



# Jongerenparticipatie Gemeente Rijswijk

**‘Jongeren laten participeren bij het innovatieproject’**

Plaats: Rijswijk  
Datum: 1-6-2017  
Definitieve versie eerste kans

Auteur: Samantha van der Leest  
In opdracht van: Gemeente Rijswijk  
Bedrijfsbegeleider: Anita Kauderer

Instelling: Hogeschool Leiden  
Opleiding: Communicatie  
Vakcode: CO416AO  
Afstudeerbegeleider: Martien Schriemer

1ste beoordelaar: Piet Hein Coebergh  
2de beoordelaar: Marieke Kerpershoek

## Colofon

Thema: Customers

Conceptueel model: Participatieladder van Pröpper

Bron afbeelding voorkant: (Rijswijk, z.j.c)

## Voorwoord

Rijswijk, 1 juni 2017

De eerste stappen als zelfstandig onderzoeker zijn gezet! Ik met veel plezier gewerkt aan mijn afstudeeronderzoek. De afgelopen maanden heb ik mij beziggehouden met jongerenparticipatie. Dit onderwerp sprak mij aan omdat ik het leuk vind om uit te vinden hoe de gemeente de jongeren meer kan betrekken. Via school is hier niet veel aandacht aan besteed, vandaar dat ik het juist een uitdaging vind om dit uit te zoeken. Door middel van dit onderzoek heb ik veel geleerd over de gedachtegang van jongeren tussen de 12 en 27 jaar. Ook ben ik erachter gekomen hoe andere gemeenten hun inwoners laten participeren. Als resultaat van dit onderzoek is er deze scriptie uit voortgevloeid.

Natuurlijk heb ik dit onderzoek niet helemaal alleen gedaan. Ik wil daarom een aantal personen bedanken. Als eerste bedank ik mijn bedrijfsbegeleider Anita Kauderer voor haar ondersteuning bij dit onderzoek en het meedenken over bepaalde kwesties als ik vastliep. Daarnaast wil ik mijn afstudeerbegeleider Martien Schriemer bedanken voor de behulpzame, maar ook gezellige begeleidingssessies en voor zijn inzichten en kritische blik. Ten slotte wil ik alle respondenten bedanken voor hun tijd en medewerking.

Ik wens u veel leesplezier toe.

## Samenvatting

De gemeente Rijswijk is een stad in Zuid-Holland en ligt tussen Delft en Den Haag in. In de gemeente Rijswijk bestaat de afdeling het Sociaal Domein. Deze afdeling doet dingen voor de samenleving in de gemeente. Het Sociaal Domein beheert een aantal wetten: de Wet Maatschappelijke Ondersteuning (WMO), de participatiewet en de jeugdwet. De meeste mensen kennen de naam sociale zaken, zo heette de afdeling voor 1 januari 2015.

Communicatiestudente Samantha van der Leest doet in opdracht van de afdeling het Sociaal Domein een onderzoek. De centrale vraag voor het onderzoek luidt: *‘Op welke manier kan de gemeente samenwerken met jongeren (van 12 tot en met 27 jaar) met als doel vernieuwing van het Sociaal Domein?’*.

Om erachter te komen wat participatie en beleid precies inhoudt, maakt het onderzoek gebruik van een literatuurstudie en deskresearch. Naast deze vormen van onderzoek zijn er ook interviews met de doelgroep die inzicht geven hoe de jongeren denken over participatie, wat zij belangrijk vinden in het leven, en hoe zij de gemeente Rijswijk zien.

Om betrokkenheid te creëren is communicatie nodig. Om de participatie te meten en te kijken hoe het Sociaal Domein daar het beste mee kan werken, is de participatieladder van Pröpper een handig model om dit in kaart te brengen. Deze ladder brengt namelijk de rol van het bestuur en de rol van participant bij elkaar. De participatieladder van Pröpper baseert zich op het model van Arnstein, de moeder van alle participatieladders.

Uit de resultaten van het onderzoek komen de conclusies. Een van de conclusies luidt dat de doelgroep wil samenwerken met de gemeente Rijswijk en het Sociaal Domein. De jongeren willen echter maar één keer per jaar meedenken over innovatieprojecten. Facebook, Instagram en WhatsApp zijn middelen die de doelgroep elke dag gebruikt. De doelgroep raadt de gemeente Rijswijk aan om Facebook, een digitale nieuwsbrief en Instagram te gebruiken voor contact. Instagram heeft de gemeente zelf nog niet, dus een account aanmaken is een pre. Voor de bestuursstijlen van Pröpper kan de gemeente het best een consultatieve of participatieve bestuursstijl aannemen.

De aanbevelingen die de opdrachtgever meekrijgt zijn het blijven meten van de participatie om de bestuursstijlen daarop aan te passen, de inzet van de huidige en nieuwe middelen op het probleem en het blijven inleven in de doelgroep. De strategie die hierbij hoort is het bereiken van een samenwerking tussen de jongeren en de gemeente.

## Inhoudsopgave

|                                                                                                     |    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| <b>Voorwoord</b>                                                                                    | 2  |
| <b>Samenvatting</b>                                                                                 | 3  |
| <b>1. Inleiding</b>                                                                                 | 6  |
| <b>2. Situatieschets</b>                                                                            | 7  |
| <b>2.1 Gemeente Rijswijk</b>                                                                        | 7  |
| <b>2.2 Sociaal Domein gemeente Rijswijk</b>                                                         | 7  |
| <b>2.3 Innovatieproject(en) Sociaal Domein</b>                                                      | 7  |
| <b>2.4 Communicatiemiddelen gemeente Rijswijk</b>                                                   | 8  |
| <b>2.5 Publieksparticipatie andere gemeenten</b>                                                    | 8  |
| <b>2.6 DESTEP-analyse</b>                                                                           | 9  |
| Economisch                                                                                          | 10 |
| Sociaal-cultureel                                                                                   | 11 |
| Technologisch                                                                                       | 12 |
| <b>2.7 SWOT</b>                                                                                     | 13 |
| <b>3. Probleemformulering</b>                                                                       | 14 |
| <b>3.1 Aanleiding</b>                                                                               | 14 |
| <b>3.2 Probleemstelling</b>                                                                         | 14 |
| <b>3.3 Doelstelling</b>                                                                             | 15 |
| <b>3.4 Deelvragen</b>                                                                               | 15 |
| <b>3.5 Doelgroep</b>                                                                                | 16 |
| <b>3.6 Onderzoeksgrenzen</b>                                                                        | 17 |
| <b>4. Theoretisch kader</b>                                                                         | 18 |
| <b>4.1 Wat is participatie en beleid?</b>                                                           | 18 |
| (Publieks)participatie                                                                              | 18 |
| Interactief beleid                                                                                  | 19 |
| <b>4.2 Hoe werkt een participatieladder?</b>                                                        | 19 |
| Participatieladder Arnstein, Sherry Arnstein (1969)                                                 | 19 |
| Participatieladder Pröpper, Igno Pröpper (2013)                                                     | 21 |
| <b>4.3 Kritiek op participatieladders</b>                                                           | 23 |
| <b>4.4 Hypothesen</b>                                                                               | 25 |
| <b>5. Methodologie</b>                                                                              | 27 |
| <b>5.1 Methode van onderzoek</b>                                                                    | 27 |
| <b>5.2 Datacollectie</b>                                                                            | 28 |
| <b>5.3 Operationalisatie</b> <i>Deze paragraaf verantwoordt per deelvraag de operationalisatie.</i> | 29 |
| <b>5.4. Respondenten</b>                                                                            | 30 |
| Werving                                                                                             | 31 |

|                                                             |    |
|-------------------------------------------------------------|----|
| <b>Selectie</b>                                             | 31 |
| <b>6. Resultaten</b>                                        | 33 |
| <b>7. Conclusies</b>                                        | 34 |
| 7.1 Conclusie deelvraag 1                                   | 34 |
| 7.2 Conclusie deelvraag 2                                   | 34 |
| 7.3 Conclusie deelvraag 3                                   | 35 |
| 7.4 Conclusie deelvraag 4                                   | 35 |
| 7.5 Antwoord probleemstelling                               | 35 |
| <b>8. Aanbevelingen</b>                                     | 36 |
| 8.1 Meten van participatie jongeren                         | 36 |
| 8.2 Inzet van communicatiemiddelen                          | 36 |
| 8.3 Bestuursstijl                                           | 38 |
| 8.4 Inleven in de doelgroep                                 | 38 |
| 8.5 Vervolgonderzoek                                        | 38 |
| <b>9. Implementatieplan.</b>                                | 39 |
| <b>10. Discussie</b>                                        | 40 |
| <b>Literatuurlijst</b>                                      | 41 |
| <b>Bijlagen</b>                                             | 44 |
| Bijlage A: Sociale media en Coosto                          | 44 |
| Bijlage C: Topic Guide kwalitatief extern                   | 47 |
| Bijlage D: Interviewtechnieken                              | 50 |
| Bijlage E: Topic Guide kwalitatief intern (expertinterview) | 55 |

## 1. Inleiding

De opdrachtgever van dit project is het Sociaal Domein van de gemeente Rijswijk en de opdrachtnemer is Samantha van der Leest. Het Sociaal Domein staat open voor verandering omdat het merkt dat de samenleving verandert. Voor deze vernieuwing dagen zij inwoners en maatschappelijke partners uit om mee te werken aan de verandering door innovatieprojecten op te starten of zelf een bijdrage te leveren. De jongere inwoners tussen de 12 en 27 jaar zijn hierbij sterk ondervertegenwoordigd. Ruim één op de vijf inwoners van de gemeente vallen in deze leeftijdscategorie. Omdat jonge inwoners (12 tot en met 27 jaar) een substantieel deel zijn van de inwoners van Rijswijk en omdat deze doelgroep, meer dan andere doelgroepen, vernieuwing wil, wil de gemeente deze jongeren graag laten participeren in de innovatie van het Sociaal Domein.

Dit rapport beantwoordt de probleemstelling: 'Op welke manier kan de gemeente samenwerken met jongeren (van 12 tot en met 27 jaar) met als doel vernieuwing van het Sociaal Domein?' beantwoord. Dit onderzoek maakt gebruik van zowel desk- als fieldresearch. In dit rapport is rekening gehouden met de wensen en behoeften van de doelgroep en het Sociaal Domein.

Deze scriptie begint met een situatieschets waar door middel van een interne analyse en externe analyse waarin beschreven staat hoe de situatie nu is. Na de situatieschets volgt de probleemformulering waarin de probleemstelling, de doelstelling en de deelvragen uitlegt. Daarna volgt het theoretisch kader, waarin de conceptuele modellen staan. Het volgende hoofdstuk legt de methode van onderzoek uit. Hoe pakt de onderzoeker het onderzoek aan en welke methode beantwoordt de deelvragen. De resultaten van het onderzoek zijn te vinden in het hoofdstuk resultaten. Uit deze resultaten volgen er de conclusies en aanbevelingen, die staan in de volgende hoofdstukken. Tot slot volgt het hoofdstuk implementatieplan, waarin de opdrachtgever een leidraad krijgt hoe zij de informatie van dit onderzoek kunnen verwerken in bijvoorbeeld een plan.

## 2. Situatieschets

*Dit hoofdstuk schetst de gemeente Rijswijk in het algemeen en het Sociaal Domein. De communicatiemiddelen van de gemeente komen in dit hoofdstuk aan bod. De DESTEP-analyse schetst vervolgens een extern beeld en tot slot beschrijft dit hoofdstuk een SWOT-analyse.*

### 2.1 Gemeente Rijswijk

De gemeente Rijswijk is, net als de 387 andere gemeenten in Nederland, een onderdeel van de Rijksoverheid (Almanak overheid, z.j.). De gemeente heeft verschillende taken, zoals:

- Het uitgeven van uitkeringen;
- Bijhouden wie er in de gemeente wonen;
- Het aanleggen van fietspaden, voetpaden en wegen;
- Verantwoordelijkheid voor huisvesting van scholen;
- Het geven van subsidies aan bijvoorbeeld zwembaden en bibliotheken.

Naast deze beslissingen en taken voert de gemeente landelijke wetten uit, zoals het uitgeven van paspoorten en identiteitsbewijzen aan haar inwoners. Gemeenten voeren dus zowel landelijk als eigen beleid uit (Rijksoverheid, z.j.). De gemeente Rijswijk ligt in Zuid-Holland, met omliggende steden als Den Haag, Delft en Voorburg. De gemeente Rijswijk heeft zo'n 50.000 inwoners (RijswijkinCijfers, 2017a).

### 2.2 Sociaal Domein gemeente Rijswijk

De gemeente Rijswijk bestaat uit allerlei verschillende domeinen binnen de organisatie, bijvoorbeeld het Domein Bedrijfsvoering en het Bestuurlijk Domein. Een van deze domeinen is het Sociaal Domein, waar het vooral gaat over de samenleving en ondersteuning en begeleiding van haar inwoners. De gemeente voert een aantal wetten onder het Sociaal Domein uit: de participatiewet, de jeugdwet en de Wmo (Wet Maatschappelijke Ondersteuning). Deze afdeling bestaat sinds 1 januari 2015, toen de overheveling van wetten en taken van het rijk naar de gemeenten gingen. Dit wordt ook wel decentralisatie genoemd (Movisie, 2015).

### 2.3 Innovatieproject(en) Sociaal Domein

Sinds de start van het Sociaal Domein loopt het innovatieproject. Met dit project vernieuwt (het innoveren van) de gemeente de taken op het gebied van zorg en welzijn, zodat de aansluiting op de huidige samenleving goed is (Innovatie Sociaal Domein Rijswijk, 2016). Het innovatieproject van het Sociaal Domein bestaat uit kleinere projecten. Zo lopen er momenteel tien projecten en zijn er drie projecten in voorbereiding. Deze projecten gaan over bijvoorbeeld schulden, sport en gezondheid, eenzaamheid en huisvesting (Innovatie Sociaal Domein Rijswijk, z.j.a). Dit onderzoek richt zich op het overkoepelende innovatieproject.



Voor de vorming van deze projecten laat de gemeente zich ook adviseren door ExpEx's (Experienced Experts). Zij helpen mee met de vormgeving van het innovatieproject zodat het de jongeren aanspreekt. ExpEx's zijn getrainde ervaringsdeskundigen zijn uit de jeugdhulp. Ze zijn onder andere ervaren in ambulante hulp, pleegzorg, jeugdbescherming, (O)GGZ en residentiële voorzieningen. Ook kunnen zij ervaring hebben met mishandeling, echtscheiding, jong ouder worden, psychische kwetsbaarheid, overlijden van een ouder, dak- en thuisloosheid en verslaving. Deze ervaringsdeskundigen kunnen een luisterend oor bieden of een maatje zijn voor jongeren. Aan de gemeente geven ze desgevraagd advies of voorlichting (ExpEx, z.j.). De gemeente wil naast de ExpEx's dat jongeren in Rijswijk gaan meewerken aan en het starten van innovatieprojecten. Een representatief beeld schetsen van wat de jongeren willen is hier het doel.

## 2.4 Communicatiemiddelen gemeente Rijswijk

De gemeente Rijswijk communiceert intern naar haar medewerkers en extern naar haar inwoners. Intern gebruiken de medewerkers intranet en e-mail om met elkaar te communiceren. Daarnaast bereiken zij elkaar telefonisch of lopen zij langs als er vragen zijn aan diegene. Een meeting houden is een andere vorm van communicatie die de medewerkers gebruiken.

De gemeente communiceert via meerdere kanalen extern. Zo gebruikt de gemeente Facebook, Twitter, LinkedIn en YouTube om rechtstreeks in contact te staan met de inwoners. Naast sociale media communiceert de gemeente via persberichten, advertentieruimte in de lokale krant, digitale nieuwsbrief, activiteitenlijst, e-mail, via de balie, telefonisch en natuurlijk de website. Persconferenties, stadsbrede bijeenkomsten en buurtbijeenkomsten zijn ook vormen van externe communicatie. Bijlage A geeft meer inzicht over de cijfers van sociale media.

## 2.5 Publieksparticipatie andere gemeenten

*De gemeente Rijswijk is niet de eerste gemeente die haar inwoners meer wil laten participeren. Er gingen talloze gemeenten voor, hieronder is een aantal uitgelicht.*

De gemeente Winsum heeft in januari 2014 een kadernota burgerparticipatie uitgebracht. Zij hebben als visie dat elke inwoner partner in de besluitvorming wordt van de gemeente. Hierbij gebruiken ze de participatieladder van Arnstein. De gemeente Winsum heeft voor de participatie een aantal kernvoorwaarden opgesteld, zoals 'geschikt onderwerp', 'duidelijkheid over rollen en invloed', 'commitment van alle partijen', 'openheid en vertrouwen tussen partijen', 'proceskwaliteit, proceskennis en ervaring', 'duidelijke communicatie en terugkoppeling', 'middelen' en 'vast onderdeel werkproces' (gemeente Winsum, 2014).

De rekencommissie doet onderzoek naar hoe de gemeente Purmerend burgerparticipatie ontwikkelt en welke doelstellingen en instrumenten zij inzetten. De doelstelling van dit onderzoek luidt: 'de afstand tussen het lokaal bestuur en de burger verkleinen'. Ook de gemeente Purmerend gebruikt een participatieladder, namelijk de participatieladder van Pröpper. Als reden voor het kiezen van deze ladder zeggen ze dat de indeling zeer behulpzaam is bij het instellen van instrumenten voor burgerparticipatie. Uit het onderzoek kwam dat twee op de drie van de bewoners uit Purmerend hebben geen behoefte hebben om betrokken te worden. Jongeren tussen de 15 en 24 jaar hebben het minst behoefte, daar geeft maar liefst zesentachtig procent aan geen behoefte te hebben aan betrokkenheid (gemeente Purmerend, z.j.).

De gemeente Leiden heeft ook onderzoek gedaan naar publieksparticipatie in haar gemeente. De probleemstelling van dit onderzoek luidt: 'Hoe kan de gemeente Leiden de inwoners van Leiden uit de rode, blauwe en gele belevingswereld laten participeren?'. De gemeente Leiden werkt namelijk met SmartAgent, die verschillende belevingswerelden koppelt met waarden, behoeften en motieven. De doelgroep van dit onderzoek is 18 jaar en ouder. De gemeente Leiden gebruikt ook de participatieladder van Pröpper, omdat deze duidelijk verschillende treden weergeeft met participatievorm en bestuursstijl (de Wilde, 2014, p. 15).

## 2.6 DESTEP-analyse

*In deze paragraaf komt de DESTEP-analyse naar voren. De DESTEP-analyse maakt duidelijk in wat voor een omgeving de gemeente opereert. Deze analyse geeft input op de SWOT-analyse. De informatie in deze paragrafen baseert zich op de databank van Rijswijk in Cijfers (2017-a). Deze databank is een product van ABF Research. Deze cijfers komen van landelijke bronnen. Voorbeelden van deze bronnen zijn onder andere het Centraal Bureau voor de Statistiek, Dienst Uitvoering Onderwijs en het UWV. (Rijswijk in Cijfers, 2017b). De stappen Ecologisch en Politiek-juridisch zijn niet meegenomen omdat deze onderwerpen geen relevantie hebben met het onderzoek.*

### Demografisch

| Bevolkingsgroep                           | Aantal inwoners        |
|-------------------------------------------|------------------------|
| Gemeente Rijswijk                         | 50.916 (december 2016) |
| Inwoners gemeente Rijswijk 10 t/m 29 jaar | 9.790 (januari 2016)   |

*Tabel 2.1: bevolkingsgroep*

In de gemeente Rijswijk wonen sinds december 2016 50.916 inwoners. De bevolking groeide de laatste tien jaar met 4,6%. De onderzoeksdoelgroepen van dit onderzoek betreft mannen en vrouwen tussen de 12 en 27 jaar die in Rijswijk wonen. In januari 2016 waren er ongeveer 9790 inwoners tussen de 10 en 29 jaar (19,8% van de gemeente). Ongeveer 1 op de 5 inwoners is

tussen de 10 en 29 jaar. Vergeleken met het gemiddelde in Nederland wonen er relatief weinig jongeren in Rijswijk. Het gemiddelde van een Nederlandse gemeente is dat 24,4% van de inwoners tussen de 10 en 29 jaar is. Dat is ongeveer één op de vier inwoners.

### Economisch

| Sector                        | Rijswijk | Nederland |
|-------------------------------|----------|-----------|
| Advies- en onderzoekssector   | 26,2%    | 9,5%      |
| Groot- en detailhandel        | 13,2%    | 17,9%     |
| Overige zaken dienstverlening | 12,7%    | 4,9%      |
| Zorgsector                    | 8,9%     | 15,7%     |
| Openbaar bestuur              | 8,1%     | 5,2%      |
| Informatie en communicatie    | 5,5%     | 3,6%      |
| Overige dienstverlening       | 4,0%     | 2,3%      |
| Bouwnijverheid                | 3,6%     | 5,4%      |

*Tabel 2.2: Werksector*

In Rijswijk hebben 32.300 mensen een baan. De Rijswijkers werkten in 2016 het meest in de advies- en onderzoekssector (26,8%), gevolgd door de groot- en detailhandel (12,7%) en overige zaken dienstverlening (12,7%).

| Soort uitkering                                | Percentage (15-24 jaar) | Percentage (25-34 jaar) |
|------------------------------------------------|-------------------------|-------------------------|
| Werkloosheidswet (WW)                          | 4,1%                    | 20%                     |
| Wet arbeidsongeschiktheidsverzekering (WAO)    | 0,0%                    | 0,3%                    |
| Wet werk en inkomen naar arbeidsvermogen (WIA) | 0,5%                    | 10,4%                   |

*Tabel 2.3: Uitkeringen*

Van de onderzoeksdoelgroep zijn 331 mensen werkloos in 2016. Dit zijn mensen onder de 27 jaar. Van alle lopende WW-uitkeringen gaat 24,1% naar mensen in de leeftijdsgroep 15-34 jaar. In dezelfde leeftijdscategorie krijgt 0,3% WAO en 10,9% een WIA-uitkering.

## Sociaal-cultureel

| Onderwijs                              | Aantal (2015) |
|----------------------------------------|---------------|
| Voortgezet onderwijs                   | 2312          |
| Middelbaar beroepsonderwijs (mbo)      | 880           |
| Hoger beroepsonderwijs (hbo)           | 1046          |
| Wetenschappelijk beroepsonderwijs (wo) | 564           |

Tabel 2.4: Onderwijs

Qua onderwijs zaten er in 2015 2312 jongeren uit de gemeente Rijswijk op het voortgezet onderwijs. Bij het beroepsonderwijs zitten er op het mbo 880 leerlingen, op het hbo 1046 leerlingen en tot slot zitten er op 564 leerlingen op het wo.

| Sportvoorziening  | Aantal |
|-------------------|--------|
| Sporthal          | 2      |
| Binnenzwembad     | 2      |
| Buitenzwembad     | 1      |
| Tennisvereniging  | 5      |
| Voetbalvereniging | 4      |
| Hockeyvereniging  | 1      |
| Honkbalvereniging | 1      |
| Korfbalvereniging | 1      |

Tabel 2.5: sportvoorzieningen

In de gemeente Rijswijk zijn er meerdere sportvoorzieningen, zo zijn er twee sporthallen, twee binnenzwembaden en een buitenzwembad. Ook zijn er verenigingen in Rijswijk te vinden, zoals hockey, honkbal en korfbal. Tot slot zijn er vijf tennisverenigingen en vier voetbalverenigingen te vinden. Zestig procent van de Rijswijkers onder de 19 jaar sport.

## Technologisch

*Deze paragraaf maakt gebruik van het Centraal Bureau voor de statistiek (CBS, 2016). Deze gegevens zijn landelijk en niet lokaal.*

Nederland is een sterk technologisch ontwikkeld land. Zo had op 27 oktober 2016 94,4% van de inwoners vanaf 12 jaar toegang tot het internet. Tussen de 12 en 25 jaar heeft zelfs 99,1% toegang tot internet. De volgende gegevens gaat over de leeftijdscategorie 12 tot en met 25 jaar.

| Internetactiviteiten                         | Percentage (2016) |
|----------------------------------------------|-------------------|
| <i>Communicatie</i>                          |                   |
| Chatten                                      | 35,9%             |
| Weblogs schrijven of zelf bijhouden          | 25,5%             |
| Tekstberichten uitwisselen                   | 93,2%             |
| Sociaal netwerk                              | 81,2%             |
| Professioneel netwerk                        | 19,8%             |
| Versturen/ontvangen e-mails                  | 87,2%             |
| Telefoneren via internet                     | 53%               |
| Plaatsen maatschappelijke-politieke mening   | 22,1%             |
| Deelnemen maatschappelijke online discussies | 7,4%              |
| <i>Informatie en vermaak</i>                 |                   |
| Informatie over goederen en diensten         | 71,8%             |
| Gebruik van diensten in de reisbranche       | 35%               |
| Zoeken van baan of solliciteren              | 29,4%             |
| Informatie over gezondheid                   | 48,7%             |
| Luisteren naar radio                         | 38,2%             |
| Kijken naar televisie                        | 51,7%             |
| Kranten, nieuwsbladen lezen/downloaden       | 55,7%             |
| Spelletjes, muziek (af)spelen/downloaden     | 83,7%             |
| <i>Dienstverlening publieke instanties</i>   |                   |
| Zoeken op websites                           | 40,8%             |
| Officiële documenten downloaden              | 19,1%             |
| Ingevulde documenten versturen               | 14,3%             |

*Tabel 2.6: internetactiviteiten*

Van alle jongeren gebruikt in 2016 95,4% sociale media. Deze gebruiken zij vooral om tekstberichten uit te wisselen (93,2%) of om sociale netwerken te gebruiken (81,2%). Het gebruik van de websites van publieke instanties is in drie onderdelen verdeeld: zoeken op websites (40,8%), officiële documenten downloaden (19,1%) en ingevulde documenten versturen (14,3%).

## 2.7 SWOT

Deze informatie is wegens vertrouwelijkheid niet beschikbaar voor derden.

### 3. Probleemformulering

*Dit hoofdstuk beschrijft de probleemformulering. Dit hoofdstuk gaat dieper in op het probleem van de participatie van jongeren en dat resulteert in een probleemstelling en doelstelling. De probleemformulering bestaat verder uit de aanleiding, de deelvragen, de doelgroep en de grenzen.*

#### 3.1 Aanleiding

De gemeente Rijswijk bestaat uit allerlei verschillende afdelingen binnen de organisatie, bijvoorbeeld de afdeling Communicatie en de afdeling Wethouders. Een van deze afdelingen is het Sociaal Domein, waar het vooral gaat over de samenleving en ondersteuning en begeleiding van hun inwoners (Movisie, 2015).

Het Sociaal Domein van de gemeente Rijswijk is bezig met het innovatieproject. Dit project heeft als doel om de innovatie van het Sociaal Domein vorm te geven. Voor het innovatieproject lopen er momenteel al zeven projecten. Nu wil het Sociaal Domein weten hoe zij jongeren kunnen laten participeren, want deze doelgroep vinden zij nog lastig te bereiken en te behouden/verbinden.

De gemeente Rijswijk vindt het belangrijk om jongeren te laten participeren. Eén op de vijf inwoners van de gemeente valt in de leeftijdscategorie 12 tot en met 27 jaar (RijswijkinCijfers, 2017a) en zijn erg moeilijk te bereiken voor de gemeente. Ook wil de gemeente graag de jongeren betrekken omdat zij de toekomst zijn en zo hun eigen toekomstplannen kunnen realiseren.

#### 3.2 Probleemstelling

De centrale vraag voor dit onderzoek luidt:

**‘Op welke manier kan de gemeente samenwerken met jongeren (van 12 tot en met 27 jaar) met als doel vernieuwing van het Sociaal Domein?’**

De veranderende samenleving heeft effect op het Sociaal Domein. De gemeente staat daarom open voor vernieuwing van dit Sociaal Domein. Ze daagt inwoners en maatschappelijke partners uit om hieraan mee te werken door innovatieprojecten op te starten of hieraan mee te werken. Jonge inwoners zijn hierbij sterk ondervertegenwoordigd. Omdat jonge inwoners van 12 t/m 27 een substantieel deel uitmaken van de Rijswijkse bevolking en over het algemeen meer dan andere leeftijdsgroepen, oog hebben voor vernieuwing, wil de gemeente deze jongeren graag laten participeren in de innovatie van het Sociaal Domein.

### 3.3 Doelstelling

De doelstelling voor dit onderzoek luidt:

**‘Inzicht geven in de wensen en behoeften van de doelgroep waar het gaat om meedenken over (vernieuwing van) het Sociaal Domein en inzicht geven in de wijze waarop jongeren willen participeren in innovatieprojecten, teneinde te komen tot een communicatiestrategie inclusief advies over in te zetten communicatiemiddelen voor de gemeente Rijswijk.’**

Om betrokkenheid en participatie te creëren is communicatie nodig (Pröpper, 2013, p. 130). De gemeente Rijswijk wil weten met welke middelen zij de doelgroep het beste kunnen bereiken met als doel ze te laten participeren en mee te laten denken, en willen uiteindelijk een advies over de middelen die zij in kunnen zetten om de jongeren te bereiken en een advies hoe zij de jongeren het beste kunnen bereiken. Hiervoor is inzicht nodig in de behoefte van de doelgroep en de wijze waarop de doelgroep wil participeren.

Om dit inzicht te verwerven is er gebruik gemaakt van het model van Shannon & Weaver (Shannon, 1948). Het model is te vinden in bijlage B en valt onder figuur B1. Het model gaat van ‘information source’, wat zender betekent, naar uiteindelijk ‘destination’, oftewel ontvanger. Zij sturen ‘messages’ naar elkaar, oftewel boodschappen. Dit gebeurt via ‘transmitters’ en ‘receivers’, oftewel media. Volgens het model van Shannon en Weaver wil de gemeente Rijswijk (information source) communiceren met de jongeren in de gemeente (destination), en zij moeten ook boodschappen terugsturen (messages) waar de gemeente wat aan heeft.

### 3.4 Deelvragen

*De deelvragen geven aan wat het probleem is door middel van kleinere vragen te stellen. Per deelvraag besluit de onderzoeker hoe ze deze gaat antwoorden (deskresearch, kwalitatief onderzoek of kwantitatief onderzoek).*

#### **Bestuursstijlen**

##### **1. Wat zijn de wensen en behoeften van de doelgroepen qua participatie? (Extern, kwalitatief onderzoek)**

Om een nulpunt te kunnen realiseren is het van belang om te weten waar de doelgroepen nu staan qua participatievorm (toegelicht in het theoretisch kader). Deze deelvraag polst hoe de doelgroepen eventueel willen participeren bij het innovatieproject.



## **2. Welke bestuursstijlen gebruikt de gemeente Rijswijk? (Intern, deskresearch)**

Deze deelvraag is te beantwoorden door middel van de participatieladder van Pröpper (toegelicht in het theoretisch kader). De participatieladder linkt de participatievormen en de bestuursstijlen met elkaar. Mocht bijvoorbeeld de gemeente streven naar dat inwoners meebeslissen, dan hanteert de gemeente een delegerende bestuursstijl (Pröpper, 2013, p. 66). Om de probleemstelling zo goed mogelijk te beantwoorden is het daarom van belang erachter te komen welke bestuursstijlen de gemeente gebruikt.

### **Middelen**

## **3. Welke middelen gebruiken de doelgroepen? (Extern, deskresearch, kwalitatief onderzoek)**

Jongeren zijn waarschijnlijk al actief op verschillende media. De antwoorden op de vragen 'welke media gebruiken zij het meest en kan de gemeente Rijswijk daarop inspelen' zijn vragen die hiermee worden beantwoord. Naast dat het makkelijk is om te kijken wat de doelgroepen gebruiken is deze vraag ook goed om te kijken welke media de jongeren vinden wat bij de gemeente past en of deze gedachten omgevormd kan worden naar iets anders.

## **4. Welke middelen gebruikt de gemeente Rijswijk? (Intern, deskresearch, kwalitatief onderzoek)**

De gemeente Rijswijk communiceert op verschillende media, van posters tot sociale media. Dit is natuurlijk goed, maar er is altijd ruimte voor verbetering. Waar zitten nu de knelpunten en hoe kan dit opgelost worden. Omdat het Sociaal Domein centraal staat in dit onderzoek, is het van belang te kijken hoe zij nu communiceren naar de buitenwereld en wat hieraan verbeterd kan worden. Vragen zijn bijvoorbeeld of het beter onder de gemeente Rijswijk kan vallen of dat ze bijvoorbeeld eigen sociale media-accounts maken. Wat handig en verstandig is komt uit deze deelvraag.

## **3.5 Doelgroep**

Voor dit onderzoek zijn er twee doelgroepen die onderzocht worden. Er is geen primaire en secundaire doelgroep, want allebei de doelgroepen zijn even belangrijk. Oorspronkelijke waren deze twee doelgroepen één doelgroep, maar zijn ze gesplitst vanwege de grote verschillen tussen de belevingswereld van deze doelgroepen. Ook is de vorm van participatie tussen de twee doelgroepen verschillend. Zo willen jongvolwassenen eerder participeren en meedenken dan pubers (Crone, 2008, pp. 22-23).

De eerste doelgroep die in dit onderzoek naar voren komt bevindt zich in de leeftijdscategorie van 12 tot 16 jaar. Deze doelgroep gaat naar de middelbare school. Hij of zij woont in Rijswijk en woont thuis. De doelgroep bevindt zich in de puberteit en is dus onzekerder en voelt een grote sociale druk om in een groep te horen. Doordat ze bij een groep willen horen is een eigen

mening hebben van geen belang in een groep (Crone, 2008, pp. 22-23). Het opleidingsniveau telt niet mee, omdat de gemeente Rijswijk alle jongeren wil betrekken bij de innovatieprojecten.

De tweede doelgroep in dit onderzoek zijn jongvolwassenen tussen de 17 en 27 jaar. Deze doelgroep is bezig met een vervolgopleiding, is een young professional (dus afgestudeerd) of werkt. Deze doelgroep woont in Rijswijk en woont in het ouderlijk huis of op zichzelf. Deze jongvolwassenen zijn uit de puberteit en denken dus meer uit egobehoeften en rationaliteit. Ook in deze doelgroep telt het opleidingsniveau niet mee, omdat de gemeente de gehele doelgroep wil betrekken.

### 3.6 Onderzoeksgrenzen

*Om structuur en orde binnen het onderzoek te handhaven zijn er grenzen. Deze grenzen beschrijven welke activiteiten er wel en welke niet worden uitgevoerd.*

Deze activiteiten voert de onderzoeker uit:

- Deskresearch over het onderwerp en de doelgroep;
- Verantwoording van de gebruikte methodes;
- Toelichting analyses;
- De trekking van conclusies uit de resultaten;
- De geraadpleegde bronnen bestaan alleen uit Nederlandse en Engelse literatuur;
- De informatie is in het Nederlands.

Deze activiteiten voert de onderzoeker niet uit

- Er zal geen kwantitatief onderzoek plaatsvinden;
- De bronnen in andere talen dan Nederlands of Engels zijn niet bruikbaar.

## 4. Theoretisch kader

*Dit hoofdstuk maakt duidelijk welke theorieën worden vergeleken met behulp van een kritische review. De theorieën helpen bij het beantwoorden van de probleemstelling van dit onderzoek. De behandelde theorieën gaan over verschillende participatieladders. Het theoretisch kader bestaat uit meerdere paragrafen, waaronder de uitleg van (publieks)participatie en interactief beleid, hoe een participatieladder werkt, kritiek op participatieladders en de hypothesen die helpen bij het antwoorden van de centrale vraag.*

### 4.1 Wat is participatie en beleid?

#### **(Publieks)participatie**

Door de ontzuiling in de 19de eeuw nam de individualisering toe in Nederland. Hierdoor verslechterde de communicatie tussen overheid en burger. De overheid moest andere manieren vinden om de burgers te bereiken dan voorheen. De overheid zocht dus naar een aanpak om publieksparticipatie te bevorderen en dat is tegenwoordig nog steeds het streven. (Raad voor het openbaar bestuur, 2012, pp. 21-26).

In de late jaren 70 luidde de definitie van participatie als volgt: 'Een georganiseerde poging om de controle over de middelen en gereguleerde instellingen te vergroten in gegeven sociale instellingen, in het belang van de groepen en bewegingen die tot dusver uitgesloten zijn' (Stiefel & Wolfe, 1994). Tegenwoordig is het doel van publieksparticipatie de invloed van belanghebbenden binnen en buiten de overheid op beleid te vergroten en inbreng en kennis te delen met de overheid, aldus Pröpper (Pröpper, 2013, p. 33). Het concept van participatie is in relatie met de rechten van het burgerschap en tot de democratische overheid (Gaventa & Valderrama, 1999).

De motieven van maatschappelijke organisaties, bedrijven of burgers om te participeren kunnen zeer verschillend zijn. Zo kunnen zij hun eigen belangen willen behartigen of zich juist inzetten om een oplossing te zoeken voor een maatschappelijk probleem. Ook kunnen de participanten steun zoeken voor een maatschappelijk probleem die zij zelf willen aanpakken. Burgers, bedrijven en organisaties willen niet altijd mee participeren. Hiervoor kunnen ook verschillende redenen zijn, zo kunnen zij onverschillig of zelfs wantrouwig zijn. Ook kan het idee rondgaan dat men niet echt invloed kan uitoefenen. Ook kan het zijn dat er juist vertrouwen is in de overheid en dat men denkt dat hun hulp niet nodig is (Pröpper, 2013, p. 50).

## **Interactief beleid**

Interactief beleid houdt in dat een overheid in een zo vroeg mogelijk stadium bedrijven, burgers en/of maatschappelijke organisaties betreft bij het beleid om in open wisselwerking met deze belanghebbenden tot de voorbereiding, bepaling, uitvoering en/of evaluatie van beleid te komen (Pröpper, 2013, p. 33).

Een beleidssituatie beschrijft één van de vier hoofdthema's. Het eerste hoofdthema is de inhoudelijke beleidsproblematiek. Interactief beleid ontstaat niet zomaar: vaak is er een hele beleidsgeschiedenis die voorafging en is men nu op een bepaald punt beland waarbij zij een andere aanpak willen aangaan. Het tweede hoofdthema gaat over actoren. Dit is het beeld van de mogelijke partijen die bij het beleid betrokken worden om bij de bepaling van de bestuursstijl en de concrete aanpak vervolgvragen te maken. Om te kijken welke actoren het beste passen bij het beleid is het van noodzaak om een actorenanalyse te maken (Pröpper, 2013, pp. 46-47).

Doelstellingen van de interactieve aanpak, het derde hoofdthema, gaat over de doeleinden van het uiteindelijke beleid. Het gaat niet zozeer over de inhoudelijke doelen, maar om de doeleinden van het interactieve proces. Het laatste hoofdthema gaat over de voorwaarden voor interactief beleid. De kernvoorwaarden voor interactief beleid zijn: openheid, duidelijkheid over de rol en inbreng van het bestuur en de participanten, meerwaarde van de participatie, constructieve relatie tussen bestuur en participant(en), geschikte problematiek en voldoende personele capaciteit en hulpmiddelen (Pröpper, 2013, pp.50-52).

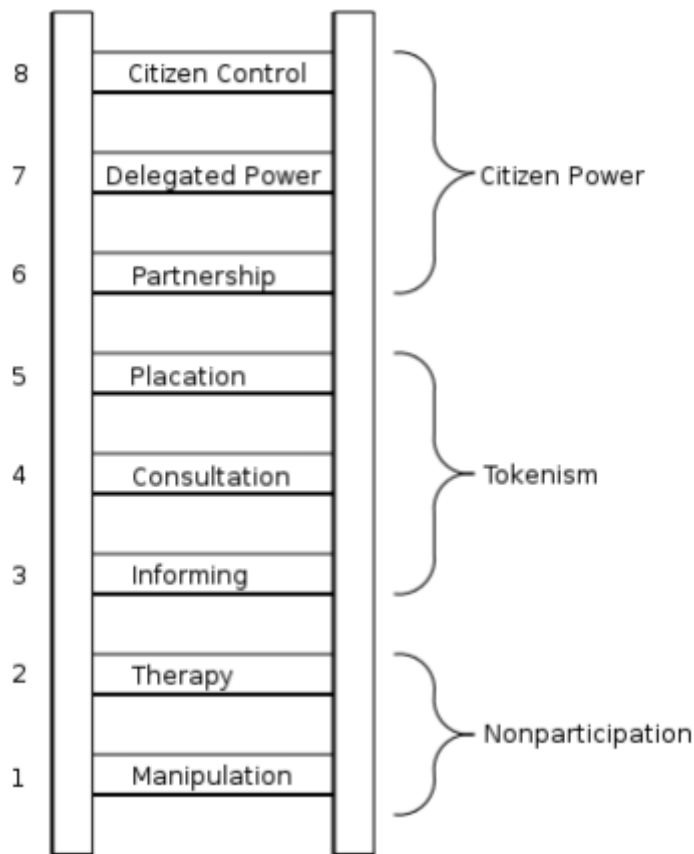
## **4.2 Hoe werkt een participatieladder?**

*Deze paragraaf richt zich op de verschillende theorieën die kunnen helpen met het beantwoorden van de probleemstelling: 'Op welke manier kan de gemeente samenwerken met jongeren (van 12 tot en met 27 jaar) met als doel vernieuwing van het Sociaal Domein?'*

### **Participatieladder Arnstein, Sherry Arnstein (1969)**

*Deze paragraaf haalt de informatie uit het artikel van Arnstein (1969).*

Volgens Arnstein is er een kritiek verschil tussen het lege ritueel van participatie en de echte kracht hebben dat nodig is om de uitkomst van het proces te veranderen. Om dat te bereiken heeft Arnstein acht stappen van participatie en niet-participatie vastgelegd in een ladder. Elk niveau correspondeert met de kracht van de burgers voor de realisatie met het eindproduct. In figuur 4.1 is de illustratie van de ladder te vinden (Arnstein, 1969, p. 2).



Figuur 4.1: de participatieladder van Arnstein (Arnstein, 1969, p. 2)

Figuur 4.1 laat acht niveaus zien. De onderste twee niveaus zijn manipulation (manipulatie) en therapy (therapie), oftewel de twee die non-participatie bevatten. Het werkelijke doel van de organisatie of overheid is niet om mensen in staat te stellen te participeren bij de planning of de uitvoering van het programma, maar het doel is om machthebbers de participanten te laten 'opvoeden' en te 'genezen'.

Het derde niveau 'informing' (informer) en het vierde niveau 'consultation' (overleg) zitten hoger dan de eerdere niveaus en vallen volgens Arnstein onder 'tokenism', wat vertaald 'een symbolisch gebaar' betekent. Het niveau 'tokenism' geeft toestemming aan de participanten om te horen/luisteren en een stem te hebben bij het beleid. Als de machthebber de participanten benaderen, dan hebben ze een stem en luisteren ze, maar de participanten hebben geen zekerheid dat hun standpunten overeind blijven. De participatie is op dit niveau beperkt omdat er geen evaluatie is, geen echte kracht, dus is er geen garantie voor de participanten voor het veranderen van de status quo. Het vijfde niveau, placation (intermediair), is een hogere vorm van 'tokenism'. Dit is zo omdat de spelregels toestaan de participanten te laten adviseren, maar de machthebbers behouden het verdere recht om te beslissen.

Verder omhoog in de ladder zijn niveaus die de burgers macht geven om besluiten te vormen. Dit wordt in de ladder 'citizen-power' genoemd, oftewel burgerkracht. Burgers kunnen in het niveau 'partnership' (vennootschap) zichzelf in staat stellen om te onderhandelen met traditionele machthebbers. De bovenste twee treden, 'delegated power' (gedelegeerde bevoegdheden) en 'citizen control' (burgercontrole), hebben burgers de meerderheid bemachtigd van de besluitvormingstoelen of hebben ze zelfs de totale macht (Arnstein, 1969, pp.2-3).

### **Participatieladder Edelenbos, Edelenbos (2006)**

*De informatie in deze paragraaf baseert zich op het boek 'Burgers als beleidsadviseurs' van Edelenbos, Klok, Van Tatenhove en Domingo. (2006).*

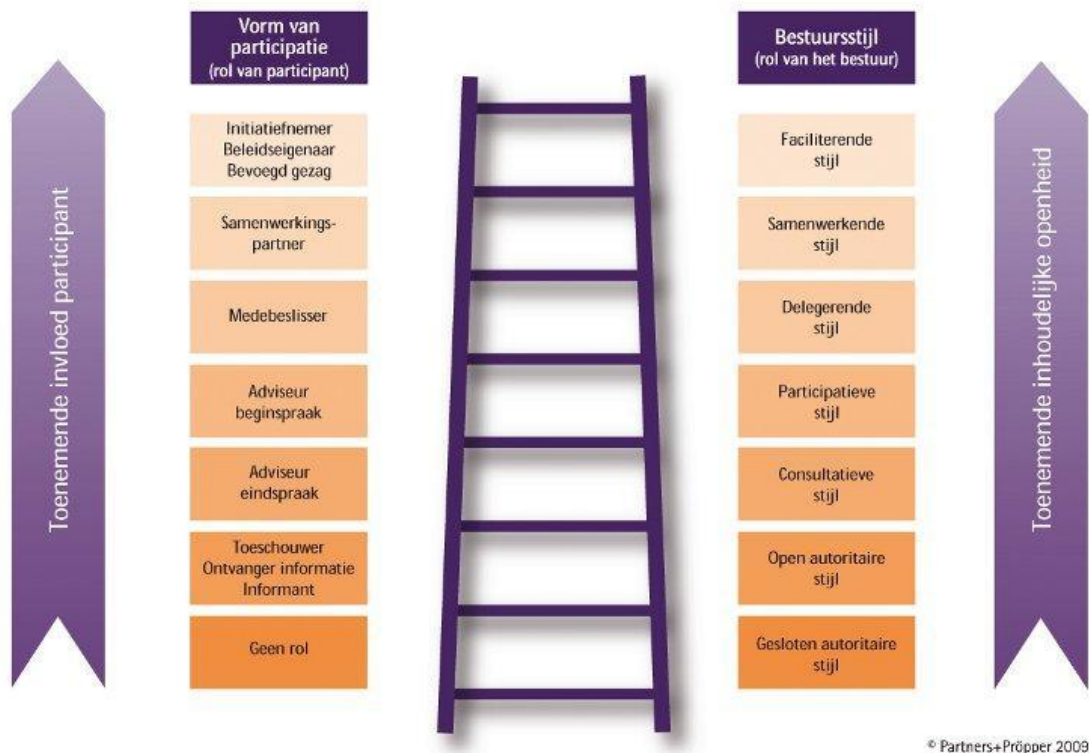
In 2000 omschreef Edelenbos vijf gradaties van interactiviteit in zijn boek 'Proces in Vorm'. Dit zijn de volgende stappen: informeren, raadplegen, adviseren, coproduceren en meebeslissen. Volgens Edelenbos bepaalt de manier waarop burgers en de overheid de inhoudelijke agenda samen vormgeven samen de interactiviteit (Edelenbos et al., 2006, p. 20).

Edelenbos heeft goed gekeken naar de participatieladder van Arnstein, maar hij heeft het vervolgens versimpeld. Zo vinden Edelenbos en anderen dat de grens van interactief beleid en niet interactief beleid tussen adviseren en coproduceren ligt, maar ze geven zelf geen duidelijke grens aan (Edelenbos & Monnikhof, 2001, pp. 242-243)

### **Participatieladder Pröpper, Igno Pröpper (2013)**

*De informatie in deze paragraaf baseert zich op het boek van Pröpper, 'De aanpak van interactief beleid' (Pröpper, 2013).*

Pröpper beschrijft voor het eerst in 2009 een participatieladder. Deze ladder is zo opgezet dat de verschillende vormen van participatie elkaar niet overlappen en onderscheidend zijn. Pröpper zegt dat dat cruciaal is voor heldere communicatie met de participanten en voor een goede rolverdeling in het proces. In figuur 4.2 is de participatieladder van Pröpper te vinden (Pröpper, 2013, p. 16).



*Figuur 4.2: De participatieladder van Pröpper (Pröpper, 2013, p. 17)*

Interactief beleid is een bepaalde stijl van besturen, namelijk een manier waarop de overheid omgaat met de verschillende doelgroepen van beleid en mogelijk ook andere initiatiefnemers. Interactief beleid bestaat uit een aantal verschillende vormen, ook wel bestuursstijlen genoemd. Er zijn twee verschillende bestuursstijlen, namelijk interactief en niet-interactief. Alle bestuursstijlen zijn prima, maar ze kunnen wel slecht gekozen worden als bijvoorbeeld de bestuursstijl niet bij een bepaalde situatie past. (Pröpper, 2013, p. 65)

Bij de gesloten autoritaire bestuursstijl voert het bestuur geheel zelfstandig beleid. Hierbij verschaft het geen informatie. Een niveau hoger bevindt zich de open autoritaire stijl. Deze bestuursstijl voert ook geheel zelfstandig beleid, maar verschaft hierover wel informatie. Het doel van deze stijl is om de doelgroepen te overtuigen of te overreden. Vanaf de consultatieve stijl wordt de participant ingezet. Het bestuur raadpleegt de participant over een gesloten vraagstelling: deze kan zich dan uitspreken over een gegeven beleidsaanpak binnen een gegeven probleemstelling. (Pröpper, 2013, p. 67)

Bij de participatieve stijl vraagt het bestuur open advies: hierbij is ruimte voor inbreng en discussie. Zo kan de participant bijvoorbeeld een eigen probleemdefinitie en oplossingsrichting aangeven. De delegerende stijl geeft juist de participant de bevoegdheid om binnen de randvoorwaarden beslissingen te geven of uitvoering aan beleid te geven. De twee meest

interactieve bestuursstijlen zijn de samenwerkende stijl en de faciliterende stijl. Bij de samenwerkende stijl werkt het bestuur op basis van gelijkwaardigheid met andere partijen samen, bijvoorbeeld de participanten. Bij de faciliterende stijl biedt het bestuur ondersteuning (tijd, geld, materiële hulpmiddelen, deskundigheid) aan de participanten, die eigen de initiatiefnemer is. (Pröpper, 2013, pp. 66)

Naast de bestuursstijlen spelen de participanten een grote rol. De participant heeft in principe bij alle bestuursstijlen vanaf het begin invloed. Bij elke bestuursstijl is er ook een participatievorm. Deze zijn initiatiefnemer (faciliterende stijl), samenwerkingspartner (samenwerkende stijl), medebeslisser (delegerende stijl), adviseur (participatieve en consultatieve stijl) of toeschouwer, ontvanger van informatie of informant (open autoritaire stijl). Het is ook een optie dat de participant geen rol heeft (autoritaire stijl).

Bij de inbreng bij de consultatieve en participatieve stijl geeft de participant alleen advies: dit blijft dus beperkt tot alleen ideeën en opvattingen. Bij de delegerende, de samenwerkende en de faciliterende bestuursstijl leveren de participanten ook beleidsinspanning. Bij de delegerende stijl is het mogelijk dat participanten uitvoering geven aan het beleid: zij leveren dus arbeidskracht. De samenwerkende en faciliterende stijl brengen de participanten zelf financiële en materiële hulpmiddelen in. (Pröpper, 2013, p. 69).

### **Centrale theorie**

De participatieladder van Pröpper is het meest geschikt om als centrale theorie, ook wel conceptueel model genoemd. Dit komt omdat Pröpper bij de verschillende treden duidelijk de connectie legt tussen de participatievorm van de burger en de bestuursstijl. (Pröpper, 2013, pp. 16-17). Volgens Pröpper vergt interactieve beleid communicatie in een vroeg stadium, of dat nou de ontwikkelingsfase of de evaluatiefase is. (Pröpper, 2013, p. 130). Met interactief beleid betrek je burgers bij het beleid om in open samenwerking resultaten te boeken (Pröpper, 2013, p. 64). Bij de participatieladder van Pröpper staat links van de ladder de rol van de participant, oftewel de participatievorm weergegeven. Aan de rechterkant staat de rol van het bestuur (bestuursstijl) weergegeven. Hoe hoger op de ladder, hoe meer invloed de participant heeft en hoe opener het bestuur is naar de participant.

## **4.3 Kritiek op participatieladders**

*Om een representatief beeld te geven van de theorie die is behandeld, is er in dit hoofdstuk kritiek te vinden op participatieladders.*

Op de participatieladders in het algemeen zijn diverse kritische geluiden te lezen. Zo benoemen Jonathan Tritter en Alison McCallum in een artikel over publieksparticipatie voor de Health Policy van 2006 met de naam *'The snakes and ladders of user involvement: Moving beyond Arnstein'* (Tritter & McCallum, 2006) drie problemen die zij ondervonden met de ladder van



Arnstein. Deze drie problemen worden benoemd als missende treden, slangen en meerdere ladders.

Volgens Tritter en McCallum mist Arnsteins model treden (rungs) en daardoor mist Arnstein verschillende aspecten tussen methode, categorie van de gebruikers en de uitkomsten. Hierdoor is de betrokkenheid van de gebruikers moeilijk te meten. Arnsteins ladder is te gesimplificeerd, en richt zich op het doel op de emancipatie van de gebruiker. Arnstein is vaag over de methodes die geadopteerd zijn om gebruikers te betrekken en ziet geen relatie tussen het doel van betrokkenheid, gebruikers die participeren en de methodes die hen moeten betrekken (Tritter & McCallum, 2006, pp. 161-162).

Door deze missende treden kunnen er volgens Tritter en McCallum nadelige effecten ontstaan door het toepassen van de participatieladder van Arnstein: deze worden slangen genoemd (Tritter & McCallum, p. 161). Zo zegt Arnstein weinig over het waarborgen van de duurzaamheid van elke ontwikkeling ontworpen voor het verhogen van de betrokkenheid van de gebruiker. Een ander gevaar volgen Tritter en McCallum is dat burgercontrole zal leiden tot dienstverlening die meer voldoet aan een bepaalde type mens dan een ander type. Arnsteins ladder houdt geen rekening met de diepte of breedte van de deelname van gebruikers (Tritter & McCallum, 2006, pp. 162-163).

Het laatste probleem dat Tritter en McCallum ondervonden is dat zij vinden dat Arnsteins definitie van burgerbetrokkenheid, gebaseerd op de kracht van de gebruiker in een formele besluitvormingsprocessen, erg eendimensionaal is. Een benadering als deze houdt amper rekening met de verschillende, maar overlappende typen betrokkenheid van de burgers. Betrokkenheid kan een mechanisme van de overheid, een methode voor het vrijgeven of versterken van het sociale vermogen of een kenmerk van dienstverlening zijn. Een aanpassing van het model van Arnstein zou nodig zijn om verschillende ladders in te delen van de verschillende vormen van betrokkenheid voor de gebruiker. Arnsteins aanpak concentreert zich op verticale benaderingen (de verhouding tussen de organisaties in de publieke sector en de individuen die bediend zijn) en slaagt er niet in om horizontaal verantwoording te overwegen (Tritter & McCallum, 2006, pp. 163-164).

In het onderzoek *'Behavioural model of collaborative urban management: extending the concept of Arnsteins ladder'* hebben Jacek Kotus en Tomasz Sowada onderzoek gedaan om een gedragsmodel te creëren over collaboratieve stedelijk beheer. Zij zijn geïnspireerd door de participatieladder van Arnstein, maar hebben er categorieën bijgevoegd. Dit hebben Kotus en Sowada gedaan omdat ze de participatieladder te algemeen vonden, waardoor er geen exploratie op het niveau van individuele actoren van het stedelijk beheer is en het geen inzicht biedt op de mechanismen die verschillende consequenties genereert (Kotus & Sowada, 2017, p. 79).

## 4.4 Hypothesen

*Deze paragraaf stelt de hypothesen op die het onderzoek handvatten geeft. Deze hypothesen toetsen de verwachtingen van het onderzoek. Volgt een hypothese niet de verwachtingen van het onderzoek, dan wordt deze verworpen. De theorie van Pröpper heeft geholpen met het opstellen van de hypothesen.*

**H1: Als men gezamenlijke bijdragen tussen bestuur en participanten in de vorm van kennis, ervaring en beleidsmiddelen hanteert, dan spreekt men van een samenwerkende bestuursstijl.**

Het Sociaal Domein bij de gemeente Rijswijk wil jongeren in de leeftijdscategorie van 12 tot en met 27 jaar betrekken en laten participeren bij het innovatieproject. Momenteel voert het bestuur geheel zelfstandig beleid. Wel informeren zij de doelgroep over zaken die momenteel lopen. Volgens de participatieladder van Pröpper voert de gemeente Rijswijk momenteel een open autoritaire bestuursstijl en is de rol van participant toeschouwer. Pröpper beschrijft de bestuursstijl als volgt: ***‘Het bestuur voert geheel zelfstandig beleid. Om het beleid bekend te maken, verschaft het hierover informatie. Om het beleid te laten slagen, tracht het doelgroepen zo nodig te overtuigen of te overreden’*** (Pröpper, 2013, p. 67).

Het Sociaal Domein bij de gemeente Rijswijk wil echter een paar treden omhoog op de participatieladder. Zo willen zij graag een samenwerkende stijl waarbij de participant (oftewel de doelgroep) een samenwerkingspartner is. De samenwerkende stijl beschrijft Pröpper als volgt: *‘Het bestuur werkt op basis van gelijkwaardigheid met andere partijen samen’* (Pröpper, 2013, p.66). De vraag blijft echter of de doelgroep wil samenwerken bij het innovatieproject en hoe de gemeente Rijswijk om zal gaan met haar doelgroep bij het innovatieproject. De gemeente kan wel een samenwerkende bestuursstijl willen, maar al deze slecht gekozen is zal het niet gaan werken. (Pröpper, 2013, p. 65)

**H2: Als men gezamenlijk naar de problematiek en naar oplossingen kijkt, dan kan er interactief beleid uitvloeien.**

Het Sociaal Domein bij de gemeente Rijswijk wil dat de doelgroep(en) mee gaan denken en werken om de innovatieprojecten vorm te geven. De doelgroepen zullen het niet eens te zijn over de belangen van deze projecten en kunnen wat anders willen dan de meerderheid, maar dat geeft juist dynamiek. Een ander verhaal is als de doelgroepen voortdurend gaan tegenwerken of niet samen willen werken met het Sociaal Domein, dit niet leidt tot vruchtbare resultaten. Volgens Pröpper kan de relatie tussen het bestuur (de gemeente Rijswijk) en de participanten (jongeren tussen de 12 en 27 jaar) in de samenwerkingsstructuur en –cultuur en op het persoonlijk vlak tot uitdrukking worden gebracht. Pröpper beschreef dit als volgt: ***‘Om tot interactief beleid te komen, moet er sprake zijn van enig gemeenschappelijk besef: men***

*moet gezamenlijk kijken naar de problematiek en naar oplossingen kunnen en willen kijken'* (Pröpper, 2013, p. 169).

**H3: Als men vindt dat er meer dan één bestuursstijl te hanteren is, dan mogen meerdere bestuursstijlen tegelijkertijd naast elkaar bestaan.**

De zeven verschillende bestuursstijlen schikken zich naar bepaalde situaties. Zo kunnen ze behulpzaam zijn bij de vraag welke bestuursstijl geschikt is onder welke omstandigheden. Maar dit is niet altijd mogelijk, in de praktijk bestaan er tal van tussenvormen. Als voorbeeld noemt men het rijk: voor de aanleg van bepaalde infrastructuur is zij afhankelijk van medefinanciering door investeerder (samenwerkende bestuursstijl). Maar tegelijkertijd kan de keuze van waar een weg precies komt te liggen, worden voorgelegd aan bedrijven en burgers, die hiervoor een advies geven. Pröpper zegt hierover: ***'Ten opzichte van bepaalde actoren of van bepaalde aspecten van een beleid kan de beleidssituatie anders zijn en voor een andere bestuursstijl worden gekozen'*** (Pröpper, 2013, p. 102).

## 5. Methodologie

*Dit hoofdstuk geeft inzicht in hoe het onderzoek plaatsvindt en welke methodes er zijn om de deelvragen te beantwoorden. Dit hoofdstuk legt de methode van onderzoek uit, licht de operationalisatie per deelvraag toe en beschrijft de werving en selectie van respondenten.*

### 5.1 Methode van onderzoek

*Deze paragraaf schetst de verschillende onderzoeksmethoden om antwoord te geven op de probleemstelling: ‘Op welke manier kan de gemeente samenwerken met jongeren (van 12 tot en met 27 jaar) met als doel vernieuwing van het Sociaal Domein?’.*

#### **Deskresearch**

Om informatie te verkrijgen voor het antwoorden van de deelvragen is er gebruik gemaakt van deskresearch. Voor de DEST en andere cijfers in de situatieschets is de website Rijswijk in Cijfers geraadpleegd (RijswijkinCijfers, 2017a). Voor het hoofdstuk theoretisch kader zijn er diverse bronnen gevonden op verschillende wetenschappelijke databanken, zoals Google Scholar, Sciencedirect en EBSCOhost.

#### **Kwalitatief onderzoek**

Kwalitatief onderzoek verzamelt informatie over de emoties, beweegredenen en behoeften van de onderzoeksdoelgroep en geeft een helder beeld over wat er speelt bij zogenoemde doelgroep (Verhoeven, 2011, p. 148). Het nadeel van kwalitatief onderzoek is dat de resultaten niet getoetst kunnen worden op statische significantie en dat ze niet gelden op een hele onderzoeksdoelgroep (Meier & Mandemakers, 2007, p. 15). Dit onderzoek is kwalitatief, omdat de betrokkenheid en participatie van medewerkers beweegredenen en meningen nodig heeft om een antwoord te kunnen geven op de probleemstelling.

#### **Interviews**

De onderzoeker kiest om de wensen en behoeften van de jongeren in kaart te brengen voor halfgestructureerde interviews (Verhoeven, 2011, p. 150). Deze techniek houdt in dat er een vragen- of topiclijst vooraf opgesteld is, maar dat er alle ruimte is voor de eigen inbreng van de respondent. De onderzoeker is flexibel in het interview en speelt in op de situatie. De topic guide biedt houvast tijdens het interview. De onderzoeker toetst bij de respondenten de wensen, behoeften en mate van betrokkenheid door middel van verschillende topics. Deze staan vermeld in bijlage C: topic guide kwalitatief extern.

In het interview zitten verschillende interviewtechnieken. Als eerste gebruikt de onderzoeker een showcard, dit is een techniek waarbij de respondenten kaartjes moeten uitkiezen en/of op volgorde leggen. Een andere techniek die bruikbaar is zijn showcard met stellingen. Hierbij vult de respondent een formulier in door middel van kruisjes zetten waarbij zij het meeste affiniteit voelen. Deze interviewtechnieken zijn beide te vinden in bijlage D.

## 5.2 Datacollectie

*Deze paragraaf licht de datacollectie per deelvraag toe.*

| Deelvragen                                                              | Kwalitatief onderzoek | Deskresearch |
|-------------------------------------------------------------------------|-----------------------|--------------|
| 1. Wat zijn de wensen en behoeften van de doelgroepen qua participatie? | X                     |              |
| 2. Welke bestuursstijlen gebruikt de gemeente Rijswijk?                 |                       | X            |
| 3. Wat voor communicatiemiddelen gebruikt de doelgroep nu?              | X                     | X            |
| 4. Wat voor middelen gebruikt de gemeente Rijswijk?                     | X                     | X            |

*Tabel 5.1: Methode van onderzoek per deelvraag.*

### **1. Wat zijn de wensen en behoeften van de doelgroepen qua participatie? (Extern, kwalitatief onderzoek)**

Deze deelvraag is bestemd voor de doelgroep(en). Doelgroep 1 zijn jongeren in de leeftijdscategorie van 12 tot en met 16 jaar die wonen in Rijswijk. Doelgroep 2 zijn jongvolwassenen in de leeftijdscategorie van 17 tot en met 27 jaar die wonen in Rijswijk. Het onderzoek naar deze deelvraag is kwalitatief. Het is van belang om per doelgroep mannen en vrouwen te benaderen. Evenveel mannen als vrouwen werven kan alleen via een selecte methode.

De respondentenselectie is aan de hand van drie criteria: geslacht, leeftijd en woonplaats. Om een zo representatief mogelijk beeld te krijgen zijn zowel mannen als vrouwen benaderd. Omdat de gemeente Rijswijk een specifiek beeld wilde krijgen van jongeren en deze wilde benaderen, is de leeftijdsgrens ingesteld op 12 tot en met 27 jaar. Alleen respondenten die momenteel in Rijswijk wonen mogen meedoen.

Om de waarden te achterhalen van de doelgroep maakt de onderzoeker gebruik van het Rokeach Value Survey (Rokeach, 1973) en het WIN-model van Kantar TNS (Kantar TNS, z.j.). Doordat de jongeren aangeven wat zij belangrijk vinden in het leven, kan de gemeente Rijswijk de projecten daarop afstemmen zodat participatie eerder voor zal komen of makkelijker zal gaan.

### **2. Welke bestuursstijlen gebruikt de gemeente Rijswijk? Intern, deskresearch)**

De gemeente Rijswijk wil bij het innovatieproject bepaalde participatieniveaus hanteren. Deze participatieniveaus zijn volgens Pröpper te combineren met bestuursstijlen (Pröpper, 2013, pp.

66-67). Het participatieniveau waarnaar de gemeente Rijswijk streeft is samenwerkingspartner. De eerdere innovatieprojecten zullen tonen welke bestuursstijlen momenteel hanteert.

### **3. Welke communicatiemiddelen gebruiken de doelgroepen? (Extern, deskresearch, kwalitatief onderzoek)**

Jongeren gebruiken meerdere communicatiemiddelen om te communiceren met de buitenwereld (zie paragraaf 2.4). De gemeente Rijswijk wil advies van de opdrachtnemer welke communicatiemiddelen zij kunnen inzetten. De communicatiemiddelen die de jongeren gebruiken zijn dan het slimste om te gebruiken, omdat jongeren dan geen nieuw profiel hoeven te maken.

Om te kijken welke communicatiemiddelen populair zijn onder jongeren is kwalitatief onderzoek een goede keuze. Door middel van showcard met stellingen wordt gemeten welke middelen het beste zijn voor de doelgroep.

### **4. Welke middelen gebruikt de gemeente Rijswijk? (Intern, extern, deskresearch, kwalitatief onderzoek)**

Om te kijken hoe de gemeente Rijswijk er nu voor staat qua communicatiemiddelen, gebruikt de onderzoeker verschillende manieren om dit te onderzoeken. Zo is er intern een interview met de expert van de gemeente Rijswijk op het gebied van middelen. Dit interview heeft als doel om de middelen in kaart brengen en te vragen waarom welke middelen wel en welke middelen niet passen. De topicguide van dit interview staat in bijlage E.

Om te kijken welk bereik de middelen hebben en het sentiment te meten van de onlinemiddelen, maakt de gemeente gebruik van Coosto, een online programma om big data te analyseren. (Coosto, z.j.). Dit brengt in kaart welke middelen meer positieve of meer negatieve reacties uitlokken en welke soort berichten het goed of slecht doen.

## **5.3 Operationalisatie**

*Deze paragraaf verantwoordt per deelvraag de operationalisatie.*

### **Bestuursstijlen**

#### **1. Wat zijn de wensen en behoeften van de doelgroepen qua participatie? (Extern)**

Om deze vraag te beantwoorden kan er gebruik worden gemaakt van kwalitatief onderzoek. Dit kan het beste tot stand komen met een face-to-face-interview met de doelgroep pubers (12 tot en met 16 jaar) omdat in deze leeftijdscategorie focusgroepen niet werken, omdat ze erg onzeker zijn en het snel eens zullen zijn met hun medemens (Crone, 2008, pp. 22-23). De onderzoeker kiest daarom voor een face-to-face-interview, omdat ze dan 'gedwongen' worden om met hun eigen mening te komen.

Voor de doelgroep jongvolwassenen (20 tot en met 27 jaar) kan een focusgroep wel werken omdat zij verder zijn in de ontwikkeling en zich uiten, maar face-to-face werkt ook met deze groep. Om de operationalisatie makkelijk te laten verlopen zijn er maximaal twee onderzoeksmanieren per deelvraag. Voor deze vraag is de keuze voor face-to-face-interviews.

De vraag aan beide doelgroepen is hoe zij momenteel informatie ontvangen van de gemeente en hoe ze participeren met de gemeente. Ook is er de vraag hoe zij over de gemeente Rijswijk denken. Deze deelvraag helpt om hypothese één en twee te beantwoorden

## **2. Welke bestuursstijlen gebruikt de gemeente Rijswijk? (Intern)**

Deze deelvraag gebruikt de participatieladder van Pröpper (toegelicht in het theoretisch kader). Deskresearch speelt hier de belangrijkste rol. Op de website van de gemeente Rijswijk en het Sociaal Domein staat informatie over de huidige projecten. Deze vraag helpt om hypothese drie te beantwoorden.

### **Middelen**

## **3. Wat voor communicatiemiddelen gebruiken de doelgroepen nu? (Extern)**

De doelgroepen krijgen door middel van een face-to-face-interview de vraag welke middelen zij hebben en frequent gebruiken. Hierop kan een vervolgvraag plaatsvinden over welke middelen wel en welke middelen er niet gebruikt worden door de doelgroep. Hierdoor kan de doelgroep in Rijswijk gekaderd worden naar middelen.

## **4. Wat voor middelen gebruikt de gemeente Rijswijk? (Intern)**

Deze deelvraag kan beantwoord worden door middel van deskresearch. Zo kunnen de sociale mediakanalen worden geanalyseerd door middel van Coosto.

Om te weten welke middelen de gemeente nu precies allemaal gebruikt, is er een interview met een 'expert' die de communicatiemiddelen van de gemeente hanteert. Coosto is een online programma om big data te analyseren die vanaf 2011 bestaat (Coosto, z.j.). De archieven bieden kansen om te zoeken naar media die offline iets hebben geplaatst over het Sociaal Domein en het innovatieproject. Naast extern is deze vraag ook intern te beantwoorden door middel van een face-to-face-interview bij een medewerker van de gemeente Rijswijk. Dit is vooral handig om erachter te komen welke offline middelen er zijn en of deze effectief zijn.

## **5.4. Respondenten**

*Deze paragraaf beschrijft hoe het Sociaal Domein de respondenten benadert en de selectie van deze respondenten voor het onderzoek. Deze paragraaf bespreekt ook het aantal respondenten per doelgroep.*

## **Werving**

Om een zo representatief mogelijk beeld te schetsen van de jongeren werft de onderzoeker in haar kenniskring en bij sportverenigingen en middelbare scholen van de gemeente Rijswijk. De werving vindt plaats door middel van mail of langsgaan bij desbetreffende sportvereniging/middelbare school. Het opleidingsniveau van de doelgroep is niet relevant, het geslacht wel. De verdeling ligt zo dicht mogelijk bij vijftig procent. Als het een oneven aantal is dat de selectie heeft doorstaan, dan maakt bij de oneven respondent het geslacht niet uit. Alleen respondenten die momenteel in Rijswijk wonen tellen mee.

## **Selectie**

Als meer respondenten zich aanmelden dan gewenst is, selecteert de onderzoeker de respondenten. Deze selectie is gebaseerd op leeftijd en geslacht. In totaal zijn er 10 respondenten in de leeftijdscategorie van 17 tot en met 27 jaar. De doelgroep 12 tot en met 16 jaar vervalt, omdat deze doelgroep niet te bereiken is binnen de onderzoeksperiode. Als deze doelgroep wel in het onderzoek voor zou komen, zou er een toestemmingsverklaring zijn die de ouders evenals de jongere moet invullen. Een voorbeeld hiervan staat in bijlage I. De overige respondenten staan op een reservelijst. Hierbij kijkt de opdrachtneemster of er een verzadigingspunt is bereikt, dit betekent dat er geen nieuwe informatie verkrijgbaar is uit de interviews (Verhoeven, 2011, p. 229). Mocht er nog na deze 10 respondenten nog geen verzadiging plaatsvinden, dan interviewt de onderzoeker 12 respondenten. Als dat nog niet genoeg is, dan zijn er in totaal 14 respondenten. De overige respondenten haalt de onderzoeker van de reservelijst, benadert zij of werft zij opnieuw.

Waar de interviews plaatsvinden mag de respondent zelf beslissen. Dat kan bij hem/haar thuis, op het gemeentehuis of op school (zover dit mogelijk is). Hierop is de keuze gevallen zodat de respondent zich op zijn/haar gemak voelt.



### 5.4.1. Respondentschema

*Deze paragraaf licht de respondenten toe op een aantal kenmerken die relevant zijn voor het onderzoek.*

| Respondent | Leeftijd | Geslacht | Contact met de gemeente |
|------------|----------|----------|-------------------------|
| 1          | 24       | Vrouw    | Ja                      |
| 2          | 20       | Man      | Nee                     |
| 3          | 19       | Vrouw    | Nee                     |
| 4          | 26       | Vrouw    | Ja                      |
| 5          | 26       | Vrouw    | Nee                     |
| 6          | 27       | Man      | Nee                     |
| 7          | 24       | Vrouw    | Nee                     |
| 8          | 17       | Man      | Nee                     |
| 9          | 22       | Vrouw    | Nee                     |
| 10         | 21       | Man      | Nee                     |

## 6. Resultaten

*Dit hoofdstuk beantwoordt de deelvragen en hypothesen door middel van de resultaten. De Verbatims zijn te vinden in bijlage F: verbatims kwalitatief onderzoek extern en bijlage G: verbatim kwalitatief intern. De informatie uit dit hoofdstuk baseert zich op bijlage H: analyseschema's. De analyseschema's in de lopende tekst hebben de afkorting AS gekregen, wat staat voor analyseschema. De nummers achter de quote corresponderen met de respondentenummers.*

Deze informatie is wegens vertrouwelijkheid niet beschikbaar voor derden.

## 7. Conclusies

*Dit hoofdstuk behandelt de conclusies op basis van de resultaten van hoofdstuk zes uit de scriptie. Uit elke deelvraag volgt een conclusie die uiteindelijk antwoord geeft op de probleemstelling. Dit onderzoek komt door middel van deskresearch en kwalitatief onderzoek tot stand. De probleemstelling luidt:*

**‘Op welke manier kan de gemeente samenwerken met jongeren (van 12 tot en met 27 jaar) met als doel vernieuwing van het Sociaal Domein?’**

### 7.1 Conclusie deelvraag 1

#### **Wat zijn de wensen en behoeften van de doelgroepen qua participatie?**

Om de wensen en behoeften te meten van de respondenten hanteert het onderzoek het model Rokeach Value Survey van Milton Rokeach (Rokeach, 1973). Doordat de respondenten de waarden moesten rangschikken, is er te zien wat zij belangrijk vinden en waar dus hun behoeften liggen. Waarden wat zij belangrijk vinden in het leven zijn volgens de respondenten vertrouwen, respect, geluk en liefde. De respondenten willen graag verantwoordelijk, liefdevol, hardwerkend en vrolijk zijn. De jongeren willen een gezin, geluk, zelfrespect en plezier bereiken in het leven. Bij het WIN-model (Waarden in Nederland) identificeert het merendeel zich met de genietters en evenwichtigen. De respondenten noemen ook zakelijken, luxezoekers, behoudenen, geëngageerden en ruimdenkers.

Alle respondenten zijn tevreden met de gemeente Rijswijk. Ook de vrienden en familie van de jongeren die in Rijswijk wonen zijn tevreden over de gemeente. Wel zouden de respondenten graag willen dat de gemeente meer activiteiten, zoals evenementen, regelt voor jongeren en dat beter communiceert naar de doelgroep. Sowieso willen de respondenten meer contact tussen de doelgroep(en) en de gemeente Rijswijk. Het merendeel van de respondenten heeft alleen contact gehad met de gemeente door legitimatie aan te vragen en op te halen. De respondenten willen graag over meerdere topics meedenken, zoals wonen, parkeren, activiteiten, beleid, participatie, speeltuinen, voetbalvelden en het Sociaal Domein. Dit wil het merendeel graag één keer in de zes maanden doen.

### 7.2 Conclusie deelvraag 2

#### **Welke bestuursstijlen gebruikt de gemeente Rijswijk?**

De gemeente Rijswijk gebruikt niet één bestuursstijl, maar passen de bestuursstijl op het project aan. De meest voorkomende bestuursstijlen die de gemeente hanteert zijn de open autoritaire stijl, consultatieve stijl en samenwerkende stijl. Het Sociaal Domein streeft naar een samenwerkende stijl, waar iedereen gelijkwaardig is en evenveel inspraak heeft. Dit geldt over het gehele projectproces, van het concept tot evaluatie.

### 7.3 Conclusie deelvraag 3

#### Welke middelen gebruiken de doelgroepen?

Alle respondenten gebruiken de applicatie WhatsApp. Naast WhatsApp gebruiken de respondenten grotendeels Facebook en Instagram. Snapchat wordt vooral gebruikt door de doelgroep die jonger is, omdat het vooral 'voor de leuk' is. De oudere jongeren gebruiken dan minder vaak Snapchat, maar een stuk meer LinkedIn. Dit komt omdat de meeste al afgestudeerd zijn en het zakelijk en professioneel gebruiken. De respondenten gebruiken Twitter niet meer, een oorzaak hiervan is dat de hype over is. Ook Pinterest is niet populair, dit komt doordat omdat een deel van de respondenten het nut van de app niet begrijpen.

### 7.4 Conclusie deelvraag 4

#### Welke middelen gebruikt de gemeente Rijswijk?

De gemeente Rijswijk gebruikt verschillende middelen om extern contact te hebben met haar inwoners. Zo sturen zij brieven, digitale nieuwsbrieven en e-mails, schrijven persberichten voor de media en burgers, houden ze een activiteitenagenda bij, en zetten zij informatie en nieuws op de eigen website en als advertentie in huis-aan-huisbladen. Qua sociale media heeft de gemeente Rijswijk accounts bij Facebook, Twitter, YouTube en LinkedIn. Daarnaast denken zij erover om Instagram te introduceren.

De respondenten beantwoordde de vraag met welke middelen zij benaderd willen worden door de gemeente Rijswijk voor bijvoorbeeld bij het meedenken aan projecten van het Sociaal Domein. De respondenten vinden Facebook en e-mail de beste opties, dit zijn middelen die de gemeente al gebruikt. De respondenten vinden Pinterest en Snapchat niet geschikt. De meningen over WhatsApp zijn wisselend. Zo vinden voorstanders het geen probleem om WhatsApp te gebruiken om een afspraak te maken of een bericht te krijgen als er dringend nieuws is. De tegenstanders vinden dat WhatsApp alleen voor persoonlijke communicatie is.

### 7.5 Antwoord probleemstelling

Op basis van bovenstaande resultaten luidt de conclusie dat jongeren wel bereid zijn om mee te denken en samen te werken met de gemeente Rijswijk, maar dan wel in beperkte frequentie, namelijk één keer per half jaar. Vooral projecten met betrekking tot activiteit, wonen en die jongeren aangaan, willen de jongeren over meedenken en aan samenwerken. De respondenten willen hiervoor benaderd worden via Facebook en e-mail. Elke respondent maakt gebruik van Facebook, dus elke respondent zou ook benaderd kunnen worden. Instagram is ook een goede keuze om naast Facebook te introduceren, maar dan moet de gemeente Rijswijk een account aanmaken. Van de bestuursstijlen die de gemeente Rijswijk nu hanteert, past de consultatieve stijl het beste, maar een andere bestuursstijl die de gemeente niet gebruikt past wellicht nog beter. Deze bestuursstijl staat in hoofdstuk 8, aanbevelingen.

## 8. Aanbevelingen

*Door middel van de conclusies en de resultaten gaat dit hoofdstuk over een aantal aanbevelingen en hoe de gemeente Rijswijk kan samenwerken met de jongeren met betrekking tot het innovatieproject. De doelstelling van het onderzoek luidt als volgt:*

***‘Inzicht geven in de wensen en behoeften van de doelgroep waar het gaat om meedenken over (vernieuwing van) het Sociaal Domein en inzicht geven in de wijze waarop jongeren willen participeren in innovatieprojecten, teneinde te komen tot een communicatiestrategie inclusief advies over in te zetten communicatiemiddelen voor de gemeente Rijswijk’.***

### 8.1 Meten van participatie jongeren

Uit hoofdstuk vier, het theoretisch kader, komt het belang van publieksparticipatie naar voren. Voor de gemeente Rijswijk is het van belang om de participatie te blijven meten bij de doelgroep. De aanbeveling hierbij is om participatie te meten op basis van interviews met vragen over de mate van participatie en waarbij de doelgroep wil participeren. Het theoretisch kader en de methodologie zijn een leidraad voor het meten van de participatie.

### 8.2 Inzet van communicatiemiddelen

*Uit het onderzoek blijkt dat om de jongeren te bereiken er meerdere middelen bijdragen aan de mate van participatie. In de volgende subparagrafen wordt er advies gegeven op de communicatiemiddelen*

#### **Facebook**

De doelgroep gebruikt Facebook vaak en zijn positief over het medium. Dit gebruiken ze om op de hoogte te blijven van nieuws, van wat hun omgeving allemaal beleeft of als ze zich vervelen. De frequentie van Facebook varieert van dagelijks tot soms. Het advies voor Facebook is om te beginnen met gesponsorde berichten gericht op de doelgroep van dertien tot en met zevenentwintig jaar. De twaalfjarige vallen hierbuiten, want om een Facebook-account aan te maken moet je dertien jaar of ouder zijn (Facebook, z.j.). Door gesponsorde berichten in te zetten ziet de gehele doelgroep de berichten, en niet alleen degene die de gemeente Rijswijk volgen. De gesponsorde post kan de doelgroep op de leeftijd van 13 tot en met 27 jaar staan en de locatie op Rijswijk. Om de respons te verhogen kan er een beloning worden verloot onder bijvoorbeeld enquêtes of prijsvragen. Prijzen kunnen onder andere een bol.com cadeaukaart zijn of iets dergelijks.

Een ander advies is om een Facebook-pagina aan te maken voor het Sociaal Domein. Deze bestaat nog niet, en kan helpen om specifieke informatie te verzamelen voor het

innovatieproject. Het advies is wel om deze aan te kondigen via een gesponsorde bericht via de Facebook-pagina van de gemeente Rijswijk, omdat de doelgroep dit eerder herkent als naam dan het Sociaal Domein gemeente Rijswijk. Vervolgens kunnen de jongeren via deze Facebook-pagina verdere informatie vinden en de laatste updates.

### **E-mail/digitale nieuwsbrief**

Naast Facebook geven de respondenten aan dat e-mail een van de betere keuzes. De digitale nieuwsbrief wordt genoemd als een goede keuze. Aangezien de respondenten aangeven niet te vaak benaderd willen worden, is het advies om de e-mail en de digitale nieuwsbrief te combineren tot een geheel, zodat de frequentie op orde blijft en de doelgroep niet meer geïnteresseerd is, of zich afmeldt voor de nieuwsbrief. In de nieuwsbrief kan vervolgens het laatste nieuws over succesvolle afgeronde projecten, bestaande projecten, en concepten voor nieuwe projecten staan. Vervolgens kan er in de digitale nieuwsbrief onder de nieuwsberichten oproepen staan om mee te denken/ samen te werken. Dit kan in verschillende vormen, van online enquêtes openen tot contactgegevens achterlaten.

Het sociaal domein heeft al een nieuwsflits die zij versturen via de e-mail. Deze heet Nieuwsflits innovatie Sociaal Domein Rijswijk. Zie voor een voorbeeld figuur B7 bij bijlage B: tabellen en figuren. De nieuwsflits bestaat uit geschreven informatie zonder afbeeldingen, maar met links naar e-mailadressen en hyperlinks naar websites. Deze nieuwsflits is niet geschikt voor de doelgroep, want het nodigt niet uit tot lezen. Het advies hierbij is een nieuwe nieuwsbrief te introduceren, die visueel beter in elkaar zit, en meer uitnodigt om door te klikken.

### **Instagram**

De doelgroep is positief over Instagram. Zo gebruikt het merendeel van de respondenten de app dagelijks, en die vinden het ook een goede keuze om Instagram in te zetten. Zowel het Sociaal Domein als de gemeente Rijswijk hebben nog geen Instagram. Het advies luidt om eerst een Instagram op te zetten voor de gemeente Rijswijk in het algemeen. Daarbij kan op Instagram een gesponsord bericht worden neergezet die de doelgroep bereikt.

Voor de inhoud is een optie om mooie foto's van de gemeente op Instagram te zetten met daaronder een tekst over bijvoorbeeld het gebouw of het bos. Zo komen de Rijswijkers meer te weten over de plaatsen in hun gemeente. Om dit te realiseren zijn er meerdere opties. De eerste optie houdt in dat de gemeente Rijswijk een nieuwe medewerker in dienst neemt of iemand inhuurt om Instagram bij te houden en foto's te maken. Een andere optie is dat bij de gemeente Rijswijk zelf een aantal vrijwilligers zich aanbieden die elke week twee a drie foto's maken. Zo heeft degene die over Instagram gaat genoeg beeldmateriaal. Voor de frequentie van het plaatsen van berichten is de richtlijn minimaal twee keer per week en maximaal zeven keer per week (dagelijks).

Als de gemeente Rijswijk de app heeft opgesteld en het gaat lopen, kan het Sociaal Domein daar ook oproepen plaatsen. Daarbij kan het verkapt worden als een gewone post, of kan het door middel van een gesponsorde post. Het advies voor de frequentie van deze berichten is één keer per maand.

### 8.3 Bestuursstijl

De gemeente Rijswijk gebruikt momenteel meerdere bestuursstijlen, waarbij open autoritaire bestuursstijl, consultatieve bestuursstijl en samenwerkende bestuursstijl het meest voorkomend zijn. Het Sociaal Domein behandelt vooral een samenwerkende bestuursstijl. Het advies voor het Sociaal Domein is om met deze doelgroep een consultatieve of participatieve bestuursstijl te hanteren. Bij de consultatieve bestuursstijl is de jongere een adviseur eindspraak en de gemeente raadpleegt de jongeren over een gesloten vraagstelling (Pröpper, 2013, p. 67). Bij de participatieve stijl is de doelgroep adviseur beginspraak en vraagt de gemeente een open advies waarbij veel ruimte is voor discussie en inbreng (Pröpper, 2013, p.66).

De hogere bestuursstijlen zijn niet realiseerbaar voor het Sociaal Domein met deze doelgroep. Dit komt omdat de respondenten zelf aangeven niet te vaak te willen meedenken met de gemeente. De hogere treden vereisen dat de participanten het gehele project betrokken zijn. Als het Sociaal Domein dit doet met deze doelgroep, dan duren de projecten te lang en zijn ze uiteindelijk niet realiseerbaar.

### 8.4 Inleven in de doelgroep

Om te weten wat er zich afspeelt in de gemeente Rijswijk is het belangrijk dat het Sociaal Domein zich blijft inleven in de jongeren. Dit is belangrijk omdat de doelgroep anders afhaakt. Eén van de dingen die het Sociaal Domein kan doen is na het verzenden van de e-mail of de digitale nieuwsbrief te vragen om feedback. Dit kan bijvoorbeeld via een enquête. Daarnaast kan er eens in de half jaar een gesprek te hebben met geselecteerde respondenten. Dit kan telefonisch of door middel van een overleg.

### 8.5 Vervolgonderzoek

Het onderzoek kent verschillende tekortkomingen, die ook beschreven staan in het hoofdstuk discussie. Om van de gehele doelgroep te weten te komen hoe zij denken over de verschillende onderwerpen, is het belangrijk om de twaalf- tot zestienjarigen nog te interviewen. Deze zijn nu een missing link in het onderzoek. Het advies is om vervolgonderzoek te doen, zo is het samenwerken nog beter te meten. Dit onderzoek richt zich vooral op de jongeren in Rijswijk, en geen andere leeftijdsgroepen. Hierbij is het advies om ook te kijken naar andere doelgroepen die mee kunnen participeren.

## 9. Implementatieplan

*Het implementatieplan zet de adviezen van het hoofdstuk aanbevelingen om in concrete implementaties voor de praktijk. Dit hoofdstuk omschrijft het doel, de strategie, middelen en de eventuele kosten en risico's.*

Deze informatie is wegens vertrouwelijkheid niet beschikbaar voor derden.



## 10. Discussie

*Dit hoofdstuk beschrijft de kritische punten van het onderzoeksproces, die zowel positieve als negatieve punten bevat.*

Deze informatie is wegens vertrouwelijkheid niet beschikbaar voor derden.

## Literatuurlijst

- Almanak overheid (z.d.). Overheidsorganisaties: Gemeenten A-Z [Almanak]. Opgevraagd op 6 april 2017. Opgevraagd van [https://almanak.overheid.nl/categorie/2/Gemeenten\\_A-Z/](https://almanak.overheid.nl/categorie/2/Gemeenten_A-Z/)
- Arnstein, S.R. (1969). A ladder of Citizen Participation. *Journal of the American Institute of planners*. doi: 10.1080/01944366908977225
- CBS. (27 oktober 2016). *Internet: toegang, gebruik en faciliteiten* [databank]. Geraadpleegd op <http://statline.cbs.nl/statweb/publication/?dm=slnl&pa=83429ned&d1=a&d2=0-2%2c20-22&d3=0&d4=3-4&hdr=t&stb=g1%2cg2%2cg3&vw=t>
- Cialdini, R.B. (2009). *Influence: Science and practice* (vijfde druk). New York: Pearson Education.
- Coosto (z.d.). Over Coosto [informatie van website]. Opgevraagd op 21 februari 2017 van <https://www.coosto.com/nl/over-coosto/>
- Crone, E. (2008). *Het puberende brein*. Amsterdam: Bert Bakker uitgeverij.
- Edelenbos, J., Klok, P. J., Tatenhove, J. van, & Domingo, A. (2006). *Burgers als beleidsadviseurs*. Amsterdam: Instituut voor publiek en politiek.
- Edelenbos, J. & Monnikhof, R. (2001). *Lokale interactieve beleidsvorming*. Utrecht: Boom Lemma.
- ExpEx (z.d.). ExpEx [online artikel]. Opgevraagd op 4 april 2017 van <http://www.expex.nl/over-expex/wie-zijn-wij/expex/>
- Facebook (z.d.). Een account maken [helpcentrum]. Opgevraagd op 29 mei 2017 van [https://www.facebook.com/help/570785306433644/?helpref=hc\\_fnav](https://www.facebook.com/help/570785306433644/?helpref=hc_fnav)
- Gaventa, J., & Valderrama, C. (1999). *Participation, Citizenship and Local Governance, Background note prepared for workshop on Strengthening participation in local governance*. Brighton: Institute of Development Studies.
- Gemeente Purmerend (z.d.). Rekenkamercommissie: onderzoek burgerparticipatie [online PDF]. Opgevraagd op 20 mei 2017 van [http://raad.purmerend.nl/sites/default/files/verordening/2012\\_03\\_29\\_onderzoek\\_burgerparticipatie\\_definitief.pdf](http://raad.purmerend.nl/sites/default/files/verordening/2012_03_29_onderzoek_burgerparticipatie_definitief.pdf)
- Gemeente Rijswijk. (z.d.). In *Facebook* [communitypagina]. Opgevraagd op 2 maart, 2017. Van <https://www.facebook.com/gemeente.rijswijk>
- Gemeente Rijswijk. (z.d.). In *Twitter* [communitypagina]. Opgevraagd op 2 maart, 2017. Van [https://twitter.com/Gem\\_Rijswijk](https://twitter.com/Gem_Rijswijk)
- Gemeente Rijswijk. (z.d.a). Koninginnelaan [informatie van website]. Opgevraagd op 23 mei 2017 van <https://www.rijswijk.nl/projecten/koninginnelaan>
- Gemeente Rijswijk (z.d.b). Asielzoekerscentrum Rijswijk [informatie van website]. Opgevraagd op 23 mei 2017 van <https://www.rijswijk.nl/projecten/asielzoekers>
- Gemeente Rijswijk (z.d.c). Logo [afbeelding]. Opgevraagd op 23 februari 2017 van <http://www.rijswijk.nl>

Gemeente Winsum (januari 2014). Kadernota burgerparticipatie: visie op burgerparticipatie bij beleid en plannen van de gemeente Winsum [online pdf. Opgevraagd op 20 mei 2017 van [https://www.winsum.nl/bestand/publicaties/persberichten/reageren\\_op\\_de\\_concept\\_kadernota\\_burgerparticipatie/concept\\_kadernota\\_burgerparticipatie\\_369266](https://www.winsum.nl/bestand/publicaties/persberichten/reageren_op_de_concept_kadernota_burgerparticipatie/concept_kadernota_burgerparticipatie_369266)]

Innovatie Sociaal Domein Rijswijk. (z.d.a). Lopende projecten [informatie van website]. Opgevraagd op 28 februari 2017 van <http://innovatiesociaaldomeinrijswijk.nl/Innovatieprojecten/Lopende+projecten/default.aspx>

Innovatie Sociaal Domein Rijswijk (z.d.b). Innovatie Sociaal Domein Rijswijk [informatie van website]. Opgevraagd op 28 februari 2017 van <http://innovatiesociaaldomeinrijswijk.nl/home/default.aspx>

Innovatie Sociaal Domein Rijswijk. (7 februari 2017). Jongeren in de Bogaard [informatie van website]. Opgevraagd op 23 mei 2017 van <http://innovatiesociaaldomeinrijswijk.nl/Innovatieprojecten/Lopende+projecten/700158.aspx?t=Jongeren+in+de+Bogaard>.

Kantar TNS. (z.d.). WIN-model™ [informatie van website]. Opgevraagd op 20 maart 2017 van <http://www.tns-nipo.com/ons-aanbod/onderzoeksmethoden/marketinginformatie/segmentatie/win-model/>

Kotus, J. & Sowada, T. (2017). Behavioural model of collaborative urban management: extending the concept of Arnstein's ladder. *Cities* 65, 78-86.

Meier, U. & Mandemakers, M. (2007). *Kwalitatief marktonderzoek*. Groningen: Wolters Noordhoff.

Movisie (20 september 2015). De drie decentralisaties in het sociale domein [online artikel]. Opgevraagd op 15 februari 2017 van <https://www.movisie.nl/artikel/drie-decentralisaties-sociale-domein>

Narula, U. (2006). *Communication models*. New Delhi: Atlantic Books.

Pröpper, I. (2013). *De aanpak van interactief beleid. Elke situatie is anders* (derde druk). Bussum: uitgeverij Coutinho.

Raad voor het openbaar bestuur (december 2012). Loslaten in vertrouwen. Naar een nieuwe verhouding tussen overheid, markt en samenleving [online document]. Opgevraagd op 16 mei 2017 van [rfv.nl/documenten/boekje\\_advies\\_loslaten\\_in\\_vertrouwen\\_webversie.pdf](http://rfv.nl/documenten/boekje_advies_loslaten_in_vertrouwen_webversie.pdf)

Rijksoverheid (z.d.). Taken van een gemeente [pagina van website]. Opgevraagd op 8 maart 2017 van <https://www.rijksoverheid.nl/onderwerpen/gemeenten/inhoud/taken-gemeente>

Rijswijk in cijfers. (2017-a). Databank gemeente Rijswijk [databank]. Geraadpleegd op [https://rijswijk.incijfers.nl/jive/?cat\\_open\\_code=c1993&presel\\_code=ps\\_bev\\_piramide\\_pc4](https://rijswijk.incijfers.nl/jive/?cat_open_code=c1993&presel_code=ps_bev_piramide_pc4)

Rijswijk in Cijfers. (2017-b). Toelichting [uitleg databank]. Geraadpleegd op 26 april 2017 van <https://rijswijk.incijfers.nl/toelichting5a.asp>

Rokeach, M. (1973). *The nature of human values*. New York: The Free Press.

Shannon, C. E. (1948). A mathematical theory of communication. *Bell System technical Journal* 27, 379-423, 623-656.

- Stiefel, M. & Wolfe, M. (1994), *A Voice for the Excluded: Popular participation in Development: Utopia or Necessity?* London: Zed Books.
- Tritter, J. Q., & McCallum, A. (2006). The snakes and ladders of user involvement: moving beyond Arnstein. *Health policy*, 76(2), 156-168.
- Verhoeven, N. (2011). *Wat is onderzoek?* Den Haag: Boom Lemma.
- Universiteit Twente (z.d.). Toestemmingsverklaring (informed consent) [formulier].  
Geraadpleegd op 3 mei 2017 van <https://www.utwente.nl/nl/bms/onderzoek/formulieren-en-downloads/voorbeeld-informed-consent-formulier.pdf>
- Weihrich, H. (1982). '*The TOWS Matrix – A Tool for Situational Analysis*', *An International Perspective*. New Delhi: Tata McGraw-Hill.
- Wilde, A., de (2014). *Publieksparticipatie Leiden* (bachelorscriptie Hogeschool Leiden).  
Opgevraagd van <https://hbo-kennisbank.nl/record/oai:surfsharekit.nl:895b189e-e099-4819-af6b-17a53b8cf69e>

# Bijlagen

## Bijlage A: Sociale media en Coosto

| Sociale media | Likes/volgers (2 maart 2017) | Likes/volgers (30 mei 2017) |
|---------------|------------------------------|-----------------------------|
| Facebook      | 2409                         | 2546                        |
| Twitter       | 4393                         | 4467                        |
| YouTube       | 43                           | 53                          |

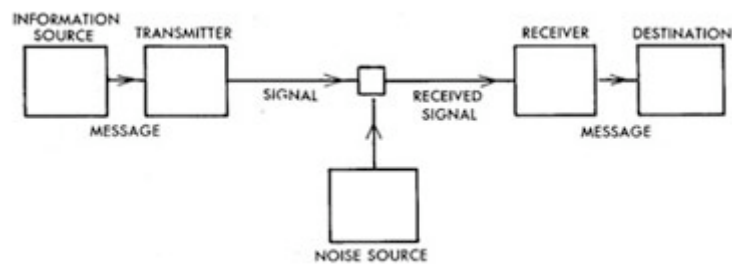
Op de website van Rijswijk zijn er vier sociale mediakanalen te vinden: Facebook, Twitter, YouTube en LinkedIn. Op 2 maart 2017 vonden 2.409 mensen de Facebookpagina van Rijswijk (<https://www.facebook.com/gemeente.rijswijk>) leuk, volgden er 4.393 mensen @Gem\_Rijswijk op Twitter ([https://twitter.com/Gem\\_Rijswijk](https://twitter.com/Gem_Rijswijk)), heeft Rijswijk 43 abonnees op YouTube. Op LinkedIn staat alleen maar informatie van de gemeente op. Op 30 mei kan je de groei zien van de sociale-mediakanalen. De gemeente heeft op Facebook in bijna 3 maanden 137 volgers erbij. Op Twitter zijn dat 74 nieuwe volgers en bij YouTube 10.

Via Coosto zijn er van 24 februari tot en met 30 mei 2017 1985 berichten over de gemeente Rijswijk verschenen op sociale media. Coosto heeft 17% van de berichten positief en 9% van de berichten negatief gelabeld. De gemeente Rijswijk gebruikt in Coosto de zoekstring (W. Gijzel, persoonlijke communicatie):

("Gemeente Rijswijk") OR (Gemeente\* Rijswijk) OR (Dierdorp Rijswijk) OR (Lugthart Rijswijk) OR (Bezuijen Rijswijk) OR ("Van Hemert" Rijswijk) OR ("Van der Meij" Rijswijk) OR (Borsboom Rijswijk) OR (burgemeester Rijswijk) OR (wethouder Rijswijk) OR "aanvullende bijstand" OR ambte\* OR afvalscheiding\* OR afvalopha\* OR amendement\* OR armoedebestrijding\* OR asielz\* OR AWBZ\* OR AZC OR begroting\* OR BenW OR belastingen OR "beschermde wonen" OR "beschut werk" OR bestemmingsplan\* OR bestrating\* OR bezoekerspas\* OR bezuinig\* OR bijstands\* OR binnenstadvisie OR buitengebied\* OR bouwvergunning\* OR burendag OR burgemeester\* OR buurten OR burger\* OR CDA OR PvdA OR Bvr OR "Beter voor Rijswijk" OR VVD OR "Gemeentebelangen Rijswijk" OR SP OR GroenLinks OR "Van der Horst" OR D66 OR "Onafhankelijk Rijswijk" OR CDA OR.cjg OR COA OR D66 OR diftar\* OR evenement\* OR gasleiding\* OR gelukszoek\* OR gelukzoek\* OR geluidsoverlast\* OR gemeente\* OR gevelreclame\* OR ggz OR GroenLinks OR grondbedrijf OR glasvezel\* OR handhav\* OR heffingen OR hondenbelasting OR hondebelaasting OR horecabeleid\* OR horecaplan OR huishoudelijk\* OR inspraak\* OR jaarwisseling OR jeugd\* OR jgz OR jogg OR jongere\* OR kantorenleegstand\* OR lantaarnpa\* OR leerplicht\* OR leiderschap OR "lokale lasten" OR luchtalarm OR luchthaven\* OR mantelzorg\* OR motie OR museum\* OR ondernemersfonds\* OR ondernemersvereniging\* OR ouderenzorg\* OR OZB OR parkeer\* OR parkeren OR participatie\* OR pgb OR precario\* OR PvdA\* OR raadsbesluit\* OR raadsli\* OR raadsvergadering\* OR riool\* OR rookverbod OR rugzakje\* OR reïntegratie\* OR scholen\* OR servicekanto\* OR spijbel\* OR stadhuis\* OR stadshart OR stadsadvies\* OR stoeptegel\* OR straatverlichting\* OR theater\* OR thuiszorg OR toeristebelasting OR toeristenbelasting OR uitkeringsgerechtigde\* OR vergunning\* OR verkeersongeluk\* OR vliegveld\* OR vluchteling\* OR voorschools\* OR vroegschool\* OR VSP OR vsv OR VVD OR weggesleept\* OR welstand\* OR

werkplein OR weth\* OR wijk OR wijkagent\* OR windkracht OR windmolen\* OR windturbine\* OR winkelpanden OR  
 winkeltijd\* OR WMO OR WOZ OR zelfhulp\* OR zondagopenstelling\* OR (zwarte piet) OR Plaspoelpolder OR "Huis van  
 de stad" OR EPO OR "In de Bogaard" OR "Oud Rijswijk" OR RijswijkBuiten OR "Rijswijk Buiten" Rijswijk) OR  
 @Gem\_Rijswijk OR author:Gem\_Rijswijk OR (author:MichelBezuijen) OR (author:Romeij) OR (author:NicoleDierdorp)  
 OR (author:BjornLugthart) OR (author:MarloesBorsboom) OR (author:RvHemert) OR  
 (author:EricSchutte01|AlbertsMarieke|markstormD66|D66Rijswijk|BVRnu|dinysonneveldt|GBRijswijk|GLRijswijk|CDA\_Rijs  
 wijk|hennyvdhorst|OnafhankelijkRW|DickJense2705|sarariezebos|SPRijswijk|johannabesteman|JosBolte|wilvannu|Matthij  
 s\_Groot|cdolmans|gerkruger|PvdaRijswijk|CDAKrijn|andersyvonne|VVDRIjswijk|ldzardFischer|edbraam|martinekoopman|  
 Arthur\_Sterk|ErikvdVeer|sarariezebos|MassaarJohn|Lexlexius) -fusion -geenpeil -stripdagen -striptekenaar

## Bijlage B: Figuren en tabellen



*Figuur B1: het communicatiemodel van Shannon & Weaver. (Narula, 2006)*

Deze informatie is wegens vertrouwelijkheid niet beschikbaar voor derden.

## **Bijlage C: Topic Guide kwalitatief extern**

### **Introductie (5 min)**

De interviewer bedankt de respondent voor de medewerking en legt het doel en de opzet van het interview uit.

*“Bedankt voor jouw medewerking aan dit onderzoek. Mijn naam is Samantha van der Leest en ik doe onderzoek voor mijn afstudeerscriptie naar de betrokkenheid van jongeren met de gemeente Rijswijk. Ik ga jou interviewen omdat je in de doelgroep valt. Het doel van het interview is dat de gemeente Rijswijk wil dat jongeren, waar jij onder valt, meer betrokken gaat raken met verschillende projecten in de gemeente. Voor dit interview stel ik je een aantal vragen met betrekking tot jouw wensen en behoeften. Dit interview duurt ongeveer een half uur en bestaat uit meerdere onderdelen. Er zijn geen goede of foute antwoorden, het gaat erom wat jij denkt. Dit interview wordt geanonimiseerd, dit betekent dat je naam er niet bij komt te staan. Het interview wordt opgenomen om uit te werken voor het onderzoek. Ga je hiermee akkoord? Heb je verder nog vragen?”*

### **Algemene vragen:**

- Geslacht
- Leeftijd
- Opleiding (relevant i.v.m. resultaten)
- Hoe lang woon je in Rijswijk? (Relevant i.v.m. kenmerken doelgroep)

### **Waarden (15 min)**

Deze vragen gaan over wat jij belangrijk vindt in het leven. Dit is belangrijk om te weten zodat ik een beeld kan schetsen wat jij leuk en niet leuk vindt. Voor je liggen een aantal kaartjes. Als je hardop wil nadenken welke keuzes je maakt.

**Kan je een top 5 maken met al deze kaartjes met wat jij belangrijk vindt in het leven? (cardsorting, Rokeach value survey\*)**

**Deze vragen gaan over wat jij momenteel wil zijn in het leven. Kan je hier ook de vijf beste uitkiezen en die op volgorde leggen? (cardsorting, Rokeach value survey, instrumentele waarden\*\*)**

**Wat zou jij graag willen bereiken in het leven? Maak een top vijf (cardsorting, Rokeach value survey, eindwaarden\*\*\*)**

**Waar zou jij jezelf plaatsen in deze afbeelding? (WIN-model\*\*\*\*)**

- Waarom identificeer jij jezelf met deze groep?



### **Gemeente Rijswijk (10-15 min)**

Dit onderdeel gaat over de gemeente Rijswijk. Deze vragen gaan over hoe jij over de gemeente Rijswijk denkt. Nogmaals, er zijn goede of foute antwoorden.

#### **Heb jij weleens contact gehad met de gemeente Rijswijk?**

- Ja;
  - o Waarover?
  - o Met wie?
  - o Via welk middel?
  - o Hoe is het contact verlopen?
  - o Hoe was de ervaring?
    - § Waarom?
- Nee;
  - o Waarom niet?
  - o Ben je het van plan in de toekomst te doen?
    - § Waarom?

#### **Wat is je mening over de gemeente Rijswijk?**

- Waarom?
- Kan er wat verbeterd worden?
  - o Hoe?

#### **Hoe denken je familie en vrienden die ook in Rijswijk wonen over de gemeente Rijswijk? (vrienden, familie)**

#### **Heb je wel eens meegedacht met de gemeente Rijswijk?**

- Ja;
  - o Waarover ging het?
  - o Met wie?
  - o Hoe heb je meegedacht?
  - o Ben je benaderd door de gemeente of via een andere weg?
  - o Hoe was de ervaring?
- Nee;
  - o Waarom niet?
  - o Wist je dat je kon meedenken?

#### **Wil je met de gemeente Rijswijk meedenken als zij daarom zouden vragen?**

- Wel;
  - o Waarom?

- o Hoe vaak?
  - o Waarover?
  - o Via welke manier (middel)?
- Niet;
  - o Waarom niet?
  - o Wat kan je overhalen om wel mee te denken?

### **Middelen (20 min)**

Het laatste onderdeel gaat over middelen. Voor dit onderdeel ben ik benieuwd welke middelen, oftewel media, jij gebruikt. Hierover stel ik een aantal vragen met behulp van deze stellingen. Daarna vraag ik hoe jij wil dat de gemeente Rijswijk jou benadert mochten ze je willen uitnodigen om eventueel mee te willen denken. Tot slot ga ik je vragen of je na wil denken over hoe, als je mee gaat denken, je met de gemeente wil communiceren. Denk vooral ook even hardop na, dit helpt jezelf.

### **Welke middelen gebruik jij nu zelf? (showcard met stellingen\*\*\*\*\*)**

- Showcard met stellingen erbij pakken
- Frequentie gebruik vragen
- Waarom?

### **Welke middelen zou de gemeente Rijswijk moeten gebruiken om in contact met jou te komen? (cardsorting\*\*\*\*\*)**

- Showcard met stellingen
  - o Waarom?
- Frequentie?
- Denk je dat de rest van de jongeren (12 t/m 18 of 19 t/m 27) het eens zijn met jouw keuze?
  - o Waarom?

### **Afsluiting (5 min)**

- Bedanken voor het meedoen
- Vragen/opmerking?
- Afsluiten

## **Bijlage D: Interviewtechnieken**

**\*Cardsorting: 'Kan je een top 5 maken met al deze kaartjes met wat jij belangrijk vindt in het leven? Leg uit waarom dit je top 5 is'**

- Actief zijn
- Avontuurlijkheid
- Creativiteit
- Enthousiasme
- Erkenning
- Gelijkheid
- Genot
- Gezelligheid
- Gezondheid
- Geluk
- Humor
- Kennis
- Kwaliteit
- Liefde
- Lol
- Loyaliteit
- Milieubewustheid
- Moed
- Onafhankelijkheid
- Plezier
- Rechtvaardigheid
- Respect
- Rust
- Trouw
- Vertrouwen
- Verwennen
- Vriendschap
- Vrijheid
- Vrede

**\*\*Cardsorting: 'Deze vragen gaan over wat jij momenteel wil zijn in het leven. Kan je hier ook de vijf beste uitkiezen en die op volgorde leggen (en uitleggen)?'**

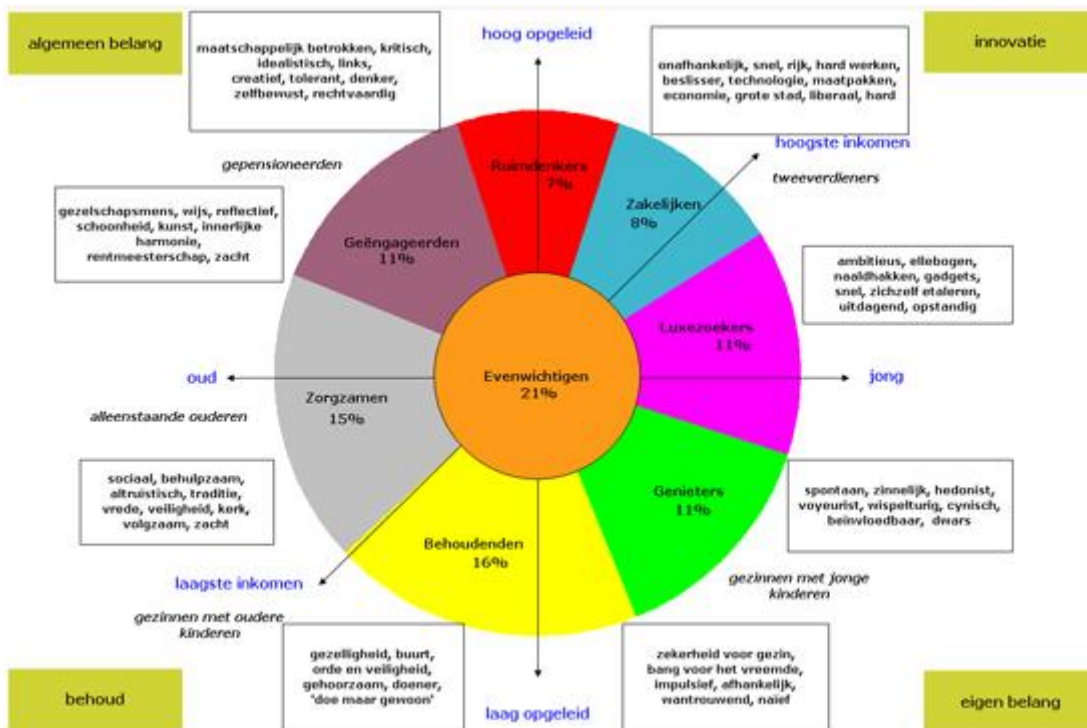
- Behulpzaam
- Beleefd

- Competent
- Creatief
- Eerlijk, oprecht
- Gedisciplineerd
- Gehoorzaam
- Hardwerkend
- Intellectueel
- Liefdevol
- Logisch, consistent
- Moedig
- Netjes
- Onafhankelijk
- Open
- Verantwoordelijk
- Vergevingsgezind
- Vrolijk

**\*\*\*Cardsorting: 'wat zou jij graag willen bereiken in het leven? Maak een top vijf.'**

- Comfortabel leven
- Erkenning, status
- Gelijkheid
- Geluk
- Het gezin
- Innerlijke harmonie
- Liefde en seksualiteit
- Nationale veiligheid
- Opwindend leven
- Plezier
- Prestatie
- Schoonheid
- Verlossing
- Vrijheid
- Ware vriendschap
- Wereldvrede
- Wijsheid
- Zelfrespect

\*\*\*\*WIN-model: 'Hier zie je het WIN-model, dat staat voor waarden in Nederland. Bij welke groep hoor jij het meest? Waarom?



Figuur D1: WIN-model™ (Kantar TNS, z.j.)

\*\*\*\*\*Showcard met stellingen: ‘Welke middelen gebruik jij nu zelf?’ (kruisjes zetten en korte algemene toelichting geven)

| Stelling  | 1. Niet | 2. Soms | 3. Eén keer<br>per maand | 4. Eén keer<br>per week | 5. Elke dag |
|-----------|---------|---------|--------------------------|-------------------------|-------------|
| Facebook  |         |         |                          |                         |             |
| Twitter   |         |         |                          |                         |             |
| Instagram |         |         |                          |                         |             |
| Pinterest |         |         |                          |                         |             |
| Snapchat  |         |         |                          |                         |             |
| LinkedIn  |         |         |                          |                         |             |
| YouTube   |         |         |                          |                         |             |
| Whatsapp  |         |         |                          |                         |             |
| Overig    |         |         |                          |                         |             |

\*\*\*\*\* Showcard met stellingen: ‘Welke middelen zou de gemeente Rijswijk moeten gebruiken om in contact met jou te komen?’ (kruisjes zetten en korte algemene toelichting geven)

| Stelling             | 1. Niet | 2. Slechte keuze | 3. Neutraal | 4. Goede keuze | 5. Beste keuze |
|----------------------|---------|------------------|-------------|----------------|----------------|
| Facebook             |         |                  |             |                |                |
| Twitter              |         |                  |             |                |                |
| Instagram            |         |                  |             |                |                |
| Pinterest            |         |                  |             |                |                |
| Snapchat             |         |                  |             |                |                |
| LinkedIn             |         |                  |             |                |                |
| YouTube              |         |                  |             |                |                |
| WhatsApp             |         |                  |             |                |                |
| Website gemeente     |         |                  |             |                |                |
| Lokale krant         |         |                  |             |                |                |
| Lokale tv            |         |                  |             |                |                |
| Lokale radio         |         |                  |             |                |                |
| Digitale nieuwsbrief |         |                  |             |                |                |
| E-mail               |         |                  |             |                |                |

## **Bijlage E: Topic Guide kwalitatief intern (expertinterview)**

- **Welke communicatiemiddelen gebruikt de gemeente Rijswijk momenteel?**
- **Welke communicatiemiddelen worden er gebruikt om inwoners van de gemeente uit te nodigen om mee te denken?**
- **Via welke middelen denken inwoners van Rijswijk mee met de gemeente Rijswijk?**
- **Worden de participanten als ze mee hebben geholpen nog op de hoogte gehouden van verdere ontwikkelingen over het onderwerp en/of het project?**
  - o Hoe?
- **Zijn er nog middelen die de gemeente Rijswijk wil gaan gebruiken?**
  - Ja
    - Welke zijn dat?
  - Nee
    - Waarom niet?