe Stemmen Developers Community (HNS.dev) is het aanbieden van een gestandaardiseerde omgeving en database voor e-participatie projecten in Nederland. De developers community moet het delen van kennis en software stimuleren, zodat het wiel slechts eenmaal hoeft te worden uitgevonden. Op dit moment wordt het initiatief gebouwd – het is dus nog niet beschikbaar. Het HSN initiatief is in 2006 gestart met de verkiezing tussen Rutte en Verdonk.

**Bestuurlijk niveau:** Landelijk initiatief

**Focus:** Actieve betrokkenheid

**Beleidssterrein:** Allerlei

**Beleidsfase:** Anders

## 28.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Op HSN.dev krijgen ontwikkelaars van eParticipatie initiatieven de mogelijk tot interactie met elkaar. Alle ontwikkelaars van applicaties kunnen op de website participeren en kennisdelen. Iedereen moet in principe toegang krijgen tot dezelfde informatie.

## 28.3 Innovatie

### *Technische innovatie: ++*

De dienst is technisch innovatief omdat het een portal biedt voor open source software waar de hele eParticipatie community van kan profiteren. Het is Open Source en er wordt een API aangeboden.

### *Product/dienst innovatie: Nieuw initiatief*

### *Organisatorische innovatie: +*

HSN.dev maakt bestaande informatie over technische systemen achter eParticipatie toepassingen toegankelijk en beter vindbaar. Daarnaast zal het opgezet worden als een open platform waar iedereen toegang toe heeft.

### *Sociale innovatie: +*

De dienst wordt opgezet als een community waar gebruikers actief worden betrokken bij het creëren van waarde. De dienst zal functioneren als een sociaal netwerk.

## 28.4 Gebruik

Het Nieuwe Stemmen (algemeen initiatief) heeft in totaal zes projecten gedraaid met verschillend succes. Het laatste project Wiekiesjij voor de Europese verkiezingen heeft 150.000 bezoekers gehad in vier weken. In totaal hebben initiatiefnemers iets meer dan 3 miljoen bezoekers gehad, hiervan is Wiekiesjij (Tweede kamer en Provinciale Staten) de meest belangrijke.

Het doel van het project Het Nieuwe Stemmen Developers Community (HNS.dev) is het aanbieden van een gestandaardiseerde omgeving en database voor e-participatie projecten in Nederland. De developers community moet het delen van kennis en software stimuleren. Onderdeel van HNS.dev is een datawarehouse waarbinnen verschillende e-participatieprojecten informatie kunnen delen en opvragen. De datawarehouse bestaat uit een abstracte object-georiënteerde database die het Nederlandse politieke systeem beschrijft. De database heeft een dynamische structuur waardoor er gemakkelijk gegevens kunnen worden toegevoegd. Een application programming interface (API) is de stekker tussen de database en de verschillende e-participatiewebsites. Door een verzoek te plaatsen kan deze API bijvoorbeeld alle informatie over een politicus teruggeven aan een andere website. Iedere ontwikkelaar in Nederland die politieke gegevens in zijn website nodig heeft kan gebruik maken van deze API. Tot slot zal er een website worden opgezet ter ondersteuning van de developers. Hier zal uitgebreide documentatie over de database en de API beschikbaar zijn. Ook zullen er tutorials, een testomgeving, een wiki en verschillende toolboxes voor developers beschikbaar zijn.

De verschillende websites van de Stichting zijn de afgelopen drie jaar door zo'n tweeëneenhalf miljoen unieke bezoekers bezocht.

## **28.5 Impact**

Aangezien de website nog niet actief is, is de impact van deze dienst nog niet te meten.

## 29 Kamertweets

Website: [www.kamertweets.nl](http://www.kamertweets.nl)

Initiatiefnemer: Fundament All Media



Figuur 27 Screenshot [www.kamertweets.nl](http://www.kamertweets.nl)

### 29.1 Algemeen

*Omschrijving:* Website waar alle Tweets van Tweede Kamerleden worden weergegeven. Bezoekers kunnen selecteren op partij en zien een overzicht van de meest actieve Twitteraars in de Tweede Kamer. Het initiatief is in maar 2009 gestart. De initiatiefnemers zijn geïnspireerd door de Engelse dienst [www.tweetminister.co.uk](http://www.tweetminister.co.uk) en de activiteiten van minister Verhagen op Twitter. Daarnaast is er input geleverd via betrokken twitteraars en het Ambtenaar 2.0 netwerk.

*Bestuurlijk niveau:* Landelijk initiatief

*Focus:* Ontvankelijk bestuur

*Beleidsterrein:* Allerlei

*Beleidsfase:* Anders

### 29.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Op de website van Kamertweets kunnen burgers Twitterende kamerleden volgen en met op hen reageren (interactie). Er is sprake van eenrichtingsverkeer, maar er is wel een reactiemogelijkheid. Iedereen kan in principe meedoen, en iedereen kan de resultaten zien.

Burgers kunnen via de website zich laten **informer**en waar Kamerleden over twitteren, maar ze kunnen ook actief **raadplegen** welke Kamerleden van welke partijen actief zijn op Twitter. Ook kunnen ze met deze kamerleden communiceren.

### 29.3 Innovatie

#### **Technische innovatie: ++**

De dienst is technisch innovatief omdat het RSS feeds ter beschikking stelt, kamertweets kan ook ontvangen worden op de mobiele telefoon en de dienst stelt een widget ter beschikking.

#### **Product/dienst innovatie: Gebruik van reeds bestaande externe dienst**

#### **Organisatorische innovatie: +**

Kamertweets brengt alle twitterende Tweede Kamerleden samen op een pagina. Dit maakt het voor burgers (ook die niet Twitteren) makkelijker om te volgen. Op die manier is reeds bestaande informatie beter vind- en doorzoekbaar.

#### **Sociale innovatie: ++**

Twitter heeft publieke profielen voor gebruikers, en fungeert als sociaal netwerk. Kamertweets maakt handig gebruik van dit al bestaande sociale medium.

### 29.4 Gebruik

De doelstellingen van Kamertweets zijn (1) Het verkleinen van de kloof tussen burger en politiek door beter inzicht te geven in de activiteiten van politici, (2) bereikbaarheid, zichtbaarheid en vindbaarheid van twitterende politici vergroten en (3) het faciliteren open politieke discussie.

Tot nu toe zijn er 19 aangesloten kamerleden, 31.087 unieke bezoekers, 1596 followers van @kamertweets op Twitter. Widgetgebruikers zijn o.a. de Volkskrant, Groenlinks Planet en de Mei Li Vos Hyves. Ook de NOS heeft een permanente link naar Kamertweets op de website: [www.politiek24.nl](http://www.politiek24.nl).

Twitteraars melden zelf nieuwe kamerleden aan @kamertweets. Kamerleden reageren positief wanneer initiatiefnemers melden dat ze zijn aangemeld. Mensen kunnen input geven via de Feedback knop op de site of via twitter @kamertweets. Deze worden gebundeld en in verdere ontwikkeling meegenomen.

### 29.5 Impact

PlaneetGroenlinks.nl heeft de Kamertweets widget in september op hun site geïntegreerd als stil protest tegen de complete afwezigheid van Groen Links Kamerleden op Twitter, in tegenstelling tot steeds meer andere Kamerleden. Femke Halsema heeft zich inmiddels op Twitter gemeld <http://twitter.com/femkehalsema> (15 okt).

Ook in artikelen wordt Kamertweets vermeld, bijvoorbeeld:

[http://www.volkskrant.nl/binnenland/article1289961.ece/Ministers\\_en\\_Kamerleden\\_twitteren\\_over\\_Prinsjesdag](http://www.volkskrant.nl/binnenland/article1289961.ece/Ministers_en_Kamerleden_twitteren_over_Prinsjesdag)

Andere voorbeelden van impact:

- Meer Twitterende kamerleden (van 3 naar 19)
- Melding van kamertweets in pers bijvoorbeeld:
- Radio online (TROS)
- [http://www.frankwatching.com/archive/2009/03/15/site - gespotkamertweets/](http://www.frankwatching.com/archive/2009/03/15/site-gespotkamertweets/)
- [http://www.nrcnext.nl/blog/2009/03/10/twitter - 13 - kmu - te - hardmoet - kunnen - volgens - europarlementarier/](http://www.nrcnext.nl/blog/2009/03/10/twitter-13-kmu-te-hardmoet-kunnen-volgens-europarlementarier/)
- 162.000 zoekresultaten op Google
- Begin verschuiving politieke communicatie: Mening / standpunt verkondigen richting échte actie / daden. Dat laatste levert aanzienlijk meer volgers op voor de politicus.
- De initiatiefnemers horen vaak, na het tonen van Kamertweets, dat mensen in het algemeen Twitter beter begrijpen omdat het nu in een duidelijke context wordt geplaatst.
- Het Ministerie van Binnenlandse zaken wil obv hetzelfde platform [ambtenarentweets.nl](http://ambtenarentweets.nl) laten bouwen door Fundament All Media

## 30 Kieskompas

Website: [www.kieskompas.nl](http://www.kieskompas.nl)

Initiatiefnemer: Vrije Universiteit Amsterdam



Figuur 28 Screenshot [www.kieskompas.nl](http://www.kieskompas.nl)

### 30.1 Algemeen

**Omschrijving:** Kieskompas is een initiatief van de Vrije Universiteit Amsterdam waarbij op basis van wetenschappelijk verantwoorde methoden webapplicaties ontwikkeld worden waarmee complexe keuzeprocessen voor kiezers en consumenten worden vereenvoudigd en inzichtelijk gemaakt. Tijdens de Tweede Kamerverkiezingen van 2006 werd het Kieskompas voor het eerst ingezet, in samenwerking met de Vrije Universiteit en het dagblad Trouw. Burgers kunnen op elk kieskompas reageren op een aantal voorgedefinieerde stellingen en op die manier meer inzicht krijgen in de politieke partij die het beste aansluit bij hun ideeën en waar ze staan in het politieke landschap.

**Bestuurlijk niveau:** Landelijk/ regionaal/ internationaal initiatief

**Focus:** Actieve betrokkenheid

**Beleidssterrein:** Allerlei

**Beleidsfase:** Anders

### 30.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

De site is voornamelijk eenrichtingsverkeer met de mogelijkheid van een reactie. Burgers kunnen reageren op de stellingen, en iedereen kan meedoen. De resultaten zijn alleen beschikbaar voor de initiatiefnemer en degene die de stellingen heeft beoordeeld.

Als burgers na het invullen van de test nog door willen discussiëren, worden zij doorverwezen naar [www.allemaalpolitiek.nl](http://www.allemaalpolitiek.nl).

Burgers kunnen op het initiatief hun positie in het politieke landschap **raadplegen** en **communiceren** met vrienden door de test door te sturen, of verder te discussiëren op een andere website.

### 30.3 Innovatie

*Technische innovatie:* -

*Product/dienst innovatie:* Nieuw initiatief

*Organisatorische innovatie:* +

Het initiatief maakt informatie over politieke partijen en standpunten op een nieuwe manier inzichtelijk en doorzoekbaar.

*Sociale innovatie:* -

### 30.4 Gebruik

Kieskompas-applicaties geven gebruikers inzicht in complexe keuzeprocessen, maar stellen hen ook in staat een uitgebreide analyse te maken van de keuzemogelijkheden. De applicaties zijn altijd volledig transparant. Voor gebruikers moet het volkomen helder zijn wat de beste keuze is en waarop deze is gebaseerd. Daarnaast levert Kieskompas BV analyses van de meningen en voorkeuren van gebruikers. Deze analyses leveren waardevolle informatie voor bedrijven en organisaties, waarmee de kwaliteit van producten of de beleidsvorming kan worden verbeterd.

In 2006 was het aantal unieke bezoekers ruim 3 miljoen. Bij de Amerikaanse presidentsverkiezingen van 2008 was het aantal unieke bezoekers ruim 3,5 miljoen. Bij de Europese Parlementsverkiezingen van 2009 was het aantal unieke bezoekers 2,5 miljoen. Bij alle overige verkiezingen (bijv. België in 2006 en Portugal in 2009) lagen de bezoekersaantallen op enkele honderdduizenden. Bij de Israëlische verkiezingen van begin 2009 trok Kieskompas zelfs meer dan 800.000 bezoekers.

Miljoenen mensen gebruiken Kieskompas, en honderden politieke partijen werken actief mee aan Kieskompas. Zo organiseren de initiatiefnemers voor de gemeenteraadsverkiezingen van 2010 in iedere deelnemende gemeente een conferentie met vertegenwoordigers van alle (lokale) politieke partijen, waar onder professionele begeleiding, via een speciaal ontwikkeld interactief proces, de stellingen voor het Kieskompas worden geformuleerd en geselecteerd.

Het Kieskompas wordt bij iedere nieuwe verkiezing volledig op maat gemaakt en wetenschappelijk getoetst. Kieskompas wordt bij steeds meer verkiezingen ingezet en in de loop der tijd zijn er ook steeds geavanceerde uitbreidingen op de applicatie aan toegevoegd. Zo hebben de initiatiefnemers bij de gemeenteraadsverkiezingen Venlo in samenwerking met TNS NIPO het burgerforum Allemaalpolitiek.nl vormgegeven.

### 30.5 Impact

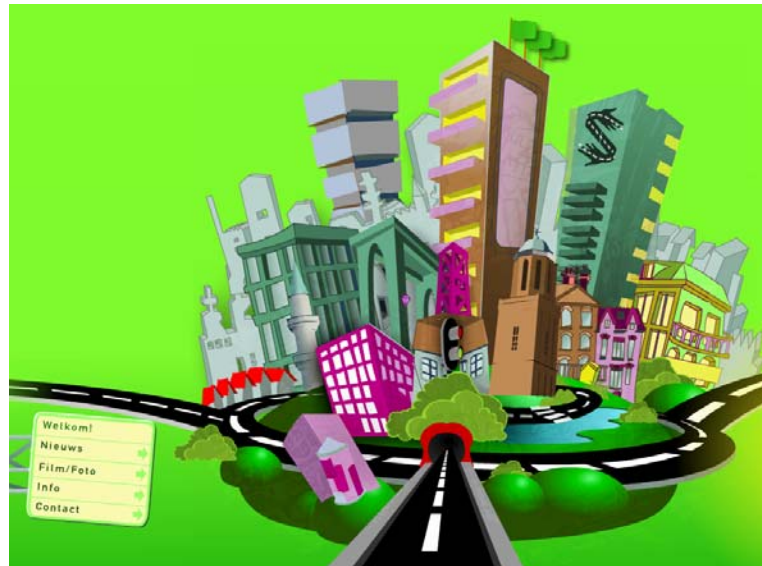
Kieskompas heeft een European eDemocracy Award gewonnen in 2009.

- Grote delen van het electoraat hebben het Kieskompas gebruikt (bijv. in 2006 ruim een kwart) en zich laten informeren over partijposities
- Door samenwerking met diverse media zijn vele analyses gemaakt die het publieke debat hebben gestimuleerd. Vooral aan kranten hebben initiatiefnemers veel content aangeleverd.
- Duizenden mensen hebben op hun weblog gecorrespondeerd over hun politieke positie en zo ook het debat in de *blogosfeer* aangejaagd.
- Vele studenten hebben als stagiair meegewerkt aan Kieskompas en op deze manier relevante onderzoekservaring opgedaan.
- Kieskompas heeft veel relevante onderzoeksdata geproduceerd, die in belangrijke wetenschappelijke onderzoeken wordt gebruikt.

## 31 Meet My Street

Website: [www.meetmystreet.nl](http://www.meetmystreet.nl)

Initiatiefnemer: Stichting Meet My Street



Figuur 29 Screenshot [www.meetmystreet.nl](http://www.meetmystreet.nl)

### 31.1 Algemeen

*Omschrijving:* Meet My Street legt verbindingen in de maatschappij door gebruik van nieuwe media. Meet My Street nodigt jongeren uit hun leefomgeving in beeld te brengen in fotoseries, korte films en geluidsopnames. Ze worden begeleid door mediakunstenaars, monteren zelf op de computer en publiceren op internet en live in de buurt. Doelstelling van de stichting is verbindingen te bewerkstelligen in de maatschappij door creatief gebruik van nieuwe media. Jongeren worden daarbij begeleid door professionals. Meet My Street biedt deze ervaring in projectvorm aan en versterkt daarbij mediawijsheid en sociale cohesie in de wijk. Het project is gestart in juni 2006.

*Bestuurlijk niveau:* Landelijk initiatief

*Focus:* Actieve betrokkenheid

*Beleidssterrein:* Cultuur, onderwijs, allerlei

*Beleidsfase:* Anders

### 31.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Meet My Street is een project waar jongeren met elkaar en met de buurt interactie hebben. De site biedt eenrichtingsverkeer met een mogelijkheid tot reactie. De jongeren

die aan de projecten meedoen worden geselecteerd, maar de resultaten zijn voor iedereen via internet zichtbaar.

Jongeren kunnen zich op de website **informer** over projecten die zijn afgerond. Jongeren die in de projecten zitten **coproduceren** door zelf filmpjes te maken en op de site kunnen bezoekers **meebeslissen** door aan te geven welke filmpjes de beste zijn.

### 31.3 Innovatie

#### *Technische innovatie: -*

Op de site zelf is niet echt sprake van technische innovatie, maar Meet My Street werkt wel met een content management systeem waardoor jongeren zelf filmpjes kunnen uploaden.

#### *Product/dienst innovatie: Nieuw initiatief*

#### *Organisatorische innovatie: +*

Het initiatief heeft een multi-channel benadering door de projecten een basis te geven in de buurt en de projecten zichtbaarder te maken op internet.

#### *Sociale innovatie: ++*

Sociale innovatie is hoog. Jongeren worden actief betrokken bij het creëren van waarde, ze kunnen in projecten nieuwe mensen ontmoeten in hun eigen buurt, het initiatief versterkt de sociale netwerken en er is sprake van peer-to-peer motivatie doordat andere bezoekers van de website op filmpjes mogen stemmen.

### 31.4 Gebruik

Meet My Street werkt op projectbasis en betreft daarbij jongerenwerk, onderwijs, culturele organisaties en wijken. Ze werken gericht op de wijk, waar jongeren documentaires maken. De camera geeft deze jongeren de mogelijkheid in contact te komen met andere mensen in hun wijk die ze normaal gesproken nooit zouden ontmoeten of spreken. Het initiatief is gestart na een vraag van een stichting die in de creatieve industrie nieuwe initiatieven voor jongeren wilde ondersteunen. Het begon als een klein project, maar is doorontwikkeld. Sinds 2006 werkt Meet My Street ook samen met een Amsterdamse organisatie.

Per projectperiode doen 60 à 120 jongeren mee met de projecten van Meet My Street. Dit zijn voornamelijk VMBO scholieren tussen de 12 en 18 jaar. In Arnhem waren afgelopen jaar 4 wijken actief, in Amsterdam. Dat betekent dat er ongeveer 1000 jongeren hebben meegedaan aan de projecten. In de periodes dat de projecten lopen wordt ook de website het drukst bezocht (600 a 700 unieke bezoekers per maand). Jongeren moeten namelijk hun filmpjes actief zelf uitdragen en stemmen trekken. De drie films met de meeste stemmen worden genomineerd voor de publieksprijs. Op sommige filmpjes wordt wel 250 keer gestemd.

Op dit moment is de website nog voornamelijk ondersteunend aan de activiteiten die zich afspelen op wijkniveau. De Stichting is aan het nadenken over nieuwe manieren om de site verder te ontwikkelen, en heeft momenteel ook al wat extra interactiemogelijkheden toegevoegd.

### 31.5 Impact

Meet My Street heeft een aanbestedingsprijs gewonnen van M&ICT. Hierdoor kan het initiatief structureel gemaakt worden en worden opgeschaald. De initiatiefnemers zijn nu dan ook aan de slag om Meet My Street breder uit te zetten. Ze verbinden zich hiervoor ook aan grotere partners en willen zorgen dat er vanuit wijken structureel geld wordt vrijgemaakt om het initiatief te financieren. Daarnaast wordt gekeken of de projecten in meerdere steden uitgezet kunnen worden. De site is inmiddels ook interactiever geworden.

Daarnaast leveren de projecten veel concrete resultaten op:

- Links vanaf wijk websites
- DVD's voor scholen ed.
- Live presentaties
- Korte compilaties voor financiers en wijkplatforms

Voor de gemeente Abcoude heeft Meet My Street een project gedaan om te bekijken welke thema's jongeren wilden veranderen in hun dorp. De resultaten van dit project (filmpjes) zijn input geweest voor een raadsvergadering over nieuw beleid. Daarna is een discussiebijeenkomst met jongeren georganiseerd. Meet My Street is onderscheidend omdat jongeren meer betrokken raken bij hun omgeving en zich verdiepen in thema's die belangrijk zijn in hun buurt. Jongeren leren op hun eigen manier keuzes maken.

Een ander voorbeeld van impact is dat de samenwerking tussen jongerenwerk en onderwijs versterkt wordt. In Arnhem is een project gericht op schooluitval waarbij door de verbeterde contacten een jongerencentrum fysieke ruimte heeft gekregen in een schoolgebouw om het project uit te voeren.

## 32 OCO Sterren 2.0

Website: [www.ocosterren.nl](http://www.ocosterren.nl)

Initiatiefnemer: Onderwijs Consumenten Organisatie



Figuur 30 Screenshot [www.ocosterren.nl](http://www.ocosterren.nl)

### 32.1 Algemeen

**Omschrijving:** Website door en voor ouders en leerlingen waar schoolgegevens en beoordelingen van ouders en leerlingen bekeken kunnen worden. Het initiatief is tot nu toe alleen gericht op Amsterdamse scholen. Beoordelingssysteem drukt beoordeling uit in sterren. Naast online beoordelingen haalt OCO ook sterren op scholen. Initiatiefnemer, Onderwijs Consumenten Organisatie, is gestart in 2006 en de OCO Sterren 2.0 initiatief dit jaar. OCO is ontstaan uit een actie van Karina Schaapman, die kwalitatief goed onderwijs wilde afdwingen voor haar kinderen. OCO-sterren is het resultaat van een project voor de verbetering van het sterrenstelsel, dat OCO kon uitvoeren dankzij de Kennisland-regeling voor digitale pioniers, een subsidiestroom van het ministerie van OCW voor eParticipatie. OCO wordt mede mogelijk gemaakt door de gemeente Amsterdam.

**Bestuurlijk niveau:** Lokaal initiatief

**Focus:** Verantwoordelijk beheer

**Beleidssterrein:** Onderwijs

**Beleidsfase:** Evaluatie en toezicht

### 32.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Het OCO Sterren 2.0 initiatief zorgt voor interactie tussen ouders, leerlingen en eventueel ook scholen. Er is sprake van eenrichtingsverkeer (vraag vanuit OCO) en een reactiemogelijkheid (ouders en leerlingen geven hun mening over een school). Een

selecte groep kan deelnemen aan het initiatief – ouders en kinderen in Amsterdam. In principe kunnen mensen zich zelf aanmelden, maar vaak ook worden meningen van ouders gepolst op het schoolplein door medewerkers van OCO. De resultaten op de website zijn voor iedereen toegankelijk.

Ouders kunnen zich op de site laten **informer** en daarnaast **raadplegen** hoe specifieke scholen het doen op de ranglijst. Door sterren toe te kennen kunnen ouders en leerlingen vervolgens **adviseren** en zelfs **meebeslissen** over de plek van de scholen in de ranglijst. Ouders kunnen ook op de website reacties geven, en dus **communiceren** over de oordelen van anderen en de scholen zelf.

### 32.3 Innovatie

#### *Technische innovatie:* +

Op de site wordt dmv geotags aangegeven waar een school zich bevindt.

#### *Product/dienst innovatie:* Nieuw initiatief

#### *Organisatorische innovatie:* +

OCO Sterren 2.0 maakt bestaande informatie en meningen van ouders en leerlingen op een nieuwe manier doorzoekbaar. Daarnaast heeft het initiatief een multi-channel benadering doordat sterren zowel online als via de scholen wordt verzameld.

#### *Sociale innovatie:* +

Gebruikers worden actief betrokken bij het creëren van waarde.

### 32.4 Gebruik

De doelstelling van het initiatief is bijdragen aan de discussie over onderwijskwaliteit en het ondersteunen van ouders en leerlingen bij de schoolkeuze en het vergroten van hun invloed op het schoolbeleid.

De OCO-website heeft ongeveer 1400 unieke bezoekers per dag. OCO heeft van 45 procent van de basisscholen (220) in Amsterdam OCO-sterren verzameld. In het voortgezet onderwijs (70 scholen) zijn door leerlingen er OCO-sterren gegeven aan 60 procent van de scholen.

OCO gaat actief op pad om meningen van ouders en leerlingen op te halen. Daarvoor gaan medewerkers en stagiaires met de OCO-mobiel naar scholen. Op het schoolplein (basisschool) en soms in de klas (voortgezet onderwijs) vragen zij naar meningen en kunnen ouders en leerlingen OCO-sterren geven. Zowel digitaal (online op [www.onderwijsconsument.nl](http://www.onderwijsconsument.nl) of [www.ocosterren.nl](http://www.ocosterren.nl)) als via sterrenkaarten geven ouders en leerlingen hun mening. Ongeveer 25/30 ouders geven per bezoek sterren en ongeveer 100 leerlingen geven sterren per bezoek. De meningen van ouders en leerlingen worden op de site geplaatst en geeft een waardering van de school – in OCO-sterren. Deze zijn zichtbaar bij de informatie over de school op [www.onderwijsconsument.nl](http://www.onderwijsconsument.nl). Jaarlijks maakt OCO samen met Het Parool de VO-scholengids daarin worden de OCO-sterren ook vermeld.

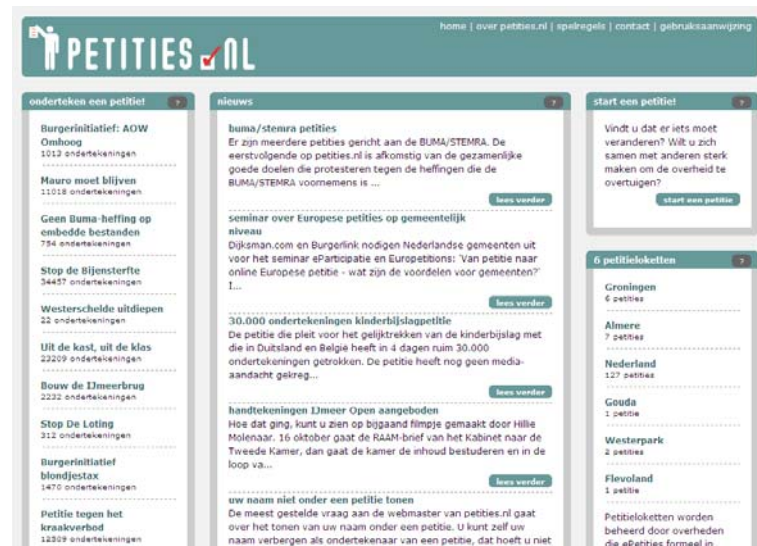
### **32.5 Impact**

De OCO-sterren zijn na aanvankelijke aarzelingen geaccepteerd als een oordeel van ouders en leerlingen over de school. Scholen gaan nu vragen om een bezoek van OCO met de OCO-mobiel om een nieuw oordeel te krijgen. Ouders en leerlingen kijken nadrukkelijk naar de meningen bij schoolkeuze. Ook is er school die de OCO-sterren in de verantwoording aan de Onderwijsinspectie de OCO-sterren gebruikt als onderzoek naar het leerlingwelbevinden

## 33 Petities.nl

Website: [www.petities.nl](http://www.petities.nl)

Initiatiefnemer: Stichting Petities.nl



Figuur 31 Screenshot [www.petities.nl](http://www.petities.nl)

### 33.1 Algemeen

*Omschrijving:* Op de website [petities.nl](http://petities.nl) kunnen burgers snel en makkelijk een petitie opstarten en al bestaande petities ondertekenen. Het initiatief is gestart in 2005.

*Bestuurlijk niveau:* Landelijk initiatief

*Focus:* Actieve betrokkenheid

*Beleidssterrein:* Agendavorming

*Beleidsfase:* Anders

### 33.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

De interactie op [petities.nl](http://petities.nl) is voornamelijk tussen burgers onderling. Als de petitie daadwerkelijk wordt aangeboden, of als overheden een loket hebben op [petities.nl](http://petities.nl), is er ook interactie tussen burgers en ambtenaren/ beleidsmakers of volksvertegenwoordigers. Op de site is sprake van eenrichtingsverkeer met reactiemogelijkheid. Iedereen kan aan het initiatief meedoen, en iedereen kan de resultaten zien wat betreft het ondertekenen van de petitie. Wat er vervolgens met de petitie is gebeurd is niet altijd duidelijk voor bezoekers aan de website.

Burgers kunnen zichzelf op Petities **informer**en over lopende petities en onderwerpen, ze kunnen op een kaart petities in specifieke gemeenten **raadplegen**, en door petities te ondertekenen kunnen ze **adviseren** en **meebeslissen**.

### 33.3 Innovatie

***Technische innovatie:* +**

Op petitie worden geotags gebruikt om aan te geven waar een petitie vandaan komt.

***Product/dienst innovatie:* Digitalisering van reeds bestaande offline dienst**

Petitierecht is een van de oudste democratische rechten van de Nederlanders.

***Organisatorische innovatie:* +**

Door de dienst worden bestuurlijke processen op een nieuwe manier georganiseerd.

***Sociale innovatie:* +**

Burgers worden actief betrokken bij het creëren van waarde

### 33.4 Gebruik

De doelstelling van Petities.nl is dat mensen betrokken raken en actief deelnemen op een constructieve manier. De naamsbekendheid van de dienst is groot. Het initiatief is heel laagdrempelig en dus makkelijk voor burgers om te gebruiken. Tegelijkertijd is het een heel klassiek instrument, dus sluit het heel mooi aan bij bestaande praktijken.

Op petities.nl zijn in totaal (tot heden) 517.167 ondertekeningen gedaan. Daarvan zijn 423.893 ondertekeningen bevestigd en 93.274 hebben niet op de link in de e-mail geklikt. Dat kunnen dus ook ondertekeningen zijn met een typfout in het adres.

Dat is verdeeld over ongeveer 328 (ondertekenbare) petitie's. In totaal zijn er 517 petitie's, maar 189 petitie's zijn nog in concept en dus niet ondertekenbaar. Uit de logfiles van onze webserver zie ik zo'n 10.000 bezoeken per dag. Maar dat fluctueert dus erg, van 1.000 tot 20.000 per dag. De bezoekersaantallen van petities.nl blijven stijgen. Zo bezochten in november 2007 ongeveer 1000 mensen per dag de website. In oktober 2009 is dat aantal gestegen naar meer dan 18.000 bezoekers per dag. Dagelijks ondertekenen honderden tot duizenden mensen een petitie.

Een vuistregel bij Petities.nl is, dat elke 1000 ondertekenaars van een petitie weer een nieuwe petitie oplevert. En 80 procent van de ondertekenaars komen binnen via andere ondertekenaars. Het doorvertellen door burgers blijkt uiteindelijk de grootste kracht te zijn bij een dergelijk initiatief.

### 33.5 Impact

Het is de verantwoordelijkheid van de petitionaris om van een petitie een succes te maken. Niet iedereen heeft het talent om een petitie verder te brengen. De initiatiefnemers schatten in dat ongeveer 33 procent van de petitie's daadwerkelijk aangeboden worden. Sommigen worden ingehaald door de actualiteit (hype van de dag zie je terug in de petitie's), maar bij anderen laten de petitionarissen het erbij zitten. Het is daarom van belang dat overheden loketten openen op Petities.nl. In Engeland is het al verplicht voor overheden om zich bij een petitie'site aan te melden.

Een voorbeeld van impact is een van de eerste petitie's van Petities.nl om het gebruik van Open source en open standaarden bij de Nederlandse overheid te bevorderen. Hier is het programma 'Nederland open in Verbinding' uit ontstaan. Een ander voorbeeld is

een petitie rond het St. Jacobs Kruiskruid. Dit werd als onkruid beschouwd en door gemeenten gemaaid en vervolgens als paardenvoer gebruikt. Doordat dit kruid giftig is voor paarden gingen hier paarden dood aan. Paardenliefhebbers startten toen een petitie en zo kwam dit punt op de politieke agenda.

In oktober is een petitie gestart over kinderbijslag. In een week tijd waren er 75.000 mensen die deze petitie hebben ondertekend.

## 34 Verbeter de Buurt

Website: [www.verbeterdebuurt.nl](http://www.verbeterdebuurt.nl)

Initiatiefnemer: Stichting Verbeter de Buurt



Figuur 32 Screenshot [www.verbeterdebuurt.nl](http://www.verbeterdebuurt.nl)

### 34.1 Algemeen

*Omschrijving:* Verbeterdebuurt.nl is er om samen met burgers buurten te verbeteren. Problemen en ideeën kunnen op deze website worden gemeld en op een kaart van de betreffende gemeente aangegeven. Andere burgers kunnen hier weer op reageren. Verbeter de Buurt geeft deze problemen vervolgens door aan de gemeente of het stadsdeel. Het initiatief is in april 2009 gelanceerd.

*Bestuurlijk niveau:* Landelijk initiatief

*Focus:* Verantwoordelijk beheer

*Beleidssterrein:* Beheer openbare ruimte

*Beleidsfase:* Evaluatie en toezicht

### 34.2 Interactie, openheid en betrokkenheid

Verbeter de Buurt maakt interactie tussen burgers-burgers en burgers en ambtenaren/beleidsmakers mogelijk. Er is sprake van tweerichtingsverkeer. Burgers kunnen problemen of ideeën melden, andere burgers kunnen hierop reageren en gemeenten kunnen het oplossen. Stichting Verbeter de Buurt fungeert als intermediair. Iedereen kan meedoen en ook iedereen kan de resultaten zien.

Burgers kunnen op de website specifieke locaties **raadplegen** en zo bijvoorbeeld zien of er in hun buurt klachten of ideeën zijn. Ze kunnen **coproduceren** door zelf een idee

of probleem op de kaart te zetten. Door geotags aan de melding te hangen **faciliteren** ze het vinden van hun input. Daarnaast kunnen ze met anderen **communiceren** door te reageren op meldingen van anderen.

### 34.3 Innovatie

**Technische innovatie:** +

Technisch innovatief door geotags en kaartfunctionaliteit.

**Product/dienst innovatie:** Nieuw initiatief

**Organisatorische innovatie:** +

Nieuwe manier van het organiseren van processen. Ipv dat burgers individueel met hun klachten naar de gemeente gaan zonder dat andere burgers daar weet van hebben, wordt dit proces op deze website transparant gemaakt en gecentraliseerd. Daarnaast wordt informatie op deze manier beter vind- en zoekbaar.

**Sociale innovatie:** +

Burgers worden actief betrokken bij het creëren van waarde, en de site streeft een koppeling na met andere succesvolle sociale media.

### 34.4 Gebruik

Verbeter de Buurt is geïnspireerd op de website [fixmystreet.com](http://fixmystreet.com). Deze dienst toonde aan dat mensen graag meedenken over hun buurt. Vanuit CreativeCrowds is vervolgens de stichting Verbeter de Buurt opgericht waarbij de nadruk gelegd werd op het samen verbeteren (niet afschuiven naar gemeente) en het delen van ideeën en het reageren op meldingen. Via een subsidie van de stimuleringsregeling Digitale Pioniers is de eerste versie van de website gebouwd

Vanaf april plaatsten 17.000 unieke bezoekers 1.500 meldingen. Meldingen worden in heel Nederland doorgestuurd naar gemeenten en 275 gemeenten doen actief mee aan Verbeterdebuurt.

Er zijn twee soorten meldingen: problemen en ideeën. Als een burger een probleem meldt (bijv. gat in de weg) en zijn e-mailadres heeft gevalideerd, worden meldingen meteen doorgestuurd naar de gemeente die daarvoor verantwoordelijk is. Ideeën zijn waardevol als er draagvlak voor is. Ideeën worden daarom pas naar de gemeente doorgestuurd als er tien mensen hebben gestemd op het idee; het zijn dus eigenlijk petitie's. Alle problemen en ideeën verschijnen als rode punaises en lampjes op de website waar er op gestemd en gereageerd kan worden. Als de gemeente het probleem oplost wordt het een groen vlaggetje. Zo ziet iedereen dat de gemeente luistert.

Voorbeelden van meldingen zijn een [gevaarlijke verkeerssituatie](#) op de Dam waarop drie mensen reageerden en tien mensen stemden en een [idee voor een speelplek](#) voor kleine kinderen in Gilze waarop zestien mensen stemden.

Verbeterdebuurt is constant in ontwikkeling. Initiatiefnemers gebruiken de feedback en tips van gemeenten en burgers om regelmatig updates te doen aan het systeem. Zo worden er nu bijvoorbeeld NAW gegevens meegestuurd in de mails naar gemeenten en kunnen gebruikers deeplinken naar meldingen.

### 34.5 Impact

Er staan inmiddels veel groene vlaggetjes op Verbeter de Buurt en het aantal bezoekers en meldingen is groter dan de initiatiefnemers hadden verwacht. Veel gemeenten steunen Verbeterdebuurt actief. De behaalde resultaten maken volgens initiatiefnemers de weg vrij voor het betrekken van nog veel meer burgers in buurten in heel Nederland. Er zijn samenwerkingen aangegaan met grote partners die de verbeterdebuurt applicatie gaan inbedden in hun sites. Het wordt hierdoor mogelijk om op landelijke schaal burgers bij de buurt te betrekken.

Gemeenten zijn vaak positief over Verbeter de Buurt. Gemeenten die meer willen van verbeterdebuurt dan de gratis dienstverlening, kunnen daarom tegen betaling verschillende functionaliteiten krijgen, de interesse hiervoor is groot en de initiatiefnemers zijn met meerdere gemeenten in gesprek. Ook is een licentie van de applicatie in aangepaste vorm al verkocht aan commerciële klanten. Initiatiefnemers zijn nu in samenwerking met een van de grote steden een API aan het ontwikkelen waarmee deze integratie voor die stad en later ook andere gemeenten mogelijk wordt.