

Burgerparticipatie binnen het project 'Holwerd aan Zee'



KennisCentrum
Natuur en
Leefomgeving

Doren, Ricardo van

Burgerparticipatie binnen het project 'Holwerd aan Zee'

Hogeschool Van Hall Larenstein

Leeuwarden

juni 2017

Opdrachtgevers	Lectoraat Kust en Zee, Stichting Holwerd aan Zee en KennisCentrum Natuur en Leefomgeving
Begeleiders	Peter Hofman en Marieke Verweij

Doren, Ricardo van 940108001

AFBEELDING OMSLAG: SITUATIESCHETS VAN HOE HET GEBIED ROND HOLWERD
ER MET DIJKDOORBRAAK UIT KAN KOMEN TE ZIEN (PROGRAMMA NAAR EEN
RIJKE WADDENZEE, 2015)

Voorwoord

Dit document is mijn afstudeeropdracht bij de opleiding Kust en Zee Management aan Hogeschool Van Hall Larenstein (VHL) met als onderwerp “burgerparticipatie binnen het project Holwerd aan Zee”. Het onderzoek is uitgevoerd voor de Stichting Holwerd aan Zee, het Lectoraat Kust en Zee van VHL en het Kennis Centrum Natuur en Leefomgeving (KCNL) project ‘Vitale kustzone / Holwerd aan Zee’.

Een dank voor de inwoners en ondernemers die de enquête hebben ingevuld en de mensen die ik heb gesproken van andere burgerinitiatieven. Dankzij hun heb ik de behaalde resultaten verkregen. Tijdens het enquêteren bij de Coop in Holwerd zijn leuke en nuttige gesprekken ontstaan.

In het bijzonder wil ik Peter Hofman en Marieke Verweij bedanken voor hun begeleiding vanuit school, Jan Zijlstra voor de hulp vanuit de Stichting Holwerd aan Zee en Dirk Osinga van het Nordwin College voor de hulp als projectleider van het KCNL project.

Ricardo van Doren, 14 juni 2017

Summary

The Dutch Waddensea coastal area is used as transit area to the Wadden Islands by tourists. One of the villages located in such transit area on the Frisian coast is Holwerd. Holwerd has a decline in population and live ability. Citizens created the project 'Holwerd aan Zee' to prevent Holwerd from a greater decline. This project should increase the live ability, number of jobs and sales. The main idea is to create a dike breakthrough with "opportunities for human and nature" and a lake located at the inner side of the dikes. This lake should function as a rinsing lake that keeps the channel between Holwerd and Ameland deep enough on a natural way (which causes a decrease in dredging costs). It is important to involve the citizens in the project. The foundation 'Holwerd aan Zee' is curious in what way citizens are involved at the moment and how they want to be involved in the project. The aim of this research is to create a list of actions that keep the citizens involved in the project. In this research is looked at the following subjects to reach this aim; how the citizens are involved now, how they want to be involved and what the added value and worries are. The second aim is organizing "Café Holwerd" (an interactive information meeting). The citizens should be informed and actively involved with Café Holwerd.

Best practices and pitfalls are analyzed from six similar citizen initiatives by literature research and interviews. The opinions of the residents have been collected by a short survey at the local supermarket. The residents could choose to cooperate with the extended survey (by mail) at the end of the survey. The opinions of the entrepreneurs have been collected by taking a short survey by phone or by mail. They also had the option to cooperate the extended survey (by mail).

The first pilot of Café Holwerd took place during this research. The citizens could give their opinion on how the information meeting should be filled during the survey. The program of Café Holwerd has been created during phase one. Café Holwerd took place on June 12, 2017, during phase two. Pitches were given by the foundation 'Holwerd aan Zee' and a couple of students that did research for 'Holwerd aan Zee'. There was a market where citizens could ask questions and give ideas at each stand (stands were linked to the pitches). Café Holwerd has been evaluated and a script for the next time was made during phase three.

The most important best practices of other citizen initiatives were; working on its own, just doing and continuing and get the finances arranged as quickly as possible. The most important pitfalls of other citizen initiatives were; unstructured meetings, only a few active citizens and citizens that are afraid of change in their area. The short survey shows that residents (73 out of 137) and entrepreneurs (9 out of 13) are positive about the project 'Holwerd aan Zee'. The extended survey shows that some residents (18 out of 49) have the opinion that it takes too long before something happens. The added values of the project for the citizens are tourism, employment and livelihood in the village. The biggest concern is the finances according to the residents (11 out of 49).

There can be concluded that residents are actively involved and entrepreneurs are less actively involved. Both have enough knowledge about the project 'Holwerd aan Zee'. The residents and a number of entrepreneurs would like to be more actively involved. Both want to receive more information about the progress of the project. Actions to keep the citizens involved are advised to the foundation. These actions are; regular informing of citizens about the progress and a time table, create a newsletter, get the finance clear and giving citizens a chance to actively participate in (a part of) the project. Café Holwerd is best filled in by giving citizens brief and clear information about the progress of the project. In addition, interaction in small groups is important. This interaction was created by the form of a market where questions could be asked per stand.

Samenvatting

De Nederlandse Waddenzee kustregio wordt door veel toeristen gebruikt als doortrekhaven naar de Waddeneilanden. Holwerd (een dorp aan de Friese kust) wordt hierbij voorbij gereden en ondervindt een krimp in de bevolking en een achteruitgang in de leefbaarheid. Om verdere krimp te voorkomen is door inwoners en ondernemers (burgers) uit het dorp het project Holwerd aan Zee opgezet. Het project zou de leefbaarheid, het aantal banen en de omzet vergroten. Kern van dit project is om een dijkdoorbraak te creëren, met “kansen voor mens en natuur” en een binnendijks beleefmeester. Het beleefmeester zou dienen als spoelmeester om de vaargeul van Holwerd naar Ameland op een natuurlijke manier op diepte te houden (wat een reductie in baggerkosten betekent). Het is belangrijk dat de burgers nauw betrokken worden bij het project. De stichting Holwerd aan Zee was benieuwd naar hoe burgers betrokken zijn en hoe ze betrokken zouden willen zijn binnen het project Holwerd aan Zee. Met als doel het vinden van acties om burgers betrokken te houden bij het project, is gekeken naar hoe ze nu betrokken zijn, hoe ze betrokken willen en kunnen worden en wat de meerwaarde en zorgen zijn van het project. Het tweede doel was het opzetten van een “Café Holwerd” (interactieve informatieavond) als manier om burgers goed te informeren en actief betrokken te houden.

Uit zes vergelijkbare burgerinitiatieven zijn best practices en valkuilen geanalyseerd, door middel van literatuuronderzoek en interviews. De mening van de inwoners is verzameld door middel van een korte enquête bij de supermarkt, waarbij ze konden aangegeven om de uitgebreide enquête in te vullen (per mail). De mening van de ondernemers is verzameld door een korte enquête telefonisch af te nemen of per mail, waarbij de optie bestond om de uitgebreide enquête in te vullen (per mail).

Tijdens dit afstudeeronderzoek heeft de eerste pilot van Café Holwerd plaatsgevonden. Door middel van de enquête is geïnventariseerd hoe burgers een dergelijke avond ingevuld wilden hebben en is het programma voor Café Holwerd bedacht (fase 1). Fase twee bestond uit de uitvoering van Café Holwerd op 12 juni 2017. Waarbij pitches zijn gegeven door de stichting Holwerd aan Zee en verschillende studenten die onderzoek deden voor Holwerd aan Zee. Ook was er een “markt” waar burgers per kraam (kraam gekoppeld aan pitches) vragen konden stellen of ideeën geven. Tijdens fase drie is Café Holwerd geëvalueerd en een draaiboek opgesteld voor een volgende keer.

De belangrijkste best practices van andere burgerinitiatieven waren; het werken op eigen kracht, het doen en doorzetten en het zo snel mogelijk rondkrijgen van de financiën. De belangrijkste valkuilen van andere burgerinitiatieven, waren; geen structuur in vergaderingen, weinig actieve burgers en burgers die bang zijn voor verandering. Uit de korte enquête blijkt dat zowel inwoners (73 van de 137) als ondernemers (9 van de 13) positief staan tegenover het project. Maar uit de uitgebreide enquête blijkt dat een deel van de inwoners (18 van de 49) het lang vindt duren voor er wat gebeurt. De meerwaarde van het project voor de burgers zit voornamelijk in toerisme, werkgelegenheid en levendigheid in het dorp. De grootste zorg onder de inwoners is de financiering (11 van de 49).

Geconcludeerd kan worden dat inwoners actief betrokken zijn en ondernemers wat minder actief betrokken zijn. Beide hebben veel kennis hebben over het project Holwerd aan Zee. De inwoners en een aantal ondernemers willen graag nog actiever betrokken worden. Beiden willen vaker informatie krijgen over de voortgang van het project. Om burgers betrokken te houden zijn acties opgesteld die geadviseerd worden aan de Stichting. Dit zijn het regelmatig informeren van burgers over de voortgang met onder andere een tijdsplanning, het opzetten van een nieuwsbrief, rondkrijgen van financiën en burgers de kans geven om actief iets bij te dragen in een (deel) project. Café Holwerd kan het beste ingevuld worden door burgers tijdens een dergelijk avond kort en duidelijk te informeren over de voortgang van het project. Daarnaast is interactie in kleine groepen belangrijk. Dit is uitgevoerd in de vorm van een markt waar vragen gesteld konden worden per kraam.

Inhoudsopgave

1	Introductie	6
1.1	Project ‘Holwerd aan Zee’	7
1.2	Probleemstelling.....	9
1.3	Doelstelling.....	9
2	Materiaal en Methoden	10
2.1	Lessen uit andere burgerinitiatieven.....	10
2.2	Mening van de inwoners en ondernemers	11
2.3	Café Holwerd	14
3	Resultaten.....	16
3.1	Lessen uit andere burgerinitiatieven.....	16
3.2	Mening van de inwoners en ondernemers	18
3.2.1	Betrokkenheid	18
3.2.2	Meerwaarde en zorgen	20
3.3	Café Holwerd	25
4	Discussie en conclusie	28
4.1	Lessen uit andere burgerinitiatieven.....	28
4.2	Huidige betrokkenheid	28
4.3	Gewenste betrokkenheid	29
4.4	Meerwaarde en zorgen	29
4.5	Acties om inwoners en ondernemers betrokken te houden	29
4.6	Café Holwerd	30

Literatuurlijst

Bijlage 1, Ondernemers in Holwerd

Bijlage 2, korte enquête inwoners

Bijlage 3, uitgebreide enquête inwoners 5 tot 10 minuten

Bijlage 4, korte enquête ondernemers

Bijlage 5, uitgebreide enquête ondernemers

Bijlage 6, Interviews burgerinitiatieven

Bijlage 7, Draaiboek Café Holwerd46

1 Introductie

De Waddenzee is een dynamisch en uniek gebied dat bij eb 4000 vierkante kilometer aan droogvallende wadplaten heeft. Het is daarmee het grootste getijdengebied ter wereld. De Waddenzee loopt vanaf de Nederlandse kust bij Den Helder tot aan het Deense Esbjerg en heeft sinds 2009 de Werelderfgoed status (Waddenvereniging, 2017). De economie in het waddengebied bestaat onder andere uit visserij, landbouw, recreatie en gaswinning. Op de Waddeneilanden is de verbinding met de zee goed voelbaar. Toeristen krijgen op allerlei manieren voorlichting over het gebied dat ze bezoeken. Sommige gebieden zijn niet direct toegankelijk voor publiek zodat de natuur niet wordt verstoord. In andere gebieden zijn speciaal wandelpaden gemaakt waardoor er toch van de natuur genoten kan worden, maar dat de natuur niet teveel verstoord wordt (Marencic, et al., 2013). Dit in tegenstelling tot de kuststrook, hier leven mensen voornamelijk achter de dijk, met de rug naar de zee. Van oudsher zien mensen op het vasteland de zee als een kracht waar tegen je jezelf moet beschermen. Daardoor blijven ecologische en economische kansen liggen. Zo worden bijvoorbeeld veel kansen voor toerisme niet aangepakt, omdat er minder directe natuur is die gemakkelijk toegankelijk is. Natuur in de kwelders wordt vaak gezien als 'modderpoel'. Deze zijn voor veel mensen niet zo gemakkelijk toegankelijk als een strand en duinen waar je door kan lopen. (Waddenacademie, 2016)

De Waddenzee kustregio wordt door veel toeristen gezien als doortrekhaven naar de Waddeneilanden, zonder te weten wat die kustregio allemaal te bieden heeft zoals de kwelders (Ontwerplab krimp, 2009). Holwerd, gelegen in Noord Friesland (zie figuur 1), is zo'n doortrekhaven naar het Waddeneiland Ameland, jaarlijks passeren circa 500.000 bezoekers Holwerd zonder dat ze het echt door hebben. Dit doen ze op weg naar de veerboot. Holwerd heeft circa 10.000 toeristen op jaarbasis. Passanten zien Holwerd nauwelijks, omdat de toegangsweg naar de veerhaven met een boog om Holwerd heen gaat (figuur 2). (Schijndel & Rutherglen, 2010)



FIGUUR 1 LOCATIE VAN HOLWERD IN FRIESLAND (GOOGLE, 2017)



FIGUUR 2 KAART VAN HOLWERD EN DE WEGEN DIE NAAR DE HAVEN TOELOPEN OM HET DORP HEEN, BLAUWE LIJN IS DE HOLWERTER FEART (ALDERLIESTEN, ET AL., 2016)

De kustregio ziet een krimp in aantal inwoners door vergrijzing en jongeren die liever naar de steden trekken omdat de leefbaarheid minder wordt. Door deze krimp en de achteruitgang van economische activiteiten in de regio verslechteren openbare voorzieningen. Holwerd is ook een van die dorpen die te maken heeft met krimp. Tussen 2005 en 2016 is het inwonersaantal van Holwerd gedaald van 1770 naar 1599 (krimp van 9,7%) (Ruyter, 2013). Ook is een krimp in banen waargenomen van 5,1% tussen 2004 en 2014 in de gehele gemeente Dongeradeel, waar Holwerd onderdeel van is. Alleen de gemeente Schiermonnikoog en Tytsjerksteradiel met respectievelijk 8,8% en 6,5% hebben een grotere krimp in Friesland. Gemiddeld was er een groei van banen in Friesland van 1,2% in de periode 2004 tot 2014 (Holkema, 2014). In en rond Holwerd zijn 49 bedrijven gevestigd (zie bijlage 1). De bedrijven bevinden zich in de sectoren industrie; land- en tuinbouw; bouw; horeca; vervoer en opslag; communicatie; toerisme en zorg (Schijndel & Rutherglen, 2010).

1.1 Project 'Holwerd aan Zee'

Het project Holwerd aan Zee is begonnen als burgerinitiatief en bedoeld om de negatieve ontwikkelingen in het dorp Holwerd tegen te gaan en verdere krimp te voorkomen. De stichting Holwerd aan Zee is opgericht in 2013 met ondernemers en leden van het dorpsbelang met als doel te zorgen voor meer omzet, hogere leefbaarheid en meer banen. Dit wil de stichting bereiken door de connectie tussen zee en mens te herstellen middels een dijkdoorbraak en daarmee het creëren van een beleefmeer. Het beleefmeer zou de functie moeten krijgen als spoelmeer, om zo de vaargeul van Holwerd naar Ameland natuurlijk op diepte te houden. In en rond het beleefmeer ontstaan er dan kansen voor toerisme, bijvoorbeeld in de vorm van recreatieterpen. Daarnaast ontstaat er met het

beleefmeer een directe verbinding tussen de kwelders en het dorp. Naast kansen voor de toeristische sector ontstaan er nieuwe kansen in de watersport en bootreparatie mocht er een jachthaven komen in het beleefmeer, zoals nu omschreven is in de plannen van de stichting Holwerd aan Zee. Verder zullen alle bedrijven in Holwerd een groei ondervinden in de omzet als er meer toeristen komen en zal het inwonersaantal stijgen door de hogere leefbaarheidsfactor. (KennisCentrum Natuur en Leefomgeving, 2016)

Mocht er een dijkdoorbraak gerealiseerd worden dan zal dit ook invloed hebben op de agrarische sector. Het zoete grondwater komt dan in contact met zout water. Zilte teelt kan dan een onderdeel worden voor de bedrijfsvoering van boeren. De vraag is of de boeren hier op zitten te wachten en dat ze dit juist zien als kans of als bedreiging. (Stichting Holwerd aan Zee, 2016a). In het gebied waar het beleefmeer binnendijs zou moeten komen zijn vier boeren actief die (delen van) hun land zullen moeten inruilen/verkopen. Een van die boeren met het grootste stuk grond zit zelf in de stichting en ziet er geen probleem in om zijn stuk land in te ruilen of te verkopen (Hiddema, 2017).

Naast de sociale en economische voordelen zijn er ook voordelen voor de natuur zelf. Het herstel van de zoet-zout connectie is een ecologische kans voor onder andere de kwelders, trekkende vissen en vogels. Zo kunnen soorten zoals de paling weer trekken van de zee naar het binnenwater en van het binnenwater naar de zee. (Waddenvereniging, 2015)

Burgerparticipatie

Het project Holwerd aan Zee is opgezet door inwoners en ondernemers (burgers) en is dus een burgerinitiatief. Een dijkdoorbraak zal veel betekenen voor burgers van de regio, daarom is het belangrijk dat burgers in het gebied bij het project betrokken blijven. Door veel interesse binnen de politiek is het belangrijk te waarborgen dat het project van de burgers blijft en niet van de overheid. Door zowel alle inwoners als alle ondernemers bij het project betrokken te houden zal er een groter draagvlak gecreëerd worden voor het project (Schijndel & Rutherglen, 2010). Uit geslaagde en niet geslaagde burgerinitiatieven in krimpregio's blijkt dat burgerparticipatie steeds belangrijker wordt. Hierbij is daadkracht en scherpheid van initiatiefnemers en betrokkenheid van burgers belangrijk. Goed overleg en samenwerking tussen de verschillende partijen resulteert meestal tot een grotere kans van slagen. Daarom is het belangrijk te weten te komen hoe burgers betrokken zouden willen zijn en hun goed te informeren over het project. Ook best practices uit andere burgerinitiatieven kunnen leerzaam zijn. (Lekkerkerker & Vries, 2014)

Maar burgerinitiatieven kennen ook valkuilen waardoor het project soms vastloopt. Een voorbeeld van een niet geslaagd project is het Wieringerrandmeren project. Dit project is onder andere vastgelopen omdat er te weinig ondersteuning was vanuit de burgers. Met de Wieringerrandmeren was het de bedoeling om van de gemeente Wieringen in Noord-Holland een schiereiland te maken en zo een randmeer te creëren. Dit randmeer zou een verbinding zijn tussen het Amstelmeer en het IJsselmeer. Burgers vreesden dat de gemeente Wieringen minder goed bereikbaar zou worden met nadelen voor de economie (Wieringerrandmeer, 2010). Naast te weinig ondersteuning vanuit de bevolking, was de financiering voor het gehele project niet sluitend. Door de Gedeputeerde Staten van Noord-Holland is besloten het gehele project stop te zetten (Wieringer nieuws, 2010).

De stichting Holwerd aan Zee heeft de burgers tot nu geïnformeerd via de website, drie informatieavonden over het project Holwerd aan Zee en de jaarlijkse vergadering van het dorpsbelang waar alle inwoners voor uitgenodigd zijn. Ook zijn er meerdere dagen geweest waar workshops hebben plaats gevonden waar burgers en studenten inbreng konden geven voor het project. Hoe de burgers al deze informatie hebben ontvangen en in hoeverre ze zich betrokken voelen was bij de stichting nog niet duidelijk (Zijlstra, 2017). Om de burgers betrokken te houden had

de Stichting Holwerd aan Zee samen met Kenniscentrum Natuur en Leefomgeving (KCNL) het plan om twee keer per jaar 'Café Holwerd' te gaan organiseren. KCNL heeft enkele vragen opgesteld met betrekking tot het project Holwerd aan Zee die studentonderzoekers konden kiezen. Eén daarvan was de betrokkenheid van burgers en het opzetten van Café Holwerd. In Café Holwerd zullen inwoners, ondernemers, overheid en (student)onderzoekers bij elkaar komen om informatie uit te wisselen. Dit is een manier om burgers in Holwerd betrokken te houden bij het project. In dit onderzoek zal ook een invulling van een dergelijke café-avond worden voorgesteld. Het is niet de bedoeling dat Café Holwerd alleen een informatieavond (zenden in de richting van burgers) zal worden, maar interactie en inbreng vanuit de inwoners en ondernemers zal belangrijk zijn.

1.2 Probleemstelling

Om het aantal banen, de omzet en leefbaarheid in Holwerd te vergroten zijn burgers van Holwerd in 2013 het initiatief 'Holwerd aan Zee' gestart. Een van de uitdagingen nu is om burgers bij het project betrokken te houden. Uit andere, vergelijkbare burgerinitiatieven is gebleken dat er een probleem kan ontstaan wanneer burgers de meerwaarde niet inzien van het project (voorbeeld de Wieringerrandmeren), waardoor het project uiteindelijk geen doorgang vindt. De stichting Holwerd aan Zee vraagt zich af wat de inwoners en ondernemers vinden van het project en hoe ze zich betrokken voelen en hoe ze dat zouden willen blijven.

1.3 Doelstelling

Het eerste doel voor dit afstudeeronderzoek was het vinden van mogelijkheden om alle inwoners en ondernemers in Holwerd betrokken te houden bij het project Holwerd aan Zee en het geven van concrete aanbevelingen aan de stichting Holwerd aan Zee, naast 'Café Holwerd'. Het tweede doel was het opzetten en invulling geven aan het eerste Café Holwerd en het schrijven van een duidelijk draaiboek voor een volgende Café Holwerd. Vanwege dit tweedelige doel, heeft dit onderzoek twee hoofdvragen.

Hoofdvraag 1:

Welke acties moeten er, naast Café Holwerd, ondernomen worden zodat inwoners en ondernemers van Holwerd zich betrokken (blijven) voelen bij het burgerinitiatief Holwerd aan Zee?

Deelvragen:

1. Welke valkuilen en best practices kennen vergelijkbare burgerinitiatieven en hoe kan men hier in Holwerd aan Zee rekening mee houden?
2. Hoe zijn de inwoners en ondernemers tot nu toe betrokken in het project Holwerd aan Zee?
3. Hoe willen inwoners en ondernemers het liefst betrokken blijven bij het project Holwerd aan Zee?
4. Welke meerwaarde en zorgen zien inwoners en ondernemers bij het project Holwerd aan Zee?

Hoofdvraag 2:

Hoe kan het concept 'Café Holwerd' het beste worden ingevuld in het kader van burgerparticipatie?

2 Materiaal en Methoden

In dit hoofdstuk worden de verschillende onderzoeksmethode besproken, hoe de verzamelde data geanalyseerd is en hoe de deelvragen en uiteindelijk de hoofdvraag beantwoord zijn. De deelvraag omtrent valkuilen en best practices komt terug in 2.1. Hoe de burgers tot nu toe betrokken zijn, hoe ze betrokken willen blijven en wat de meerwaarde en zorgen zijn wordt besproken in 2.2. In 2.3 wordt Café Holwerd besproken.

2.1 Lessen uit andere burgerinitiatieven

Om er achter te komen wat valkuilen en best practices waren bij andere burgerinitiatieven zijn er door middel van een literatuuronderzoek andere burgerinitiatieven in Nederland gevonden. Aan de hand van de criteria gebiedsindeling (een project waarbij een gebied een nieuw bestemmingsplan krijgt) en krimpgebieden (een project waarbij het dorp te maken heeft met een bevolkingskrimp en/of achteruitgang ondervinden van de leefbaarheid), die beide ook op Holwerd van toepassing zijn, zijn zes burgerinitiatieven geselecteerd. Drie burgerinitiatieven daarvan waren geslaagd of nog succesvol bezig en de andere drie burgerinitiatieven waren projecten die niet geslaagd zijn.

De drie bovenste burgerinitiatieven in tabel 1 waren succesvol, de drie onderste burgerinitiatieven hebben het niet gehaald. Bij alle zes burgerinitiatieven is geprobeerd de initiatiefnemers te interviewen.

TABEL 1 BURGERINITIATIEVEN DIE GECONTACTEERD ZIJN EN WAAR LITERATUURONDERZOEK NAAR GEDAAN IS

Burgerinitiatief	Korte omschrijving van het project
Project Lochem 3.0 (Gelderland)	In Lochem hebben inwoners het dorp weer levendiger proberen te maken en hebben ze samen al succesvolle innovatieve stappen gezet om meer toeristen naar het dorp te trekken. (Lekkerkerker & Vries, 2014)
Stichting Sint Jan (Groningen)	In Kloosterburen willen burgers wonen, werken, zorg, cultuur en ecologie zodanig ontwikkelen dat de leefbaarheid en vitaliteit van dit dorp voor de toekomst geborgd wordt. (Aalvanger & Breman, 2013)
Het BinnensteBuitenBos (Overijssel)	In Diepenheim hebben ze een oude rolschaatsbaan omgebouwd tot een groene speeloase die ruimte biedt voor ontspanning, vermaak en ontmoeting. (Luttik, et al., 2014)
Wieringerrandmeer (Noord-Holland)	In Noord-Holland bestond de wens om van de gemeente Wieringen een schiereiland maken en daarmee een randmeer te creëren. (Wieringerrandmeer, 2010)
Stichting Plaatselijk belang Broekland (Overijssel)	In Broekland hebben burgers zich ingezet om de openbare ruimte en gezamenlijke voorzieningen in het dorp te verbeteren en zo de levendigheid te verhogen. (Floor & Salverda, 2006)
Werkgroep Hart van Ven-Zelderheide (Limburg)	In Ven-Zelderheid wilden een aantal bewoners een dorpshart realiseren door een akkertje te veranderen in een parkje en van de niet veel gebruikte kerk een dorpshuis te maken. (Inema, 2015)

Als eerste zijn specifieke valkuilen en best practices uit rapporten van bovenstaande burgerinitiatieven gehaald. Deze zijn in een tabel onderverdeeld onder de thema's 'valkuilen' en 'best practices'. De resultaten onder de valkuilen zijn punten waar de stichting Holwerd aan Zee op zal moeten gaan letten. Uit de resultaten onder best practices kan de stichting voordeel halen door ze waar mogelijk toe te passen in het project.

De tweede stap was het telefonisch contact leggen met de initiatiefnemers van deze zes burgerinitiatieven om een interviewafspraken te maken. Tijdens dit interview is gevraagd naar de succes en faal factoren (valkuilen en best practices) en naar eventuele oplossingen voor de valkuilen die de initiatiefnemers zijn tegengekomen tijdens het project. Het interview was semigestructureerd doordat enkele vragen vast stonden en er afhankelijk van de antwoorden dieper op sommige vragen kon worden ingegaan. Het voordeel van een semigestructureerd interview is dat er meer diepgang gecreëerd kon worden in het interview voor een kwalitatief onderzoek (Dingemanse, 2015). Op deze manier zijn er meer tips voor het project Holwerd aan Zee naar boven komen.

Uit de interviews zijn de relevante uitspraken gehaald voor de vraag wat de valkuilen en best practices zijn met betrekking tot de betrokkenheid van de burgers. Daarna zijn uitspraken voorzien van een label die past bij het stukje tekst, dit wordt ook wel gefundeerde theoriebenadering genoemd (Baarda, 2009). Gelijke labels (of synoniemen) zijn samengevoegd en bijgehouden hoe vaak ze voorkwamen. De categorieën zijn vervolgens verdeeld onder de thema's 'valkuilen' en 'best practices' (ook wel selectieve codering genoemd) (Baarda, 2009).

Het resultaat is een tabel met best practices (tips) voor een succesvol burgerparticipatie project waar burgers goed betrokken blijven en tips over hoe het project Holwerd aan Zee valkuilen kan vermijden.

2.2 Mening van de inwoners en ondernemers

Om er achter te komen op welke manier de inwoners en ondernemers (burgers) zich tot nu toe betrokken voelen en hoe ze het best betrokken kunnen en willen blijven bij het project Holwerd aan Zee, zijn enquêtes afgenomen. In de enquêtes is ook geïnventariseerd welke meerwaarde het project heeft voor de burgers en welke zorgen ze hebben over het project. De eerste doelgroep zijn de inwoners van Holwerd omdat zij er baat bij hebben als de leefbaarheid en voorzieningen verbeteren. De tweede doelgroep zijn alle ondernemers in Holwerd (Zie bijlage 1). Ondernemingen in sommige sectoren zullen meer verschil zien in omzet en aantal banen, maar in principe kan elke onderneming zijn voordeel halen uit het project Holwerd aan Zee. Het enquêteren bestond voor de inwoners uit 2 delen, eerst is een korte face to face enquête afgenomen en vervolgens is een uitgebreide enquête online aangeboden. Door de burgers persoonlijk te benaderen met eerst een korte enquête werden ze betrokken bij het project en konden ze hun mening geven. De ondernemers hebben gelijk een uitgebreide enquête gekregen. Bij de herinnering hebben ze alsnog eerst een korte enquête gekregen omdat de respons erg laag lag. Dit heeft een beetje geholpen.

Bij de start van het formuleren van de enquête vragen heeft Jan Zijlstra van de Stichting Holwerd aan Zee vragen toegestuurd die volgens hem interessant zijn. Deze vragenlijst is samengevoegd met de vragenlijst die was opgezet om de vragen in dit onderzoek te beantwoorden tot twee enquêtes (een voor inwoners en een voor ondernemers) die beide niet langer duren dan tien minuten, hierna valt meestal de concentratie weg van respondenten (CheckMarket, 2017). Deze versies zijn met Jan Zijlstra besproken, waarna nog enkele kleine aanpassingen zijn gedaan. Uit de gebreide enquête zijn toen ook enkele vragen gehaald die naar voren komen in de korte enquête.

Enquête inwoners

Er is gekozen om de representativiteit te meten aan de hand van het aantal huishoudens. Er is gebleken dat de enquête maar een keer per huishouden wordt ingevuld tijdens het afnemen van de korte enquête. Om een representatief resultaat met een betrouwbaarheidsniveau van 95% en een foutenmarge van 10% te hebben voor de 715 huishoudens zijn er minimaal 85 respondenten nodig voor de enquête. Dit is uitgerekend met behulp van de steekproefcalculator van Corpus (Corpos,

2017). In de resultaten is nogmaals berekend hoe groot het betrouwbaarheidsniveau van de uiteindelijke steekproef was.

Om de inwoners van Holwerd te bereiken is eerst een korte enquête afgenomen bij de plaatselijke Coop om zoveel mogelijk mensen te bereiken, hiermee werd ook interesse opgewekt om mee te doen aan de uitgebreide enquête. De Coop is de plaatselijke supermarkt waar bijna alle inwoners boodschappen doen, aldus Jan Zijlstra (namens de stichting Holwerd aan Zee) en vier bewoners in Holwerd. Ze gaven aan dat de grote boodschappen ook wel eens in Dokkum gehaald worden. De korte enquête is afgenomen tijdens vier dagen, een dinsdagmiddag, donderdagochtend, woensdagmiddag en avond, vrijdag ochtend en middag. Op de vrijdag waren de meeste mensen in de winkel, zoals vooraf was aangegeven door de supermarktmanager (Verbeek, 2017). Ook was er duidelijk te merken dat de laatste dag bij het afnemen van de enquêtes veel mensen al benadert waren in de dagen ervoor. Door de persoonlijke manier van benaderen werd de kans op een grote steekproef vergroot voor de uitgebreide enquête en werd draagvlak voor het project gecreëerd doordat inwoners de onderzoeker dan leerden kennen (Weide, 2017). Daarnaast kon in een mondelinge enquête net wat meer toelichting gegeven worden, waardoor er meer informatie boven tafel kon komen dan als je enkel een online enquête doet. De uitgebreide enquête was wel online aan de inwoners toegestuurd zodat ze op hun gemak de vragen konden invullen op een moment dat hun goed uit kwam. Bij een paar inwoners zijn een papieren versie verstrekt omdat ze het niet via de mail konden invullen.

De korte enquête (zie bijlage 2) bevat zes vragen, waarvan één open vraag waar inwoners hun mening konden geven in eigen woorden over het project en vijf meerkeuze vragen zodat de enquête kort bleef. De uitgebreide enquête (zie bijlage 3) bevat 20 vragen en heeft een wisseling van open en meerkeuzevragen.

De uitgebreide enquête is opgesteld met behulp van Google Formulieren. Voordelen van deze service is dat het volledig gratis is en gemakkelijk op te zetten. Daarnaast wordt de data automatisch in een overzichtelijke Excelsheet gezet wat tijd bespaarde met het verwerken van de data. (Google forms, 2017)

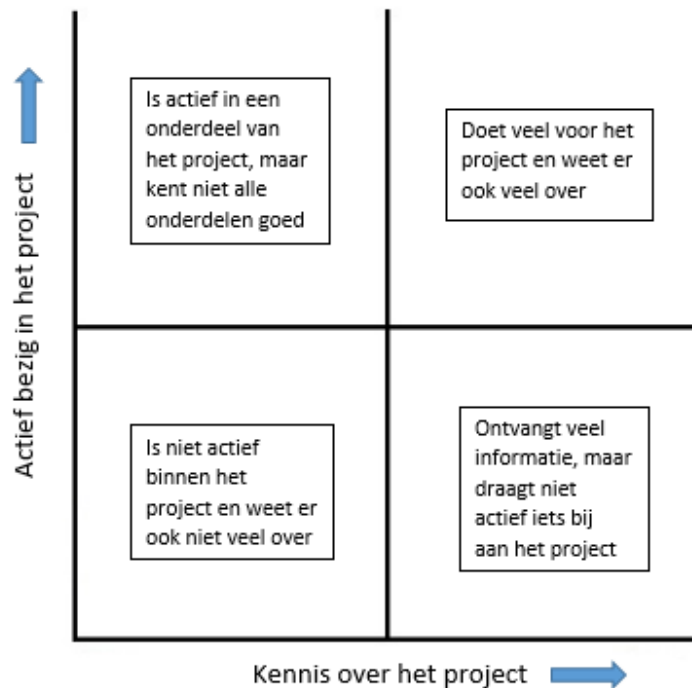
Enquête ondernemers

Alle bedrijven in Holwerd (zie bijlage 1) zijn benaderd voor dit onderzoek omdat alle bedrijven belang hebben bij een dorp waarvan de omzet, aantal banen en leefbaarheid omhoog gaat. De bedrijven zijn eerst per mail benaderd om de enquête in te vullen. Later zijn de bedrijven ook nog telefonisch benadert vanwege de lage respons en hebben ze een korte versie van de enquête toegestuurd gekregen (zie bijlage 4) waarbij ze aan het einde alsnog konden kiezen om de uitgebreide enquête ook in te vullen. Voor de bedrijven was de enquête iets anders met vragen die meer zijn gespecificeerd voor het bedrijfsleven, de opstelling is hetzelfde. De uitgebreide enquête voor bedrijven is terug te vinden in bijlage 5. De enquête moet door minimaal 33 bedrijven ingevuld worden om representatief genoeg te zijn voor alle bedrijven in Holwerd (betrouwbaarheidsniveau van 95% en foutenmarge van 10%) (Corpos, 2017). De enquête voor bedrijven is ook opgesteld met behulp van Google formulieren (Google forms, 2017).

Enquête analyse

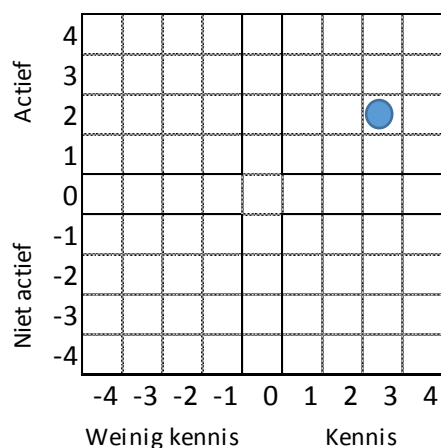
Uit een deel van de enquête is gekomen hoe de inwoners en ondernemers zich tot nu toe betrokken voelen in het project, hoe ze betrokken willen blijven en welke meerwaarde en zorgen ze hebben over het project Holwerd aan Zee. Hieronder wordt besproken hoe de data uit de enquête geanalyseerd zijn. Daarnaast is er uit de enquête gekomen hoe de inwoners en ondernemers Café Holwerd ingevuld willen hebben, deze analyse wordt besproken in 2.3.

Betrokkenheid is de band met iemand of iets, in dit geval het project Holwerd aan Zee (Woorden.org, 2017). De mate van betrokkenheid tot nu toe is gemeten aan de hand van vraag 1, 2, 3 en 6 in de uitgebreide enquête (bijlage 3 en 5). Het resultaat wordt gepresenteerd in een matrix met vier categorieën (zie figuur 3).



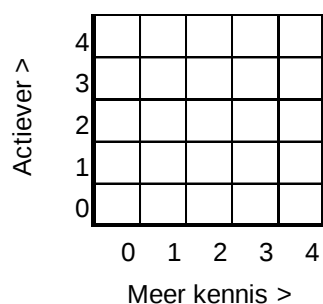
FIGUUR 3 MATRIX VOOR BETROKKENHEID (MANDOUR, ET AL., 2005)

Voordat de matrix voor betrokkenheid bereikt werd, is er een gedetailleerde matrix gemaakt met opties binnen de categorieën, zie figuur 4. Hierdoor waren de antwoorden van de enquête gemakkelijk in te voeren. Achter de antwoordmogelijkheden in de enquête staat de waarde van het antwoord (zie bijlage 3 en 5). Dit kan positief zijn voor actief en/of kennis, dit wordt weergegeven met een '+1' (positief) of '+2' (heel positief) achter de antwoordmogelijkheden. Negatief wordt weergegeven met een '-1' (negatief) of '-2' (zeer negatief). Een neutraal antwoord kan ook, dit is '0'. Alle antwoorden zijn per respondent en per categorie (kennis of actief) opgeteld en in de matrix (figuur 4) gezet. Als voorbeeld, iemand die voor de mate van kennis de resultaten '-1, 1, 1 en 2' heeft, komt in de matrix op de horizontale as te staan bij $-1+1+1+2=3$. Als hij de resultaten heeft bij actief '2, 1, 0 en -1', komt hij de matrix op de verticale as te staan bij $2+1+0-1=2$. De blauw punt in figuur 4 geeft het resultaat aan in de matrix.



FIGUUR 4 MATRIX DIE INGEVULD KAN WORDEN OP BASIS VAN DE ENQUÊTE ANTWOORDEN

Met de antwoorden op de vragen 7, 9, 13, en 17 in de uitgebreide enquête is bepaald hoe de burgers betrokken willen worden in de toekomst. Achter de antwoordmogelijkheden in de enquête staat aangegeven of en in welke mate iemand actiever betrokken wil worden, of meer kennis wil. De waardering van de antwoorden zijn bij elkaar opgeteld en in een tabel gezet zoals in figuur 5. Hierin betekent 0 dat ze geen behoefte hebben aan meer kennis of actievere betrokkenheid en een 4 (het hoogst haalbare getal) betekent dat iemand veel actiever betrokken wil worden en/of veel meer kennis wil.



FIGUUR 5 MATRIX GEWENSTE BETROKKENHEID

De meerwaarde en zorgen (plus- en minpunten) van de burgers zijn duidelijk geworden uit de antwoorden op de vragen 4, 5, 8, 10, 11 en 12 in de uitgebreide enquête. Soortgelijke antwoorden die gegeven zijn bij de open vragen zullen worden samengevoegd, bijvoorbeeld de meerwaarde 'meer omzet' en 'meer inkomsten' betekenen in dit onderzoek hetzelfde. Doordat de resultaten met aantallen in een grafiek gepresenteerd zijn, is duidelijk te zien welke zorgen een prioriteit hebben en welke meerwaardes belangrijk zijn om te behouden of te ontwikkelen.

2.3 Café Holwerd

Het concept 'Café Holwerd' is voorgesteld als middel om de burgers te betrekken bij het project en participatie te bevorderen. De organisatie van de pilot versie van Café Holwerd bestond uit drie fases. Fase 1 was de enquête over hoe de burgers de avond ingevuld wilden hebben. Fase 2 was invulling geven en het organiseren (inclusief het opstellen van een draaiboek) van het eerste Café Holwerd in de avond van 12 juni 2017 met behulp van de antwoorden uit de enquête. Fase 3 was het evalueren van de avond en het afmaken van het draaiboek voor een volgende editie.

Fase 1

Door de burgers te informeren en de kans te geven om bij te dragen aan het project Holwerd aan Zee wordt er draagvlak gecreëerd. Dit draagvlak zal het grootst worden als er van de burgers bekend is

wat ze willen horen tijdens een Café Holwerd en hoe ze de invulling hier van zien, deze informatie is verkregen door middel van de enquête. De opzet van de enquête en hoe die werd afgenomen is uitgelegd in 2.2. De vragen 14, 15 en 16 uit de uitgebreide enquête gaan over Café Holwerd. Uit de vragen is gehaald hoe de burgers de invulling het liefst zien. In de antwoordmogelijkheden van de vraag 'hoe de invulling van Café Holwerd gewenst is' zijn al vijf suggesties opgenomen. Inbreng onder de antwoordoptie 'anders' zal nieuwe ideeën naar voren brengen. De suggesties die het vaakst naar voren kwamen kregen de belangrijkste rol tijdens de organisatie van Café Holwerd, hoe vaker een suggestie belangrijk werd gevonden door de respondenten hoe meer tijd tijdens de avond er voor uit getrokken werd. Als bijvoorbeeld de mogelijkheid tot vragen stellen belangrijk werd geacht zal is meer tijd voor ingepland worden. Samen met de projectleider van het KCNL project is de invulling bepaald worden.

Naast de invulling van Café Holwerd is uit de enquête gekomen hoe lang een dergelijke avond mag duren en hoe vaak per jaar het gewenst is voor de burgers. Deze data staan in twee grafieken waarbij op de ene grafiek op de X-as staat hoe lang het gewenst is dat een dergelijke avond duurt en in de andere grafiek hoe vaak per jaar de burgers het graag zouden hebben. Bij beide grafieken staat op de Y-as hoe vaak een specifiek antwoord is gegeven. Op basis hiervan is het programma bedacht en de maximale duur bepaald. Ook is besloten hoe vaak per jaar Café Holwerd daadwerkelijk gaat plaats vinden in het vervolg.

Fase 2

Tijdens Café Holwerd zijn de resultaten van de verschillende onderzoeksprojecten van de studenten gepresenteerd (naast dit onderzoek doen meerdere studenten van verschillende scholen onderzoek binnen het KCNL project). Voor dit onderzoek zullen dit de acties zijn die komen uit hoofdvraag 1 van dit onderzoek, hierdoor kan er gekeken worden of de burgers zich hierin kunnen vinden en worden de acties gecheckt. Aan het eind van de avond was er de mogelijkheid om feedback punten op te schrijven in een boekje. In dit boekje konden burgers verbeterpunten aangegeven voor een dergelijke avond en feedback geven op de acties die komen uit hoofdvraag 1 van dit onderzoek. Café Holwerd is georganiseerd in samenwerking met de stichting Holwerd aan Zee.

Fase 3

Het eerste Café Holwerd is nabesproken met de stichting Holwerd aan Zee en Dirk Osinga (projectleider KCNL project). Daarin is de feedback die was opgeschreven behandeld en daarop zijn manieren bedacht om de verbeterpunten toe te passen voor de volgende keer.

Om de organisatie voor een volgende Café Holwerd makkelijker en beter te maken is er een draaiboek opgesteld. Hierin is de wens van de burger (gehaald uit de enquête vooraf aan de avond), hoe de avond is georganiseerd en wat de burgers er van vonden (gehaald uit de feedback boekjes) verwerkt. Op basis van de feedback punten is er een aanbevelingen gemaakt voor in het draaiboek.

3 Resultaten

In dit hoofdstuk worden de resultaten besproken. Eerst komen de best practices en valkuilen uit andere burgerinitiatieven aan bod, vervolgens de betrokkenheid, meerwaarde en zorgen van de burgers en als laatste de resultaten met betrekking tot Café Holwerd.

3.1 Lessen uit andere burgerinitiatieven

De best practices en valkuilen van zes andere burgerinitiatieven staan in tabel 2 en 3 samengevoegd. Met mensen van de stichting Sint Jan, Het BinnensteBuitenBos, Stichting Plaatselijk Belang Broekland en het project Wierengerrandmeer zijn interviews gehouden (zie bijlage 6). Met mensen van het Project Lochem 3.0 en Werkgroep Hart van Ven-Zelderheid kon helaas geen contact gelegd worden, omdat er geen reactie kwam. Wel zijn de best practices en valkuilen hiervan gevonden tijdens literatuur onderzoek. Deze gegevens staan ook in tabel 2 en 3 verwerkt. Ondanks dat met twee burgerinitiatieven geen interview gehouden kon worden is er wel een gelijke verdeling van geslaagde en niet geslaagde burgerinitiatieven die zijn geïnterviewd.

De best practices van de verschillende interviews en literatuurverslagen zijn samengevoegd en verwerkt in tabel 2. In de eerste kolom staat kort de betreffende best practice beschreven (codewoorden zijn gebruikt om te filteren). In de tweede kolom staat een toelichting van de best practices.

TABEL 2 BEST PRACTICES UIT ANDERE BURGERINITIATIEVEN (TUSSEN HAAKJES HET AANTAL KEER DAT DE BEST PRACTICES VOOR KWAMEN) (ARKES, 2017) (SINT JAN, 2017) (KLEIN HORSMAN, 2017) (TOERING, 2017) (LUTTIK, ET AL., 2014) (FLOOR & SALVERDA, 2006) (AALVANGER & BREMAN, 2013) (INEMA, 2015)

Best practices	Toelichting
Flexibel plan	Door geen plan te hebben met vaste kaders, maar met ruimte voor inspraak door burgers, vergroot je de draagkracht in het dorp
Dwarsbanden creëren	Door je te verbinden met anderen organisaties wordt het initiatief zichtbaarder en sterker
Stapsgewijs	Maak 'hapklare brokken' van het plan, zo worden mensen actiever betrokken
Zichtbaarheid deelsuccessen	Vier ook kleine successen, hierdoor blijven mensen geloven in het gehele project
Eigen kracht (3x)	Werk zoveel mogelijk op eigen kracht en probeer de overheid zo min mogelijk nodig te hebben. Dan gaat het project sneller en blijf je als organisatie meer gemotiveerd
Doen en doorzetten (2x)	Doe het met iedereen en blijf door zetten
Eigenschappen van initiatiefnemers	Initiatiefnemers moeten de volgende eigenschappen hebben: creativiteit, enthousiasme, motivatie, inzet, vertrouwen in mensen, netwerken en lobbyen
Draagvlak creëren	Creëer draagvlak door meningen van het volk duidelijk te hebben, de belangen achter de standpunten te kennen en daar ook wat mee doen
Betrek burgers actief	Hoe meer burgers actief betrokken zijn, hoe groter het draagvlak wordt. Betrek ze ook wanneer een (deel) project niet door gaat. Bij een deelproject dat niet door gaat, leg uit waarom en wat van het project nog wel door gaat
Ruim vrijwilligersnetwerk	Door veel verschillende taken (van groot tot klein) te hebben liggen die burgers naar wens kunnen oppakken,

	creëer je een groot vrijwilligersnetwerk
Financiën rond (2x)	Beschik snel over financiële ondersteuning. Dan hebben burgers sneller vertrouwen in het project dat het doorgaat

De valkuilen die zijn gehaald uit de verschillende interviews en literatuurverslagen zijn samengevoegd en verwerkt in tabel 3. In de eerste kolom staat in een paar woorden de valkuil omschreven (codewoorden zijn gebruikt om te filteren). Achter de valkuilen staan tips om de valkuilen te voorkomen. Deze tips zijn gegeven door mensen van de verschillende stichtingen/werkgroepen.

TABEL 3 VALKUILEN UIT ANDERE BURGERINITIATIEVEN (TUSSEN HAAKJES HET AANTAL KEER DAT DE VALKUIL VOOR KWAM) (ARKES, 2017) (SINT JAN, 2017) (KLEIN HORSMAN, 2017) (TOERING, 2017) (LUTTIK, ET AL., 2014) (FLOOR & SALVERDA, 2006) (AALVANGER & BREMAN, 2013) (INEMA, 2015)

Valkuilen	Toelichting valkuilen	Tip om valkuil te vermijden
Formeel opereren	Te formeel opereren, waardoor je vastloopt. Bijvoorbeeld door te denken als bedrijf in plaats van uit het burgers oogpunt. Zo krijg je minder ondersteuning vanuit de burgers	Zorg dat het een burgerinitiatief blijft dat van de burgers is en zorg dat het niet een zelf draaiend project wordt zonder de hulp van burgers
Burgers achter stellen	Enthousiaster naar de buitenwereld te communiceren over plannen en burgers achter stellen	Betrek de burgers uit het dorp altijd, ook als het nieuws alleen bedoeld is voor de buitenwereld
Veel hooi op de vork	Initiatiefnemers die te veel werk op zich nemen en alles zelf willen doen	Zorg voor een goede samenwerking binnen de projectgroep en verdeel de taken goed, betrek op tijd nieuwe mensen bij de groep als er gemerkt wordt dat de taken te veel worden
Machtsstrijd en klikjesvorming	Machtsstrijd en klikjesvorming binnen de organisatie zorgt voor problemen. Dit kan uiteindelijk een opsplitsingen binnen de projectgroep veroorzaken omdat niet iedereen het met elkaar kan vinden en dit is jammer voor het doel	
Traag tempo	Doordat het tempo van het project traag was gingen mensen ook niet meer geloven in het project	Vier elk succes en houd het project actief onder de burgers
Geen structuur (2x)	Vergaderingen zonder structuur en veel gepraat over andere zaken. De geïnterviewde noemde het zelf een "kippenhok"	Met een goede gespreksleider wordt dit gemakkelijk voorkomen. De gespreksleider kan gewoon in de organisatie zitten, maar moet wel de groep gestructureerd kunnen leiden
Geen sluitende business case	Geen sluitende business case, een bestuurder die dit niet op tijd wil inzien en blijft doorgaan met het project zonder te luisteren naar anderen terwijl het al bekend is dat de financiering niet rond gaat komen	Maak alles open voor elkaar, zodat iedereen weet wie waar mee bezig is. Zoek naar een business case die sluitend is
Weinig actieve burgers (2x)	De paar actieve burgers raken gedemotiveerd, doordat het grootste deel van de burgers niks doet	Creëer veel verschillende mogelijkheden om bij te kunnen dragen aan het project

Bang voor verandering (2x)	Burgers die bang zijn voor verandering in het dorp	Probeer zoveel mogelijk de negatieve/twijfel gedachtes weg te nemen
----------------------------	--	---

3.2 Mening van de inwoners en ondernemers

In dit deelhoofdstuk worden de enquêteresultaten besproken over de betrokkenheid, de meerwaarde en zorgen voor de inwoners en ondernemers met betrekking tot het project Holwerd aan Zee.

De korte enquête onder de inwoners is 137 keer ingevuld. Dit geeft met een betrouwbaarheidsniveau van 95% een foutenmarge van 7,5%. Dit is beter dan het verwachte percentage van 10%. Daarnaast wilden 123 mensen niet meewerken aan de enquête in de Coop. Hier zitten ook dubbele tellingen in; mensen die bijvoorbeeld tijdens twee dagen hebben gezegd niet mee te willen werken of mensen die de eerste dag geen tijd hadden en de tweede dag wel. Tijdens vier dagen is er in totaal 19 uur geënuquêteerd bij de Coop, dit vond plaats op een dinsdagmiddag, woensdag eind van de middag en begin avond, donderdagochtend en begin van de middag en op een vrijdagochtend en middag.

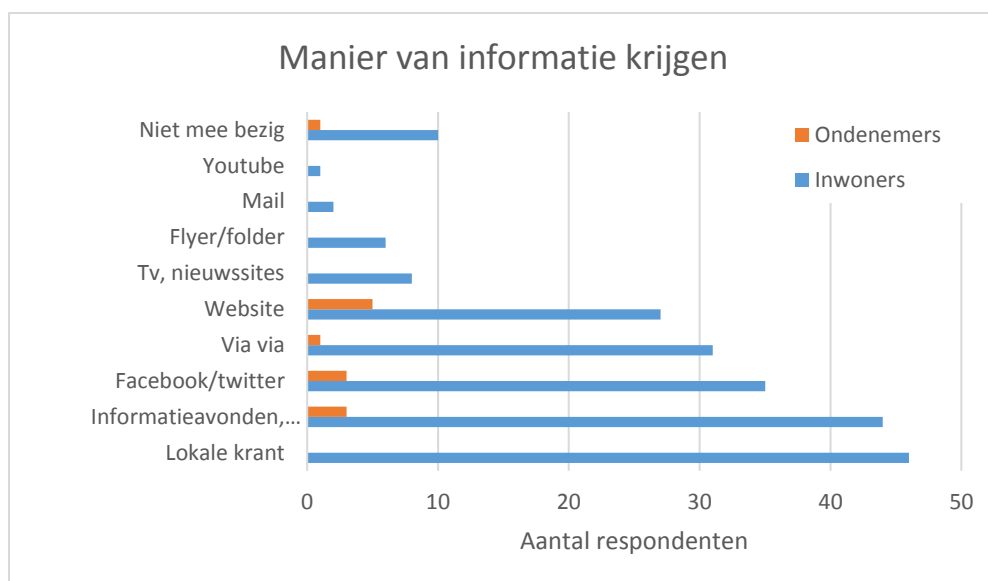
De uitgebreide enquête onder de inwoners is 49 keer ingevuld. Dit geeft met een betrouwbaarheidsniveau van 95% een foutenmarge van 14%. Dit ligt iets hoger dan het gewenste resultaat (10%). De uitgebreide enquête is grotendeels ingevuld door mensen die de korte enquête ook hebben ingevuld, maar er zijn ook mensen die alleen de uitgebreide enquête hebben ingevuld via een bericht op de Facebook pagina, website of in de lokale krant.

De korte enquête onder de ondernemers is 13 keer ingevuld. Dit geeft met een betrouwbaarheidsniveau van 95% een foutenmarge van 24%. De uitgebreide enquête onder de ondernemers is 11 keer ingevuld, dit geeft met een betrouwbaarheidsniveau van 95% een foutenmarge van 26%. Beide foutenmarges liggen hoger dan het gewenste percentage van 10%. Negenentwintig ondernemers hebben telefonisch of per mail aangegeven dat zij geen tijd of geen zin hadden om mee te werken aan de enquête, 9 ondernemers waren telefonisch niet bereikbaar en hebben ook niet op de mail gereageerd. De sectoren die vertegenwoordigd zijn in de uitgebreide enquête waren: 'Toerisme en recreatie'(4x), 'Gezondheids- en welzijnszorg'(3x), 'Detailhandel'(2x), 'Bouw'(1x), 'Landbouw'(1x).

Uit de korte enquête is gekomen dat 77% van de inwoners en 69% van de ondernemers positief staan tegenover het project. Verder is 14% van de inwoners en 31% van de ondernemers een beetje positief over het project. Slechts 4% van de inwoners is negatief over het project en 5% van de inwoners heeft geen mening.

3.2.1 Betrokkenheid

Uit de korte enquête is gebleken dat 131 van de 137 inwoners en alle 13 ondernemers bekend zijn met het project Holwerd aan Zee. De inwoners blijven het beste op de hoogte via de lokale krant en informatieavonden, meetings en workshops. Ook andere manieren van communicatie doen het goed (figuur 6).



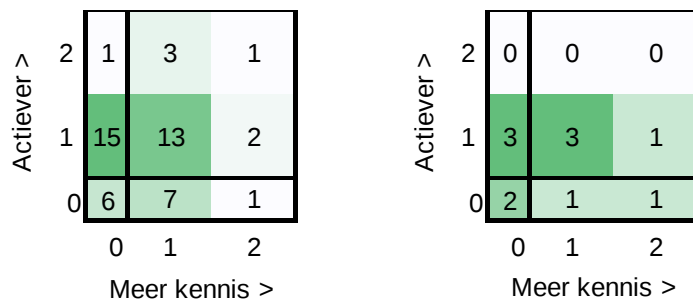
FIGUUR 6 MANIER HOE INWONERS EN ONDERNEMERS OP DE HOOGTE BLIJVEN VAN DE ONTWIKKELINGEN

Uit de uitgebreide enquête is gebleken dat de meeste inwoners (59%) veel kennis hebben over het project en actief zijn binnen het project (figuur 7). Van de ondernemers is het grootste deel niet actief, maar zij hebben wel veel kennis (45%) (figuur 7).

Actief bezig in het project -->	0	0	29	Actief bezig in het project -->	0	0	3	Actief bezig in het project -->	Actief in (een deel van) het project, maar krijgt weinig informatie	Actief betrokken in het project en krijgt veel informatie
	0	0	8		0	0	2			
	3	2	7		1	0	5		Is niet actief binnen het project en krijgt weinig informatie	Draagt niet actief iets bij, maar krijgt wel veel informatie
Kennis over het project -->				Kennis over het project -->				Kennis over het project -->		

FIGUUR 7 BETROKKENHEID VAN DE INWONERS (LINKS) EN ONDERNEMERS (MIDDEN), IN AANTALLEN. RECHTS STAAT WEERGEGEVEN WAT ELK VAK BETEKEN, DE MIDDELSTE STROKEN BETEKENEN DAT HET RESULTAAT ER TUSSENIN ZIT. BIJVOORBEELD DE '2' IN DE MATRIX VAN INWONERS BETEKENT DAT 2 PERSONEN WEL WAT KENNIS HEBBEN, MAAR NIET HEEL VEEL.

In figuur 8 is te zien in welke mate burgers meer actief betrokken willen worden en hoeveel meer kennis zij graag zouden willen. "0" betekent dat zij niet actiever of meer kennis hoeven. Het hoogst haalbare getal is "2", wat betekent dat mensen graag veel actiever betrokken willen worden en/of veel meer kennis willen. Het grootste deel van zowel de inwoners als ondernemers wil graag actiever betrokken worden in het project.



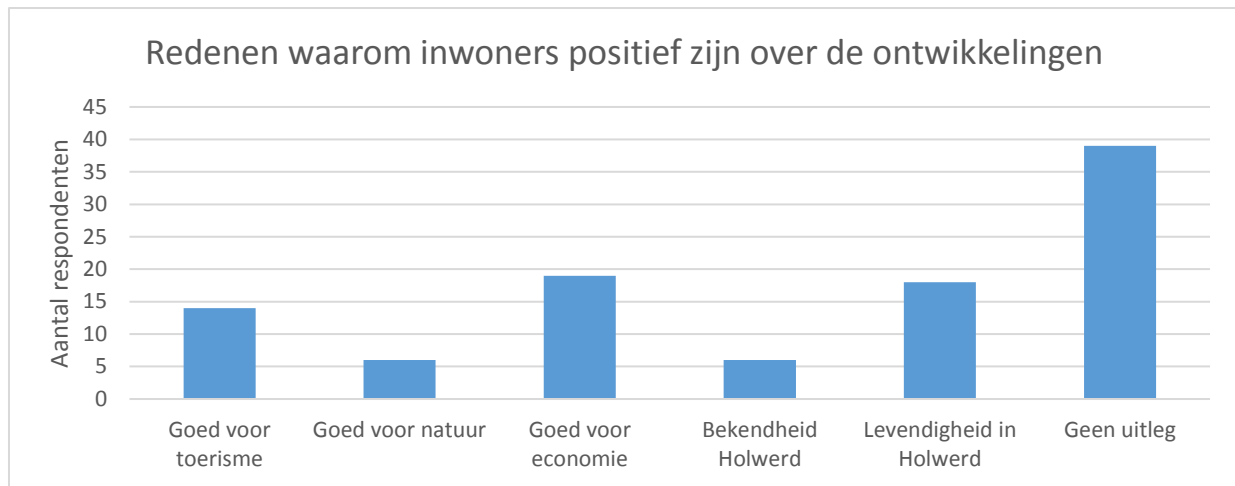
FIGUUR 8 MATE WAARIN HET AANTAL INWONERS (LINKS) EN ONDERNEMERS (RECHTS) ACTIEVER BETROKKEN WIL WORDEN EN MEER KENNIS WIL. '0' BETEKEN DAT ER GEEN VERANDERING NODIG IS, '1' BETEKEN DAT ZE IETS MEER KENNIS OF IETS ACTIEVER BETROKKEN WILLEN WORDEN EN '2' BETEKEN DAT ZE VEEL MEER KENNIS WILLEN EN VEEL ACTIEVER BETROKKEN WILLEN WORDEN.

3.2.2 Meerwaarde en zorgen

Uit de korte enquête is gebleken dat de meeste inwoners (73) positief denken over de ontwikkelingen (figuur 9). De belangrijkste redenen waarom zij positief zijn is dat het goed is voor de economie, levendigheid en toerisme (figuur 10).



FIGUUR 9 MENINGEN VAN DE INWONERS OVER DE ONTWIKKELINGEN BIJ HET PROJECT HOLWERD AAN ZEE



FIGUUR 10 REDENEN WAAROM INWONERS POSITIEF ZIJN OVER DE ONTWIKKELINGEN, MEERDERE ANTWOORDEN WAREN MOGELIJK PER RESPONDENT

Uit de uitgebreide enquête zijn de meerwaarde en zorgen voor inwoners en ondernemers naar voren gekomen. In figuur 11 is te zien dat een relatief groot deel van de inwoners (18%) vindt dat het lang duurt voordat er ontwikkelingen komen.

Over het concept van het beleefmeier zijn bijna alle inwoners (44 van de 49) en ondernemers (7 van de 11) positief, met als vaak genoemde redenen:

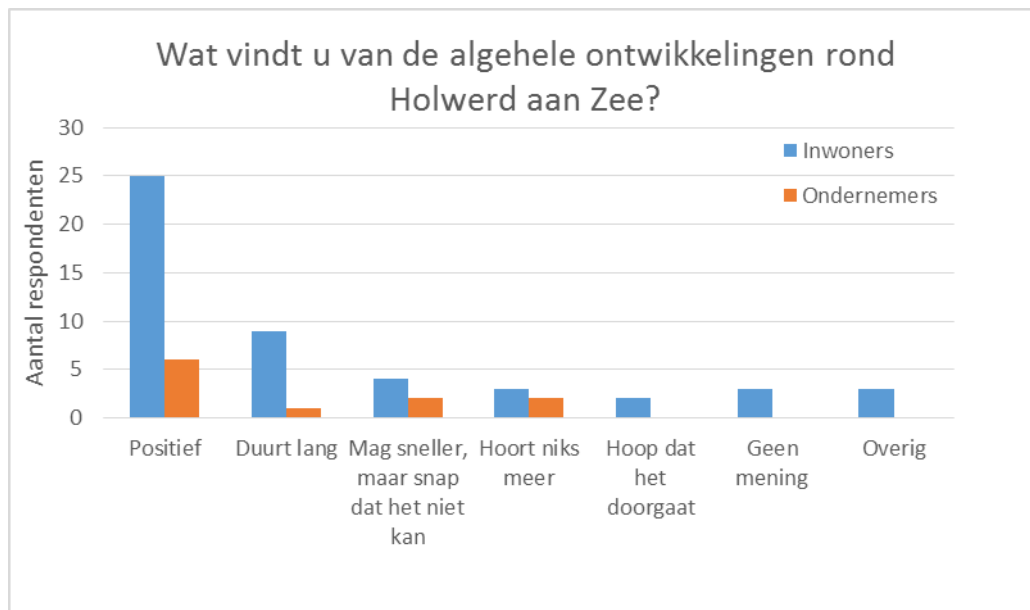
- “Het biedt kansen voor de hele regio Noordoost Friesland”
- “Het zal toeristen trekken”
- “Hopelijk wordt de Holwerter Feart (blauwe lijn in figuur 2) dan beter onderhouden, zodat die niet dichtslibt zoals nu”

Overige antwoorden die inwoners geven zijn:

- “Het is een goed plan, maar het zou aan de andere kant van Holwerd moeten in verband met de zon en meer ruimte”
- “Het is jammer als er geen doorgang komt naar de Waddenzee”

De ondernemers vermelden bij overig:

- “Het is een goed concept, maar het zal niet voldoende zijn om het dorp bruisend te krijgen. Daarvoor zou de instelling van de inwoners en ondernemers moeten veranderen. De ondernemers zouden weer echt hun bedrijf moeten gaan exploiteren om mensen terug te laten komen”

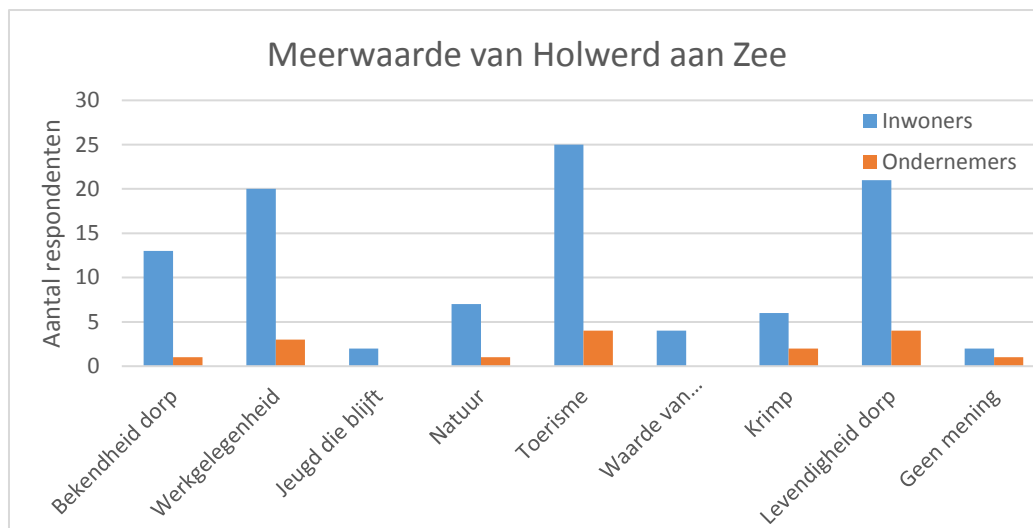


FIGUUR 11 MENING OVER DE ALGEGHELE ONTWIKKELING VAN HOLWERD AAN ZEE

Op de vraag of het project bijdraagt aan het imago van Holwerd zijn de inwoners en ondernemers het bijna allemaal met elkaar eens dat het zo is. Slechts 2 van de 49 inwoners en 1 van de 11 ondernemers vinden dat het project niet bijdraagt aan het imago van Holwerd, alle drie zonder toelichting. De reden die vaak wordt genoemd waarom het wel bijdraagt aan het imago is dat het project Holwerd aan zee een voorbeeld is en het Noorden van Friesland weer op de kaart zet.

Meerwaarde

De meerwaarde van het project voor de inwoners en ondernemers zit hem voornamelijk in toerisme, werkgelegenheid en levendigheid (figuur 12). Tevens is bekendheid van Holwerd een belangrijke meerwaarde voor inwoners, zodat mensen weten dat Holwerd bestaat voor zowel toerisme als woonplaats aan de Waddenzeekust. In figuur 12 zijn alle meerwaardes weergegeven en hoe vaak ze zijn genoteerd door de respondenten. Zij konden meerdere antwoorden invullen. Het project Holwerd aan Zee draagt nu ook al wat bij aan de activiteiten en levendigheid in het dorp. Inwoners merken dit doordat huizen worden opgeknapt en meer mensen naar het dorp komen als toerist of als belangstellende voor het project Holwerd aan Zee. Een groot deel van de inwoners (12) merkt nog niet echt verandering (figuur 13). Wel is opvallend dat een aantal inwoners de verandering al merkt, doordat de huizenverkoop (7) en toerisme (7) toeneemt. Onder de ondernemers wordt het al meer gemerkt, voornamelijk door het enthousiasme wat onder de burgers leeft (4). De levendigheid van het dorp zit weer in een stijgende lijn volgens de ondernemers.

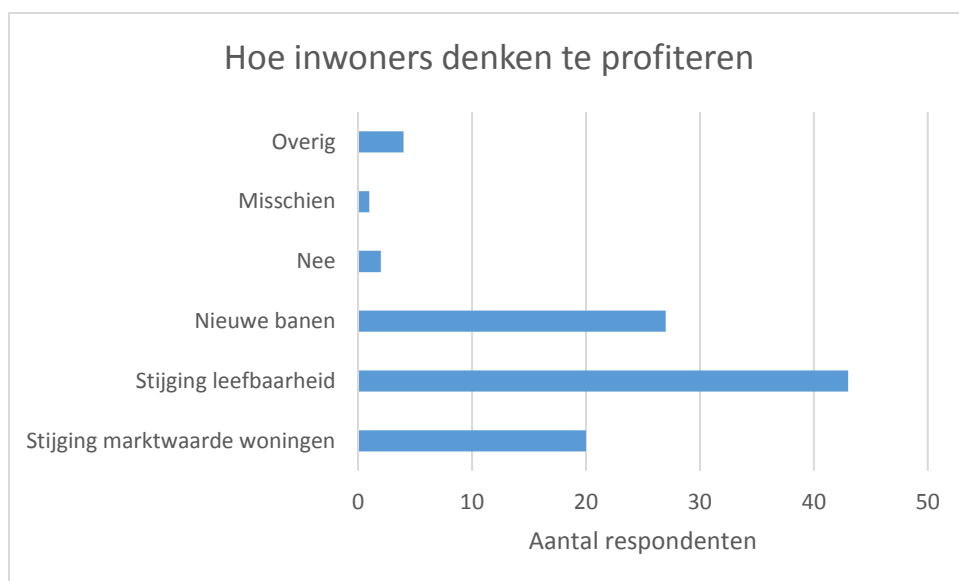


FIGUUR 12 MEERWAARDE VOOR DE INWONERS EN ONDERNEMERS VAN HET PROJECT HOLWERD AAN ZEE

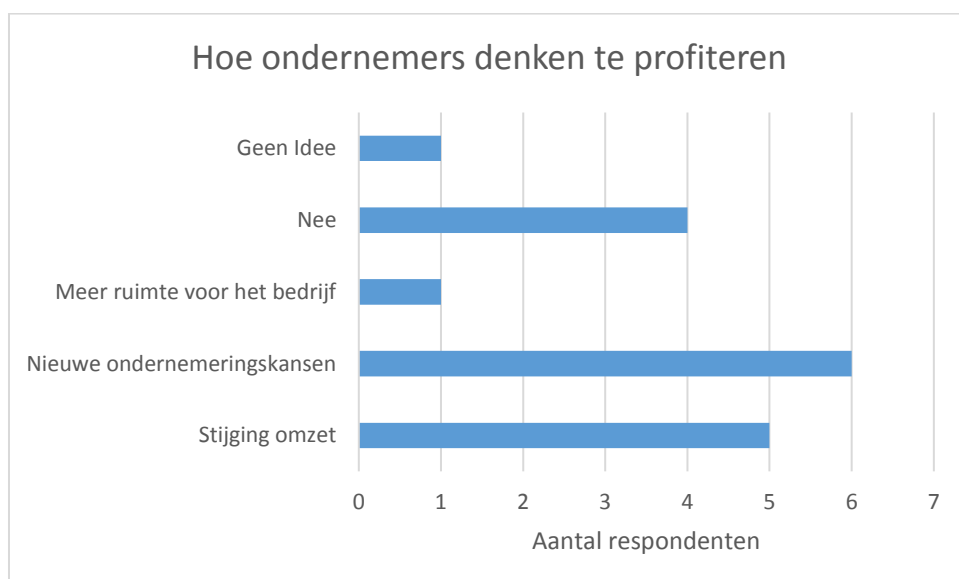


FIGUUR 13 LEVENDIGHEID EN ACTIVITEIT IN HET DORP

Naast de meerwaarde voor het dorp denken de inwoners en ondernemers ook zelf te kunnen profiteren van Holwerd aan Zee, zie figuur 14 en 15. De inwoners denken voornamelijk dat de leefbaarheid stijgt van het dorp. De ondernemers denken voornamelijk te profiteren door middel van nieuwe ondernemingskansen en een stijging in de omzet.



FIGUUR 14 HOE INWONERS DENKEN TE PROFITEREN VAN HOLWERD AAN ZEE



FIGUUR 15 HOE ONDERNEMERS DENKEN TE PROFITEREN VAN HOLWERD AAN ZEE

Zorgen

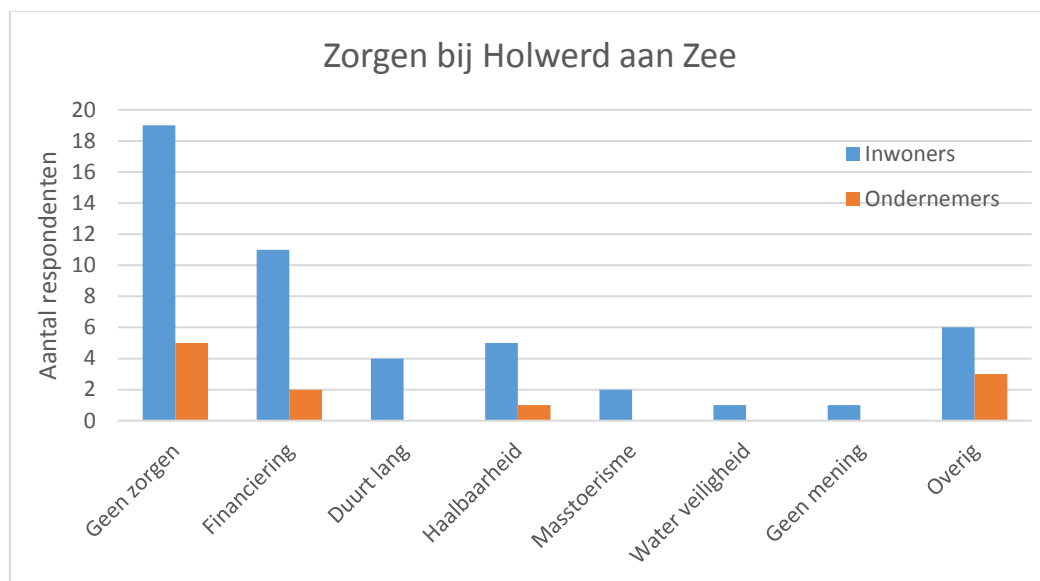
Een groot deel van de inwoners (19) en ondernemers (5) heeft geen zorgen bij het project Holwerd aan Zee (figuur 16). Wel is nog een relatief groot deel bezorgd over de financiering van het project. Redenen waarom de haalbaarheid wordt betwijfeld, zijn onder andere of de dijkdoorbraak wel daadwerkelijk gaat plaats vinden en of het spoelmeer effectief zal zijn. Zonder dijkdoorbraak denkt een respondent ook dat het gehele project niet meer doorgaat. Ook zijn er vragen over de haalbaarheid van het algehele plan.

Overige zorgen onder de inwoners zijn:

- “Ondernemers uit Holwerd worden misschien overgeslagen doordat ondernemers van buiten Holwerd naar Holwerd komen”
- “De inzet van de (provinciale) politiek voor het project Holwerd aan Zee lijkt niet altijd even goed”
- “Een terugval aan populariteit van het project na enkele jaren”

De overige zorgen bij ondernemers zijn:

- “Een stilstaande waterplas kan ook voor problemen zorgen” (geen toelichting)
- “Het geheel een onderonsje blijft van de notabelen om hun investeringen veilig te stellen”
- “Een terugval aan populariteit van het project na enkele jaren”



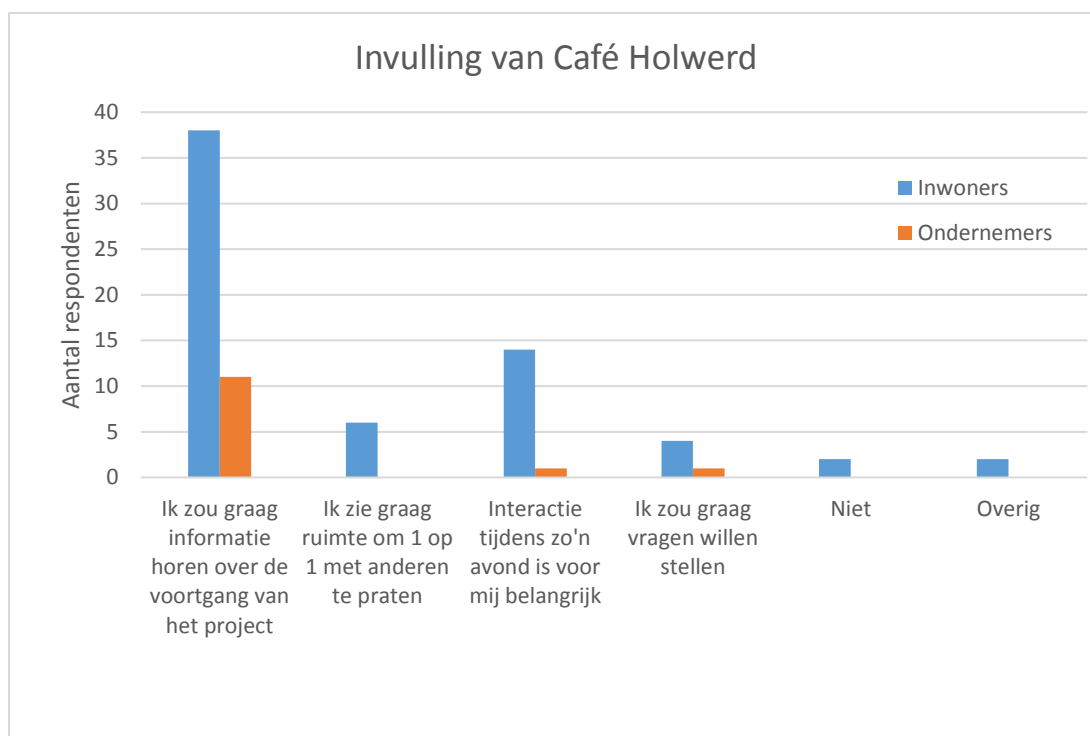
FIGUUR 16 ZORGEN BIJ HOLWERD AAN ZEE

3.3 Café Holwerd

In de korte enquête is geïnventariseerd hoeveel interesse er is voor Café Holwerd. Iets meer dan de helft van de ondervraagden (74) gaven aan naar Café Holwerd te zullen komen als zij kunnen.

Om Café Holwerd goed te organiseren is in de uitgebreide enquête geïnventariseerd bij de inwoners en ondernemers hoe zij een dergelijke avond ingevuld wilden hebben, hoe lang het mag duren en hoe vaak per jaar een dergelijke avond gewenst is.

Inwoners en ondernemers wilden graag tijdens Café Holwerd informatie ontvangen over de voortgang van het project. Daarnaast vinden inwoners interactie tijdens Café Holwerd een belangrijk onderdeel (figuur 17).

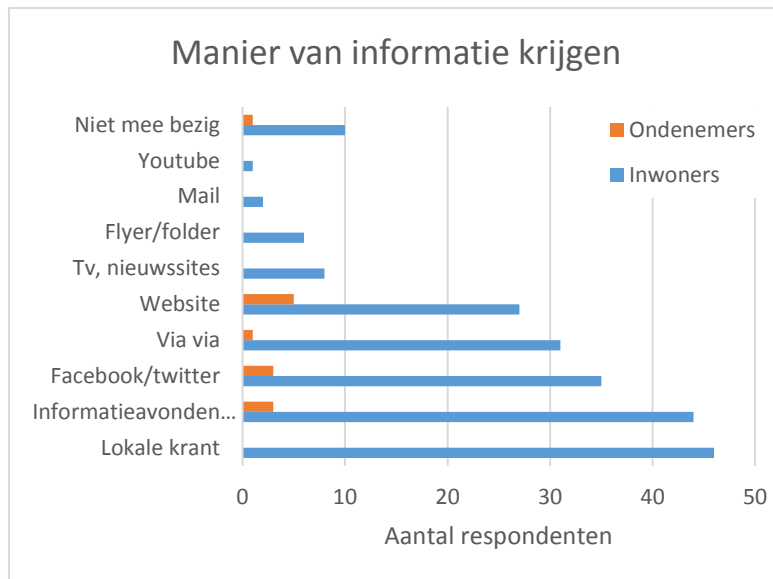


FIGUUR 17 HOE ZIEN DE INWONERS EN ONDERNEMERS GRAAG DE INVULLING VAN CAFÉ HOLWERD?

Uit de uitgebreide enquête is gebleken dat het grootste gedeelte van de inwoners (43%) Café Holwerd graag twee keer per jaar ziet, 33% zegt drie keer per jaar en 18% zegt vier keer per jaar. Slechts 4% ziet het graag maandelijks en 2% maar één keer per jaar.

Het antwoord op de vraag hoe lang Café Holwerd mag duren was voor het grootste deel 'zo lang het maar interessant is' (43%). Andere opties die respondenten aangaven waren '1,5 uur' (29%), '2 uur' (14%) en '1 uur' (14%).

Hoe burgers het best bereikt kunnen worden, is te zien in figuur 18. Hierin is aangegeven welke bronnen het meest gebruikt zijn door de respondenten om informatie te krijgen over Holwerd aan Zee. Deze vraag is 137 keer door inwoners en 13 keer door ondernemers beantwoord, respondenten konden meerdere antwoorden kiezen.



FIGUUR 18 VERSCHILLENDE BRONNEN WAAR INFORMATIE VERKREGEN WORDT EN HOE INWONERS EN ONDERNEMERS BENADERT KUNNEN WORDEN, RESPONDENTEN KONDE MEERDERE OPTIES AANKRUISEN.

Om burgers voor het eerste Café Holwerd op 12 juni 2017 uit te nodigen is gebruik gemaakt van een nieuwsbericht in de Dokkumer krant, een bericht op de website en de Facebook pagina en posters in de Coop supermarkt, het MFA (Multifunctioneel Accommodatie, een gebouw voor vergaderingen, bijeenkomsten, sport, theater en feesten) en bij de tandarts. Via deze weg en door middel van mond op mond reclame in het dorp was het idee dat bijna iedereen op de hoogte zou zijn van Café Holwerd.

Het doel van de avond is om burgers op de hoogte brengen van de onderzoeken en de planning voor de komende tijd van het project Holwerd aan Zee. Ook is het belangrijk om meningen te verzamelen over de verschillende onderzoeken onder de burgers en twijfels en negatieve gedachten weg te nemen. De avond is ingevuld met een presentatie over de voortgang en planning komende tijd en pitches over de verschillende studentonderzoeken. Daarna was er op de markt ruimte om vragen te stellen en/of ideeën in te brengen per kraam (gekoppeld aan een pitch).

Tijdens Café Holwerd op 12 juni 2017 waren circa 40 mensen aanwezig, circa 30 hiervan waren inwoners van Holwerd. De feedback die uit de avond kwam was voornamelijk meer promotie voor een informatieavond. Ondanks dat het via meerdere wegen verspreidt was, waren nog veel mensen niet op de hoogte van de avond kwam uit de feedback tijdens de eerste Café Holwerd avond.

De opzet, invulling en de evaluatie van Café Holwerd is verder terug te vinden in bijlage 7 (Draaiboek Café Holwerd).

4 Discussie en conclusie

Voor elke deelvraag is een aparte conclusie gemaakt. Voor deelvraag één staat de discussie er direct bij. Voor deelvraag twee, drie en vier staat de discussie met betrekking tot de enquête samengevat bij deelvraag twee, omdat de discussiepunten dezelfde enquête betreft. Dit hoofdstuk wordt afgesloten met de beantwoording van de hoofdvragen waarin ook aanbevelingen staan voor de stichting Holwerd aan Zee.

4.1 Lessen uit andere burgerinitiatieven

Interviews zijn bij vier van de zes burgerinitiatieven afgenomen. Ondanks dat er veel best practices en valkuilen zijn gekomen uit de interviews en literatuuronderzoek, blijft het mogelijk dat veel niet genoemd zijn door die vier burgerinitiatieven. Weinig best practices en valkuilen zijn dubbel genoemd en uit elk interview kwamen weer veel nieuwe best practices en valkuilen. Het lijstje met best practices en valkuilen is nog niet verzadigd. De resultaten zijn gericht op burgerinitiatieven die te maken hebben met gebiedsindeling en krimpgebieden en zijn daarom niet representatief voor alle burgerinitiatieven, wel voor het project Holwerd aan Zee. Aangeraden wordt om in een vervolgonderzoek best practices en valkuilen te zoeken totdat er (bijna) geen nieuwe bijkomen en het lijstje verzadigd is.

De meest genoemde best practices bij andere bestudeerde burgerinitiatieven zijn (1) doorzetten met zijn allen, (2) financiën snel rond krijgen en (3) zoveel mogelijk onafhankelijk zijn van de overheid. De meest genoemde valkuilen zijn (1) afwezigheid van gestructureerde vergaderingen, (2) burgers die bang zijn voor verandering en (3) te weinig burgers die actief betrokken zijn. Alle drie de valkuilen zijn gemakkelijk te voorkomen. Valkuil 1 is te voorkomen door regelmatig en met een goede gespreksleider te vergaderen. Een goede gespreksleider kan al in de organisatie zitten, maar belangrijk is dat hij of zij een vergadering gestructureerd kan leiden. Er kan ook gezocht worden binnen de burgers na iemand die de functie als gespreksleiders goed zou kunnen vervullen. Valkuil 2 kan voorkomen worden door twijfels zoveel mogelijk weg te nemen door middel van regelmatig complete en duidelijke informatie te delen. Valkuil 3 is te voorkomen door het creëren van een lijst met (kleine) taken die inwoners en ondernemers op kunnen pakken om bij te dragen aan het project.

4.2 Huidige betrokkenheid

De korte enquête is door ruim voldoende inwoners ingevuld en de uitgebreide enquête voor de inwoners is ook voldoende ingevuld, waardoor de resultaten voor de inwoners representatief zijn voor alle huishoudens in Holwerd. De ondernemers hebben niet veel gereageerd op de enquête, waardoor uiteindelijk maar 13 van de 49 ondernemers hebben meegewerkt aan de enquête. Uit de 13 antwoorden van de ondernemers zijn wel nuttige resultaten gekomen. De resultaten zullen niet volledig representatief zijn voor alle ondernemers, omdat er een foutenmarge blijft van 24%. Wel kunnen conclusies getrokken worden voor de sectoren 'Toerisme en recreatie', 'Gezondheids- en welzijnzorg' en 'Detailhandel', omdat deze sectoren goed vertegenwoordigd zijn in de enquête resultaten.

De enquête voor ondernemers had eerder telefonisch afgenomen moeten worden, waardoor er meer tijd was geweest om nogmaals terug te bellen als ze op dat moment geen tijd hadden voor de enquête. Hierdoor hadden meer ondernemers bereikt kunnen worden. Ook was het makkelijker geweest als de onderzoeker Fries goed verstaat om meer ondernemers en inwoners goed te kunnen bereiken. Enkelen haakten toch af doordat het afnemen van de enquête in het Nederlands was. Het enquêteren bij de Coop had ook in de weekenden kunnen plaatsvinden, daardoor zouden meer en misschien andere inwoners bereikt kunnen worden.

Zowel de inwoners als ondernemers vinden dat zij tot nu toe genoeg informatie krijgen over het project Holwerd aan Zee. De inwoners zijn daarnaast ook actief betrokken. De ondernemers zijn gemiddeld niet erg actief betrokken, dit kwam voornamelijk omdat ze niet echt tijd staken in het zoeken naar informatie omdat ze zelf genoeg te doen hadden. Informatie over Holwerd aan Zee wordt voornamelijk verkregen via de lokale krant en informatieavonden, meetings en workshops, maar ook via Facebook, de website en via via in het dorp. Geconcludeerd kan worden dat de inwoners goed betrokken zijn bij het project en dat de ondernemers ook goed betrokken zijn, maar minder actief zijn dan de inwoners.

4.3 Gewenste betrokkenheid

Zowel de inwoners als ondernemers willen iets meer actief betrokken raken. Binnen de ondernemers was dit voornamelijk de sector Toerisme die meer actief betrokken wil raken. Dit zouden zij kunnen doen door iets bij te dragen aan het project, al is het maar een klein onderdeel. In dat geval zou de stichting Holwerd aan Zee of een vervolgonderzoek een lijstje met bijdragen op moeten stellen die inwoners en ondernemers kunnen leveren. Ook willen inwoners en ondernemers vaker informatie krijgen over de voortgang, zodat zij weten waar het project staat en wat zij kunnen verwachten de komende tijd.

4.4 Meerwaarde en zorgen

Over het algemeen zijn zowel het merendeel van de inwoners als ondernemers positief over het project Holwerd aan Zee. Inwoners en ondernemers vinden de belangrijkste meerwaardes een toename van toerisme, verhoging van de levendigheid in het dorp en een toename van de werkgelegenheid. Inwoners denken te profiteren van het project door middel van een stijging in de leefbaarheid van Holwerd. Ondernemers denken te profiteren door nieuwe ondernemingskansen die misschien komen.

De belangrijkste zorg onder zowel de inwoners als de ondernemers is de financiering van het gehele project. De grootste groep respondenten (24) heeft echter geen zorgen bij het project.

4.5 Acties om inwoners en ondernemers betrokken te houden

Uit de lessen van andere burgerinitiatieven en de resultaten van de korte en uitgebreide enquête bij zowel de inwoners als ondernemers zijn acties naar voren gekomen die kunnen helpen inwoners en ondernemers betrokken te houden bij het project. Deze onderstaande acties worden geadviseerd aan de stichting Holwerd aan Zee om de inwoners en ondernemers betrokken te houden bij het project Holwerd aan Zee.

- Regelmatig burgers informeren over de voortgang van het project en welke stappen nog gezet moeten worden. Maak een tijdsplanning die makkelijk te begrijpen is voor burgers en plaats deze op de website. Informeer de burgers goed wanneer een deel van het project niet doorgaat en daarbij duidelijk vermelden wat wel doorgaat. Tot nu is het onduidelijk voor de burgers of het project Holwerd aan Zee wel of niet door gaat en in welke vorm. Dit komt doordat het soms lange tijd stil is in de richting van de burgers vanuit de Stichting. Informeren kan het beste via informatieavonden, Facebook, website en de lokale krant. Daarnaast zou het opzetten van een periodieke nieuwsbrief een goede zet zijn om burgers te informeren.
- Het opzetten van een korte nieuwsbrief die regelmatig verspreid wordt. De stichting Holwerd aan Zee maakt nog geen gebruik van een nieuwsbrief. Geadviseerd wordt om uit te testen hoe vaak een nieuwsbrief gewenst is en op welke manier burgers de nieuwsbrief graag ontvangen. De eerste nieuwsbrief kan het beste verspreid worden via de post zodat iedereen

de eerste nieuwsbrief ontvangt. Mocht dit vanwege de hoge kosten niet haalbaar blijven zou in de eerste nieuwsbrief verwezen kunnen worden naar een online nieuwsbrief.

- Voor de burgers duidelijk krijgen hoe de financiering van het project rond zou moeten komen. Burgers voelen onzekerheid over het project omdat het beleefmeer de functie van een spoelmeer niet lijkt te hebben is gebleken uit onderzoeken. De meeste baten zouden uit het spoelmeer gehaald worden. De grootste zorg van de burgers is nu de financiering van Holwerd aan Zee.
- Een lijst maken met kleinere deelprojecten, waardoor burgers een directe bijdrage kunnen leveren. Zo wordt de kans gegeven aan burgers om actief iets bij te dragen aan het project Holwerd aan Zee. Meerdere inwoners gaven aan dat het misschien slim is om de projectgroep uit te breiden en zo de vele taken te verdelen over meerdere mensen. Geadviseerd wordt dat één iemand uit de projectgroep de lijst bijhoudt en de taken verdeeld onder de vrijwilligers. Mede door de hulp van vrijwilligers creëer je betrokkenheid voor het project. Binnen de ondernemers is er minder tijd voor deelprojecten, maar in de sector Toerisme is er wel belangstelling voor.
- Als (kleine) deelprojecten afgerond zijn met succes laat dit dan merken bij de burgers. Zo kunnen ze zien dat er daadwerkelijk wat gebeurt in het dorp en dat het project loopt.
- Creëer een makkelijk toegankelijk punt om vragen te stellen of zorgen te delen en doe daadwerkelijk wat met de vragen, zorgen of ideeën die er uit voort komen. Een voorbeeld wat ook kan helpen is een kopje op de website met veel gestelde vragen en antwoorden en direct de mogelijkheid om een vraag in te dienen.
- Betrek altijd de burgers bij besluitvormingen over het project, ook als het gaat om een onderdeel dat is bedoeld voor toerisme.
- Toerisme, economie en levendigheid zien burgers als een belangrijke meerwaardes van het project. Communiceer ook over die onderwerpen naar burgers per deelproject welke meerwaarde daar van toepassing is.
- Tijdens de enquêtes zijn er geen boeren gesproken, geadviseerd wordt om de mening nog te verzamelen van de boeren die een stuk land zullen moeten inleveren als Holwerd aan Zee er komt.

4.6 Café Holwerd

Uit de feedback van de burgers en evaluatie met Dirk Osinga (Projectleider KCNL project) en Jan Zijlstra (Stichting Holwerd aan Zee) is gebleken dat de opzet van Café Holwerd goed was. Het was nuttig dat mensen na de pitches per kraam vragen konden stellen. Zo kwamen er nuttige en interessante gesprekken op gang. Vragen die in een zaal niet zo snel gesteld worden, werden nu wel gesteld. Inwoners die aanwezig waren konden zich ook vinden in de resultaten die waren gepresenteerd over betrokkenheid, meerwaardes en zorgen. Een belangrijk punt voor de volgende keer is meer promotie in Holwerd. Veel burgers wisten toch niet van de avond af. Promotie kan door middel van een uitnodiging door de brievenbus, flyers bij de Coop en vaker en op tijdstippen dat veel mensen online zijn een bericht via Facebook verspreiden. Uit onderzoek is gebleken dat berichten die rond 11:00uur, 15:00uur en 20:00uur geplaatst worden het meeste bereik hebben. Berichten in de ochtend zijn het meest effectief (Warren, 2010). Voor Holwerd aan Zee zal het uitgetest moeten worden welke tijd het meest effectief is, dit kan doormiddel van statistieken op Facebook.

Verder is het belangrijk dat het bericht in de huis aan huis krant komt die niet abonnees ook krijgen. Het was onzeker of het bericht dit jaar misschien in de Dokkumer krant is gekomen waarvoor betaald moest worden. Deze krant krijgen veel minder mensen.

De invulling moet voor een groot deel informatie geven blijven. Dit was uit de enquête gekomen, maar blijkt ook uit de avond. De duur van de avond was nu prima. Als de presentaties langer duren, zullen er mensen afhaken.

Literatuurlijst

Aalvanger, A. & Breman, B., 2013. *Een vruchtbaar initiatief*, Wageningen: Wageningen UR, wetenschapswinkel.

Alderliesten, N., Buckx, L., Buren, E. v., Dagradi, D., Engberts, D., Enthoven, M., Groot B. d., Heefer S., Hendriks R., Hoveling T., Kiemel F., Langezaal Z., Mark D v.d., Marrewijk R., Mastenbroek M., Oosten D. v., Schep P., Bulk T., Akkermans S., Berk R., Bouchier R., Buijks N., Drooghmans R., Engering N., Verberne B., Houtzamer L., Leeuw R. d., Maat J. v.d., Poortman W., Schilder T., Visser L., Zonneveld, S. (2016). *Atlas Holwerd aan Zee*. Delft: Hogeschool Inholland.

Baarda, B., 2009. *Dit is onderzoek*. Groningen/Houten: Noordhoff uitgevers bv.

CheckMarket, 2017. *Maak uw analyse niet ingewikkelder dan nodig*.

Beschikbaar op: <https://nl.checkmarket.com/blog/enquete-analyseren/> (Geopend: 2 maart 2017)

Corpos, 2017. *Steekproefcalculator*.

Beschikbaar op: <http://www.corpos.nl/producten/Steekproef/streekproefcalculator.html>

(Geopend: 25 mei 2017)

Dingemanse, K., 2015. *Soorten interviews*.

Available at: <https://www.scribbr.nl/onderzoeksmethoden/soorten-interviews/>

(Geopend: 15 maart 2017)

Floor, L. & Salverda, I., 2006. *Zelforganisatie in het landelijk gebied, Signalen uit de praktijk*, Wageningen: Wageningen Universiteit en Research Centrum

Google forms, 2017. *Google Formulieren*.

Beschikbaar op: <https://docs.google.com/forms> (Geopend: 21 maart 2017)

Google, 2017. *Google maps*.

Beschikbaar op: <https://www.google.nl/maps/@53.3663306,5.8996212,14.75z>

(Geopend: 15 februari 2017)

Holkema, M., 2014. *Wurkgelegenheid Fryslân*, Leeuwarden: Provincie Fryslân.

Inema, B., 2015. *Kansen voor de participatiesamenleving in kleine kernen*, Nijmegen: Liander.

KennisCentrum Natuur en Leefomgeving, 2016. *Projectplan Vitale kustzone / Holwerd aan Zee*, Leeuwarden: KennisCentrum Natuur en Leefomgeving.

Lekkerkerker, J. & Vries, S. d., 2014. *Van Onderop*, Rotterdam: Ruimtevolk.

Luttik, J., Aalbers, C., Donders, J. & Langers, F., 2014. *Groen dichterbij*, Wageningen: Alterra Wageningen UR

Mandour, Bekkers & Waalewijn, 2005. *BCG matrix*.

Beschikbaar op: <http://www.marketing4results.eu/blog/bcg-matrix> (Geopend: 2 juni 2017)

Marencic, H., Frederiksen, J., Rebanks, J., Rebanks Consulting, Creative Concern 2013. *Duurzaam Toerisme in de Waddenzee als werelderfgoedbestemming*, Willemshaven: Common Wadden Sea Secretariat.

Ontwerplab krimp, 2009. *Krimp biedt ruimte*, Groningen / Amsterdam: Gemeente Dongeradeel Friesland.

Programma naar een Rijke Waddenzee, 2015. *Holwerd aan Zee beoordeeld als potentieel haalbaar*. Beschikbaar op: <https://rijkewaddenzee.nl/nieuws/holwerd-aan-zee-beoordeeld-als-potentieel-haalbaar/> (Geopend: 15 februari 2017)

Ruyter, P. d., 2013. *Friese waddenkust ontwaakt*. Beschikbaar op: <http://www.demoanne.nl/friese-waddenkust-ontwaakt/> (Geopend: 31 januari 2017)

Schijndel, S. v. & Rutherglen, M., 2010. *Aanvalsplan krimp Holwerd*, Rotterdam: SEV.

Stichting Holwerd aan Zee, 2016. *Over Holwerd aan Zee, Recreatie en Toerisme*. Beschikbaar op: <https://www.holwerdaanzee.nl/nld/over-haz/project/pijler-4-recreatie-en-toerisme> (Geopend: 6 februari 2017)

Waddenacademie, 2016. *Economie*. Beschikbaar op: <http://www.waddenacademie.nl/themas/economie/> (Geopend: 8 februari 2017)

Waddenvereniging, 2015. *Holwerd keert gezicht naar zee*. Beschikbaar op: <https://www.waddenvereniging.nl/nieuws/8192-holwerd-keert-gezicht-naar-zee.html> (Geopend: 16 maart 2017)

Waddenvereniging, 2017. *Het Waddengebied*. Beschikbaar op: <http://waddenvereniging.nl/meerweten/waddengebied> (Geopend: 31 januari 2017)

Warren, C., 2010. *When Are Facebook Users Most Active?*. Beschikbaar op: <http://mashable.com/2010/10/28/facebook-activity-study/#8KN3R2BOQ5q8> (geopend op: 13 juni 2017)

Wieringer nieuws, 2010. *Breaking News: Wieringerrandmeer gaat niet door, financiering niet rond*. Beschikbaar op: http://www.wieringernieuws.nl/nieuws/7990/Breaking_News%3A_Wieringerrandmeer_gaat_niet_door_financiering_niet_rond.html (Geopend: 3 maart 2017)

Wieringerrandmeer, 2010. *Proces*. Beschikbaar op: <http://www.wieringerrandmeer.nl/proces/> (Geopend: 24 februari 2017)

Woorden.org, 2017. *Betrokkenheid*. Beschikbaar op: <http://www.woorden.org/woord/betrokkenheid> (Geopend: 5 april 2017)

Mondelinge bronnen:

Arkes, J. (2017). *Best practices en valkuilen uit het project Wieringerrandmeer*. Geïnterviewd op mei 19, 2017

Hiddema, H. (2017). *Boeren in Holwerd*. Gesproken op maart 14, 2017

Klein Horsman, A. (2017). *Best practices en valkuilen uit het project BinnensteBuitenBos*. Geïnterviewd op mei 19, 2017

Stichting Sint Jan. (2017). *Best practices en valkuilen uit het project Sint Jan*. Geïnterviewd op mei 11, 2017

Toering, T. (2017). *Best practices en valkuilen bij Plaatselijk Belang Broekland*. Geïnterviewd op mei 17, 2017

Verbeek. (2017). *Enqueteren bij de Coop*. Gesproken op maart 9, 2017

Weide, A.-M. v. (2017). *Inwoners benaderen*. Gesproken op maart 21, 2017

Zijlstra, J. (2017). *Betrokkenheid burgers tot nu toe*. Gesproken op maart 30, 2017

Bijlage 1, Ondernemers in Holwerd

Alle bedrijven (met wanneer beschikbaar mailadres en telefoonnummer) zijn hieronder in een tabel weergegeven.

Bedrijf	Mail adres	Telefoon nr.
Administratiekantoor Rintjema	info@administratiekantoor-rintjema.nl	
Borduurland	info@borduurland.nl	
Bouwbedrijf van der Wielen	info@bouwbedrijfvdwielen.nl	
Brander Installaties	info@branderinstallaties.nl	0519-561291
Coop Verbeek	Verbeek.Holwerd@coop.nl	0519-562243
Dijkstra Mechanisatie	info@dijkstramechanisatie.nl	0519-561309
ITS Holwerd	michiel@its-holwerd.nl	0519-562364
Fotostudio X-Pose	contactformulier site	06-54682421
Handelsonderneming Venema	contactformulier site	0519-561224
Holwerd Ameland Carpark	contactformulier site	06-29990424
Mats Gies Media	contactformulier site	
Olivier Timmer- en Restauratiebedrijf	contactformulier site	0519-561317
Ridder en de Vries Transporten	info@rdvtransport.nl	0519-554366
Poutsma Montage	info@poutsma-montage.nl	06-46540355
Rientz Tafels met karakter	info@rientz.nl	06-53473448
RoHe Tractoren	contactformulier site	0519-562107
Scheepsstofeerderij Kromah	s.kromah@knid.nl	0519-562295
Schildersbedrijf Beintema	info@schildersbedrijfbeintema.nl	0519 562862
SchoorsteenvegerNoord	-	0519-321302
Stickeridee	contactformulier site	06-23801370
Taxi Kamma	contactformulier site	06-54611304
Teddy Fietsreparaties	teddy-fietsreparaties@knid.nl	06-23816918
Van der Bos Automatisering	info@bosaut.nl	0519-562126
Van der Holst Coaching	info@vanderholstcoaching.nl	06-11403385
Van der Hoop Holwerd		
Vrieswijk Kraanbedrijf	info@vrieswijk.nl	0512-361542
Boer Hessel Hiddema		06-53190589
Boer Frans Antonides		06-51243212
Boer Sieds Miedema		06-40402398
Logement Nij Bonga	info@nijbonga.nl	
Big Snack De Stelp	contactformulier site	0519-562280
Camping De "Dobbe"	info@campingholwerd	06-12827931
De Stepshoeve kampeerboerderij	contactformulier site	06-42446267
Het Amelanderveerhuis	mail@hetamelanderveerhuis.nl	0519-346331
Hotel/Restaurant de Gouden Klok	info@degoudenklok.nl	0519-561552
Restaurant Land en Zeezicht	contactformulier site	
Vakantiewoning Vissershuske Holwerd	contactformulier site	053-5695189
De Noordhoren, waddenbelevingscentrum	info@denoordhoren.nl	0519-726960

Annekes lifestyle studio	anneke@annekeslifestylestudio.nl	06-10584365
Sportcentrum Bodde Bouman	info@boddebouman.nl	0519-220379
Huisarts praktijk Holwerd	hap@holwerd.gerritzorgnet.nl	0519-561333
Massage praktijk Aafke van Dijk	info@aafkevandijk.nl	06-25147889
Fysiotherapie Dongeradeel, locatie Holwerd	info@fysiotherapiedongeradeel.nl	0519-820994
Logopedie Holwerd-Ameland	contactformulier site	06-13340945
Tandartspraktijk Holwerd	info@tandartsholwerd.nl	0519-562300
CBS Ploos van Amstelskoalle	ploos@arlanta.nl	0519-561583
OBS de Tsjelke	detsjelke@roobol.frl	0519 562 481
Kinderdagverblijf De Spetters en BSO De Kanjers	contactformulier site	06-10960908
MFA "de Ynset"	zaalverhuur@mfa-holwerd.nl	0519-562424

Bijlage 2, korte enquête inwoners

Deze enquête is mondeling afgenomen bij de lokale supermarkt Coop.

1. Bent u bekend met het project Holwerd aan Zee?
☐ Ja
☐ Nee
2. Bent u positief over de ontwikkelingen rond het project?
☐ Ja
☐ een beetje
☐ Nee
☐ Geen mening
3. Wat vindt u van de ontwikkelingen rond Holwerd aan Zee?

4. Welke manier gebruikt u om op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen?
☐ Facebook
☐ Website
☐ Informatieavonden, meetings en workshops
☐ Ik ben er niet mee bezig
☐ Anders: _____
5. Zou u geïnteresseerd zijn als er een Café Holwerd komt?
☐ Ja
☐ Nee
6. Zou u mee willen werken aan een meer uitgebreide enquête om uw mening te laten horen en mee te denken over het project Holwerd aan Zee?
☐ Nee
☐ Ja, mijn mailadres is _____

Bijlage 3, uitgebreide enquête inwoners 5 tot 10 minuten

Deze enquête is via een online google formulier gemaakt zodat het makkelijk in te vullen is. Tussen de haakjes is bedoelt voor de analyse van de enquête zoals omschreven in 2.2 en is weg gehaald tijdens het afnemen van de enquête.

1. Hebt u de website van Holwerd aan Zee al eens bekeken?
☐ Ja (*kennis(1)*)
☐ Nee (*weinig kennis(-1)*)
2. Welke manier gebruikt u het meest om op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen?
☐ Facebook (*niet actief, beetje kennis(-1,1)*)
☐ Website (*niet actief, veel kennis(-1,2)*)
☐ Informatieavonden, meetings en workshops (*Actief en kennis(2,2)*)
☐ Ik ben er niet mee bezig (*niet actief, geen/weinig kennis(-2,-2)*)
☐ Anders: _____ (*afhankelijk van het antwoord*)
3. Hoe goed voelt u zich tot nu toe betrokken in het project?
☐ Goed en ik help mee in het project waar het kan (*kennis(1), actief(1)*)
☐ Goed, ik help niet mee, maar ik krijg wel genoeg informatie (*kennis(1)*)
☐ Voldoende, maar kan beter (*matig kennis, niet actief(0,-1)*)
☐ Niet voldoende (*weinig kennis, niet actief(-1,-2)*)
☐ Slecht (*geen kennis, niet actief(-2,-2)*)
Toelichting: _____
4. Wat vindt u van de algehele ontwikkelingen rond Holwerd aan Zee?

5. Wat zijn voor u de pluspunten van Holwerd aan Zee?

6. Wat vindt u van het concept van een beleefmeer? Hier zullen mogelijkheden zijn om te genieten van brakke natuur, ook zal er meer mogelijk worden met vaarroutes waardoor toeristen getrokken kunnen worden.

7. Vindt u dat de werkgroep Holwerd aan Zee goed communiceert?
☐ Ja (*actief(1)*)
☐ Nee (*niet actief(-1)*)
8. Valt er iets aan te merken op de werkwijze van de werkgroep Holwerd aan Zee?
☐ Nee (*gelijk(0)*)
☐ Ja, namelijk: _____ (*afhankelijk van het antwoord*)
9. Wat zijn uw zorgen, waar krijgt u buikpijn van als u de plannen van Holwerd aan Zee bekijkt?

10. Zou u ook een bijdrage willen leveren om Holwerd aan Zee te realiseren? Dit kan direct of indirect zijn door bijvoorbeeld mee te denken.

☐ Ik zou graag meedenken (*actiever(1)*)

☐ Ik heb al een idee, maar weet nog niet waar ik die aan kan dragen (*actiever, meer kennis(1,1)*)

☐ Ik help graag om een (deel) project te ondersteunen, maar weet niet nog niet hoe (*actiever(2)*)

☐ Nee geen interesse in (*gelijk(0)*)

11. Denkt u dat de ontwikkelingen rond Holwerd aan Zee hebben gezorgd/zorgen voor meer activiteit in het dorp? Waar merkt u dit aan?

12. Draagt Holwerd aan Zee bij aan het imago van het dorp Holwerd?

☐ Ja

☐ Nee

Toelichting: _____

13. Denkt u van Holwerd aan Zee te kunnen profiteren? Zo ja, op welke manier?

☐ nee

☐ Ja, ik denk dat de marktwaarde van mijn eigen woning stijgt

☐ Ja, ik denk dat er nieuwe banen komen

☐ Ja, ik denk dat de leefbaarheid in het dorp omhoog gaat

☐ Ja, _____

14. Is er voldoende gelegenheid om uw ideeën, zorgen, vragen en opmerkingen in te brengen?

☐ Ja (*gelijk(0)*)

☐ Nee (*actiever(1)*)

Toelichting: _____

Het idee is er om een aantal keer per jaar een avond te organiseren waarbij inwoners, ondernemers en onderzoekers samen komen om informatie uit te wisselen. Het concept heet nu Café Holwerd. De volgende 4 vragen gaan hierover.

15. Hoe ziet u Café Holwerd het liefst voor u? (*Meerdere antwoorden mogelijk*)

☐ Ik zou graag informatie horen over de voortgang van het project

☐ Ik zou graag vragen willen stellen

☐ Ik zie graag ruimte om 1 op 1 met andere te praten

☐ Ik heb een eigen idee die ik graag wil delen dan

☐ Interactie tijdens zo'n avond is voor mij belangrijk

☐ Anders: _____

16. Hoe lang mag een dergelijke avond maximaal duren voor u?

☐ ½ uur

☐ 1 uur

☐ 1 ½ uur

☐ 2 uur

☐ 2 ½ uur

17. Hoe vaak per jaar zou volgens u Café Holwerd plaats moeten vinden?

- ☐ 1 keer per jaar
- ☐ 2 keer per jaar
- ☐ 3 keer per jaar
- ☐ 4 keer per jaar
- ☐ Maandelijks

18. Zouden er meer mogelijkheden moeten komen dan Café Holwerd om vragen te stellen?
Bijvoorbeeld een wekelijks of maandelijks inloop vragen uur bij het projectbureau.

- ☐ Nee (*gelijk(0)*)
- ☐ Ja, zo'n inloop vragen uur lijkt me wel wat en zou er ook gebruik van maken (*meer kennis(2)*)
- ☐ Ja, maar liever iets anders, zoals _____ (*afhankelijk van het antwoord, meer kennis en/of meer actief*)

19. Hebt u ideeën hoe Holwerd aan Zee nog verder aangevuld kan worden of ideeën voor de invulling van een Café Holwerd avond?

20. Zou ik u mogen benaderen voor eventueel verdere vragen of met een vraag over uw ideeën?

- ☐ Nee
- ☐ Ja, mijn mailadres is _____

Bijlage 4, korte enquête ondernemers

Deze enquête is per mail en telefonisch afgenomen.

1. Bent u bekend met het project Holwerd aan Zee?
☐ Ja
☐ Nee
2. Bent u positief over de ontwikkelingen rond het project?
☐ Ja
☐ een beetje
☐ Nee
☐ Geen mening
3. Denkt u voordeel te kunnen halen uit het project Holwerd aan Zee voor uw bedrijf?

4. Welke manieren gebruikt u om op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen?
☐ Facebook
☐ Website
☐ Informatieavonden, meetings en workshops
☐ Ik ben er niet mee bezig
☐ Anders: _____
5. Zou u geïnteresseerd zijn als er een Café Holwerd komt?
☐ Ja
☐ Nee
6. Zou u mee willen werken aan een meer uitgebreide enquête om uw mening te laten horen en mee te denken over het project Holwerd aan Zee?
☐ Nee
☐ Ja, mijn mailadres is _____

Bijlage 5, uitgebreide enquête ondernemers

Deze enquête is via een online google formulier gemaakt zodat het gemakkelijk in te vullen is.

1. Hebt u de website van Holwerd aan Zee al eens bekeken?
☐ Ja (*kennis(1)*)
☐ Nee (*weinig kennis(-1)*)
2. Welke manier gebruikt u het meest om op de hoogte te blijven van de ontwikkelingen?
☐ Facebook (*niet actief, beetje kennis(-1,1)*)
☐ Website (*niet actief, veel kennis(-1,2)*)
☐ Informatieavonden, meetings en workshops (*Actief en kennis(2,2)*)
☐ Ik ben er niet mee bezig (*niet actief, geen/weinig kennis(-2,-2)*)
☐ Anders: _____ (*afhankelijk van het antwoord*)
3. Hoe goed is uw bedrijf tot nu toe betrokken bij het project?
☐ Goed en ik help mee in het project waar het kan (*actief(1)*)
☐ Goed, ik help niet mee, maar ik krijg wel genoeg informatie (*kennis(1)*)
☐ Voldoende, maar kan beter (*matig kennis, niet actief(0,-1)*)
☐ Niet voldoende (*weinig kennis, niet actief(-1,-2)*)
☐ Slecht (*geen kennis, niet actief(-2,-2)*)
Toelichting: _____
4. Wat vindt u van de algehele ontwikkelingen rond Holwerd aan Zee?

5. Wat zijn voor u de pluspunten van Holwerd aan Zee?

6. A. Wat vindt u van het concept van een beleefmeer? Hier zullen mogelijkheden zijn om te genieten van brakke natuur, ook zal er meer mogelijk worden met vaarroutes waardoor toeristen getrokken kunnen worden.

B. Als u zich in de sector land- en tuinbouw bevindt, hoe staat u tegenover zilte teelt? Heeft dit wellicht een toekomst voor u als boer?

7. Vindt u dat de werkgroep Holwerd aan Zee goed communiceert?
☐ Ja (*actief(1)*)
☐ Nee (*niet actief(-1)*)
8. Valt er iets aan te merken op de werkwijze van de werkgroep Holwerd aan Zee?
☐ Nee (*gelijk(0)*)
☐ Ja, namelijk: _____ (*afhankelijk van het antwoord*)
9. Wat zijn uw zorgen, waar krijgt u buikpijn van als u de plannen van Holwerd aan Zee bekijkt?

10. Zou u ook een bijdrage willen leveren om Holwerd aan Zee te realiseren? Dit kan direct of indirect zijn door bijvoorbeeld mee te denken.

☐ Ik zou graag meedenken (*actiever(1)*)

☐ Ik heb al een idee, maar weet nog niet waar ik die aan kan dragen (*actiever, meer kennis(1,1)*)

☐ Ik help graag om een (deel) project te ondersteunen, maar weet niet nog niet hoe (*actiever(1)*)

☐ Nee geen interesse in (*gelijk(0)*)

11. Denkt u dat de ontwikkelingen rond Holwerd aan Zee hebben gezorgd voor meer activiteit in het dorp? Waar merkt u dit aan?

12. Draagt Holwerd aan Zee positief bij aan het imago van het dorp Holwerd?

☐ Ja

☐ Nee

Toelichting: _____

13. Denkt u van Holwerd aan Zee te kunnen profiteren? Zo ja, op welke manier?

☐ nee

☐ Ja, ik denk dat de omzet kan stijgen van het bedrijf

☐ Ja, ik denk dat er meer ruimte komt voor het bedrijf

☐ Ja, ik denk dat er nieuwe ondernemingskansen komen

☐ Ja, _____

14. Is er voldoende gelegenheid om uw ideeën, zorgen, vragen en opmerkingen in te brengen?

☐ Ja (*gelijk(0)*)

☐ Nee (*actiever(1)*)

Toelichting: _____

Het idee is er om een aantal keer per jaar een avond te organiseren waarbij inwoners, ondernemers en onderzoekers samen komen om informatie uit te wisselen. Het concept heet nu Café Holwerd. De volgende 4 vragen gaan hierover.

15. Hoe ziet u Café Holwerd het liefst voor u? (*Meerdere antwoorden mogelijk*)

☐ Ik zou graag informatie horen over de voortgang van het project

☐ Ik zou graag vragen willen stellen

☐ Ik zie graag ruimte om 1 op 1 met andere te praten

☐ Ik heb een eigen idee die ik graag wil delen dan

☐ Anders: _____

16. Hoe lang mag een dergelijke avond maximaal duren voor u?

☐ ½ uur

☐ 1 uur

☐ 1 ½ uur

☐ 2 uur

☐ 2 ½ uur

17. Hoe vaak per jaar zou volgens u Café Holwerd plaats moeten vinden?

☐ 1 keer per jaar

- ☐ 2 keer per jaar
- ☐ 3 keer per jaar
- ☐ 4 keer per jaar
- ☐ Maandelijks

18. Zouden er meer mogelijkheden moeten komen dan Café Holwerd om vragen te stellen?
Bijvoorbeeld een wekelijks of maandelijks inloop vragen uur bij het projectbureau.

- ☐ Nee (*gelijk(0)*)
- ☐ Ja, zo'n inloop vragen uur lijkt me wel wat en zou er ook gebruik van maken (*meer kennis(1)*)
- ☐ Ja, maar liever iets anders, zoals _____ (*afhankelijk van het antwoord, meer kennis en/of meer actief*)

19. Hebt u ideeën hoe Holwerd aan Zee nog verder aangevuld kan worden of ideeën voor de invulling van een Café Holwerd avond?

20. Zou ik u mogen benaderen voor eventueel verdere vragen of met een vraag over uw ideeën?

- ☐ Nee
- ☐ Ja, mijn mailadres is _____

21. Wilt u vertellen van welk bedrijf u bent? Zo kan er gekeken worden welke bedrijven wel reageren op de enquête en kan dit verwerkt worden in de resultaten.

- ☐ Nee
- ☐ Ja, _____

Bijlage 6, Interviews burgerinitiatieven

Onderstaande mensen van andere burgerinitiatieven zijn geïnterviewd

Burgerproject	Naam geïnterviewde
Stichting Sint Jan	Anoniem
Het BinnensteBuitenBos	Annette Klein Horsman
Stichting Plaatselijk Belang Broekland	Tamara Toering
Project Wieringerrandmeer	John Arkes (Provincie Noord-Holland)

Bijlage 7, Draaiboek Café Holwerd

1 Inleiding

Café Holwerd is opgezet vanuit het KCNL (Kenniscentrum Natuur en Leefomgeving) project 'Vitale Kustzone / Holwerd aan Zee', een project dat wordt ondersteunt door het Nordwin college, Hogeschool Van Hall Larenstein en Hogeschool Inholland. Het KCNL project onderzoekt voor Holwerd aan Zee enkele onderzoeksvragen, waaronder de burgerparticipatie. Het doel van het KCNL project is 2 keer per jaar een Café Holwerd op te zetten om de voortgang van de (studenten)projecten te presenteren en de burgers daar bij te betrekken. De projecten worden uitgevoerd door studenten van de drie bovengenoemde groene scholen. Op 12 juni 2017 vond de eerste Café Holwerd avond plaats in het MFA (Multifunctioneel Accommodatie, een gebouw voor vergaderingen, bijeenkomsten, sport, theater en feesten). Vooraf zijn er enquêtes afgenomen om te weten hoe en wat de burgers van Café Holwerd verwachten. Achteraf is er een evaluatie geweest en is dit korte draaiboek opgesteld om zo de organisatie van het volgende Café Holwerd makkelijker en uiteindelijk nog beter te maken.

Het doel van de avond is burgers op de hoogte brengen van de onderzoeken en de planning voor de komende tijd, ook is het belangrijk om meningen te verzamelen over de verschillende onderzoeken onder de burgers.

Ricardo van Doren, 14-06-2017

2 Indeling van de avond

De indeling van de avond was als volgt: (tussen de haakjes staat wie het deed)

18:30-19:00	Klaar zetten MFA (Dirk, Staatsbosbeheer, Stichting HaZ, Ricardo, Arya, Studenten Nordwin, Studenten Inholland)
19:30-20:00	Inloop
20:00-20:05	Welkom (Dirk Osinga)
20:05-20:20	Waar staat het project nu? Wat is de planning van het project, wat kunnen mensen verwachten de komende tijd? (Stichting HaZ)
20:20-20:25	Pitch over enquête betrokkenheid, meerwaarde en zorgen (Student Ricardo)
20:25-20:30	Pitch kwelderbeleving (Student Arya)
20:30-20:35	Pitch wandelpad Holwerd-kwelder (Studenten Nordwin)
20:35-20:40	Pitch benchmark onderzoek onder andere dorpen/steden (Studenten Inholland)
20:40-20:50	Korte toelichting over de markt, drankje achteraf en feedback mogelijkheid
20:50-21:30	Markt, ruimte om vragen te stellen (1 op 1) per kraam. 6 kraampjes, toelichting staat hieronder.
21:30-22:00	Drankje achteraf met meerdere boekjes waar feedback in gegeven kan worden. De boekjes lagen verspreid over de tafels en organiserende partijen hebben actief mensen gevraagd feedback te geven over de avond.

De vier pitches van de studenten waren naar aanleiding van hun stage / afstudeeronderzoek.

Op de markt hadden de verschillende partijen/onderzoeken (Stichting Holwerd aan Zee, Staatsbosbeheer, Burgerparticipatie project, Kwelderbeleving project, Benchmark project en het

wandelpad Holwerd-Ameland project) een kraampje waarbij burgers vragen konden stellen over de onderwerpen. Bij het kraampje hing een poster dat over het desbetreffende onderwerp ging.

3 Tips voor de volgende organisatie

- Inventariseer op tijd welke partijen een presentatie willen geven en wie er op de markt willen staan. Op de markt kunnen altijd meer partijen staan dan dat er pitches geven worden, dat is beter zelfs. Burgers willen vooral veel informatie over wat er gebeurt en wanneer, maar willen geen vragen stellen in grote groepen. Daarom werkt een markt goed, waardoor mensen per kraam vragen kunnen stellen en ideeën kunnen geven.
- Meer promotie voor de informatieavond is belangrijk, bijvoorbeeld in de vorm van een uitnodiging door de brievenbus, flyers bij de Coop en vaker (op tijdstippen dat veel mensen online zijn) een bericht via Facebook verspreiden.
- Het persbericht verspreiden in de huis aan huis krant die iedereen gratis krijgt. In de betaalde Dokkumer krant kan ook als extra, maar die lezen minder mensen.
- Duidelijke plek afspreken voor het verstrekken van de muntjes en serveren van de drankjes achteraf of tijdens de markt.
- Afspraken met de fitnessclub of een andere zaal huren als de grote van de groep dat toelaat.

4 Uitnodiging en poster

Mensen bereik je het beste via de lokale krant, Facebook en de website van Holwerd aan Zee. Dit kwam uit de enquête. Na de eerste Café Holwerd werd gemerkt dat uitnodiging middels de post waarschijnlijk toch moet om meer burgers te bereiken.

Dit was de uitnodiging die 2 weken voor de avond is geplaatst in de krant, op de Facebookpagina en de website van Holwerd aan Zee.

Informatie in 'Café Holwerd'

Op 12 juni 2017 zal in MFA "De Ynset" te Holwerd de eerste Café Holwerd avond gehouden worden. Tijdens deze avond zal de voortgang en planning van het project besproken en resultaten van verschillende onderzoeken gepresenteerd worden. De onderzoeken vallen allemaal onder het Kennis Centrum Natuur en Leefomgeving project van de drie groene onderwijsinstellingen Hogeschool Van Hall Larenstein, Nordwin College en Hogeschool Inholland. Deze gaan over 'de betrokkenheid, meerwaarde en zorgen voor de burgers', 'Kweldertoerisme', 'Wandelpad van Holwerd naar de kwelder', 'Benchmark onderzoek bij andere dorpen'. Daarnaast zal de stichting Holwerd aan Zee en Staatsbosbeheer aanwezig zijn. Na de korte presentaties zal er een soort markt zijn waar u uw eigen vragen en zorgen kunt delen bij de verschillende onderwerpen (die hierboven genoemd zijn).

De avond zal beginnen om 20:00 in het MFA "De Ynset", vanaf 19:30 uur staat een bakje koffie of thee voor u klaar. Aanmelden voor de avond is niet verplicht, maar als u laat weten via het Facebook event (te vinden via de Facebook pagina van Holwerd aan Zee) of via de mail (ricardo.vandoren@hvhl.) kunnen we er rekening mee houden hoeveel mensen er ongeveer komen.

De poster staat op de volgende pagina, deze was opgehangen in het MFA, de Coop en bij de tandarts.

Café Holwerd

12 juni 2017, 20:00

Inloop vanaf 19:30

Locatie: MFA “De Ynset”

Onderwerpen van de avond (presentaties en markt):

- Voortgang van het project
- Wat komt er aan?
- Betrokkenheid, meerwaarde en zorgen voor de burgers
- Wandelpad van Holwerd naar de kwelder
- Kweldertoerisme
- Benchmark onderzoek bij andere dorpen

Meer informatie: www.holwerdaanzee.nl

