

## Evaluatie locatiegesprekken Staatscommissie Rechtsstaat

11 januari 2024

Bureau Burgerberaad heeft in het najaar van 2023 in opdracht van de Staatscommissie Rechtsstaat twaalf locatiegesprekken in het land ontworpen en begeleid. Daarnaast heeft Bureau Burgerberaad advies gegeven aan het secretariaat van de Staatscommissie Rechtsstaat en de deelnemende gemeenten over de werving van de gewenste doelgroep aan deelnemers (de non-usual suspects: Nederlanders die vaak niet gehoord of gezien worden).

De inhoudelijke evaluatie van deze 12 locatiegesprekken wordt door het secretariaat van de Staatscommissie opgesteld. In dit document deelt Bureau Burgerberaad haar reflecties over:

1. de werving voor de locatiegesprekken (hoe bereik je deze doelgroep?)
2. de locatiegesprekken zelf (wat werkt er wel/niet in dialoog met burgers?) en
3. de betekenis van de locatiegesprekken (hoe ervaren de deelnemers de locatiegesprekken?)

### De werving van 'non-usual suspects'

*Ervaringen van de wervende partijen*

De opdracht voor de werving voor de locatiegesprekken werd uitgezet door het secretariaat van de Staatscommissie, die ook het bijbehorend materiaal (twee video's en een flyer) had ontwikkeld en verspreid onder de deelnemende intermediairs (veelal gemeenten). De werving zelf werd vervolgens meestal uitbesteed aan welzijnswerkers, participatiecoaches en maatschappelijke organisaties (zoals het buurthuis waar het locatiegesprek plaatsvond). In de praktijk bleken veel locaties moeite te hebben om voldoende deelnemers te vinden, en is Bureau Burgerberaad bijgesprongen met advies over de werving en enkele kennisuitwisseling-sessies tussen de verschillende intermediairs.

Uit de individuele en groepsgesprekken met de intermediairs per locatie, konden verschillende obstakels voor de werving worden signaleerd:

- **'Bekende paden' bewandelen werkt niet bij werving van deze doelgroep**

De verschillende intermediairs gaven aan dat de combinatie van de doelgroep (inwoners die weinig tot niet participeren en/of negatieve ervaringen hebben gehad met de overheid), het onderwerp (de rechtsstaat) en de afzender (Staatscommissie Rechtsstaat) de werving bemoeilijkten. De (digitale) kanalen die zij gewend zijn in te zetten, waaronder de lokale krant (zoals die in Kapelle en Leidschendam-Voorburg werd ingezet), bereikten niet de gewenste doelgroep, maar de 'usual suspects': inwoners die vaker bij inspraakavonden zijn en/of maatschappelijk actief zijn. Enkele ambtenaren gaven bovendien aan 'pleinvrees' te hebben in het benaderen van deze doelgroep, *'want als onderdeel van de overheid word ik toch niet vertrouwd door deze doelgroep'*. Wervers hoorden van inwoners vaak terug dat het onderwerp rechtsstaat als een *'ver van mijn bed show'* werd ervaren.

- **Het communicatiemateriaal sloot niet goed aan op de doelgroep**

De door de Staatscommissie gemaakte flyer was bedoeld als achtergrondinformatie, maar werd in de praktijk door wervers als gespreksopener gebruikt. Dat werkte averechts: de flyer bleek voor zowel inwoners als wervers uit te veel en te moeilijke tekst te bestaan. Inwoners hadden daarnaast ook moeite met het gebruik van de QR-code op de flyer. Het overige communicatiemateriaal was alleen digitaal inzetbaar, en waar de werving voornamelijk fysiek plaatsvond, werd deze daardoor niet tot nauwelijks gebruikt.

- **Een sterk lokaal netwerk maakt een wereld van verschil**

Niet op alle locaties bleek het bestaande netwerk van de intermediairs fijnmazig genoeg om de doelgroep te bereiken. Waar in Waalwijk de juiste mensen direct gevonden werden via participatiecoaches en het buurthuis, gaven andere intermediairs aan niet te weten hoe ze met de doelgroep in contact konden komen. Op het platteland (zoals in het geval van de locatiegesprekken in Opsterland, Hoogezand en Lunteren) was de werving extra moeilijk, doordat gemeenschappelijke ontmoetingsplekken ontbraken, en inwoners over een groot gebied verspreid wonen en de sociale cohesie duidelijk minder was. In een aantal gevallen sprong het secretariaat van de Staatscommissie Rechtsstaat bij om de intermediair te ondersteunen in het identificeren en activeren van de verschillende lokale netwerken.

De individuele en groepsintervisie sessies die geïnitieerd werden door Bureau Burgerberaad en het secretariaat van de Staatscommissie, bleken de verschillende locaties erg te helpen in het verduidelijken van de opdracht en doelgroep, en in het aanscherpen van hun wervingstactieken. Uiteindelijk is het gelukt om in alle 12 provincies een locatiegesprek te laten plaatsvinden. De volgende aanpassingen in het wervingsproces bleken daarin cruciaal:

- **Maak de werving persoonlijk**

Deze specifieke doelgroep moest echt een drempel over geholpen worden, omdat ze verder van de samenleving afstaan en vaak negatieve ervaringen met de overheid hebben gehad. Daar waar de intermediairs de inwoners al kenden, zoals bij de participatiecoaches in Waalwijk, werkte het goed dat de uitnodiging echt persoonlijk kon worden ingestoken: *“Dit lijkt me echt iets voor jou; je hebt het toch altijd over de paarse krokodil? Nu wil de baas met je in gesprek”*. Hierbij is het wel belangrijk oog te houden voor mogelijke afhankelijkheidsrelaties tussen de wervende partijen en de deelnemers.

- **Gebruik en investeer in (bestaand) netwerk**

Daar waar de lokale relaties minder sterk waren, werden bestaande netwerken (zowel binnen als buiten de gemeente) gevraagd om zelf inwoners te werven; of, om deze aan te dragen bij de intermediair. Zoals in Heerlen, waar de intermediair de door haar collega's aangedragen inwoners persoonlijk opbelde, informatie namailde, en twijfelende inwoners later nabelde: *“Het waren veel en dure uren om in te zetten, maar ik zie het als een toets van een investering in onze verbondenheid met de burgers in de wijken”*.

In Utrecht en Lelystad vond het locatiedialog gesprek plaats tijdens al bestaande ontmoetingsmomenten, zoals de inlooplunch van het Leger des Heils. Hierbij is het belangrijk oog te houden voor de mogelijke voor- en nadelen: aan de ene kant kan het inwoners een extra gevoel van veiligheid en vertrouwen bieden (bekende omgeving en aanwezig); aan de andere kant kan het ook zorgen voor minder betrokken deelnemers (meer aanloop dan actieve inschrijvingen) en een meer homogene groep.

- **Haal mogelijke barricades weg**

Daarnaast bleken een aantal praktische 'hacks' waardevol, waaronder het aanmeldproces via de intermediairs laten lopen in plaats van via de Staatscommissie; en het aanbieden van een reiskostenvergoeding (met name in plattelandsgemeenten waar inwoners in verschillende dorpen wonen). Ook bleek het aanbieden van een gezamenlijk diner een belangrijke stimulans (*'het is voor sommige mensen ook een zeldzaam avondje uit'*) om een voor sommigen ook spannend of emotioneel gesprek over de rechtsstaat een aantrekkelijk karakter te geven. Qua communicatiemateriaal is het raadzaam om in het vervolg een sterk visueel en minder tekstueel dominante flyer te ontwikkelen.

## **Wat werkt er in dialoog met burgers?**

### *Ervaringen van de gespreksbegeleiders*

Bureau Burgerberaad had voor de locatiedialog gesprekken een programmaopzet ontwikkeld die ruimte gaf aan het delen van persoonlijke associaties en ervaringen, maar ook aanzette tot kennisdeling en uitwisseling en reflectie op de ervaringen van andere aanwezigen. Gedurende de locatiedialog gesprekken bleken daarbij een aantal elementen van extra belang te zijn:

- **Creëer een vertrouwde en veilige setting**

Als Bureau Burgerberaad gingen we met de locatiedialog gesprekken naar de inwoners toe, in buurt- en gemeenschapshuizen of op een school. De intermediair uit Utrecht vertelde hoe bijzonder het voor de inwoners was dat we bij hen 'op bezoek' kwamen en dat men zich daardoor meer op hun gemak voelde. Het eten bleek ook een belangrijke ijsbreker. Vooral als we het combineerden met een gezamenlijke aftrap (een kennismakingsrondje en een introductie van de avond) zorgde het samen eten voor vertrouwen en veiligheid en kwamen deelnemers gemakkelijk los in het gesprek.

- **Voer een groepsgesprek**

Tijdens het eerste gesprek werd gelijk duidelijk wat het belang is van een groepsgesprek. Waar 1-1 gesprekken al snel uitmondten in persoonlijke problematiek, wekt de inzet op een groepsgesprek onder inwoners minder de suggestie dat hun individuele problemen worden opgelost. Dat zorgt voor een beter gesprek, want mensen nemen daardoor uit zichzelf al minder ruimte voor hun eigen problematiek. Bovendien helpt het om de verhalen van

anderen te horen en vullen mensen elkaar aan. Of zijn ze het oneens, wat weer nieuwe inzichten oplevert. De groepsgrootte van tussen de 5 tot 14 mensen bood genoeg ruimte voor iedereen. Bij meer dan 15 personen bleek een derde gespreksbegeleider (en verslaglegger) wenselijk. Bij kleine groepen (<6 personen) kon het locatiegesprek ook goed met 1 gespreksbegeleider plaatsvinden.

- **Bewaak de rode lijn bij meer heterogene groepen**

De samenstelling van de groep hing natuurlijk nauw samen met het succes van het werven van de 'non-usual suspects'. In een aantal gevallen waren er ook deelnemers aanwezig die alleen in abstracte termen over de rechtsstaat mee konden en/of wilden praten. Dat maakt veel uit voor het verloop van en de ervaren veiligheid van het gesprek voor de andere deelnemers. Dat hebben we opgelost door de persoon in kwestie aan te spreken of te parafraseren en de beurt door te geven, vriendelijk te onderbreken, of aan te geven dat dit niet het doel van het gesprek is. Tijdens het locatiegesprek in Opsterland kwam een groep 'vrije mensen' zoals zij zichzelf omschreven (met raakvlakken met autonomen/soevereinen) met een duidelijke agenda aan tafel zitten. De rest van de deelnemers had veel last van hun inbreng. Dat hebben we opgelost door de groep wat eerder in twee deelgroepen te splitsen en een apart gesprek te voeren met deze groep.

- **Niet alle materialen hadden dezelfde toegevoegde waarde**

Naast het materiaal dat geleverd was door de Staatscommissie Rechtsstaat (waaronder de welkomstvideo en de animatie over de rechtsstaat, placemats), had Bureau Burgerberaad ook een aantal specifieke materialen toegevoegd (posters en straatinterviews). De posters met beelden (voor de associaties) en de welkomstvideo van Henk Kummeling waren heel raak. De placemats en straatinterviews hebben we regelmatig geschrapt en hadden we zonder gekund. De video 'wat is de rechtsstaat?' hebben we niet altijd laten zien ivm tijd tekort, maar kan wel helpen om deelnemers bij de les te houden als ze het bijvoorbeeld hebben over lokale verkeersproblemen. Dit gaf de gespreksbegeleiders meer houvast en de deelnemers meer richting.

Daarnaast bleek dat de gekozen werkvormen (beelden en associaties, tafelgesprekken en gesprek op voeten) goed werkten voor deze doelgroep en soort gesprek. Vanaf het eerste locatiegesprek bleek het blokje associaties meer tijd nodig te hebben dan eerst ingeschat, omdat daar al heel veel loskwam. Waarschijnlijk door de combinatie van beeld, de ruimte om eerst individueel na te denken en daarna een gezamenlijke dialoog om de geplakte post-it's toe te lichten. Hierdoor voelden de deelnemers zich echt gehoord. Deze rest van het programma liet bovendien ruimte om meer uitgebreide verhalen te parkeren voor tijdens de tafelgesprekken. Het gesprek op voeten bleek een mooie afsluiter die we vaak kort en kernachtig lieten terugkomen, en een enkele keer oversloegen omdat de voorgaande onderdelen uitliepen.

### **Wat waren succesfactoren binnen de werkvormen?**

- Nadrukkelijk waarderen van tijd en openheid van deelnemers
- Duidelijke framing en verwachtingen aan het begin. Wat gaan we doen en waarom? Wat gaat er met de resultaten gebeuren?
- Eenvoudige werkvormen waarbij iedereen mee kan doen (ook als mensen niet (Nederlands) kunnen lezen) en er niet te lang ruimte is voor '1 iemand praat en de rest luistert'.
- De keuze voor 2-3 grote werkvormen bood voldoende tijd om een onderdeel te bespreken
- Dynamiek: een variatie van zitten, staan, beelden, individueel, grote groep, subgroep, gesprek op voeten en samen eten.
- Kernachtige parafrases waardoor we konden checken of we het echt begrepen hadden, mensen zich gehoord voelden, en zij of anderen konden aanvullen.
- Je moet het oprecht menen (niet een trucje/slechts het proces volgen): mensen kunnen oprechtheid proeven.

### **De betekenis van een goed gesprek**

#### *Ervaringen van de deelnemers*

Er waren een aantal momenten waarop Bureau Burgerberaad om feedback heeft gevraagd aan de deelnemers: tijdens het check-out rondje van het programma, en door een aantal deelnemers achteraf na te bellen. Daarnaast kreeg de Staatscommissie Rechtsstaat n.a.v. het toesturen van het verslag en de aanmeldingen voor het burgerpanel ook een indruk van de ervaringen van de deelnemers en intermediairs. Hieruit bleek dat het voor veel deelnemers:

#### **Het een positieve ervaring met de overheid was**

Een deelnemer uit Waalwijk vatte het als volgt samen: *'de avond was positief, de inhoud negatief'*. Vanuit de verschillende locaties kwam terug dat de begeleiding van het gesprek als fijn en prettig werd ervaren. Het programma was duidelijk, zonder dat het dwingend overkwam. En dat deelnemers zich echt gehoord voelden: *'Eindelijk een keer een overheid die luistert naar de problemen waar ik tegenaan loop. Dat maakt best een verschil'*. Een deelnemer uit Heerlen gaf aan dat zij de dagen erna nog helemaal 'hieper de pieper' was: *'Ik vond het een voorrecht om er te mogen zijn'*. In de check-out gaven meerdere mensen aan dat zij ook nieuwe dingen geleerd hebben en dat waardeerden.

#### **De bescheiden opstelling van de Staatscommissie werd gewaardeerd**

Bij ieder locatiegesprek waren er 1-2 medewerkers van het secretariaat van de Staatscommissie aanwezig, om te notuleren en eventuele vragen te beantwoorden. Er waren geen leden van de Staatscommissie zelf aanwezig. Deze ondersteunende rol van het secretariaat werd gewaardeerd: *'Jullie collega's bleven mooi op de achtergrond'*.

### **Positief waren over het verslag**

Het secretariaat van de Staatscommissie schreef aan de hand van ieder locatiegesprek een verslag over de belangrijkste inzichten, en deelde die achteraf met de deelnemers en intermediair. Veel deelnemers gaven aan normaliter niet meer terug te horen (ook als dat wel wordt toegezegd) en waren erg te spreken over het verslag: *'Ik ben zeer tevreden over het verslag. Blij verrast. Gaf het beeld goed weer. En heel goed leesbaar: dikgedrukt, schuin, chapeau.'*

### **Ze graag vaker bijdragen**

Uit de reacties op de locatiegesprekken en de aanmeldingen voor het burgerpanel blijkt dat er grote bereidheid was onder de deelnemers om het gesprek voort te zetten en mee te denken over oplossingen. Dat voelt als een groot compliment, aangezien het burgerpanel om een aanzienlijke tijdsinvestering vraagt (twee zaterdagen) en deze mensen vaak vervelende ervaringen met de overheid hebben meegemaakt. Een behoorlijke groep gaf aan wel deel te willen nemen, maar was om gezondheidsredenen niet in staat om twee volle dagen in een andere stad te participeren.

---

© Bureau Burgerberaad, 2024

Evaluatie geschreven door: Tomer Kedar, Ernst Abbing en Charley Fiedeldij Dop.

Voor vragen en/of opmerkingen kan contact worden opgenomen met de projectleider van Bureau Burgerberaad, Charley Fiedeldij Dop (zij/haar) via [charley@bureauburgerberaad.nl](mailto:charley@bureauburgerberaad.nl).