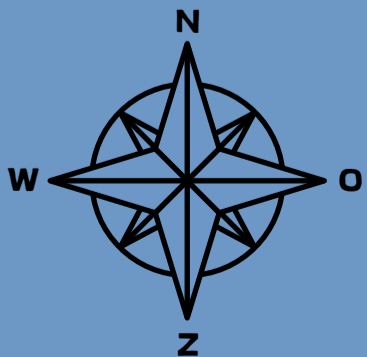


“Dé gids voor wie met participatie aan de slag gaat, van burger tot bestuur”

DE PARTICIPATIE ATLAS

Een fantastische ontdekkingsreis
langsheen de schatten van
participatief werken



Een realisatie van Methodieklab & Partons 2.0

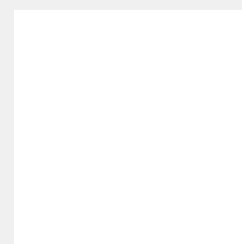
**“Een methode is maar een methode.
De sterkte zit in de manier waarop ze
gecombineerd en gefaciliteerd worden.”**

Deze toolkit kwam tot stand na 2 jaar experiment, samen met burgers, sociale initiatieven en lokale besturen uit diverse regio's, zowel in België als in Frankrijk. In 2 iteraties beproefden we dit proces voor het EU project Partons 2.0 en haar partners Provincie West Vlaanderen, GAUE, ENRX, PNRCMO, CCFI, CCHF.

Coproductie: Sabine Craenen, Eline Charles, Eefje Cottenier, Benjamin Schatteman
Design: Marieke Van Raes



volg ons via QR



INLEIDING

Wie we zijn en wat we doen...

Methodiekfabriek combineert en ontwikkelt heldere en toegankelijke methodes waar iedereen mee aan de slag kan. Door het faciliteren en ontwikkelen van nieuwe samenwerkingsmodellen zetten we burgers, organisaties, lokale overheden en beslissingsnemers aan tot co-creatie om aan een betere samenleving te werken. We creëren handvatten die inspelen op jullie specifieke noden. Elke situatie is namelijk anders en een pasklaar antwoord voor iedereen bestaat niet.

Naargelang jullie doelstelling vormen we samen een methodiek die het gewenste resultaat bereikt. Uit onze procesbegeleidingen ontstaan telkens duurzame initiatiefrijke en zelfversterkende gemeenschappen.

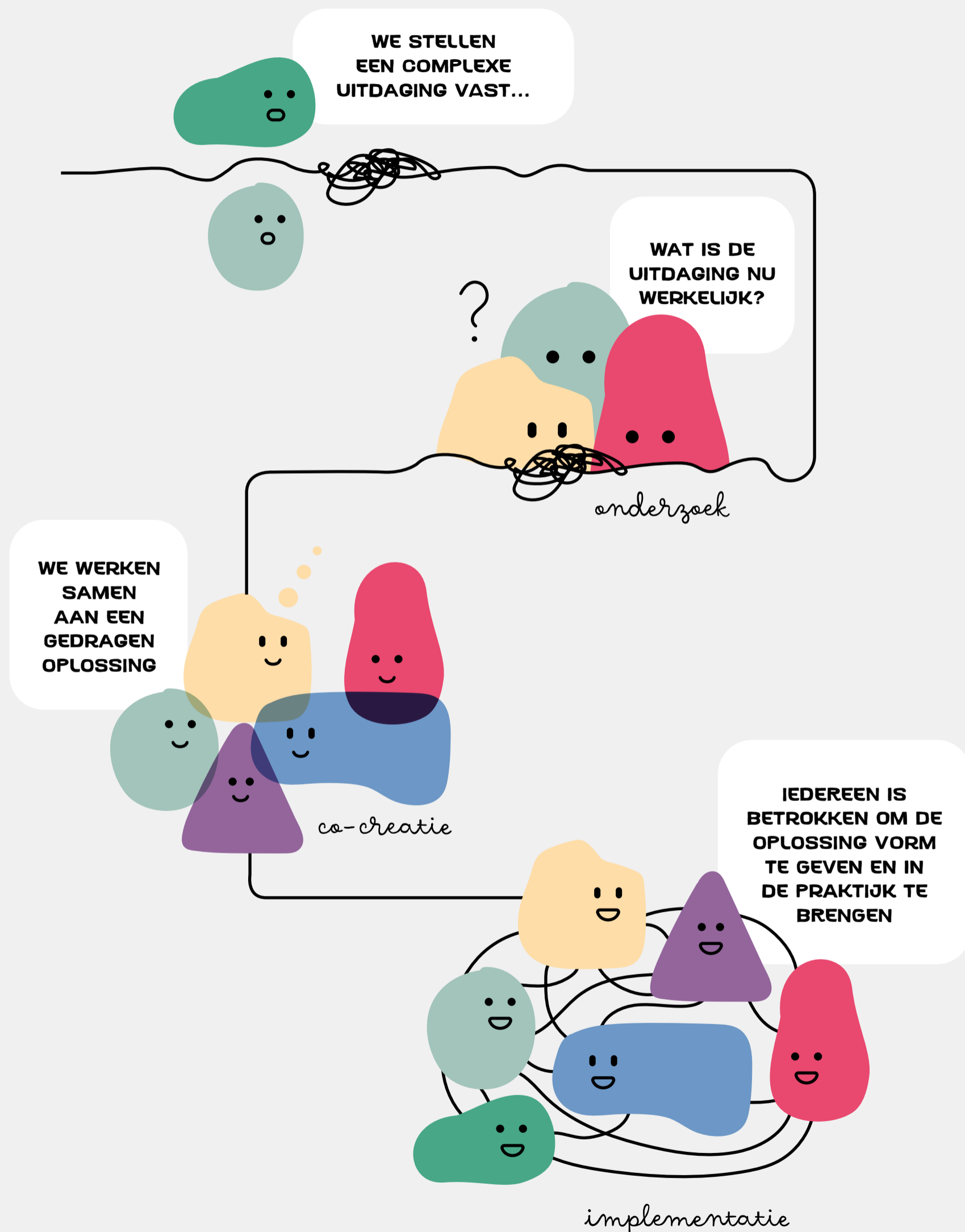
We zetten in op:

- * Het verwerven van nieuwe inzichten
- * Nieuwe manieren van samenwerken met alle betrokkenen
- * Het uitbouwen van initiatiefrijke gemeenschappen
- * Het ontwikkelen van duurzame verdienmodellen
- * Laagdrempeligheid en bruikbare handvatten

Door het faciliteren en ontwikkelen van nieuwe samenwerkingsmodellen zetten we organisaties, hun doelgroepen, lokale overheden, burgers en beslissingsnemers aan tot co-creatie om aan een betere samenleving te werken. We creëren handvatten die inspelen op specifieke noden. Elke situatie is namelijk anders en een pasklaar antwoord voor iedereen bestaat niet. Naargelang de doelstelling vormen we samen een methodiek die het gewenste resultaat bereikt. Uit onze procesbegeleidingen ontstaan telkens duurzame initiatiefrijke en zelfversterkende gemeenschappen.

Onze troeven zijn dan ook de woorden 'wij' en 'samen', want samen is nog altijd beter.

Het Methodiekfabriek team



INTRO

Participatie... Wat is dat eigenlijk?

Participatie heeft vele betekenissen, afhankelijk van de context waarin de term wordt gebruikt. Deze toolkit is gemaakt voor alle organisaties, besturen, initiatieven, overheden of groepen mensen die actief anderen willen betrekken in hun activiteiten.

De letterlijke betekenis van participatie is: participatie[s] (meerv.) actieve, zelfgekozen deelname. 'Zelfgekozen' is in deze definitie het meest uitdagende aspect. Hoe zorg je ervoor dat mensen er zelf voor kiezen om deel te nemen?

Bovendien wil je mensen niet enkel laten participeren bij de start van je project; in een echte participatieve cultuur draagt de lokale gemeenschap mee je project, misschien beheert ze zelfs mee de uitvoering ervan. Dat vraagt een volgehouden participatieve inspanning.

Als je je doelgroep betreft van het begin tot het einde van je traject, dan win je. De kennis en ervaring en de verschillende invalshoeken van je doelgroep zijn een verrijking. Ze garanderen meer succesvolle oplossingen en een vlotte uitvoering van je project.

Participatie komt niet vanzelf, het vergt een grondige voorbereiding. Het lijkt een tijdsintensief proces. Maar eens je doelgroep je project mee draagt, krijg je snellere en rijkere resultaten. De tijd die je spendeert aan participatie win je dus later terug. Alleen ga je sneller, samen kom je verder!

We ontwikkelden deze toolkit in opdracht van Partons 2.0 met als bedoeling om jullie onder te dompelen in participatieve methodieken. Participatief handelen doe je niet eventjes. Het is een mindset die jij jezelf en je projectteam eigen maakt. Een cultuur doordrenkt van participatie creëert nu eenmaal meer draagvlak, eigenaarschap en vooral méér samenwerking.

En samen is nog altijd beter!

AVONTUREN	KAARTEN
#1 Participatieniveau bepalen	A De participatieladder
#2 Je focus bepalen	B Golden Circle (5 x waarom)
#3 Goed communiceren	C Feedback geven
	D Spreken we dezelfde taal?
#4 Een participatiemoment ontwerpen en faciliteren	E Aan de slag met het participatiecanvas
	E I De uitdaging
	E II Doel
	E III Doelgroep
	E IV Activiteiten
	E V Partners
#5 Tips voor onderweg	Voorbeeld toepassing participatiecanvas
	F Faciliteren (rollen en stijlen)
#6 Inzichten oogsten	G Technieken (energisers, brainstorm, aankondigingen, sfeer scheppen)
	H Verbindingen zichtbaar maken
	I Kleine oogstmomenten en feedback geven

MATERIAAL

Niet bijgeleverd maar wel makkelijk te verzamelen...

- * flipchart
- * grote vellen papier
- * stiften
- * post-its

Welkom aan boord #avonturier!

Deze atlas helpt je om de wereld rondom jou door een andere bril te bekijken. De kaarten in deze atlas kan je hanteren als een gids tijdens al jouw avonturen in projecten, activiteiten, evenementen... maar vooral in samenwerkingen die je van onderuit wil laten ontstaan.

Participatie gebeurt vandaag nog te veel op een eiland, als onderdeel van één of meerdere bijzondere eilandengroepen, die weliswaar op een vaak onzichtbare manier met elkaar verbonden zijn, maar te weinig (of soms zelfs niet) met de rest van de wereld.

WAT KAN JE VERWACHTEN?

We nemen je mee langs alle avonturen van een participatief traject. We geven je concrete tips, kaarten, methodes en handvaten om een draagvlak en betrokkenheid bij je doelgroep te creëren. We geven je tools mee om zelf een participatief avontuur op te zetten. We helpen je valkuilen herkennen en geven aandachtspunten mee.

VAN VOOR NAAR ACHTER...

In deze atlas krijg je alle handvaten om te starten. Doorloop het van voor naar achter om je doorheen alle stappen van je participatietraject te begeleiden. Heb je al wat ervaring hebt met participatie? Dan kan je de kaarten ook los gebruiken. Ben je op zoek naar inspiratie rond faciliteren, ga dan gerust meteen aan de slag met de oefeningen van die kaart. Ben je vooral geïnteresseerd in communicatie, probeer dan meteen de oefeningen uit die je daarbij helpen.

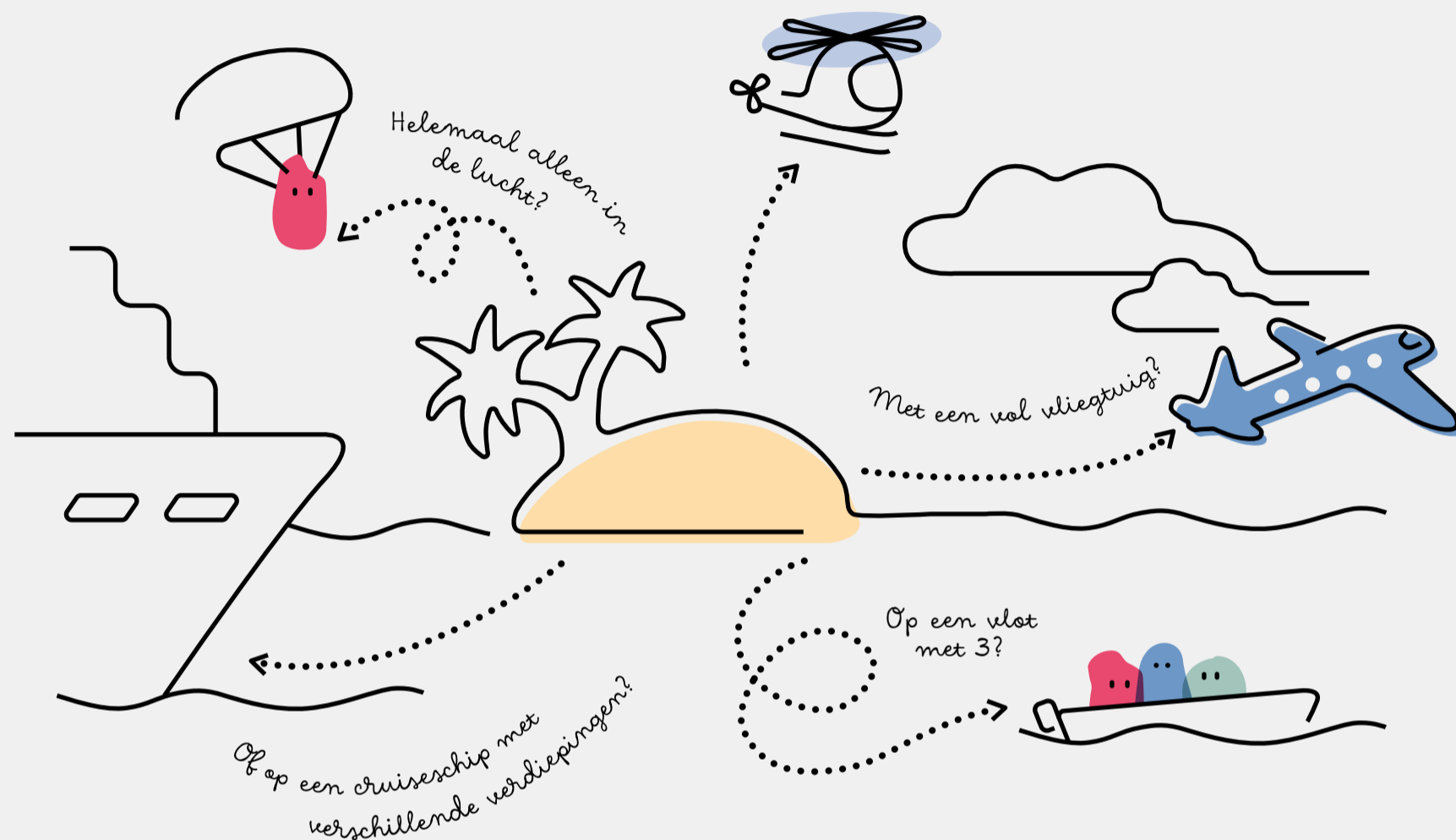
VAN LINKS NAAR RECHTS...

Participatie speelt zich altijd af in een bepaalde context, die bepaalt wie je moet betrekken, welke doelstellingen mogelijk zijn, en welke activiteiten daarbij passen. Misschien moet je nog op zoek naar partners, of misschien zijn er juist al heel veel stakeholders betrokken. Misschien werk je voor een gemeente met verschillende beslissingsniveaus. Of misschien heb je een klein groepje vrienden die vlot en op een gelijkwaardige manier beslissingen willen nemen.

Zorg er altijd voor dat iedereen mee aan boord is om je participatieproces kans op slagen te bieden (of, om de beeldspraak verder te zetten, mee instapt van het eiland naar het vasteland).

Participatie is overal!

Hoe verken je de wereld van participatie?



Participatie speelt zich altijd af in een bepaalde context. Wees je ervan bewust dat deze context bepaalt wie je kan/moet betrekken, welke doelstellingen mogelijk zijn, en welke activiteiten daarbij passen.

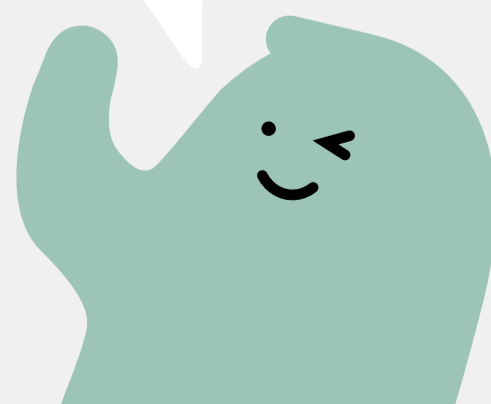
Misschien moet je nog op zoek naar partners, of misschien zijn er juist al heel veel stakeholders betrokken. Neem de tijd om vooruit te verkennen, stil te staan om te genieten en samen stappen vooruit te zetten.

Misschien werk je voor een gemeente met verschillende beslissingsniveaus waardoor je soms minder snel vooruit kan of moet het allemaal plots heel erg snel gaan. Investeren in een participatief proces... dat is investeren in onze 'samen-leving'!

Of misschien heb je een klein groepje vrienden die vlot en op een gelijkwaardige manier beslissingen willen nemen. Die kunnen al heel ervaren zijn en mogelijk nood hebben aan verdieping...

Verken je de wereld van participatie... Zorg er dan zoveel als mogelijk voor dat iedereen mee aan boord is. Op die manier kan jij elk participatief avontuur een maximum aan slaagkansen bieden.

**WELKOM IN HET
LAND VAN DE
MOGELIJKHEDEN!**



AVONTUUR #1

Elke tocht start met een grondige voorbereiding. Klaar?

Laten we eerst en vooral nagaan hoe participatief je nu al aan de slag bent en waar je wilt eindigen.

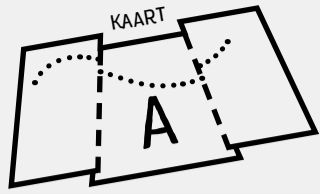
Participatie kan plaatsvinden op verschillende niveaus. We stellen dit voor als een participatieladder met 5 treden. Hoe hoger we klimmen op de ladder, hoe meer invloed burgers en andere partijen uit de samenleving hebben in het proces en hoe meer ze zelf zullen deelnemen. Door je werking of project te situeren op de participatieladder, ga je na hoe participatief je bezig bent en welke ruimte je (mede)burgers wil geven in het proces.

De ladder is geen statisch gegeven, de verschillende stadia kunnen dynamisch in elkaar overlopen. Er is geen waardeoordeel verbonden aan de gradaties. De 'hoogste' trede is dus niet altijd de meest aangewezen of de 'beste' methode. Er kunnen goede redenen zijn om de inspraak te beperken. Het is wel belangrijk dat iedereen het eens is over het gewenste participatieniveau dat je wil toelaten. Als jij deelnemers voorspiegelt dat je hen wil laten mee beslissen, maar je leidinggevende of collega communiceert nadien dat je gemeente of je organisatie zelf de knoop zal doorhakken, zal je participatieproces vastlopen of in sommige gevallen alle participatie fnuiken.

Zo geef je participatie de beste kansen:

- Wees altijd transparant over de participatie die mogelijk of niet mogelijk is. Spiegel deelnemers niet voor dat ze mee kunnen beslissen, als je enkel hun mening wil horen. Omgekeerd is het in een scenario van 'co-beheer' belangrijk om je deelnemers duidelijk te maken dat je van hen een actieve betrokkenheid verwacht.
- Bekijk per onderwerp of per stap in je project welk niveau van participatie mogelijk en wenselijk is. Begin met iets kleins en probeer niet meteen je hele werking om te gooien. Geef het de tijd en laat de participatieve cultuur groeien. Experimenteer met participatie in een klein project of een stukje van een project: zo experimenteer je veilig en groeit er inzicht.
- Laat collega's en partners die zich hier nog niet comfortabel bij voelen mee volgen, maar dwing niemand om mee in het proces te stappen. Authenticiteit is absoluut een must als je in rechtstreeks contact gaat met je doelgroep.
- Hoe vroeger je je doelgroep betreft, hoe meer kans op slagen voor je participatieproces en des te meer je zal leren van je doelgroep.
- Hoe meer participatie je toelaat, hoe meer verantwoordelijkheid de deelnemers zullen nemen. Het is een wederkerig proces.

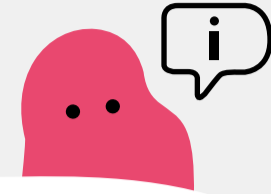
Analyseer
jouw situatie en bepaal
het stadium van participatie
waar je voor wil gaan!



WAAR BEN JE PRECIES NAAR OP ZOEK?

STADIUM 1: INFORMEREN

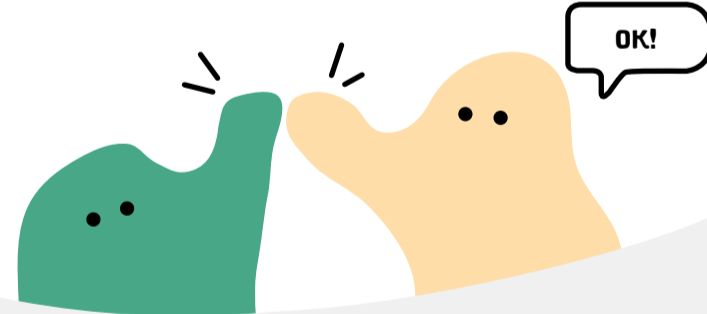
Op dit participatieniveau organiseer je bijvoorbeeld een infoavond, stuur je een informatieve brief of mailing rond... In essentie is deze trap meestal eenrichtingsverkeer: de burger of het publiek is geïnformeerd en weet wat er staat te gebeuren. Er wordt geen feedback gevraagd en reacties zijn niet mogelijk. Hoewel informeren waardevol is, is er op deze trap op de participatieladder nog maar weinig sprake van echte participatie.



STADIUM 4: CO-BESLISSEN

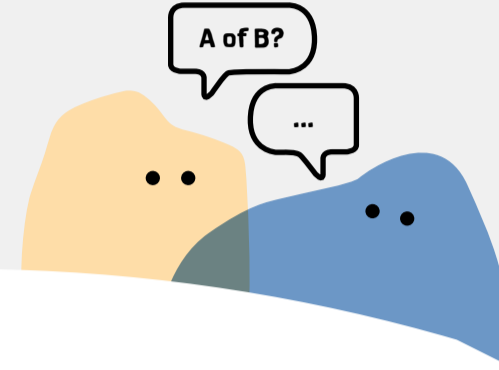
Beslissingen worden genomen samen met de deelnemers in het participatieproces. Op deze trap hebben deelnemers evenveel zeggenschap binnen het project als de initiatiefnemers. Je beslist samen over het verdere verloop.

In een co-beslissingsproces kan je niet eenzijdig ideeën of bezwaren van tafel vegen. Je zal op alle inbreng een antwoord moeten geven: waarom ga je in op dit idee, en niet op een ander? Bij co-beslissing is het mogelijk dat je op een bepaald moment overgaat tot een stemming of een referendum om je beslissing objectief te nemen. Is co-beslissen voor jou nieuw? Experimenteer dan eventueel met een klein onderdeelje binnen het participatieve traject.



STADIUM 2: CONSULTEREN

Een typisch voorbeeld van consultatie is de volksvergadering of publieke vergadering. Daar stel je je project voor en kunnen de deelnemers hun mening kwijt. Of je verzamelt informatie over wensen en noden via bijvoorbeeld interviews of een enquête, maar beslist daarna zelf wat je ermee doet. De deelnemer kan dus wel ideeën aanreiken, maar niet mee beslissen.



Je kan op dit participatieniveau je draagvlak nog vergroten door achteraf aan deelnemers uit te leggen waarom bepaalde ideeën wel of niet zijn meegenomen.

ZET JE NEER EN REFLECTEER

BEN JE ALLEEN?

Neem even de tijd voor jezelf om te bepalen waar je wil staan aan het einde van je avontuur. Wat wil je bereikt hebben, wanneer ben je zelf tevreden? Wat vind jij belangrijk en waarom heb je deze toolkit gekozen?

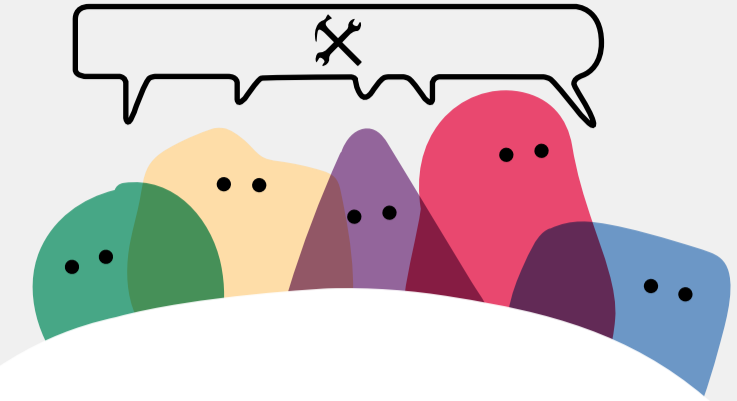
IN GROEP

Noteer elk eerst op een post-it welk stadium van de ladder je zou willen toepassen. Hang ze in het midden van de tafel en overleg in groep wat de beste beslissing zou zijn voor jullie project. Ga na op welk niveau je met participatie aan de slag wil. Wil je de mening van deelnemers horen, maar vervolgens zelf beslissen? Of wil je het project op termijn volledig door de vrijwilligers in je organisatie/bewoners van je gemeenten laten beheren? Als je weet welk participatieniveau je wil realiseren, kan je je traject in functie daarvan vormgeven.

STADIUM 3: CO- PRODUCEREN

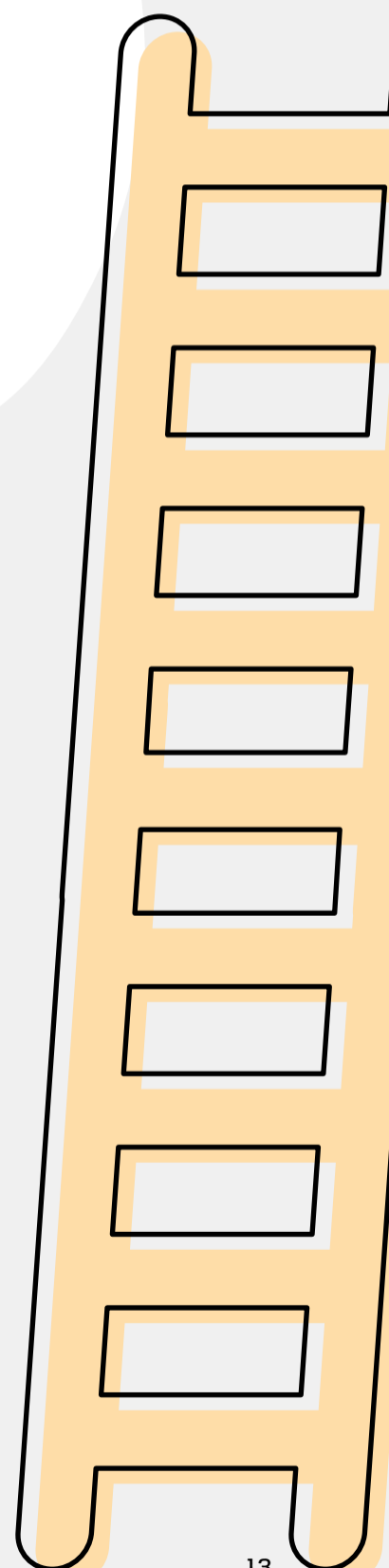
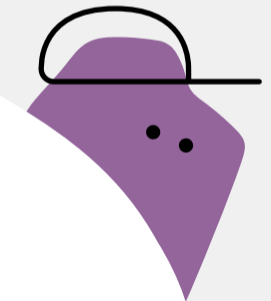
(Mede)burgers kunnen deelnemen aan de activiteit of de uitvoering van het project. Bij co-productie krijgt de deelnemer dus echt de kans om een deel van zichzelf in het project te steken. Deelnemers kunnen samen aan iets bouwen. Co-productie kan plaatsvinden bij de ontwikkeling van de ideeën en bij de uitvoering van het project. Dat maakt een project duurzamer, je krijgt vanzelf ook een waaiertje aan expertise en talenten aan boord, en doordat iedereen samen nadenkt over de oplossingen heb je ook meer kans dat die zullen werken.

Soms wordt co-productie eerder uitvoerend begrepen: bijvoorbeeld als vrijwilligers klusjes doen, een bar openhouden, of op een andere manier mee het project helpen uitvoeren, zonder dat ze het echt mee vorm geven. Ook binnen coproductie kan je dus verschillende niveaus van participatie hebben. Denk goed na hoe je dat ziet binnen jouw project.



STADIUM 5: CO-BEHEER

Het beheer en de uitvoering van het project ligt (geheel of gedeeltelijk) in de handen van je (mede) burgers. Als gemeente of initiatiefnemer maak je evenveel deel uit van het geheel als de deelnemers aan je participatieproces. Je ondersteunt en helpt maar laat hen ook initiatief nemen en creëert ruimte voor hun ideeën. De hoogste trap en acties van de participatieladder zorgt voor de meeste betrokkenheid en de meest gedragen implementatie van projecten. Deze blijven lopen, ook al valt de initiatiefnemer weg. Iedereen die er nu aan meewerkt beschouwt het immers als zijn of haar project, en voelt er zich ook verantwoordelijk voor.



EVEN OEFENEN...

Raad over welk stadium van de participatieladder er gesproken wordt in de volgende stellingen:

We beslissen samen de kleur en de plaats van de nieuwe banken in het park

Iedereen is uitgenodigd om te komen luisteren naar onze plannen.

We bouwen samen met alle deelnemers een strandcabine die door de buurt gebruikt kan worden.

We houden een vergadering waar de buurt kan reageren op ons idee.

Het park wordt onderhouden door de bewoners van de straat, ze hebben beslist dat er een nieuwe bank moet komen. Die gaan ze zelf bouwen.

We verzamelen opmerkingen van iedereen en daarna zien we wat we ermee doen.

In een co-creatieworkshop geven we de invulling van de nieuwe dorpszaal vorm, samen met iedereen die de ruimte wil gaan gebruiken.

We laten de buurt beslissen hoe het speelplein vormgegeven wordt.

Ik heb een duidelijk idee en ga dat delen met mijn team.

We stellen ons als gemeente beschikbaar voor de buurt en geven hen de budgetten om aan de slag te gaan.

Wij informeren de buurt met een brief in de bus.

We vragen bewoners om grote tekeningen te maken over hoe ze het dorp willen vergroenen en voegen die tekeningen samen om het finaal ontwerp te bepalen.

Ik bepaal samen met het team welke volgende stap we nemen.

Wij laten het beheer van het buurthuis over aan de buurt. Ze kunnen bij ons terecht voor ondersteuning als ze dat zelf willen.

Ik vraag aan mijn collega's wat ze van mijn project vinden.

Een gezamenlijke moestuin wordt mee onderhouden door de buurt.

AVONTUUR #2

COMMUNICEREN EN FOCUS VINDEN

In dit hoofdstuk hebben we het zowel over heldere doelen bepalen EN goed communiceren.

Van een duidelijke focus...

Voor een geslaagd project gaat weten wat je wil bereiken - je missie of doel - vooraf aan weten wat je wil doen. Nochtans werken onze hersenen anders. We worden graag meteen concreet en beginnen meestal met te vertellen wat we willen doen, misschien ook hoe. Natuurlijk hebben we ergens altijd wel een reden om te doen wat we doen. Maar die is voor ons vaak zo evident, dat we het niet nodig vinden om ze uit te spreken.

Maar omstandigheden kunnen je dwingen om je strategie en activiteiten aan te passen. In je participatief traject kan ook blijken dat je (mede)burgers helemaal niet zo warm lopen voor de activiteiten die je voorstelt. Als ze het wel eens zijn over het doel, en jij bent flexibel genoeg om je plannen aan te passen, vind je daar wel een oplossing voor. Door te spreken over jouw 'waarom', kunnen anderen bovendien makkelijker uitspreken wat zij willen bereiken. Zo ontdek je verschillende invalshoeken en noden en kan je op zoek gaan naar een gedeelde 'waarom'. Je raakt het eens over het doel dat je wil bereiken, en kan zo het gesprek starten over de beste weg ernaartoe. Een gedeelde 'waarom' is noodzakelijk om te komen tot een echt gedeeld project.

...naar heldere communicatie

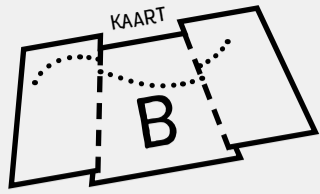
Communicatie is erg belangrijk in een participatieproces. Je hebt het nodig om deelnemers mee te krijgen in je project. Maar ook om samenwerkingen met partners op te zetten die je project versterken. De juiste communicatie opent deuren, communicatiemissers kunnen juist deuren sluiten.

Nadenken over communicatie verplicht je om de taal van je doelgroep te begrijpen, je project vanuit hun visie te bekijken. Let op je 'tone of voice', je woordgebruik, zodat je doelgroep en jij hetzelfde begrijpen en op gelijke hoogte kunnen communiceren. Probeer het 'beeld van de wereld' van je gesprekspartner te ontdekken. Stel daarom ook veel vragen of vraag elkaar om het project te omschrijven om er zeker van te zijn dat iedereen hetzelfde voor ogen heeft. Zo ontdek je ook het taalgebruik van je doelgroep dat je zelf ook kan gebruiken in je communicatie, waardoor je misschien meer mensen zal bereiken. Ook binnen een team is het belangrijk dat iedereen hetzelfde begrijpt en er geen misverstanden ontstaan.

'WAAROM' ALS BASIS VOOR JE COMMUNICATIE

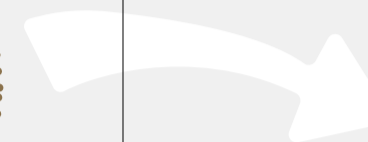
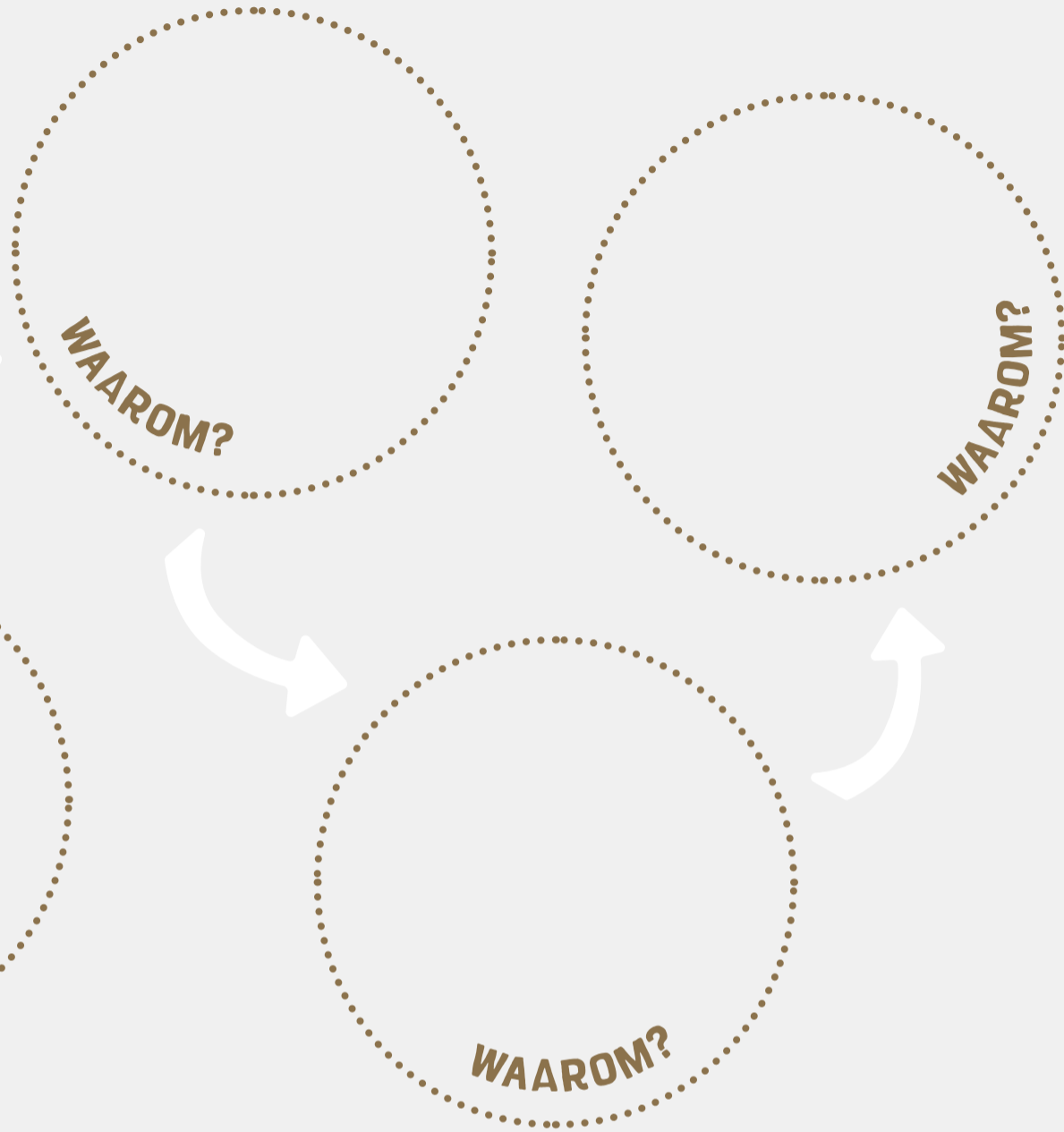
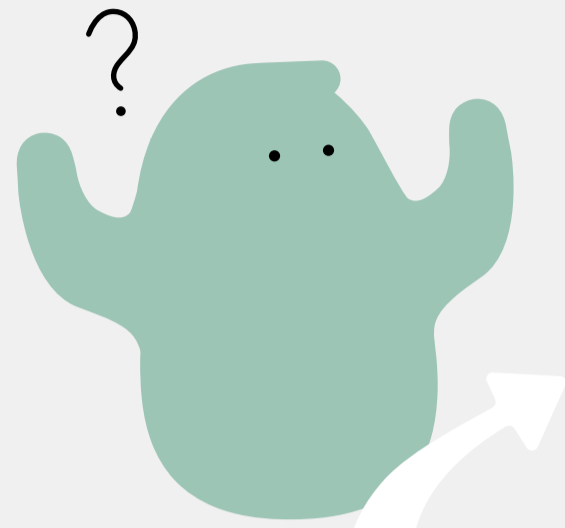
Om goed te kunnen communiceren, moet je eerst heel goed weten welk verhaal je wil brengen. Daarom is een helder geformuleerde doelstelling (je 'waarom') zo belangrijk voor een effectieve communicatie. Zo'n doelstelling helpt je om vanuit je authentieke gedrevenheid te communiceren om anderen mee te krijgen. Als je de connectie kan maken tussen wat jij wil bereiken en wat belangrijk is voor je doelgroep, dan ben je vertrokken voor een sterk participatief proces.

Van zodra je weet waarom je doet wat je doet, wordt het makkelijker om het gesprek aan te gaan met partners, stakeholders, de buurt... Zij zullen veel makkelijker enthousiast worden over je voorstellen en je vragen, als ze weten wat je ermee wil bereiken. Je deelt misschien (nog) niet de oplossing, wel de ambitie of de uitdaging die je wil aanpakken.



OP ZOEK NAAR THE GOLDEN CIRCLE...

Wat heb je nodig: post-its, papier (liefst flipchartformaat, zeker als je de golden circle gaat tekenen)



Om onze 'waarom' expliciet te maken, kunnen we inspiratie halen uit de 'golden circle' van Simon Sinek. Dat model is ontwikkeld in een bedrijfscontext, maar kan ook in participatietrajecten een goede houvast zijn. Sinek legt in een beroemde TED-talk uit waarom dit model zo'n succesvolle basis voor communicatie en succes is.

Sinek ontdekte dat succesvolle merken vaak op dezelfde manier denken, handelen en communiceren, en daarin verschillen van andere merken. De meeste bedrijven denken dat hun klanten voor hen kiezen omdat ze zo'n goede computers, auto's of andere producten of diensten aanbieden. Nochtans zijn er meestal nog een reeks andere bedrijven die dezelfde producten of diensten in de markt zetten. Succesvolle bedrijven kunnen ook communiceren 'waarom' ze die producten maken: ze stralen bepaalde waarden uit zoals 'we dagen de status quo uit', 'we doen mensen excelleren', 'wij koesteren tradities', enzovoort. Klanten worden daardoor aangetrokken, omdat ze er een stukje van willen.

Hoe authentiek de 'waarom' is voor het bedrijf of organisatie of initiatief, hoe beter ook de communicatie werkt. Het mag dus niet enkel een communicatie trucje zijn, maar moet echt deel uitmaken van het DNA van het project of de organisatie op alle niveaus. Ga daarom op zoek naar jouw echte drijfveren voor je werking of je project, je 'waarom'.

Opdracht: 5x waarom?

Ga in groepjes van maximum 4 bij elkaar zitten en bevrage elkaar om beurt met één van de volgende vragen:

- Waarom ben je met dit project begonnen?
- Waarom sta je 's ochtends op?
- Waarom vind je wat je doet zo belangrijk?

Op elk antwoord dat iemand geeft, vraag je door: waarom?, aangevuld met inhoud van het eerste antwoord. Dit doe je (minstens) 5 keer.

Let op dat je 'waarom' toch niet stiekem een "hoe" of een "wat" is. Je 'waarom' is de situatie die je zal zien nadat je project gerealiseerd is. Neem de tijd om dit helemaal goed te krijgen.

Blijf tegelijk specifiek genoeg. Een 'waarom' die te vaag is, zal ook niet inspirerend zijn.

Schrijf telkens het kernwoord van het antwoord op een aparte post-it.

Na 5x dieper vragen ga je samen een zin vormgeven die de 'waarom' beschrijft aan de hand van wat je allemaal verzameld hebt.

Het belangrijkste is dat de zin klopt voor de persoon in kwestie, er moet een klik mee zijn. Ga dus echt op zoek naar de juiste bewoordingen en accenten in de zin.

EVEN CHECKEN MET EEN VOORBEELD ...



AVONTUUR #3

Feedback geven en krijgen

Wat is feedback geven? Waarom geven we feedback en wat willen we ermee bereiken? Het venster van Johari geeft ons daar een klare kijk op.

WAT IS HET JOHARI VENSTER?

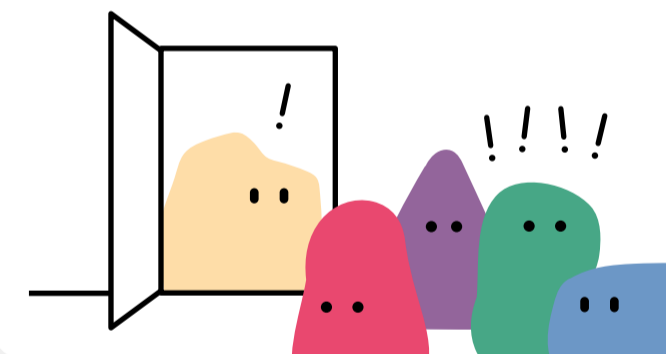
Wanneer iemands gedrag door de omgeving als lastig wordt ervaren, dan is het goed om die persoon daar feedback op te geven. Het is niet gemakkelijk om anderen aan te spreken op hun gedrag. Veel mensen zijn zich niet bewust van hun eigen gedrag of vinden het bedreigend om erop aangesproken te worden. Goede feedback helpt om iemand op de juiste manier op (storend) gedrag aan te spreken. Het Johari venster geeft inzicht in hoe jouw gedrag en dat van iemand anders op elkaar inwerken, en helpt je om vanuit dat inzicht met de ander in gesprek te gaan. Niet enkel negatieve zaken dienen feedback te krijgen, ook positieve zaken kunnen dankzij feedback versterkt worden.

Het Johari venster (Johari window) werd in 1955 gecreëerd door Joseph Luft en Harry Ingham. Het heeft vier kwadranten, die vier combinaties van gedrag vertegenwoordigen:

GEBIED I: BEKEND TERREIN

"Bekend aan jezelf – Bekend aan anderen"

Dit bekend terrein gaat over gedrag waarvan een persoon zich bewust is en dat ook door anderen gezien en herkend wordt. Toch valt het ook dan niet altijd mee om over storend gedrag te spreken. Met geduld en voorzichtigheid kan je het gesprek aangaan.



GEBIED IV: BLINDE VLEK

"Onbekend aan jezelf – Bekend aan anderen"

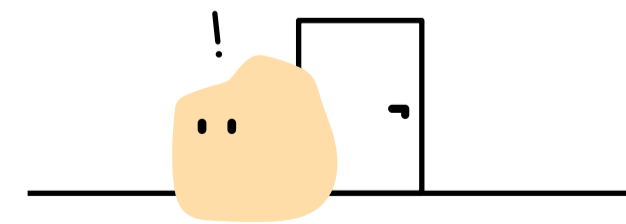
De blinde vlek kan heel vervelend zijn en ervoor zorgen dat anderen over je praten. Zij hebben immers iets in de gaten waar jijzelf geen weet van hebt. Transpiratielucht, veelvuldig gebruik van een stopwoordje of continu de neus ophalen zijn daar voorbeelden van. Ook in de werksfeer heb je blinde vlekken; zo heeft iemand misschien niet in de gaten dat hij veel langzamer werkt dan zijn collega's. De anderen weten dat wel, en raken erdoor geïrriteerd. Mensen die geen goede feedback krijgen over hun blinde vlek, blijven in hun gedrag steken en kunnen ten slotte uit de boot vallen.



GEBIED II: VERBORGEN LAND

"Bekend aan jezelf – Onbekend aan anderen"

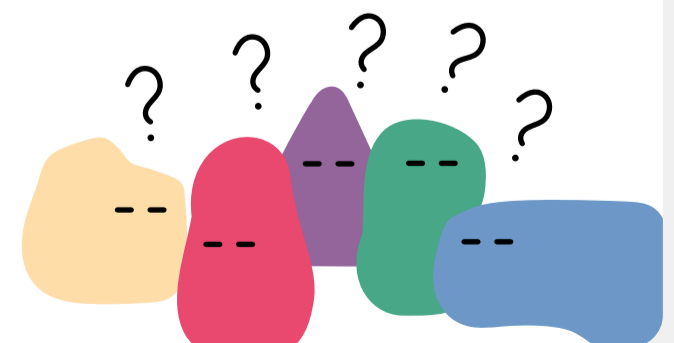
In het verborgen gebied kunnen mensen bepaalde informatie voor zichzelf houden en niet delen met anderen. Zo kan een kantoorclerk het voor zijn collega's verborgen houden dat hij in zijn vrije tijd jazzgitarist is. Het verborgen gebied is misschien niet voor iedereen onbekend. Dezelfde kantoorclerk heeft misschien een goede collega met wie hij wel degelijk zijn hobby deelt, waardoor het toch een onderwerp voor communicatie is. In dat geval verschuift dit verborgen gebied langzaam naar open ruimte.

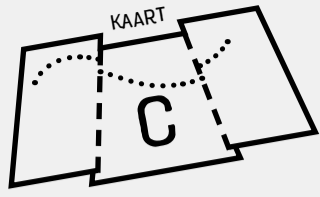


GEBIED III: ONBEKEND TERREIN

"Onbekend aan jezelf – Onbekend aan anderen"

Over dit onbekende gebied wordt niet gecommuniceerd. Niemand heeft er immers weet van en daardoor is het ook geen onderwerp voor discussie.





FEEDBACK GEVEN

Route heen

“INFORMEER OF ER RUIMTE IS VOOR FEEDBACK”

Het moment waarop de feedback wordt gegeven is erg belangrijk. Heeft de persoon in kwestie een slechte dag, is er net heel veel werk op het bureau beland of zijn er thuis problemen, dan zal het moeilijk zijn om er nog feedback bij te nemen. Ook al volg je alle stappen, iemand die niet klaar is om feedback te ontvangen zal die ook niet ter harte nemen. Vraag dus altijd of het wel het juiste moment is.

CHECK-POINT I

“SPREK IN DE IK-VORM”

Iemand die aangesproken wordt op storend gedrag, kan zich al snel beledigd voelen en in de verdediging gaan. Als je vanuit de ik-vorm communiceert, wordt dit risico een stuk minder. Je spreekt namelijk vanuit jouw gevoel en jouw ervaring. 'Het is mij opgevallen dat je het werk gisteren niet hebt afgekregen' komt zachter over dan 'jij hebt je werk gisteren niet afgekregen'.

CHECK-POINT II

CHECK-POINT III

“BESCHRIJF CONCRETE OBSERVATIES, GEEN INTERPRETATIES!”

Probeer door concrete voorbeelden duidelijk te maken wat er bij jou is binnengekomen:

- Ik zag je met je ogen draaien.
- Je liet de vaat staan.
- Er kwam geen antwoord op mijn e-mail.
- Je kwam 15 minuten te laat op onze afspraak.

CHECK-POINT IV

“GEEF AAN WELK EFFECT HET GEDRAG HEEFT OP JOU”

Wees daarbij zo concreet mogelijk:

- Ik zag je met je ogen draaien en ik kreeg het gevoel dat ik niet serieus werd genomen.
- Je liet de vaat staan en ik voelde me alleen met al het opruimwerk.
- Je hebt mij gisteren getoond wat ik goed heb gedaan, dat heeft me energie gegeven.

CHECK-POINT V

“GA NA OF JE ELKAAR BEGRIJPT”

Vraag of de andere persoon begrijpt wat je bedoelt. Communiceren verloopt in twee richtingen en woorden hebben voor iemand anders vaak een andere betekenis of een andere connotatie.

CHECK-POINT VI

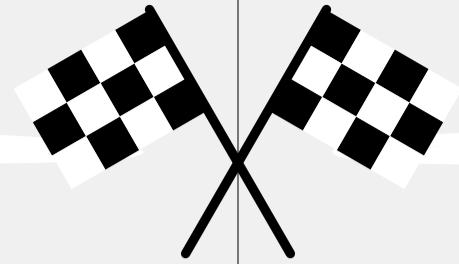
“LEG UIT WAT JIJ NODIG HEBT”

Laat iemand niet zomaar met de feedback zitten. Leg uit wat er voor jou beter kan, wat er zou moeten veranderen.

CHECK-POINT VII

“VRAAG ZELF FEEDBACK, MAAK AFSPRAKEN, DOE SUGGESTIES”

Hou het concreet en kom samen tot een oplossing.



FEEDBACK KRIJGEN

“VERTEL EERLIJK HOE JE DE FEEDBACK ERVAART”

Misschien is het pijnlijk om te horen, of misschien was je je zelf ook al wel van je gedrag bewust maar vind je het moeilijk om te veranderen. Communiceer open over je gevoel. De persoon aan de overkant meent het goed en verdient ook jouw eerlijke gevoel hierover.

“VERWERK EN BEDENK HOE JE DIT GAAT AANPAKKEN”

Bedenk oplossingen. Samen onderzoek hoe je met de feedback aan de slag kan gaan zal enkel versterkend zijn voor de relatie met de feedback gever.

CHECK-POINT V

“STEL VRAGEN, CONTROLER OF JE HET GOED HEBT BEGREPEN”

Nu ben jij aan de beurt, stel verduidelijkende vragen indien je dat nodig vindt.

CHECK-POINT IV

Dat is vaak moeilijk, de meest gangbare reactie is om in verdediging te gaan. We willen ons natuurlijk verklaren. Maar luister nu nog even verder. Weet dat de ander je echt wil helpen en dat feedback dient om te groeien. De ander neemt de moeite om met jou hierover in gesprek te gaan. Ook positieve feedback...

CHECK-POINT III

“BEGIN NIET TE ARGUMENTEREN OF JE TE VERDEDIGEN”

Een open houding kan enkel maar tot iets positiefs leiden.

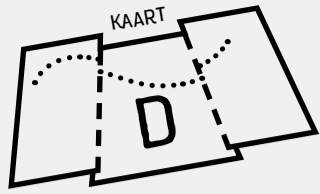
CHECK-POINT II

Wees eerlijk met jezelf. Sta je op dit moment echt wel open om feedback te krijgen?

“BEVESTIG DAT JE FEEDBACK WIL”

“LUISTER GOED EN AANDACHTIG”

CHECK-POINT I



SPREKEN WE DEZELFDE TAAL?

Oefen de feedback-routes met deze scenario's:

Verdeel je in groepjes van twee. Leg deze toolkit voor je en speel de scenario's van hieronder in een rollenspel. Wissel om van rol. Volg de stapjes om feedback te geven zo goed mogelijk op. In het begin zal het wat onnatuurlijk overkomen, maar oefening baart kunst. Indien je met meerdere duo's oefent, dan kan je met de QR code op deze pagina het voorgaande parcours downloaden en afprinten.

SCENARIO 1

Je collega komt elke vergadering 15 minuten te laat. Daardoor raakt je planning in de war. Je bent zelf heel stipt aangelegd en kan hier moeilijk mee om.

BEDENK ZELF NIEUWE SCENARIO'S, OF BETER ... PROBEER ELKAAR EENS ECHT FEEDBACK TE GEVEN!

SCENARIO 2

Je buurman parkeert zijn auto altijd in het midden van twee parkeerplaatsen, net voor jullie huis. Door de drukte in de straat moet je telkens twee straten verder parkeren. Aan het einde van een drukke werkdag heb je daar echt geen zin in.

SCENARIO 3

Je collega heeft fantastisch werk afgeleverd, alles is tot in de puntjes in orde en op tijd klaar. Maar ze heeft alles alleen gedaan en je ziet dat ze door al dat werk zichzelf aan het opbranden is. Ze vraagt geen hulp en vraagt zelden zelf feedback.



Download en oefen!

Stem de taal af op elkaar met deze oefeningen:

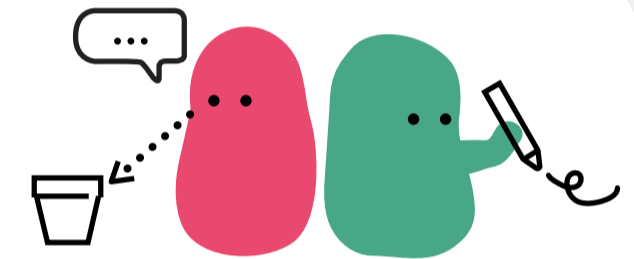
Deze oefening spoort aan tot creatieve communicatie. Door te zoeken naar creatieve manieren om iets te beschrijven leer je om problemen op een vindingrijke manier te lossen.

Je zal ook zien dat elke persoon iets anders interpreteert.

De oefening is ook nuttig als start om een grondig gesprek aan te gaan tussen twee (groepen) mensen die elkaar niet zo goed kennen. Het maakt iedereen er meteen alert voor dat de ander mogelijk niet hetzelfde begrijpt als jij, en dat je er dus altijd naar moet doorvragen.

DE WAARDE VAN WOORDEN:

Neem een blad en een stift en splits jullie op in groepen van 2 en ga rug aan rug tegen elkaar gaan zitten. De eerste persoon heeft een object gekregen en moet dit beschrijven (uiteraard zonder expliciet te zeggen wat het object is) aan persoon B. Persoon B moet op basis van deze beschrijving het voorwerp vervolgens proberen te gaan tekenen.

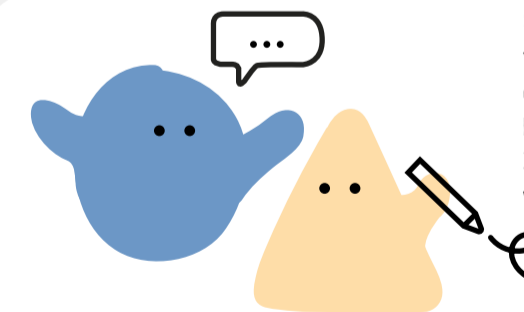


Bespreek samen:

Hoe ziet de tekening eruit?
Lijkt ze op wat persoon A in het hoofd had?
Wat leren we daaruit?

ACTIEF LUISTEREN:

En dan nu in het echt. Stel op een volgende voorstelling van je eigen idee voor aan de luisteraars om te noteren of tekenen wat ze horen en eruit begrijpen. Na afloop geeft je publiek dit terug aan jou. Zo kan je aftoetsen of je woordgebruik doeltreffend was of dient bijgesteld te worden.



Bespreek samen:

Hoe zien de tekeningen of omschrijvingen van de luisteraars eruit?
Wat hebben de luisteraars hieruit begrepen?
Lijkt het op wat je wilde overbrengen?
Wat kan je hieruit leren?

Eerst doen ... dan denken!

INSPIREREND
VOORBEELD



Bewonersplatform Abele

Het bewonersplatform van Abele diende in 2019 hun project in na de tweede projectenoproep van het INTERREG V-project 'Partons 2.0'. Om het project te starten krijgen ze begeleiding van ervaringsgericht bureau De Stuyverij en een startbudget voor de realisatie van hun droom. Partons 2.0 zet namelijk in op participatieve projecten rond innovatieve vormen van commerciële en publieke dienstverlening.

Het dorp Abele is een deelgemeente van Poperinge en ligt pal op de grens met Frankrijk. Voor het afschaffen van de Europese binnengrenzen stond er in het midden van het dorp een douanepost. Aan de ene kant van deze post woonden Belgen en aan de andere kant Fransen. De grenscontroles aan de douanepost zijn vandaag natuurlijk verdwenen, maar de splitsing tussen de Belgische en Franse inwoners is er nog steeds. Belangrijke factoren zijn taal en cultuur.



Het bewonersplatform van Abele droomt er sinds 2009 van de sociale cohesie van het dorp te versterken door middel van een ontmoetingstuin. Tegenover de kerk ligt namelijk een groot stuk braakliggend terrein met heel veel potentieel. Het bewonersplatform heeft recent de goedkeuring gekregen van de notaris om hiermee iets tijdelijks te doen. Concrete ideeën zijn: een speelterrein, een picknickplaats, een ontmoetingsplaats, een buitenklas en een pluktuin.

Het project wil de 'Abelenaars' betrekken bij de inrichting van een ontmoetingstuin. Daarom worden via verschillende acties ideeën verzameld. Deze acties kun je volgen via de Facebook-pagina van bewonersplatform Abele. Daarnaast worden er ook verschillende bijeenkomsten georganiseerd zoals een dorpscafé, filmavond, workshops, enzovoort.

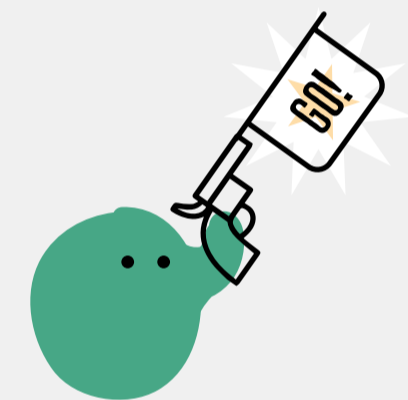
AVONTUUR #4

Een participatiemoment ontwerpen & faciliteren

Al doende kan je ontzettend veel te weten komen. Participatie kan op heel veel manieren: al pratend, maar ook door samen iets te ontwerpen, een spel te spelen, oplossingen uit te testen.

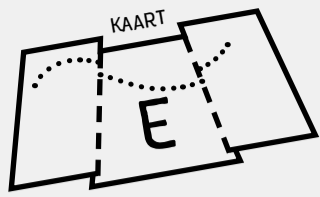
Ben je nog wat onzeker, begin dan met iets kleins. Participatie hoeft zich niet te beperken tot één moment, maar kan juist heel goed plaatsvinden in heel veel kleine activiteiten.

Experimenteer en leer hoe waardevol participatie kan zijn. Een participatief evenement is ook de uitgelezen kans om met je partners aan de slag te gaan en elkaar te leren kennen. Dit vergt voorbereiding en inzicht in je doelgroep. Wie wil je bereiken voor dit evenement of activiteit? Welke actie is daarvoor het meest effectief? In dit avontuur gaan we hier bewust mee aan de slag.



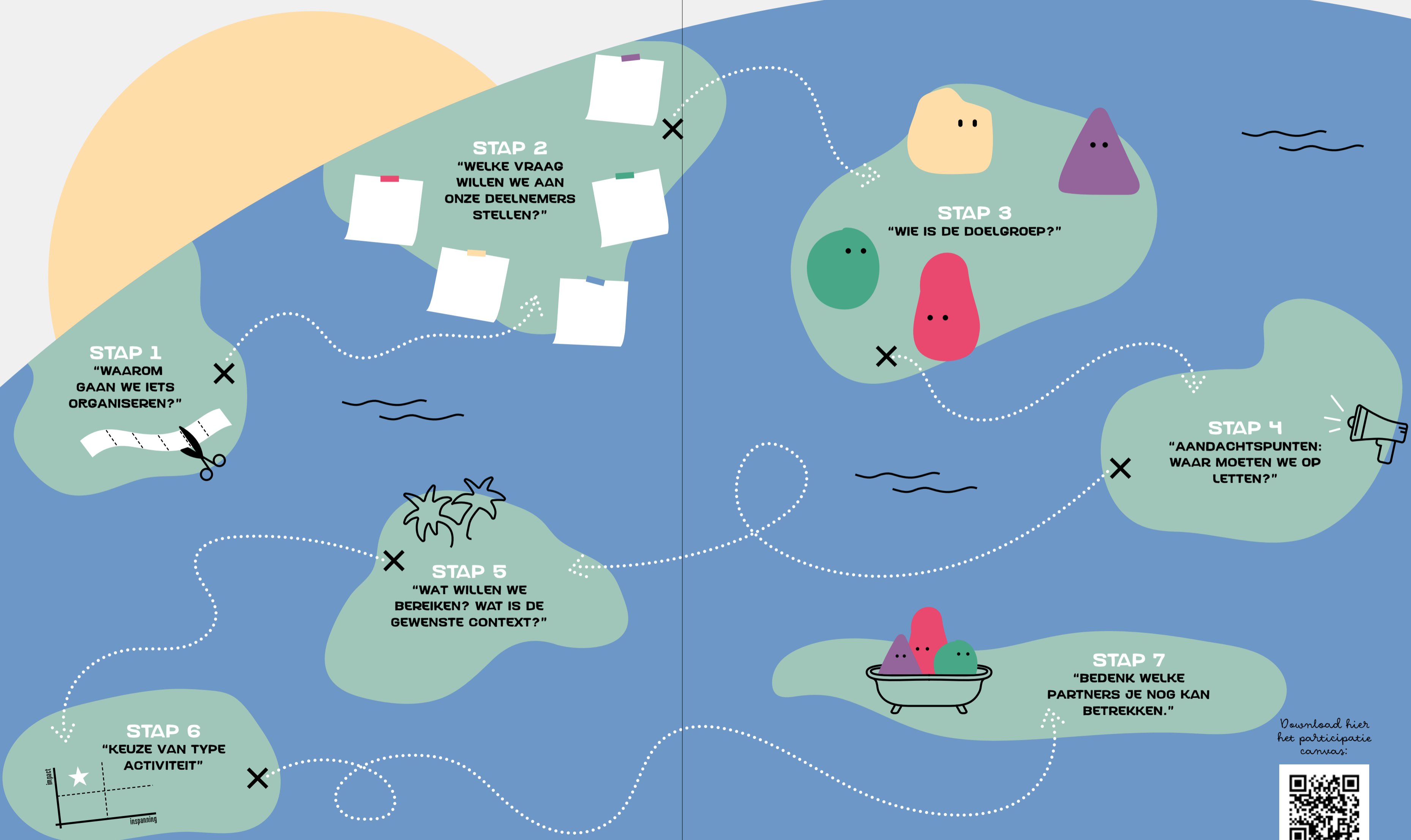
WEES AANDACHTIG VOOR ...

- Leg de lat niet te hoog. Klein beginnen is groot winnen. Een intiem gesprek is ook al participatie, bereid ook dat voor. Ga geleidelijk aan uit je comfortzone als dat nodig is.
- Wees niet bang van negatieve feedback tijdens je activiteit. Zie dit als een signaal dat mensen betrokkenheid tonen en misschien wel een rol willen spelen in je project of activiteit. Je kan negatieve feedback heel makkelijk ombuigen tot iets positiefs. Bvb. Fijn dat ik deze feedback krijg, ik kan hiermee aan de slag. Misschien heb je zin om mee te doen?
- Verschillende doelgroepen vragen om een verschillende aanpak. Misschien organiseer je beter verschillende kleine evenementen dan één groot.



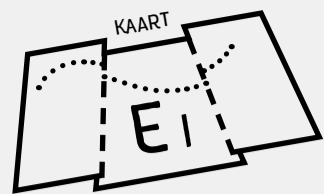
AAN DE SLAG MET HET PARTICIPATIECANVAS

All around the world ...

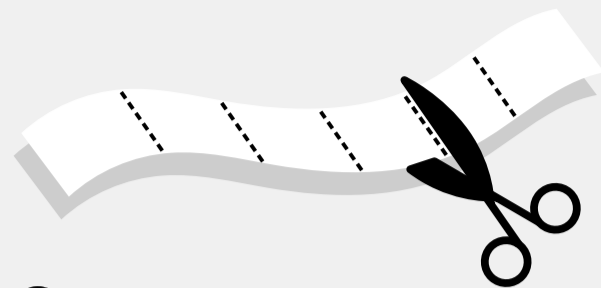


Download hier het participatie canvas:





DE UITDAGING



STAP 1: Waarom?

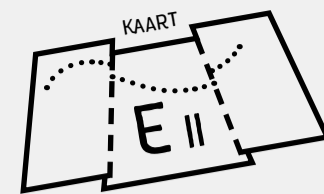
Voor elk project dat we opzetten willen we liefst een zo groot mogelijk draagvlak. Zoveel mogelijk enthousiasme en daardoor ook voldoende helpende handen om het te kunnen realiseren. We kunnen niet genoeg herhalen hoe belangrijk het is dat iedereen zich kan vinden in de missie van je project. Daarom raden we jullie aan om de 'golden-circle' oefening regelmatig terug boven te halen en opnieuw te maken met de betrokkenen. Check regelmatig hoe het zit met de innerlijke drijfveren van je project of actie.



Hou de why niet enkel voor de projectgroep maar breng ze naar buiten. Klinkt de motivatie nog steeds goed? Is ze duidelijk voor iedereen? Maak de 'why' van het project of actie dan zeker voldoende zichtbaar. Hoe duidelijker en hoe meer de beweegreden getoond wordt, hoe vaker ze ook gedeeld zal worden. Hou je zeker niet in en probeer er creatief mee om te springen: schrijf het op de muren, maak t-shirts met een slogan, deel een facebookpost of maak een filmpje, vraag medewerkers om de boodschap mee uit te dragen...

Onze why:

.....
.....
.....



ONS DOEL

STAP 2: De vraag

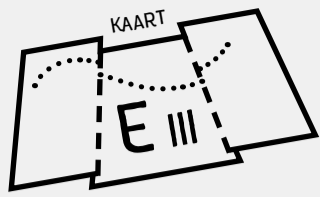
Wat willen we te weten komen, wat willen we precies bereiken met onze participatie oefening? Participatie is namelijk een middel en geen doel op zich. Zet je alle vragen die je hebt voor je doelgroep op post-its en bespreek samen wat je nodig hebt om de volgende stap te kunnen zetten aan de hand van participatie. Wil je de straat aangenamer maken? Dan wil je misschien weten wat er nu schort. Misschien wil je weten waar mensen van dromen? Misschien wil je samen met de buurt de straat herontwerpen? Misschien wil je weten wie allemaal gebruik maakt van de straat? ... Besluit samen wat het doel is van je eerste participatieve oefening.



Gedurende een project zul je deze oefening regelmatig moeten herhalen. Het algemene doel van jullie project bestaat uit veel verschillende stappen. Een duidelijke vraag aan alle betrokkenen schept dan ook meer ruimte voor een degelijk resultaat waarmee je verder kan.

Onze vraag van vandaag:

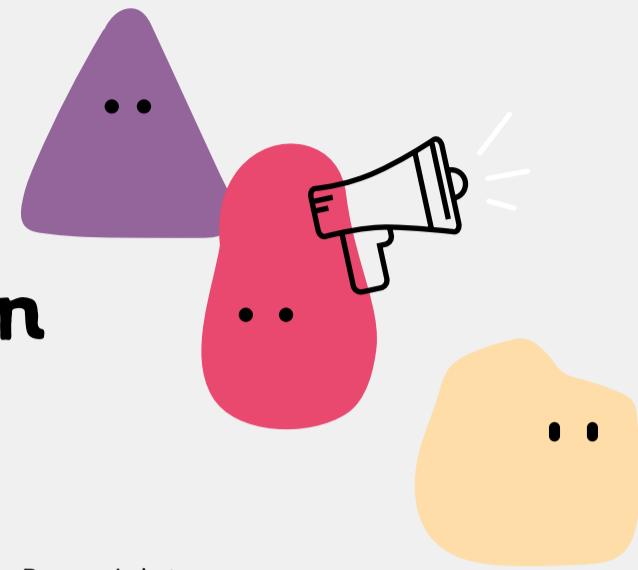
.....
.....
.....



DOELGROEP



STAP 3 & 4: Persona's en aandachtspunten



Participatieve trajecten, die zet je op met heel veel verschillende type mensen. Daarom is het voor elke activiteit erg belangrijk om te bepalen wie je precies wil bereiken. Wie heeft er belang of invloed op ons project? Wie heb je nodig voor die specifieke stap die je nu wil zetten? Voor wie wil je graag een participatief evenement opzetten? En hoe kan je hen het best bereiken en enthousiasmeren?

De ene persoon zal immers graag discussiëren, de andere staat open voor een creatieve activiteit of wil juist liever individueel aangesproken worden. De oefening van de persona's is een grote hulp om de eigenschappen en de noden van verschillende doelgroepen in kaart te brengen.

OPDRACHT:
Print het schema voor de persona's af en vul er één in per persona. Je kan besluiten om voor bepaalde doelgroepen verschillende persona's te maken vb. jeugd, senioren of mensen in hoge kwetsbaarheid,...



Een persona is een fictief personage met alle kenmerken van een 'typische' persoon uit je doelgroep. Door deze persoon een gezicht, een naam, een beroep, hobby's enzovoort te geven, wordt het makkelijker om je in hem of haar te verplaatsen dan in een abstracte groep mensen. Een persona is de 'tweede beste optie' als je geen tijd hebt om je doelgroep uitgebreid te bevragen in persoon. Wil je een traject lopen met een hele wijk, dan kan je niet meer iedereen in persoon spreken. Maak dan verschillende persona's en zoek wat schikt voor alle persona's. Je kan uit deze oefening wel besluiten dat je verschillende participatie momenten nodig zal hebben, aangepast aan elk persona type. Bvb je plant iets in het kaartershuisje voor de senioren in de buurt, daarna ga je in de school iets doen om de noden van de jeugd te leren kennen en misschien ook van de school zelf.

Hoe je je persona vormgeeft, moet wel gebaseerd zijn op objectieve kennis.

Je kan daarom bv besluiten om een persona op te stellen samen met een partner (een organisatie, een sleutelfiguur...) die de doelgroep in kwestie goed kent. Vindt die het een realistisch personage? Kan je partner misschien nog wat aandachtspunten toevoegen?

GEBRUIKERSPROFIEL

NAAM LEEFTIJD GESLACHT

VOORNAAM STATUS

 OPLEIDING

WERK

NATIONALITEIT/AFKOMST

KORTE BID / OVERIGE KENMERKEN

SCENARIO



GEBRUIKERSPROFIEL

NAAM LEEFTIJD GESLACHT

VOORNAAM STATUS

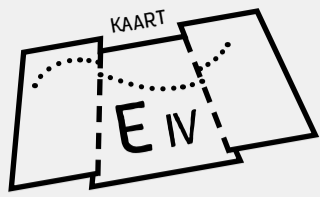
 OPLEIDING

WERK

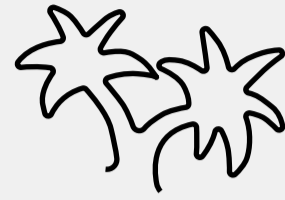
NATIONALITEIT/AFKOMST

KORTE BID / OVERIGE KENMERKEN

SCENARIO

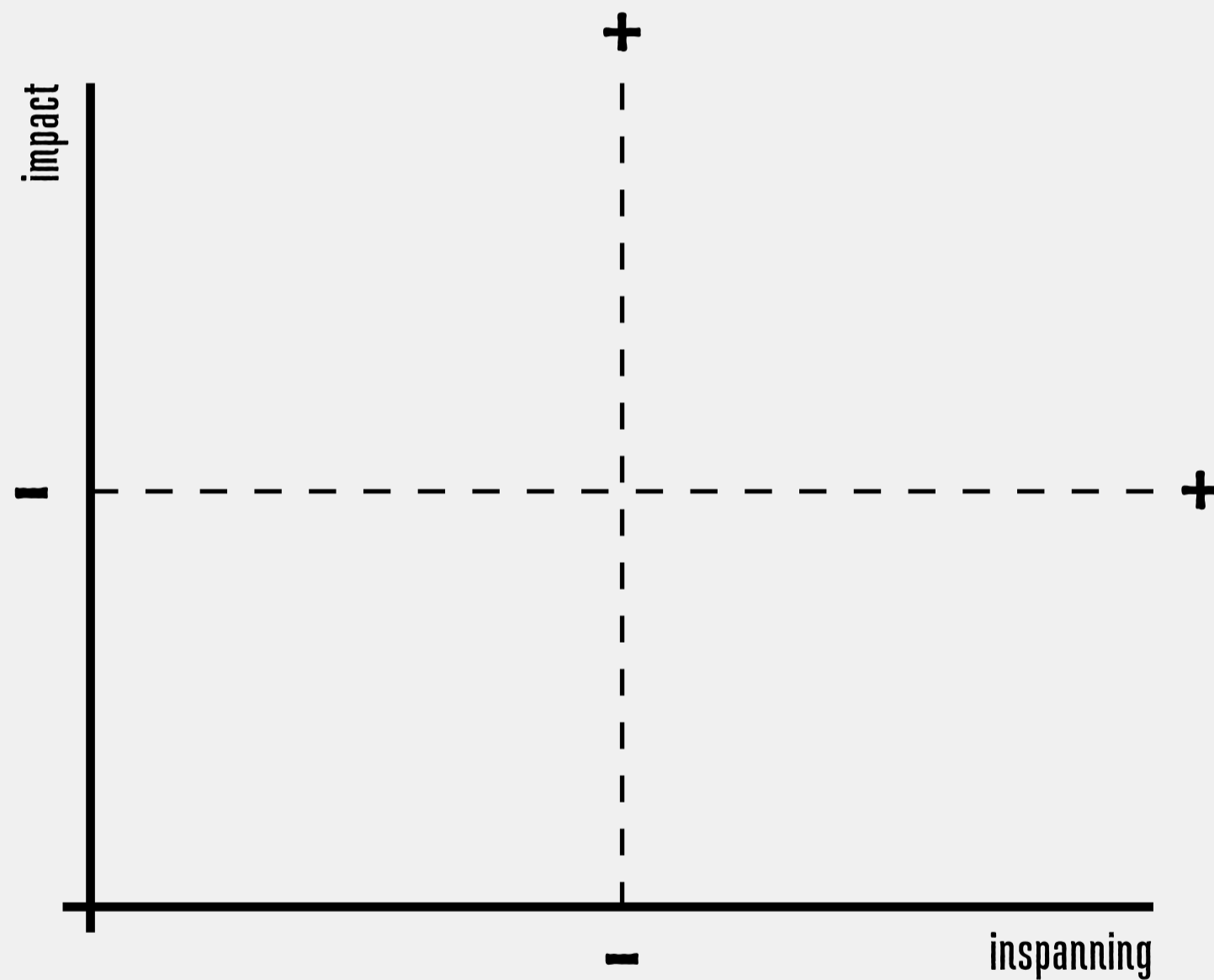


ACTIVITEITEN



STAP 5 & 6: Context en activiteitentype

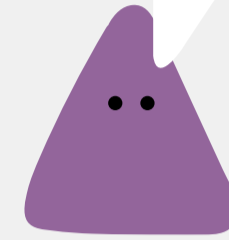
Minimum aan inspanning met maximum aan impact.



OPDRACHT:

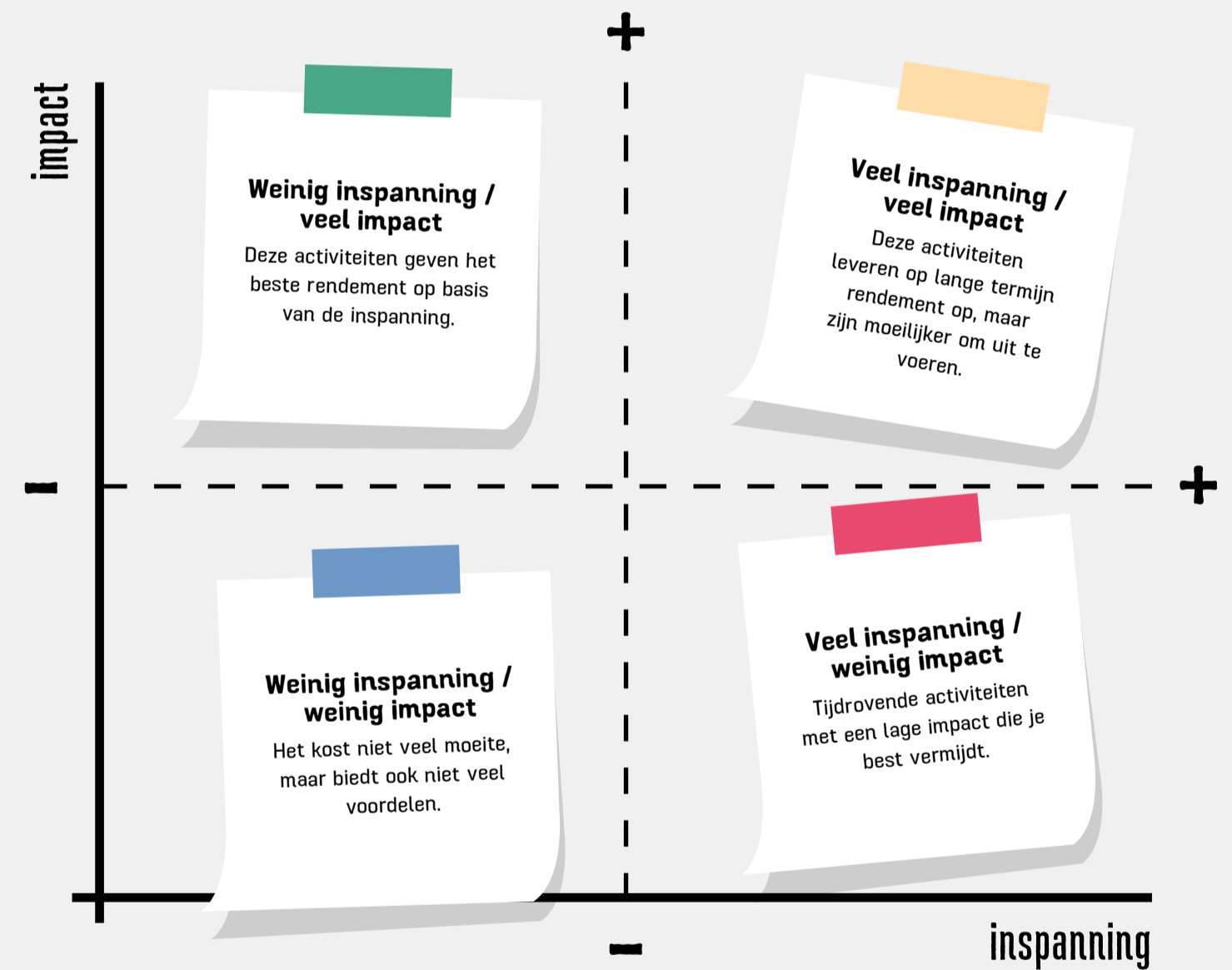
Schrijf in stilte elk 10 minuten lang al je ideeën op. Laat je niet beperken, denk ruim. We gaan in eerste instantie voor kwantiteit en niet voor kwaliteit.

Nu we weten voor wie we iets organiseren krijgen we allerlei ideeën rond soorten activiteiten.



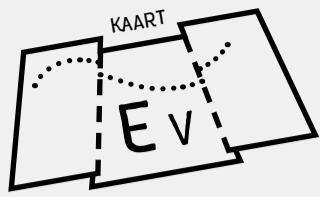
Als de tijd om is, neem je de template impact/inspanningsraster. Hang deze ergens aan de muur. Dit raster is een besluitvormingsinstrument dat helpt om tijd efficiënter te beheren en meer impactvolle acties te ondernemen. Je beoordeelt activiteiten of ideeën op basis van de inspanning die je ervoor moet leveren en de mogelijke impact of voordelen die ze zullen hebben.

Bespreek in groep waar de post-its moeten hangen en help elkaar om ze te sorteren.



Maak deze oefening met je partners!

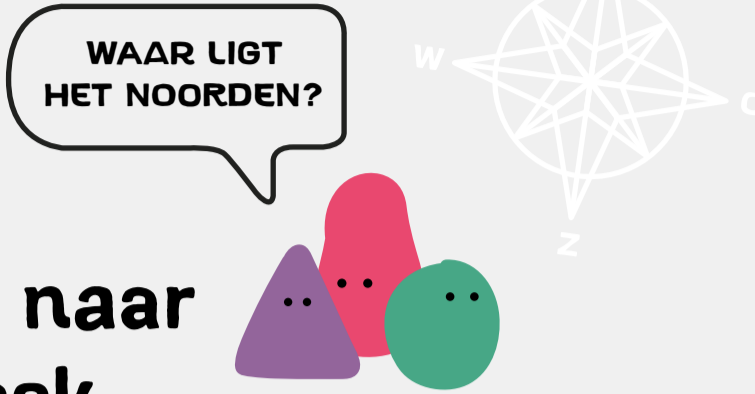
Het resultaat is een visuele weergave van de kansen die elk idee biedt. Je ziet ook meteen welke ideeën veel werk vragen maar weinig impact opleveren. De ideeën die het meest zullen teweegbrengen en het makkelijkst te realiseren zijn, vind je linksboven. Kies bij voorkeur een idee uit dat zich in deze regio bevindt. Eventueel kan je stemmen voor het beste idee door in stilte elk 3 kleefdots op de post-its van je voorkeur te kleven. Dan kan je die met de meeste dots kiezen. Neem het idee met de meeste stemmen en noteer deze activiteit bij stap 6 van het participatie canvas.



PARTNERS



STAP 7: Van Bermuda naar partnerschapsdriehoek ...

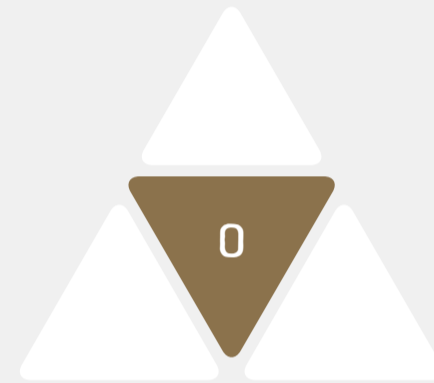


GROUND ZERO: "WAT WE WILLEN..."

Neem 4 grote bladeren (flipchartformaat of een grote rol papier) en teken op 1 blad het partnerschapscanvas. Schrijf bovenaan wat je wil realiseren. Baseer je daarvoor op je 'waarom', maar maak specifiek waarvoor je precies partners nodig hebt.

Voorbeelden:

- Ik wil alle buurtbewoners betrekken om de straat aangenamer te maken
- We willen partners vinden die onze werking nieuw leven helpen inblazen via vrijwilligerswerk
- Ik wil een kunstroute uitwerken in mijn dorp



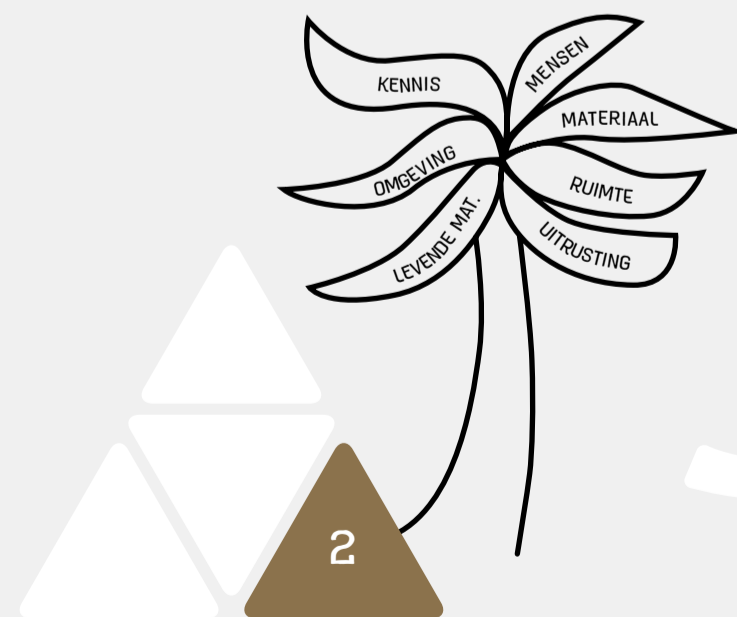
Why?
(Oefen in wat je wil)

GROUND TWO: "WAT WE HEBBEN..."

Denk nu 10 minuten na over de middelen, vaardigheden, kennis, expertise... die je hebt binnen je project. Allemaal samen kan je die vatten onder de Engelse term 'resources'. Doe dit weer in stilte en elk apart. Schrijf 1 middel op per post-it. Je mag gerust ook tekenen of bijvoorbeeld werken met foto's. Ook hier denk je zo ruim mogelijk: zoek naar resources in elke tak van de boom illustratie.

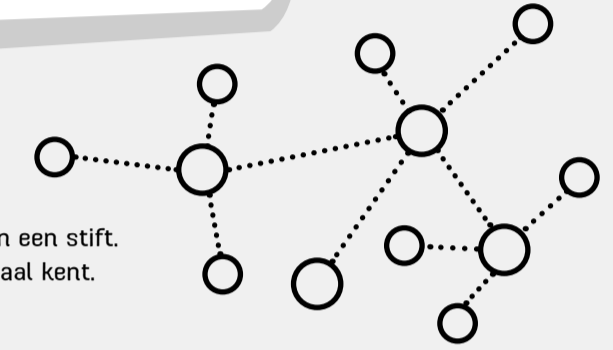
Voorbeelden:

- de ligging van mijn huis (midden van de straat)
- mijn grote living
- ik ken iedereen
- connecties bij de gemeente
- mijn auto
- ik kan een dossier schrijven
- ik weet veel over afval sorteren
- mijn kinderen zitten in de straat hiernaast op school
- mijn man knutselt graag



Resources

Het doel van deze oefening is om nieuwe partnerschappen te ontdekken waar je misschien nog niet aan had gedacht. Het is een oefening om je blik te verruimen en de win-wins te ontdekken. Doe ze samen met je projectteam.

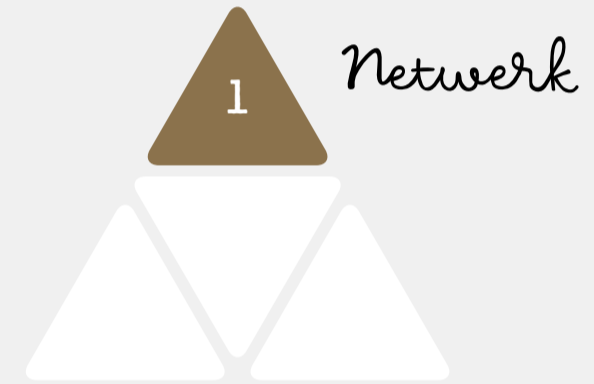


GROUND ONE: "WIE KENNEN WE..."

Neem nu één van de andere bladeren en neem elk een stapel post-its en een stift. Zet een timer aan en brainstorm elk apart 10 minuten over wie je allemaal kent. Ga zo ruim mogelijk, hoe meer post-its hoe beter.

Voorbeelden:

- De doe-het-zelf winkel in de straat hiernaast
- De oude dame die niet meer buiten durft
- De karateclub
- Mijn buur die graag organiseert
- De familie van hierover
- Het Syrische koppel dat er net is komen wonen
- De taxichauffeur
- De vuilnisdienst
- De kinderen die altijd passeren op weg naar school
- Mijn moeder die elke week komt babysitten



Beperk je dus niet tot mensen die je binnen je werk, project, organisatie... al kent maar denk echt 'out of the box'. Vraag je nog niet af of ze relevant zijn voor je doel. Mogelijk ontdek je later kansen tot samenwerken die je nu nog niet ziet. Als de 10 minuten om zijn, leg je het blad met de post-its even opzij en neem je het volgende witte blad.

GROUND THREE: "WAT HEBBEN WE NOG NODIG..."

Neem nu het blad met het partnerschapscanvas. Denk samen na over resources die je zelf nog mist om je project te doen slagen. Schrijf deze 1 voor 1 op.

Voorbeelden:

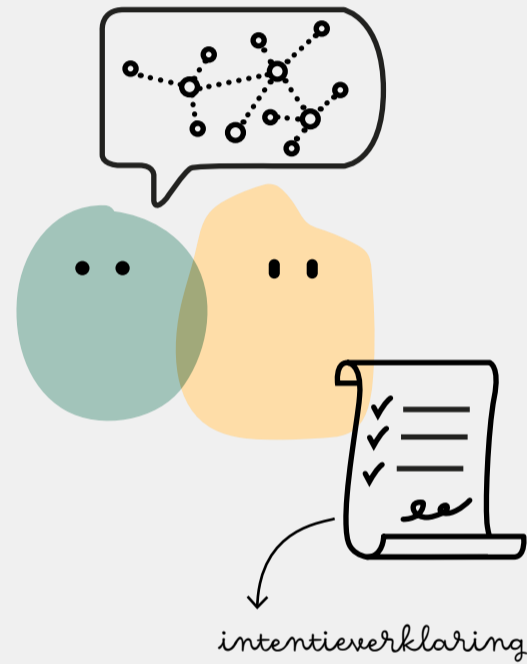
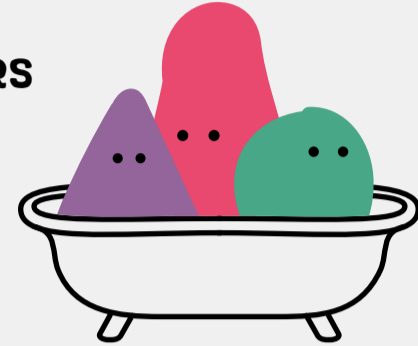
- Ik mis nog ideeën om ouderen te betrekken.
- We hebben nog een praktische geest nodig.
- We kennen de buurt helemaal niet goed.



Nood

VINDEN VAN GESCHIKTE REISPARTNERS

Als je co-creëert betrek je per definitie anderen in je project: individuen, groepen mensen, organisaties, bedrijven, beleidsmakers...



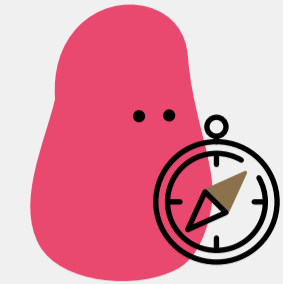
- Als je de anderen ook actief kan laten deelnemen, creëer je gedragenheid en doe je de wederzijdse win-win groeien.
- Door samen met anderen na te denken over een uitdaging, zie je de verschillende invalshoeken en wordt je project sterker. Dit zorgt voor efficiënte en duurzame oplossingen!
- Partners kunnen je helpen aan kennis, middelen, invloed, connecties... die jij niet hebt.
- Sommige doelgroepen kan je best bereiken en begrijpen door samen te werken met partners die deze doelgroep door en door kent. Deze partners of sleutelfiguren kunnen jou vertellen hoe hun doelgroep best bereikbaar is en hoe je ze best aanspreekt. Door een win-win te vinden met deze partner kan je deze goed betrekken en kan deze eventueel als 'ambassadeur' voor je project fungeren. Ze kunnen ook als 'ambassadeur' optreden voor je project bij hun doelgroep.

Het is daarom erg belangrijk om te gaan kijken met wie je specifiek best samenwerkt en hoe je de juiste win-win kan vinden. Als iedereen bij het project wint, heeft je partnerschap een sterke basis.

TIP!! Na de besprekingen is een belangrijke stap om, samen met de partner die je voor ogen hebt, te bepalen wat de volgende stap is. Zo kan je partnerschap écht starten en blijft het niet enkel bij praten!

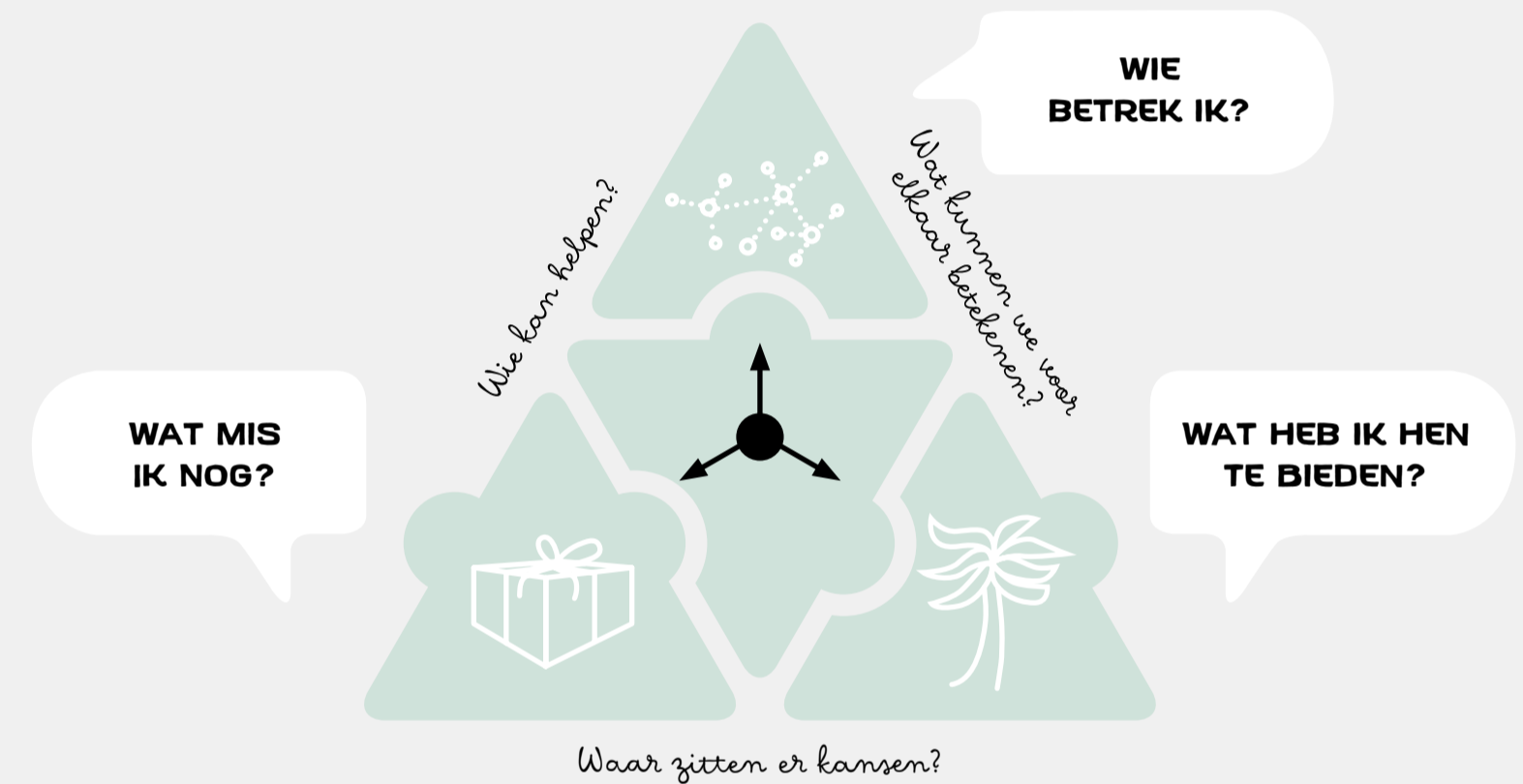
Let's do this!

ONS KOMPAS BLIJVEN CHECKEN...

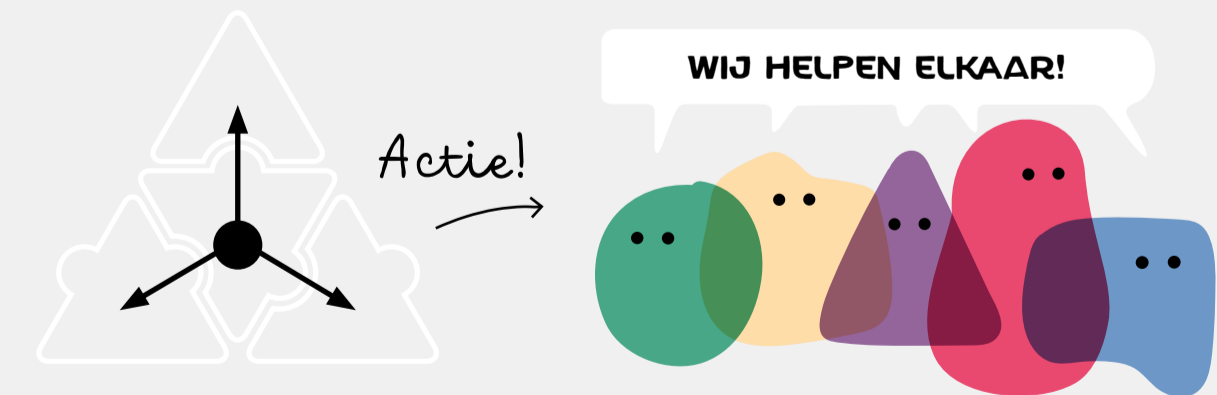


ACTION! "EN DAN BEGINT DE MAGIE..."

Neem nu het blad met alle post-its van mogelijke partners. Bekijk wie van deze partners je kan helpen om de noden in te vullen die je net hebt opgeschreven. Plak alle partners waar de voorkeur naar uitgaat, in functie van de noden, in de bovenste driehoek. Plak voor elke nood de juiste partner. Hoe breder je denkoefening in stap 1, hoe meer onverwachte kansen je nu zal zien ontstaan!



Als laatste stap ga je nu kijken welke partners je hebt verbonden aan je noden en kijk je bij je eigen middelen wat interessant kan zijn voor die partner. Je gaat dus op zoek naar wat jij die partner kan bieden en naar de win-win die dit partnerschap sterk kan maken. De partners waaraan jij niks kan bieden kan je eventueel verwijderen, tenminste als er meerdere zijn. Misschien heb je hen toch iets te bieden maar heb je dat zelf nog niet gezien, aarzel dus niet om het partnerschap te verkennen samen met de mogelijke partner.



Als je nu in gesprek gaat met deze mogelijke partners heb je al een concreet beeld van wat jullie voor elkaar kunnen betekenen.

TOEPASSING KAART E: HET PARTICIPATIECANVAS



AVONTUUR #5

Tips voor onderweg, actie!

Een veilige sfeer creëren en leren omgaan met spanningen is ontzettend belangrijk wanneer je samen onderweg bent. Elk avontuur vraagt zijn eigen aanpak, maar elke reiziger heeft ook eigen verwachtingen en stijl. Je kan het eens zijn over waarom je iets samen wilt doen, maar dat garandeert nog geen vlotte samenwerking...

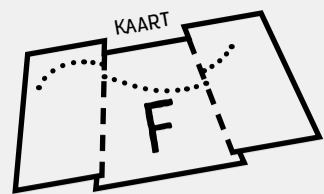
Het antwoord zit (zoals zo vaak) in de kleine dingen. Zorg ervoor dat deelnemers zich echt welkom en thuis voelen. Dat begint al vaak bij het uitnodigen. Een persoonlijke brief of kaartje doet heel veel. Maar wanneer mensen samen komen kan een muzikje, een hapje of een drankje wonderen doen. Zo kan je vragen dat iedereen zelf iets meebrengt - maar misschien lukt dat niet voor iedereen. Probeer dat in te schatten op voorhand...



En dan is er nog het samenwerken zelf. Een creatieve brainstorm vraagt het leegmaken van ons hoofd. Nadenken over de toekomst vergt dan weer goesting om te dromen. Een doe-dag vraagt om een actieve en plezierige sfeer. Terwijl een plandag dan weer rust en concentratie vergt.

In wat volgt ontdek je een greep uit de vele methodieken die bestaan om deelnemers mee te krijgen in wat je wilt doen. Ga op zoek in boeken, op het internet of leg je oor te luisteren bij andere projecten om te ontdekken wat werkt en wat niet. Zoek vooral een stijl die past bij jouw groep. Probeer kleine dingetjes en niet teveel ineens. Onthou vooral...

*Good enough for now,
safe enough to try!*

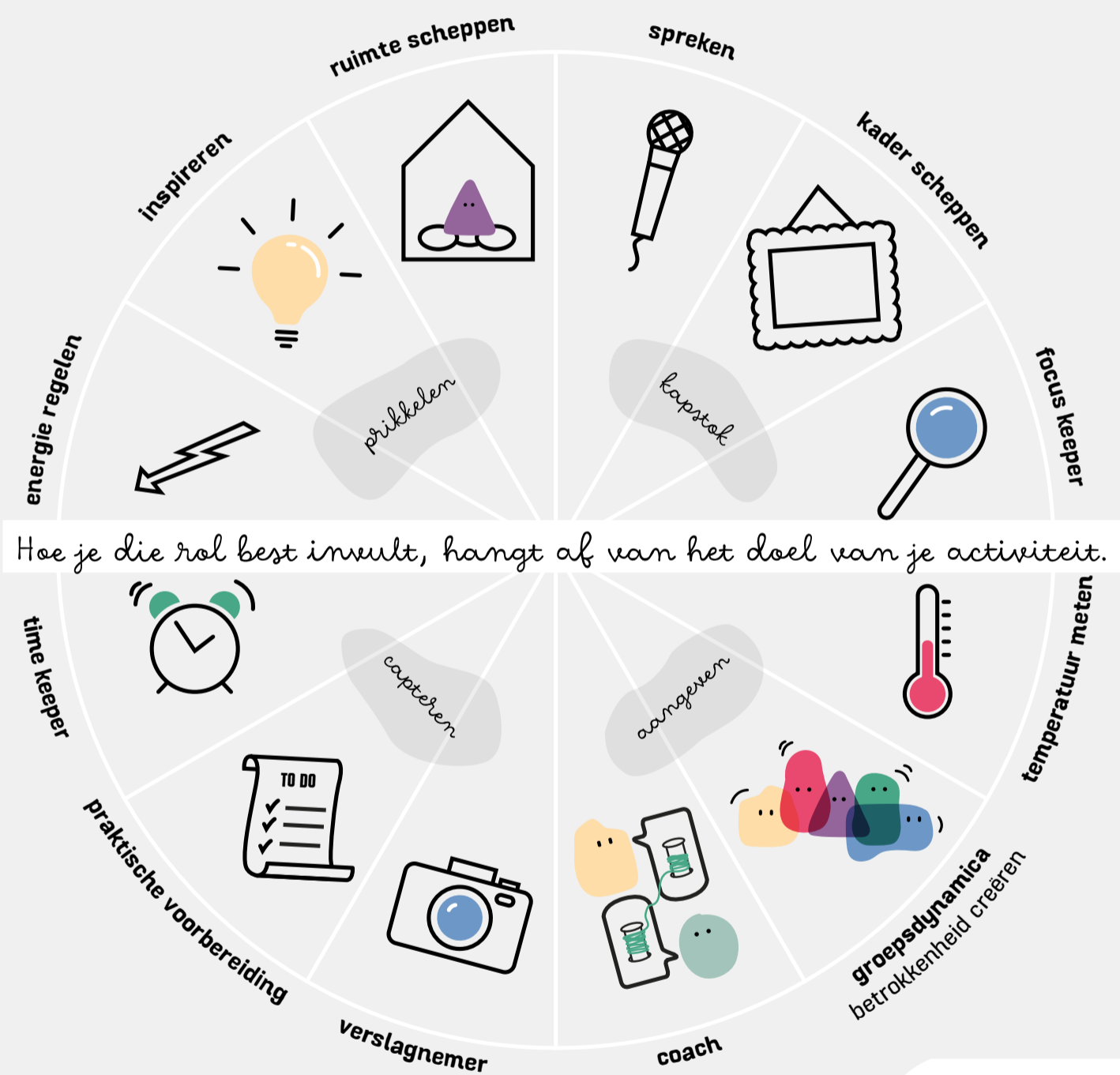


MIJN HOUDING

Mijn publiek is mijn kompas...

Maak de oefeningen in het participatie canvas zoveel als mogelijk samen met je partners, collega's of andere stakeholders. Maar faciliteer ... Faci ... wat?

Een facilitator leidt een activiteit in goede banen, legt uit wat de bedoeling is van de dag en van de verschillende methodieken en zorgt ervoor dat iedereen aan het woord komt. De facilitator geeft de deelnemers zoveel mogelijk ruimte en kader om hun inbreng te kunnen doen. Kortom een facilitator is iemand die iets mogelijk maakt.

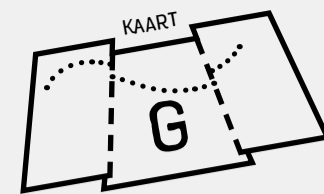
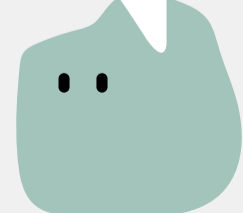


Sommige mensen praten graag, anderen tekenen liever, sommigen houden van een rollenspel en anderen juist helemaal niet. Varieer de methodieken, zodat mensen met verschillende voorkeuren de gelegenheid krijgen om volop mee te doen.

De sfeer in de ruimte, de gekozen methodieken en de rol(len) van de facilitator(en) werken samen om participatie te doen slagen. Denk dus na over wat je wil bereiken en kies er de gepaste facilitatie bij. Spreek op voorhand met je collega's of bondgenoten af wie welke rol op zich zal nemen. Niet alle rollen uit het kompas hierboven dienen ingevuld te worden. Denk goed na over wat nodig is en vraag hulp. Faciliteren hoeft je niet altijd alleen te doen.

OPDRACHT:

Maak je eigen facilitatiecirkel en ontdek jouw kernrollen...



STORM OP KOMST!

Brainstormen

Nodig uit, maar verplicht niemand en zorg voor een goede deelnemers-mix. Kies verder de juiste plek en sfeer. Start met één of meerdere leuke ijsbrekers... en maak vooral veel storm en nog meer plezier!

Focus op één onderwerp. Iedereen moet weten waarvoor je een nieuw idee gaat bedenken en waarom. Tijdens het brainstormen maak je ruimte om zo breed mogelijk ideeën te verzamelen.

Sluit af met een duidelijke en gedragen selectie van de beste ideeën. Bedank iedereen voor hun inzet en maak duidelijk hoe de geselecteerde ideeën verder opgevolgd zullen worden.



6 GOUDEN BRAINSTORM TIPS!

1. Geen tijd voor kritiek

Wanneer je zoekt naar creatieve ideeën, is er geen tijd voor kritiek. In ieder geval niet tot er een grote hoeveelheid ideeën is gegenereerd.

2. Think big

Vaak zijn het de meest absurde en gekke ideeën die leiden tot een nieuw concreet plan. Moedig dit aan! Denk groot, groter, grootst.

3. Maak een idee van iedereen

Bouw verder op ideeën van anderen. Zorg ervoor dat je met 'ja, en' denkt en niet met 'ja, maar'. Help elkaar verder en combineer ideeën om tot een nog beter plan te komen.

4. Praat niet door elkaar heen

Voer één gesprek tegelijk. Laat elkaar uitspreken en ideeën volledig uitleggen. Wil je iets toevoegen? Doe dat nadat iemand is uitgepraat.

5. Gebruik beelden

Vaak denken mensen in cijfers, feiten of woorden. Laat dit zoveel mogelijk los. Denk in beelden of voorwerpen. Maak de ideeën beeldend en de oplossing nog creatiever.

6. Ga voor kwantiteit, geen kwaliteit

Bedenk zoveel mogelijk nieuwe ideeën. Let hierbij niet op de kwaliteit van de ideeën. Brainstormen gaat om het produceren van zoveel mogelijk input. Later kun je dit perfectioneren.

INSPIRATIE

Leuke methodieken om te brainstormen, om het ijs te breken of om het hoofd leeg te maken vind je overal op het internet, in boeken of kan je ook zelf bedenken.

Via deze zoektermen vonden wij alvast heel wat inspiratie:

brainstormen, design thinking, werkvormen, brainstorm technieken, brainstorm spel, omgekeerde brainstorm, oefening ijsbrekers, energisers, speelse methodieken, out of the box...

Surf zeker ook naar:

www.brainssstorm.com & www.cocd.org

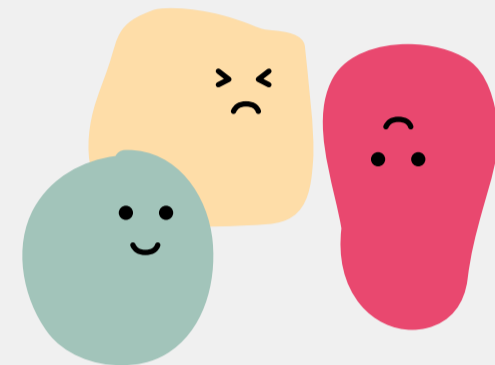
Brainstormtips voor onderweg

Tijdens een brainstorm wil je vooral de creativiteit de vrije loop geven. Deelnemers moeten zich daarvoor op hun gemak voelen, in staat worden gebracht om uit de box te denken. De sfeer om creativiteit aan te wakkeren is dus erg belangrijk. Begin een brainstorm altijd met een leuke gekke ijsbreker.

Doe het omgekeerde van wat ik zeg

De deelnemers lopen door de ruimte en doen het tegenovergestelde van wat jij zegt. Geef je opdrachten eerst langzaam, dan sneller. Sommige zijn simpel, zoals "loop snel", andere zijn lastiger, zoals "buig voorover", want wat is het tegenovergestelde van voorover buigen? Iedereen lost dat anders op.

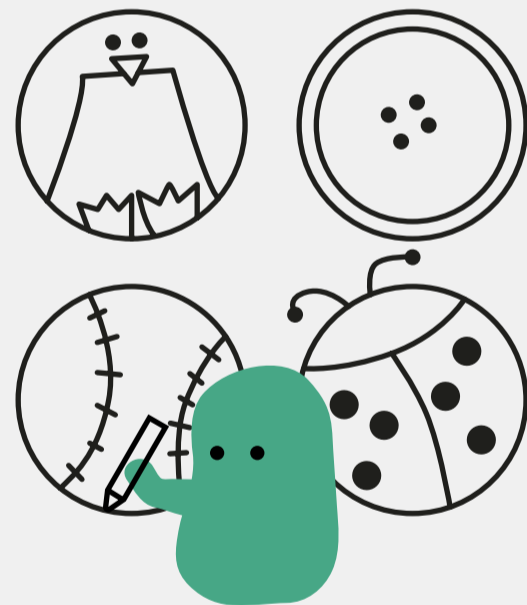
Deze ijsbreker is echt bedoeld om je deelnemers los te krijgen, er mag gelachen worden en de situatie kan absurd zijn.



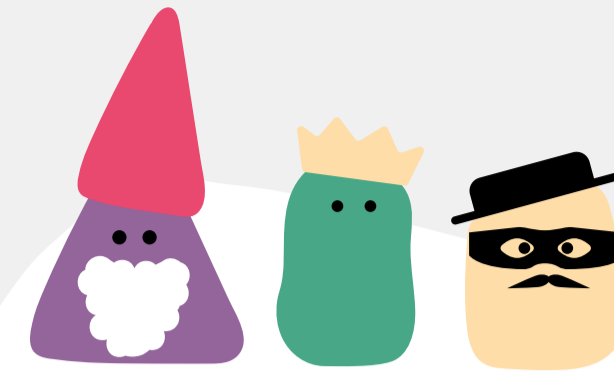
Een cirkel is niet zomaar een cirkel

Geef alle deelnemers een blad met 16 cirkels op getekend. Zet de timer op 5 minuten en laat de deelnemer zoveel mogelijk cirkels omvormen tot iets anders. Een bal, een gezicht, een appel,....

Deze ijsbreker zet echt in op de creativiteit en het "out of the box" denken van de deelnemers. Bouw je ijsbrekers op zodat ook de deelnemers die nog wat moeite hebben om los te komen in de sfeer kunnen geraken.



Ga voor een alleen/samen structuur waarin de deelnemers eerst in stilte brainstormen, om dan hun ideeën in de groep te delen en verder te fantaseren. Daardoor krijgt elke deelnemer ruimte om eerst de eigen gedachten te formuleren, en is er meer kans dat iedereen gehoord wordt.



Vraag je af hoe verschillende sprookjesfiguren, historische personages of superhelden de vraag zouden beantwoorden, vanuit hun specifieke eigenschappen. Gebruik ook afbeeldingen van die figuren om je deelnemers te ondersteunen..

Vraag mensen om zoveel mogelijk ideeën op te schrijven in heel korte tijd. Daardoor kunnen ze niet teveel 'logisch' nadenken.

Vraag mensen om hun ideeën te tekenen of leg allemaal knutselmateriaal klaar. Dat activeert een ander deel van je brein.



Gebruik tijdsdruk om sneller op ideeën te komen door bv 4 op een rij te spelen met post-it's. Schrijf zo snel mogelijk je idee op om als eerste 4 post-it's van jouw kleur op een rij te kunnen plakken.

Hoe meer plezier en gelach, hoe beter! De basisregel bij brainstormen is dat je geen enkel idee afwijst: het woordje 'maar' is verboden! Een andere basisregel is dat je lang genoeg moet brainstormen. Je moet eerst immers de meest vanzelfsprekende ideeën uit de weg krijgen. Pas als je die hebt opgeschreven en het gevoel hebt dat je niet verder kan, komt er ruimte voor de meer zotte en vernieuwende ideeën.

Samen vormgeven / betrokkenheid stimuleren

Deze oefening kan je perfect gebruiken om een ruimte vorm te geven, zowel binnen als buiten. Laten we als voorbeeld een pleintje nemen dat onaantrekkelijk is en niet wordt gebruikt. Alle buurtbewoners zijn uitgenodigd om na te denken over hoe het pleintje gezelliger kan worden. Geef de deelnemers papier, stiften, plakband,... en laat ze allemaal tekenen wat er zeker op het pleintje zou moeten komen of leg een stapel lego blokjes klaar. Hang alle tekeningen samen en reflecteer in groep wat er allemaal te zien is.

Inzichten verzamelen en op elkaar afstemmen

Soms is de opdracht niet zozeer om nieuwe ideeën te genereren, maar wel om verschillende belangen op elkaar af te stemmen. Dan heb je oefeningen nodig die toelaten om ieders standpunt aan bod te laten komen en te komen tot een vergelijk.

Wat heb je tot nu geleerd?

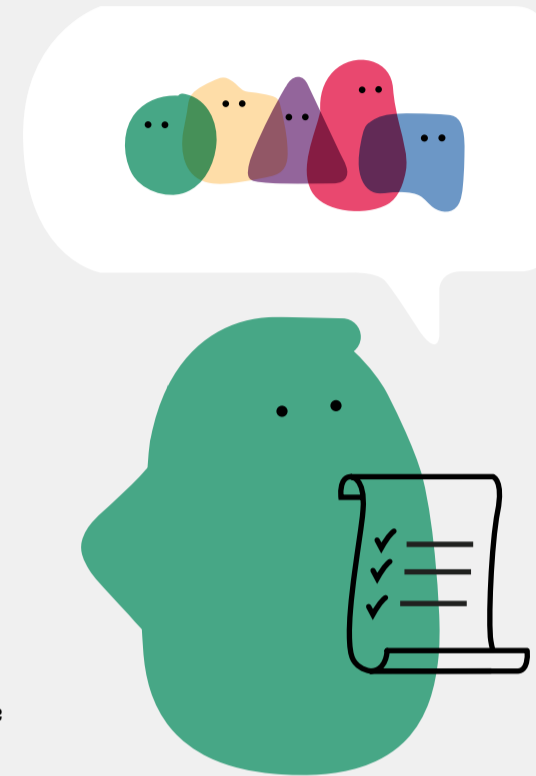
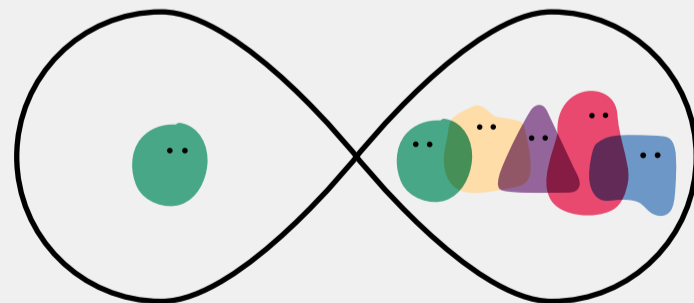
WAT KAN JE NA DEZE OEFENINGEN?

- Feedback geven en ontvangen
- Bepalen waarom je actie wil ondernemen en wat de focus van je project is.
- Begrijpen hoe je mensen betrekt in je project
- Aan de slag gaan met een gemeenschappelijke doelstelling waar iedereen het over eens is
- De dialoog aangaan over de missie van je project met verschillende gesprekspartners. Spreken we dezelfde taal?
- Het 'beeld van de wereld' van je gesprekspartner leren kennen
- Je hebt een beeld van mogelijke stakeholders
- Je vindt win-wins waarmee je duurzame partnerschappen kan vormgeven
- Je leert 'out of the box' denken en ziet nieuwe mogelijkheden
- Je kan prioriteiten stellen en weet wie je eerst wil contacteren
- Een evenement voorbereiden
- Je doelgroep bereiken en enthousiasmeren
- De verschillende types evenementen onderscheiden en weten hoe ze te gebruiken
- Inzicht verwerven in je doelgroep aan de hand van een persona
- Bepalen welke facilitaire rol je wil in je activiteit
- Weten hoe je betrokkenheid creëert
- De juiste sfeer scheppen

Kortom, je weet hoe je participatie opbouwt, stap voor stap.

WAT ZIJN DE AANDACHTSPUNTEN?

Blijf deze oefeningen en aandachtspunten doorheen het proces voortdurend aftoetsen met al je gesprekspartners; zit je nog op dezelfde golflengte? Ben je nog op weg naar hetzelfde doel?



AVONTUUR #6

Inzichten oogsten

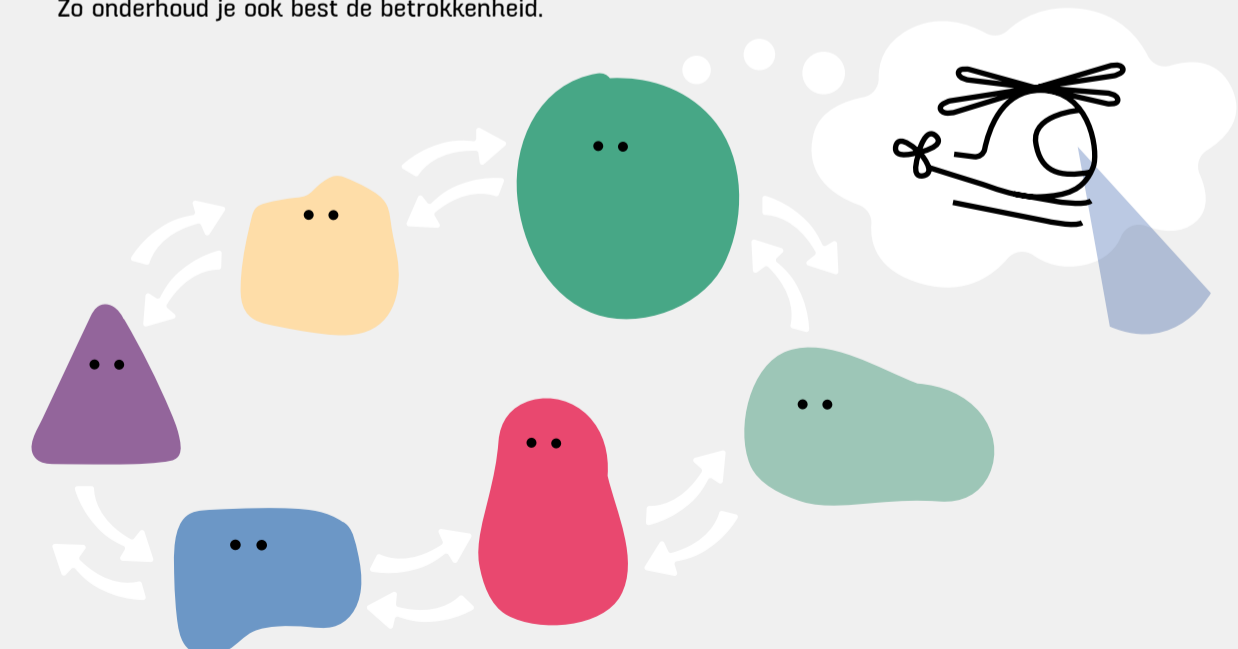
Om verder aan de slag te gaan met alles wat je tijdens de participatie hebt geleerd, moet je de informatie opslaan en bewaren. Dit doe je eigenlijk al elke dag: door verslagen te typen, foto's te maken en lijstjes op te stellen bijvoorbeeld.

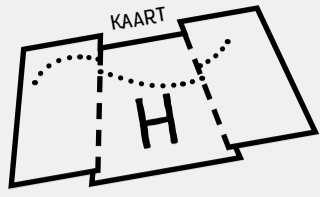


Maar er zijn nog een hele reeks andere manieren om informatie te 'oogsten'. Ze helpen je om nadien sneller te analyseren en te reflecteren over de geleerde lessen. Op de juiste manier oogsten zorgt voor een maximaal rendement van je participatieve activiteiten. Nadenken over hoe je inzichten gaat vastleggen en bewaren is daarom een heel belangrijk onderdeel van de voorbereiding van je activiteit.

Bepaal al tijdens de voorbereiding van je evenement hoe je bevindingen zal oogsten. Duid tijdens je participatiemoment iemand aan die verantwoordelijk is voor het verzamelen van inzichten. Zie ook de facilitatierollen in het kompas, 'verslaggever'.

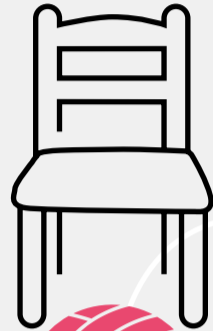
Geef je bevindingen altijd terug aan je deelnemers: 'deel' je oogst. Wat heb je geleerd? Wat heb je daarmee gedaan? Wat zijn de volgende stappen? Zo onderhoud je ook best de betrokkenheid.





ENKELE OOGSTMETHODES: VERBINDINGEN ZICHTBAAR MAKEN

Deze oefening toont alle verborgen verbindingen die gelegd zijn tijdens je project en geeft de deelnemers een echt gevoel van verbondenheid. Deze oefening is erg zinvol na een langer traject of na een periode van samenwerken.



NODIG:

2 kleuren Post-its, markers, 2 kleuren wol, stoelen, verhaal met herinneringen om de deelnemers terug mee te nemen in de tijd.

Plaats in de ruimte lukraak overal stoelen naar gelang het aantal deelnemers. Leg onder elke stoel een stapel post-its in 2 kleuren en een stift. Laat de deelnemers plaatsnemen en laat hen de ogen sluiten. Neem 5 minuten de tijd om hen terug mee te nemen in de tijd en hen te herinneren aan alle activiteiten, vergaderingen, werk- of doemomenten. Vertel je verhaal geanimeerd en laat af en toe een pauze vallen.

Laat de deelnemers in een cirkel zitten en geef een van de deelnemers een bol wol. Vraag aan die deelnemer om het uiteinde van de bol wol vast te knopen aan de stoel. Daarna zegt de deelnemer welke andere deelnemer op zijn/haar post-it staat en gooit hij of zij de bol wol naar die deelnemer. Eventueel vraag je om luidop eventjes die band te verduidelijken. Laat zo de bol wol doorgaan van deelnemer naar deelnemer, telkens door de bol even rond een stoelpoot te draaien en verder te gooien. Je zal een web zien ontstaan van gemaakte connecties.

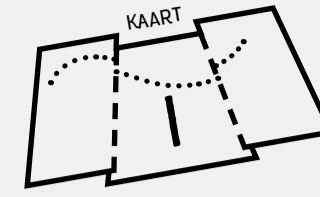
Laat de deelnemers de ogen openen en de post-its nemen. Stel vragen naar de verbindingen die je wil onderzoeken en zichtbaar maken, bijvoorbeeld:

- Met wie / met welke organisatie heb je een goede band gekregen [1 kleur post-it]?
- Met wie / welke organisatie zou je graag nog verder kennismaken [1 kleur post-it]?

Laat alle deelnemers de post-it's in het web plakken.

Neem nu de andere bol wol en vraag de deelnemers om hetzelfde te doen met de volgende vraag: bv. met wie zou je graag verder kennismaken. Je krijgt nu een web van potentiële verbindingen en samenwerkingen.

Trek nu een bovenaanzicht foto van de verbindingen. Dat oogt mooi als slot van je project of als illustratie bij documentatie of rapporten. De verbindingen zijn zichtbaar. Bij verwerking kan je dit ook als geheugensteun gebruiken.



KLEINE OOGSTMOMENTJES EN FEEDBACK

Heel wat van de voorgaande oefeningen hebben een element van 'oogsten' in zich:

- Als je deelnemers laat stemmen met 'dot' stickers of kruisjes op hun favoriete idee/moment/stelling zie je in één oogopslag hoe bepaalde ideeën of andere zaken liggen in de groep.
- Als je vraagt om dromen of bevindingen te tekenen, kan je de tekening achteraf bijhouden of fotograferen om ze verder te analyseren.
- Je kan - met akkoord van je deelnemers - een gesprek opnemen of een rollenspel filmen en nadien bespreken wat je hebt gezien.
- Organiseer je een droomavond, dan kan je bvb. een artiest of visueel recorder vragen om de dromen te tekenen op 1 groot blad. Alle dromen samen vormen dan eventueel de basis voor je communicatie in het verdere verloop van je project. Zo winnen je deelnemers niet alleen aan eigenaarschap maar gaan ze trots 'hun' visuele droom delen en automatisch andere deelnemers toeleiden tot het project.

Na het oogsten:

1. VERWERKEN EN ANALYSEREN

Bereid je voor om niets van deze inzichten verloren te laten gaan. Maar ook om nadien met de inzichten aan de slag te gaan. Wat hebben ze jou geleerd? Hoe ga je nieuwe inzichten toepassen? En hoe kan je deelnemers daar opnieuw bij betrekken? Een verslag dat in een lade verdwijnt, is niemand tot nut. Oogsten heeft pas zin, als je met de oogst ook je project verbetert of verder vorm geeft. Bespreek daarom na elk participatiemoment uitdrukkelijk wat je gaat doen met de inzichten die je gekregen hebt.

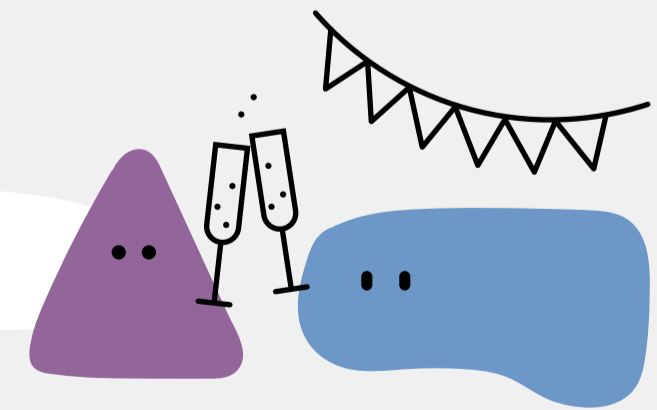


2. TERUGGEVEN

Als je [mede]burgers samen met jou in een participatieproces stappen, dan krijg je van hen een geschenk: hun betrokkenheid, hun mening, hun gevoelens. Neem die niet zomaar in ontvangst zonder iets terug te geven. Zelfs al heb jij hun inzichten in je plannen verwerkt, als je dit niet naar je deelnemers terugkoppelt is er veel kans dat ze zich niet serieus genomen zullen voelen. Dan zijn ze een volgende keer veel minder geneigd om nog samen met jou na te denken of te participeren.

Plan daarom na elk participatiemoment ook hoe je achteraf zal terugkoppelen met de deelnemers. Wat kunnen ze verder nog verwachten? Dat kan bvb. door een artikel in het gemeenteblad, een briefje in de bus of posters met afbeeldingen die uit je participatie moment zijn gekomen, die je ophangt op het plein. Spreek bvb. al af met je deelnemers voor een volgend moment, dat verder bouwt op wat je al deed samen. Participatie krijgt immers pas de volle waarde als ze zich niet beperkt tot één moment.

Na het oogsten
kan je weer zaaien voor
de volgende oogst ...
... en samen vieren!



EVEN CHECKEN ...

Wat kan je nadien?

- Je hebt inzicht in de waarde van het oogsten van informatie.
- Je kent enkele verschillende methoden om te oogsten en weet hoe ze te gebruiken.
- Je wordt inventiever in het optekenen van de bevindingen van een participatief moment.
- Je kan reflecteren over de opbrengst van je participatiemoment en bepalen hoe je er concreet nieuwe stappen mee kan zetten.
- Je kan samen met anderen bekijken of je tot gelijklopende bevindingen komt.



ENKELE TOFFE BOEKEN EN SITES VOOR MEER INSPIRATIE

- * die url van die brainstorm website
- * Game storming - Dave Gray, Sunni Brown, James Macanufi
- * Creativiteit Hoe? Zo! - Igor Byttebier
- * www.101werkvormen.nl
- * www.sessionlab.com

BRONVERMELDING

Wil je dieper graven of weten waar wij de mosterd hebben gehaald?

- * participatieladder - model van Hart
- * Golden Circle - Simon Sinek
- * Feedback - geweldloze communicatie, venster van Johari
- * Partnerschaps driehoek - The partnership canvas, Value Chain Generation
- * Participatie canvas - Methodiekfabriek

Deze toolkit werd ontwikkeld door De Stuyverij in navolging van Partons 2.0. De Stuyverij maakt co-creatie van onderuit mogelijk in haar Stuyfplekken. Methodiekfabriek, die uit De Stuyverij ontstond bracht deze methodieken binnen in andere contexten. Sommige zijn bestaande methodieken, aangevuld met eigen methodieken maar telkens aangepast aan de context waarin ze gebruikt worden.

Tijdens Partons 2.0 werden 25 projecten begeleidt door De Stuyverij / Methodiekfabriek, zowel in West-Vlaanderen als in Frankrijk in de grensregio's. Burgers, organisaties en overheden, lokaal en bovenlokaal werden in dit proces samengebracht en gevolgd aan de hand van ateliers of labs, om zo elkaar te inspireren en elkaar te versterken. Op basis van 2 cycli werden de inzichten hieruit samengebracht in een rapport en werd het proces zelf in deze atlas zichtbaar gemaakt om zo meer lokale overheden, organisaties en burgerinitiatieven te inspireren.

Of je nu door de volledige atlas gaat of enkele hoofdstukken hebt ontdekt, je bent alvast een stuk dichterbij het organiseren van participatie. Je kan altijd terugvallen op de heldere oefeningen of de inspiratie bij de voorbeelden. Participatie, wanneer goed toegepast, is een krachtig middel om zo meer 'samen' in onze samenleving of publieke ruimte te brengen.



Flandria Rhei
Partons 2.0

