



Crowdsourcing als vorm van burgerparticipatie:

Een studie naar de inzet van crowdsourcingprojecten binnen Nederlandse gemeenten



Utrechtse School voor Bestuurs- en Organisationswetenschap

Master Communicatie, Beleid en Management

Naam: Diederik Pieter Bas Vasse

Studentnummer: 3276880

Scriptiebegeleider: Drs. I.Y.E. van Veenendaal

Tweede lezer: Prof. dr. E.F. Loos

Utrecht, 18 Juni 2014

INHOUD

Voorwoord	3
Samenvatting.....	4
1. Inleiding.....	6
1.1 Probleemstelling.....	6
1.2 Vraagstelling.....	7
1.3 Relevantie.....	8
1.4 Doelstelling	8
1.5 Opbouw scriptie.....	8
2. Theoretisch kader.....	10
2.1 Burgerparticipatie.....	10
2.2 Digitalisering samenleving	14
2.3 Barrièremodel.....	17
2.4 aangepast model.....	21
3 Opzet en uitvoering van onderzoek.....	23
3.1 Vormgeving onderzoek.....	23
Case selectie	24
3.2 Onderzoeksmethoden	27
Literatuurstudie	27
Interviews	27
Analyse.....	28
3.3 Kwaliteitscriteria.....	29
Betrouwbaarheid	29
Validiteit.....	30
Wetenschapsfilosofisch perspectief	31
4. Resultaten.....	32
4.1 Institutionele barrières	32
4.2 Gebruiksbarrières	37
4.3 Effectbarrières.....	43
5 Conclusie	46
6 Discussie.....	54
Literatuur	55
Bijlagen.....	60

VOORWOORD

Voor u ligt de scriptie die ik heb geschreven ter afronding van mijn master Communicatie, Beleid en Management. In de scriptie staat het onderwerp crowdsourcing centraal. Ik heb mij beziggehouden met de vraag hoe dit middel ingezet kan worden door gemeenten bij de ontwikkeling van beleid. Het eindproduct markeert voor mij een einde van een tijdperk. Een periode waarin ik als mens veel heb geleerd en waar nu een einde aan is gekomen. Met de afronding van deze scriptie ben ik student af en kan het echte werk beginnen.

Het heeft mij veel tijd, moeite en energie gekost deze scriptie tot een goed einde te brengen. Ik weet van mezelf dat ik geen ware scriptiehield ben, maar ik kan uiteindelijk met trots terugkijken op wat ik heb bereikt. Het traject heeft me niet alleen veel geleerd op wetenschappelijk vlak, maar ook op persoonlijk vlak. Het zelf uitvinden van de richting van de scriptie, het schrijven en herschrijven en de gesprekken met mensen over mijn scriptie waren voor mij buitengewoon leerzaam.

Uiteraard stond ik er niet alleen voor tijdens mijn afstudeeronderzoek en daarom zou ik graag een paar mensen willen bedanken. Allereerst gaat mijn dank uit naar mijn scriptiebegeleider, Iris van Veenendaal. Ik kon bij haar terecht voor inhoudelijke adviezen, maar ook op momenten dat het wat minder ging. Tevens wil ik Eugène Loos bedanken. Als tweede lezer kon ik ook altijd bij hem aankloppen voor goede raad en steun bij het schrijven. Daarnaast wil ik alle gemeenteambtenaren bedanken die input hebben gegeven voor mijn onderzoek. Zonder de interviews was mijn scriptie er niet geweest.

Tot slot zou ik nog een aantal mensen in het bijzonder willen bedanken. Allereerst Stefan Vasse en Anna van Sas die mij gedurende het onderzoek tot steun zijn geweest en mij als professionele begeleiders hebben geholpen. Ook mijn ouders stonden altijd voor mij klaar. Verder heb ik aan mijn vriendin en al mijn vrienden in deze periode veel steun gehad.

Ik wens u veel plezier bij het lezen van mijn scriptie.

Utrecht, 22 mei 2014

Diederik Vasse

SAMENVATTING

Het thema burgerparticipatie kent in Nederland een rijke historie. Al sinds de jaren '70 worden burgers betrokken bij de ontwikkeling en uitvoering van beleid. In veel gevallen gebeurt dit voornamelijk op traditionele manieren zoals door het inzetten van burgerfora, inspraakavonden of enquêtes. Maar door de toenemende digitalisering van de samenleving zijn er ook steeds meer mogelijkheden gekomen om burgers te betrekken via online wegen.

Op gemeentelijk niveau wordt al op regelmatige basis geëxperimenteerd met dit soort nieuwe online vormen. Een voorbeeld hiervan is de inzet van crowdsourcing. Crowdsourcing is een vorm van burgerparticipatie waarbij een institutie een vraag voorlegt aan burgers via het internet om zodoende burgers mee te laten denken over innovatieve oplossingen voor het probleem. Verschillende gemeenten in Nederland hebben dit middel al ingezet maar tot op heden was nog niet duidelijk op welke manier ze het precies kunnen inzetten en welke randvoorwaarden hierbij een rol spelen. In deze masterscriptie heb ik daarom de volgende hoofdvraag onderzocht:

Hoe kunnen gemeenteambtenaren crowdsourcing inzetten als vorm van burgerparticipatie voor de ontwikkeling van beleid?

Voor het onderzoeken van deze hoofdvraag is op basis van literatuurstudie een conceptueel model ontwikkeld met randvoorwaarden die een rol spelen gedurende de verschillende stadia bij uitvoering van crowdsourcingprojecten. Dit conceptuele model is in beginsel gebaseerd op een bestaand model dat verder is aangepast in het theoretisch kader. De stadia die omschreven worden in het model zijn institutionele-, gebruiks- en effectbarrières. Institutionele barrières spelen een rol in de opstart van een crowdsourcingproject. Gebruiksbarrières hebben betrekking op de daadwerkelijke participatie van burgers en effectbarrières gaan over de vraag of de aangedragen ideeën doorwerking vinden in het beleid van gemeenten. Dit conceptuele model is daarna op basis van elf cases getoetst aan de praktijk en waar mogelijk aangevuld met nieuwe randvoorwaarden. De evaluaties van de cases zijn uitgevoerd op basis van interviews met betrokken gemeenteambtenaren (één per case).

Uit de resultaten zijn verschillende essentiële randvoorwaarden naar voren gekomen waarmee gemeenteambtenaren sterk rekening moeten houden voor aanvang en bij uitvoering van een crowdsourcingproject. Ten eerste is het in de voorbereiding van een crowdsourcingproject van belang dat er vanuit de gemeente genoeg ondersteuning is om het project op te zetten. Politiek en ambtelijk draagvlak zijn een vereiste. Indien verschillende afdelingen binnen de gemeenten niet met elkaar kunnen samenwerken wordt de voorbereiding van het project danig ondermijnd. Daarnaast is het belangrijk dat er voldoende middelen beschikbaar worden gesteld vanuit de organisatie om het project op te zetten. Met middelen wordt dan met name bedoeld toereikend budget en voldoende personele capaciteit. Tevens moet er passend beleid zijn in de gemeente waarbinnen het project kan worden uitgevoerd. Als laatste is het essentieel dat er voldoende voorbereidingstijd wordt genomen om het project op te zetten.

Als gebruiksbarrière is voornamelijk naar voren gekomen dat een geschikt onderwerp van essentieel belang is voor een crowdsourcingproject. Om burgers te laten participeren is een aansprekend onderwerp noodzakelijk. Indien het onderwerp aansprekend is zijn burgers sneller bereid om deel te nemen. Daarnaast moet het onderwerp niet te abstract en niet te moeilijk zijn, omdat burgers zich anders moeilijk een beeld kunnen vormen van de problematiek. Indien er niet voldaan wordt aan deze voorwaarden loont het in veel gevallen niet om een crowdsourcingproject op te zetten, omdat er op deze wijze weinig concrete oplossingen aangedragen zullen worden waar gemeenten mee aan de slag kunnen. Buiten het onderwerp om is het van belang dat het voor burgers eenvoudig is om te kunnen participeren. De website dient gebruiksvriendelijk te zijn zodat de drempel voor participatie zo laag mogelijk gehouden wordt. Tevens dient de juiste doelgroep bereikt te worden en moet de wijze van communicatie aansluiten op deze doelgroep.

Om een crowdsourcingproject succesvol af te sluiten vinden ingestuurde ideeën idealiter doorwerking in het beleid van gemeenten. Verschillende effectbarrières als het feit dat ideeën van burgers niet representatief of onhaalbaar zijn, kunnen dit echter tegengaan. De gemeente kan zelf deze effectbarrières deels doorbreken door bij aanvang van een project te definiëren wat er met de ideeën gedaan wordt. Om te stimuleren dat burgers haalbare ideeën insturen is het verstandig om een duidelijk kader te schetsen waaraan ideeën moeten voldoen. Dit vergroot de uiteindelijk de kans op daadwerkelijke realisatie van de ideeën van burgers.

1. INLEIDING

Het thema burgerparticipatie is al lang niet meer weg te denken uit de Nederlandse politiek. Het is één van de kernwoorden om te komen tot een beter besluitvormingsproces omtrent politieke beslissingen. Het betrekken van burgers bij beleid zou immers leiden tot een vergroting van de legitimiteit en kwaliteit van beleid (Bekkers & Meijer, 2010, p.19; Raad voor openbaar bestuur, 2005, p.8). Althans dat is één van redenen waarom veel overheden het toepassen.

Voor onder meer gemeenten is het dus niet zozeer de vraag of ze burgerparticipatie toepassen, maar het is meer de vraag in welke vorm. Het thema burgerparticipatie is namelijk in de afgelopen jaren sterk veranderd door de komst van het internet en ICT. Door de digitalisering van de samenleving zijn communicatieprocessen veranderd en is het delen van informatie en kennis niet meer plaats en tijdgebonden. Online vormen van burgerparticipatie behoren steeds meer tot de mogelijkheden en worden op frequentere wijze ingezet.

Crowdsourcing is een online vorm die zich in de afgelopen jaren sterk heeft ontwikkeld. In het kort betekent crowdsourcing dat een organisatie een taak uitbesteedt aan mensen buiten de organisatie en dat deze mensen op vrijwillige basis mee kunnen denken over een oplossing voor het gestelde probleem.

In het private domein wordt crowdsourcing al succesvol toegepast door verschillende grote bedrijven als Procter & Gamble, Rabobank en de ING. Door dit succes rijst de vraag welke mogelijkheden het zou kunnen bieden voor de overheid en de publieke sector.

Verschuiven maatschappelijke ontwikkelingen hebben er toe bijgedragen dat de samenleving de afgelopen jaren complexer, pluriformer en gefragmenteerder is geraakt. Hierdoor kan de overheid niet meer eenzijdig optreden en is zij genoodzaakt andere partijen, zoals burgers, het bedrijfsleven en maatschappelijke organisaties te betrekken bij het oplossen van maatschappelijke vraagstukken zoals het realiseren van een duurzame leefomgeving of de aanpak van de bezuinigingsproblematiek. Een middel als crowdsourcing zou hierin uitkomst kunnen bieden.

1.1 PROBLEEMSTELLING

De succesvolle inzet van crowdsourcing in de private sector is in de publieke sector niet onopgemerkt gebleven. Steeds meer publieke instanties, zoals gemeenten, zijn geïnteresseerd geraakt in de werking van dit middel en in toenemende mate wordt er ook al mee geëxperimenteerd.

Zo is de gemeente Amsterdam in 2010 gestart met een verkenning hoe open innovatie en crowdsourcing ingezet kan worden binnen de eigen organisatie. In de pilot *Amsterdam Opent*, kon het publiek meedenken over nieuwe creatieve oplossingen voor drie maatschappelijke vraagstukken. Deze vraagstukken hadden betrekking op het fietsparkeerprobleem in de binnenstad, het stimuleren van schone energie door

huiseigenaren en de ontwikkeling van een nieuw business model voor de Wallen¹. Middels een door de gemeente ingerichte website kon het publiek ideeën insturen en hun reacties achterlaten. Dit heeft geresulteerd in 150 ideeën in totaal 200 reacties waarbij de reacties uiteen liepen over een betaal systeem voor het parkeren van fietsen in de binnenstad tot het verkopen van opgewekte stroom naar de gemeente.

Ook andere Nederlandse gemeenten hebben crowdsourcing al ingezet voor de meest uiteenlopende vraagstukken. De gemeente Utrecht vroeg haar burgers om mee te denken op welke manier zij het beste zou kunnen bezuinigen. De gemeente Rotterdam lanceerde de website Queetz waarop verschillende vraagstukken van de gemeenteraad worden gepost, zoals: Wat moet er in de plaats komen van de deelgemeenteraden? En de gemeente Eindhoven vroeg haar burgers hoe zij het liefst willen communiceren met de gemeente.

Bovenstaande voorbeelden tonen aan dat crowdsourcing al door verschillende Nederlandse gemeenten wordt ingezet. Volgens Koning (2011, p.3) is echter nog weinig bekend over hoe de verschillende overheidsinstanties het middel precies inzetten en welke factoren hierbij een rol spelen. Het is daarom van belang hier meer inzicht in te krijgen zodat hier in de toekomst rekening mee gehouden kan worden. Volgens Koning (2011, p.3) biedt crowdsourcing namelijk interessante kansen mits het op de juiste manier wordt ingezet.

1.2 VRAAGSTELLING

De hoofdvraag van dit onderzoek is als volgt geformuleerd:

<i>Hoe kunnen gemeenteambtenaren crowdsourcing inzetten als vorm van burgerparticipatie voor de ontwikkeling van beleid?</i>
--

Om een antwoord te geven op deze hoofdvraag zijn meerdere deelvragen opgesteld. Deze vragen zijn zowel theoretisch als empirisch van aard. De theoretische deelvragen zijn:

1 Wat is burgerparticipatie en hoe heeft het zich ontwikkeld?

2 Wat is crowdsourcing?

3 Welke factoren spelen een rol bij de inzet van crowdsourcing als vorm van burgerparticipatie binnen gemeenten?

¹ De wallen is een woonwijk in Amsterdam en staat bekend om zijn authentieke imago door de aanwezigheid van prostitués waar men terecht kan voor 'betaalde liefde'.

Deze theoretische deelvragen worden beantwoord op basis van de literatuur. Zo wordt een theoretisch kader gevormd dat de onderbouwing is voor het verdere empirische onderzoek. De empirische deelvraag luidt:

4 Welke voorwaarden benoemen gemeenteambtenaren voor de inzet van crowdsourcing als middel voor burgerparticipatie in hun eigen gemeente?

1.3 RELEVANTIE

Het onderzoek is om meerdere redenen relevant. Ten eerste is er tot op heden weinig onderzoek gedaan naar de inzet van crowdsourcing binnen het publieke domein en in het bijzonder binnen de gemeentelijke context. Het is een nieuw fenomeen dat is overgewaaid uit de private sector waardoor de meeste wetenschappelijke literatuur gaat over crowdsourcing in dit domein. De inzet van crowdsourcing in het publieke domein is nog onderbelicht en dit onderzoek kan deze lacune opvullen.

Daarnaast is het onderzoek maatschappelijk relevant omdat het gemeenten kan helpen bij het opzetten van nieuwe crowdsourcinginitiatieven in de toekomst. Door in kaart te brengen hoe gemeenten dit middel kunnen inzetten op basis van praktijkvoorbeelden, kan het gemeenten handvatten bieden voor nieuwe projecten. De eventuele slagingskansen voor nieuwe projecten neemt hierdoor toe.

1.4 DOELSTELLING

Het doel van het onderzoek is een model te ontwikkelen dat gemeenteambtenaren kan helpen bij het opzetten van toekomstige crowdsourcingprojecten. Het model moet schematisch weergeven welke factoren een rol spelen bij de lancering van een crowdsourcingproject zodat gemeenteambtenaren hier rekening mee kunnen houden voor aanvang. Het model zal worden opgesteld aan de hand van de literatuur. Daarna zal het model getest worden aan de hand van cases uit de praktijk. Op basis van interviews met elf gemeenteambtenaren (één per case) worden de verschillende praktijkcases geëvalueerd. In hoofdstuk 4 worden de resultaten van deze interviews weergegeven waarna in hoofdstuk 5 het nieuwe model wordt gepresenteerd.

1.5 OPBOUW SCRIPTIE

In het kort is hierboven beschreven binnen welke context het onderzoek naar crowdsourcing bij gemeenten plaats vindt. In hoofdstuk 2 wordt deze context verder uitgewerkt en zal een literatuurreview gegeven worden van de belangrijkste theoretische inzichten die van belang zijn voor dit onderzoek. Tevens wordt in dat hoofdstuk het conceptuele model gepresenteerd waarmee de cases worden geanalyseerd uit de praktijk. Daarna wordt in hoofdstuk 3 verantwoord welke keuzes zijn gemaakt gedurende het onderzoek en wordt beschreven hoe het onderzoek is uitgevoerd. In hoofdstuk 4 worden de resultaten weergegeven van het empirische onderzoek. Om tot slot in hoofdstuk 5 te komen tot de conclusie. In de conclusie wordt

kort ingegaan op de beantwoording van de deelvragen om zodoende de uiteindelijke hoofdvraag te beantwoorden. Als laatste volgt in hoofdstuk 6 de discussie.

2. THEORETISCH KADER

Crowdsourcing is een vorm van burgerparticipatie, daarom zal allereerst aandacht worden besteed aan het thema burgerparticipatie en de historie hiervan in Nederland. Daarna wordt ingegaan op het ontstaan van crowdsourcing en zal het begrip crowdsourcing worden gedefinieerd. Vervolgens worden de randvoorwaarden die van toepassing zijn bij het uitvoeren van een crowdsourcingproject behandeld. Uiteindelijk zal dit leiden tot de ontwikkeling van een model dat wordt gebruikt in het empirisch gedeelte van dit onderzoek.

2.1 BURGERPARTICIPATIE

Het thema burgerparticipatie is de laatste jaren sterk in opkomst binnen de Nederlandse politiek. Het betrekken van burgers bij de ontwikkeling en uitvoering van beleid verdient steeds meer aandacht, onder meer op gemeentelijk niveau. Dit heeft vooral te maken met verschillende maatschappelijke en bestuurlijke ontwikkelingen in Nederland in de afgelopen decennia (Boedeltje, 2009, p. 11).

Een maatschappelijke ontwikkeling is dat de invloed van ideologisch gekleurde maatschappelijke verbanden in de samenleving afneemt (Bekkers & Meijer, 2010, p. 9; Boedeltje, 2009, pp. 4-5). Deze verbanden bepaalden lange tijd de kijk van burgers op de samenleving, maar dit is aan het veranderen. Individuele belangen en voorkeuren nemen de overhand waardoor de maatschappij als geheel individualiseert. Deze individualisering in combinatie met de veranderende rol van de media die kritischer berichten over wanprestaties van de overheid, maakt dat we te maken krijgen met steeds mondigere burgers (Noordegraaf, 2008, pp. 55-57). De burger eist meer van de overheid en wil meer inspraak bij besluiten die genomen worden op politiek niveau (Boedeltje, 2009, p. 6). De overheid speelt in op deze maatschappelijke ontwikkeling door de burger te betrekken bij de ontwikkeling van beleid met als doel haar draagvlak te vergroten (Bekkers & Meijer, 2010, pp. 9-10).

Bestuurlijke ontwikkelingen

De beschreven maatschappelijke ontwikkeling heeft ook zijn uitwerking op bestuurlijk vlak. Volgens wetenschappers kan er zelfs gesproken worden over een vermeende kloof tussen burger en bestuur. Dit blijkt uit dalende opkomstcijfers bij verkiezingen en het al jaren afnemende vertrouwen en interesse in de politiek (Bekkers & Meijer, 2010, p. 9; Kilic, 2008, p.13).

De traditionele manier van besturen vanuit overheden heeft zijn hoogtepunt bereikt. De government-gedachte, zoals de traditionele manier vaak wordt aangeduid, wordt losgelaten. De grenzen van sturing op basis van een top down benadering en eenzijdige coördinatie vanuit de overheid is niet meer toereikend en vergt aanpassingen (Boedeltje, 2009, pp. 7-8).

Nieuwe vormen van sturing dienen te worden geïmplementeerd om aan de verwachtingen te kunnen voldoen. Sturing van beleid op grond van eenrichtingsverkeer

vanuit de overheid naar de maatschappij verschuift naar sturing van beleid door een netwerk van private, maatschappelijke en publieke organisaties. Deze verandering wordt ook wel aangeduid als een verschuiving van government naar governance (Boedeltje, 2009, pp. 7-8).

Binnen de governance-gedachte wordt netwerksturing belangrijker. Bij netwerksturing is er sprake van erkenning van de (wederzijdse) afhankelijkheden tussen overheden, bedrijven, maatschappelijke organisaties en burgers. Ze hebben uiteenlopende belangen ten aanzien van de aanpak en oplossing van maatschappelijke problemen. Bij sturing in beleidsnetwerken is sprake van het creëren van samenspel tussen belanghebbenden partijen (Lips, Bekkers & Zuurmond, 2005, p. 31). De aanpak van beleidsproblemen wordt dus gezien als een vorm van coproductie van beleid waarbij het gaat om het creëren van draagvlak. Interactieve beleidsprocessen, zoals vormen van burgerparticipatie, worden daardoor steeds belangrijker.

Geschiedenis Burgerparticipatie

Het begrip burgerparticipatie deed in de jaren zeventig van de vorige eeuw zijn intrede in Nederland en kent hiermee dus een lange historie. De laatste jaren krijgt het onderwerp steeds meer aandacht in verschillende bestuurslagen in Nederland. Zowel vanuit de politiek als door de burgers worden pogingen ondernomen om dit proces op gang te brengen zodat er een structurele basis ontstaat voor de dialoog.

De eerste generatie burgerparticipatie ontstond uit de behoefte naar een nieuwe vorm van interactie met burgers vanuit de overheid (Kilic, 2008, p. 15; Edelenbos, Domingo & Klok, 2006, pp. 18-19). Deze behoefte kwam voort uit ontwikkelingen die zich in de loop van de jaren zestig voordeden. Zo vond in Nederland de ontzuiling plaats en kreeg de emancipatiebeweging van vrouwen vorm waardoor het zelfbeschikkingsrecht van burgers toenam (Bekkers & Meijer, 2010, p. 9; Noordegraaf, 2008, pp. 55-57). De eerste generatie burgerparticipatie kan echter omschreven worden als een van de meest basale vormen van participatie waarbij het met name ging om inspraak. Burgers konden aan het eind van het beleidsproces hun mening geven over de door het bestuur gemaakte plannen (Fraanje, van der Knaap, van Twist & Wesseling, 2008, pp. 26-27; Boedeltje, 2009, p. 22). Inspraak verplichtte de overheid niet noodzakelijkerwijs tot het bijstellen van de plannen. De procedure van deze manier van inspraak werd wettelijk vastgelegd in de Algemene wet der bestuursrecht (Awb). In de praktijk had deze vorm van participatie weinig invloed.

Vanaf begin jaren negentig nam de noodzaak voor meer burgerinmenging toe. Politici en wetenschappers pleitten voor meer burgerbetrokkenheid en maatschappelijke verantwoordelijkheid. Het accent kwam vanaf dit moment dan ook te liggen op invloed van burgers en maatschappelijke organisaties in het beleidsproces (Fraanje, et al., 2008, pp. 26-27; Boedeltje, 2009, p. 22). Om de invloed te vergroten ging men experimenteren met de tweede generatie burgerparticipatie, de zogeheten interactieve beleidsvorming. Bij deze generatie burgerparticipatie kregen burgers in een vroeg stadium al de gelegenheid het beleid mede vorm te geven (Edelenbos, 2000, pp. 18-19; Kilic, 2008). Hier zit dus het verschil met de eerste generatie burgerparticipatie waarin de burger pas aan zet was op het moment dat de beleidslijnen al waren uitgezet. De nieuwe vorm van

participatie ontstond naast de wettelijk geregelde inspraak. De voordelen van deze nieuwe vorm van burgerparticipatie zijn vergroting van het draagvlak voor het beleid en de mogelijkheid gebruik te maken van kennis en ervaring uit de maatschappij om het beleid te ondersteunen (Bovens, 't Hart & van Twist, 2007, pp.352-354). Een voorbeeld hiervan is dat de gemeente inspraakavonden organiseert bij de bouw van een nieuw winkelcentrum zodat er rekening gehouden kan worden met de wensen van burgers.

De derde generatie burgerparticipatie ontstond in het begin van deze eeuw. Burgers namen het initiatief tot zelfbestuur en vroegen de overheid te participeren. Deze generatie burgerparticipatie kenmerkt zich door zelfredzame burgers en de overheid die slechts een faciliterende rol heeft. Volgens Kilic (2008) kan deze generatie als volgt worden omschreven:

Derde generatie burgerparticipatie ontstaat als de burger kansen ziet in zijn omgeving en zelf of samen met andere burgers werkt aan de ontwikkeling van iets moois op straat, in de wijk en de stad. De overheid kan een rol hebben bij derde generatie burgerinitiatieven, maar dat hoeft niet. Het speelt in eerste instantie tussen burgers en burgers, en de overheid komt in beeld als de burgers de overheid nodig hebben. (p. 2)

Deze ontwikkeling sluit aan bij de veranderende rol van de overheid (Bekkers & Meijer, 2010, p. 12; Kilic, 2008). De overheid heeft niet meer vanzelfsprekend een soevereine positie ten opzichte van andere actoren in de samenleving, maar komt steeds meer op gelijke voet te staan. Dit wordt aangeduid met de term horizontalisering.

Definitie burgerparticipatie

Bij bestudering van de literatuur (Dinjens, 2010; Edelenbos, 2000, 2006; Pröpper & Steenbeek, 1999; Roodenburg & Waard, 2007) blijkt dat de begrippen burgerparticipatie en interactief beleid vaak door elkaar heen worden gebruikt. Een overeenkomst tussen beide begrippen is dat burgers een aandeel hebben in het beleidsproces. Er zijn echter ook duidelijke verschillen tussen burgerparticipatie en interactief beleid.

In de definities van burgerparticipatie wordt voornamelijk gefocust op de rol van burgers in het beleidsproces. Terwijl in het geval van interactief beleid met name gesproken wordt over de verschillende belanghebbenden die invloed hebben op het beleidsproces. Hiermee worden ook andere actoren aangeduid, zoals bedrijven, maatschappelijke organisaties en andere overheidsorganisaties (Pröpper & Steenbeek, 1999, p. 16; Edelenbos, 2000, p.20; Bekkers & Meijer, 2010, p. 11).

Er is ook een onderscheid waar te nemen in het moment dat burgers betrokken worden bij het beleidsproces. Pröpper & Steenbeek (1999, p. 16) gaan in hun definitie uit van de mogelijkheid burgers in alle beleidsfasen van de cyclus te kunnen betrekken. Zij gebruiken hiervoor het begrip interactieve beleidsvorming. Dit in tegenstelling tot andere auteurs die in hun definities vooral de nadruk leggen op de beleidsvoorbereiding en besluitvorming. Edelenbos omschrijft burgerparticipatie als het zo vroeg mogelijk betrekken van burgers bij de vorming van beleid (2000, p.29).

Een laatste verschil kan worden gevonden in de mate van inspraak van burgers in het beleidsproces. Dit komt in grote lijnen overeen met de verschillende generaties burgerparticipatie die eerder zijn beschreven. Zo spreken Pröpper & Steenbeek (1999, p. 16) bijvoorbeeld over een 'open wisselwerking', terwijl in andere definities een ruimer begrip gehanteerd wordt waarin zowel eenrichtingsverkeer als een open samenwerking worden gerekend tot het begrip burgerparticipatie (Bekkers & Meijer, 2010, pp. 19-21). Met eenrichtingsverkeer wordt bedoeld dat bijvoorbeeld op een inspraakavond alleen de gemeenten haar plannen mededeelt en dat er geen gelegenheid is voor burgers invloed uit te oefenen op de plannen.

De definitie van burgerparticipatie die in dit onderzoek gehanteerd wordt, is opgesteld door het Instituut voor Publiek en Politiek (Dinjens, 2010). De definitie luidt als volgt: "Burgerparticipatie is een manier van beleidsvoering waarbij burgers (al dan niet georganiseerd in maatschappelijke organisaties) direct of indirect bij het lokale beleid betrokken worden om doormiddel van samenwerking tot de ontwikkeling, uitvoering en/of evaluatie van beleid te komen" (p.6).

Deze definitie is gekozen omdat het in het geval van crowdsourcing door gemeenten de participatie vooral betrekking heeft op individuele burgers (al dan niet georganiseerd in maatschappelijk verband). Daarnaast wordt in dit onderzoek niet gekeken naar de participatie van andere belanghebbenden, maar gaat het om de eerder genoemde relatie tussen burger en overheid. Tevens biedt deze definitie ruimte voor het moment waarop burgers kunnen participeren en de mate van invloed die zij kunnen hebben op het beleid. De verschillende onderdelen van de definitie worden hieronder verder uitgewerkt.

Motieven inzet burgerparticipatie

Er zijn verschillende redenen voor de overheid om burgerparticipatie toe te passen. Het eerste motief is dat het kan leiden tot een verhoging van de kwaliteit en effectiviteit van het beleid (Enserink & Monnikhof, 2003, p.315). Doordat verschillende belanghebbenden in een vroegtijdig stadium worden betrokken bij de beleidsvorming, worden inzichten gedeeld en worden oplossingen en ideeën aangedragen vanuit verschillende perspectieven (Edelenbos, 2000, p. 87). Dit leidt tot een verrijking van het beleidsproces wat de kwaliteit en de effectiviteit ten goede komt. Bovendien wordt hiermee het probleemoplossend vermogen binnen de gemeenten verhoogd. Gemeenten staan voor grote opgaven en door burgers te betrekken bij de beleidsvorming kan gebruik gemaakt worden van de kennis en expertise die in de samenleving aanwezig is (Edelenbos, 2000, p. 86). Burgers in gemeenten hebben specifieke kennis over lokale situaties en kunnen dus een positieve inbreng hebben op het beleidsproces.

Een tweede motief voor de inzet van burgerparticipatie kan zijn dat gemeenten het draagvlak willen vergoten voor (controversiële) beleidsvoorstellen (Enserink & Monnikhof, 2003, p. 315). Als het voorgestelde beleid niet gedragen wordt door de samenleving kan de uitvoering hiervan bemoeilijkt worden (Edelenbos, 2000, p. 85). Het risico bestaat dat maatregelen niet ingevoerd kunnen worden door te grote weerstand in de samenleving. Als burgers in een eerder stadium betrokken worden bij de beleidsvorming kan dit leiden tot een groter draagvlak binnen de samenleving.

Een andere reden om burgerparticipatie in te zetten, is dat het de legitimiteit van het beleid kan verhogen (Edelenbos, 2000, p. 82). Door burgers te betrekken in het beleidsproces kan rekening worden gehouden met de wensen van de samenleving. Het kan een middel zijn om de indirecte democratie opener te maken waarbij de democratische idealen als transparantie en verantwoordelijkheid voorop staan (Dreijrink, 2008, p. 15). Daarnaast stellen Enserink & Monnikhof (2003, p. 315) dat specifieke doelgroepen kunnen worden bereikt zodat deze meer bij het democratisch stelsel betrokken worden.

Het betrekken van burgers in het beleidsproces leidt tot het dichten van de vermeende kloof tussen burgers en het gemeentebestuur (Boedeltje, 2009, p. 11; Edelenbos, 2006, p.20; Bekkers & Meijer, 2010, p. 11). Edelenbos (2000, p. 81) geeft aan dat gemeenten sinds geruime tijd een kloof ervaren tussen burgers en bestuur. Sinds de jaren zeventig nemen de opkomstcijfers bij gemeenteraadsverkiezingen af. Burgers kunnen zich steeds minder identificeren met het openbaar bestuur en komen steeds verder van gemeenten af te staan. De gedachte is dat door burgers meer te betrekken in het beleidsproces deze ontwikkeling tegen kan worden gegaan (Ibid.).

2.2 DIGITALISERING SAMENLEVING

Web 1.0 naar Web 2.0

De maatschappij is de afgelopen decennia sterk veranderd. Op dit moment spreken we van een zogeheten netwerksamenleving. Dit impliceert dat maatschappelijke verhoudingen in de samenleving gestoeld zijn op horizontale verbindingen. De netwerksamenleving is in de plaats gekomen van de hiërarchische verhoudingen die al eeuwen in de samenleving zichtbaar waren. De ontwikkelingen op het gebied van ICT en internet hebben een grote bijdrage geleverd aan deze ontwikkeling (Lips, Bekkers & Zuurmond, 2005, pp. 121-122).

Het internet is namelijk sinds de jaren '90 niet meer weg te denken uit onze maatschappij doordat het vanaf die tijd algemeen toegankelijk wordt voor particulieren. Dit zorgt voor een grote verschuiving in het mediagebruik van burgers. Traditionele media, zoals kranten, televisie en radio hebben door de komst van het internet aan invloed ingeboet. Het revolutionaire karakter van het internet heeft ons in staat gesteld om communicatieprocessen tussen mensen, groepen en organisaties op een andere manier te organiseren. Het delen van kennis, ervaring, informatie en contacten op een bepaald tijdstip en op een specifieke plek is niet meer noodzakelijk (Bekkers & Meijer, 2010, p. 10). Deze ontwikkeling biedt grote kansen voor gemeenten in Nederland. Sinds de jaren negentig wordt internet gezien als een belangrijk middel om de publieke dienstverlening te verbeteren en de elektronische overheid vorm te geven (Bekkers & Meijer, 2010 pp. 10-12; Lips, et al., 2005, p. 237). Het internet heeft de afgelopen jaren een dynamische ontwikkeling doorgemaakt waardoor het op een andere manier gebruikt kan worden.

Volgens O'Reilly (2007, p. 22) werd het internet oorspronkelijk geïntroduceerd met het doel om te voorzien in informatie. Het innovatieve was dat deze informatie overal ter

wereld beschikbaar kwam. In eerste instantie werd het internet door organisaties ingezet om informatie aan particulieren te ontsluiten. Deze informatie bleef echter net als in kranten of brochures statisch. Een bezoeker van een website nam voornamelijk een passieve rol aan, die van consument van de informatie. Het internet werd dus gekenmerkt door eenrichtingsverkeer tussen zender en ontvanger. Dit tijdperk wordt aangeduid met de term Web 1.0 (Frissen, 2008, p. 7). Gemeenten gebruikten internet in deze periode primair voor het versterken van de dienstverlening (Bekkers & Meijer, 2010, p.10). Ten eerste ging het om het verbeteren van de transparantie ofwel, burgers meer toegang te verschaffen tot informatie. Ten tweede stond het versterken van de efficiency van de dienstverlening centraal (Knottnerus, et. al, 2011, p. 192).

O'Reilly (2007, pp. 22-27) stelt echter dat het internet door de jaren heen steeds toegankelijker is geworden en meer mogelijkheden biedt voor interactie tussen internetgebruikers en aanbieders van informatie. Deze nieuwe ontwikkelingen die zich sinds 2004 voordoen, noemt hij Web 2.0. Kenmerkend is dat het internet zich aan het transformeren is tot een onuitputtelijke bron van informatie. Iedereen kan nieuwe informatie toevoegen, bestaande informatie aanpassen en de content lezen. Hiermee is Web 2.0 open, sociaal en staat de gebruiker centraal (Van Berlo, 2008, pp. 21-27). Web 2.0 is dan ook fundamenteel anders dan Web 1.0 en staat ook wel bekend als het 'sociale web' of het 'participatieve web'. De opkomst van Web 2.0 heeft geleid tot nieuwe manieren van interactieve communicatie en heeft mogelijkheden gecreëerd om kennis van verschillende mensen op verschillende plaatsen bij elkaar te brengen (O'Reilly, 2007, p. 22). Volgens Frissen (2008) kan Web 2.0 getypeerd worden als:

Het ontstaan van platforms op het internet waar gebruikers zich kunnen organiseren, samenwerken, vriendschappen onderhouden, delen, ruilen, handelen en/of creëren, die open/toegankelijk zijn en decentraal georganiseerd, waardoor een actieve inbreng van gebruikers mogelijk is, en waar alles wat op die platforms gebeurt maximaal geëxploiteerd wordt. (p.9)

Waar Web 1.0 ingericht was om top-down informatie te verzenden, is het bij Web 2.0 mogelijk om zelf informatie toe te voegen en daarop te reageren, kortom een dialoog aan te gaan. Web 2.0 zegt niet zozeer iets over de techniek, maar meer over de internetgebruiker en de manier waarop hij het internet toepast. Web 2.0 is revolutionair omdat bezoekers niet langer passieve consumenten van informatie zijn. Bezoekers worden pro-sumers waarbij ze informatie selecteren en tevens nieuwe content genereren. Dit wordt ook wel 'user-generated content' genoemd. Het staat aan de basis van enkele hedendaags veelgebruikte applicaties zoals Twitter, Facebook en LinkedIn.

Crowdsourcing

Door de komst van het internet en het ontstaan van Web 2.0 zijn nieuwe mogelijkheden gecreëerd voor gemeenten om met burgers in contact te komen. Door de nieuwe technologieën kunnen op hetzelfde moment grote groepen internetgebruikers benaderd worden zodat kennis, ervaringen, informatie en contacten gedeeld kunnen worden. De kennis van deze groepen internetgebruikers, ook wel 'crowds' genoemd, kan nu gemakkelijker worden gebruikt bij het uitvoeren van taken via het internet met het oog

op de aanpak van maatschappelijke problemen (Bekkers & Meijer, 2010, p. 10). Grasso (2012) stelt:

Crowds of users can now perform new functions collectively: they can create and leverage networks of friends or professional peers (using social networking platforms), create and share knowledge (using tools such as wikis, blogs, sites for sharing photos, videos, tags, or bookmarks, forums, and microblogging sites), and perform complex tasks collectively (using tools such as argumentation systems; crowdsourcing platforms; and prediction markets). (p.1)

Web 2.0 toepassingen maken het dus mogelijk dat crowds van internetgebruikers taken collectief kunnen uitvoeren. Door deze collaboratieve processen wordt gebruik gemaakt van wat men noemt collectieve intelligentie (Grasso, 2012, p. 1). Collectieve intelligentie kan volgens Levy (2008, p.1) omschreven worden als, "het vermogen van menselijke collectieven deel te nemen aan intellectuele samenwerking om te creëren, innoveren en uitvinden". Het idee achter dit concept is dat kennis het meest accuraat is wanneer het bestaat uit de input van een verdeelde populatie.

Het concept collectieve intelligentie is verder gepopulariseerd door de filosofie van James Surowiecki's, *The wisdom of crowds*. Surowiecki (2004, p. XIII) neemt de stelling in dat onder de juiste omstandigheden een groep personen meer weet dan één enkel persoon. Een groep lost vraagstukken beter op dan één individu, zelfs als dit de slimste persoon uit de groep is (Surowiecki, 2004, p. XII). Surowiecki (XVIII) stelt wel dat aan een aantal basisvoorwaarden voldaan moet worden, wil men gebruik maken van collectieve wijsheid van een groep. De belangrijkste voorwaarde is dat de leden van de groep beschikken over verschillende opvattingen. Dit houdt in dat elk lid moet beschikken over een eigen visie of de bestaande informatie op eigen wijze moet interpreteren (Surowiecki, 2004, pp. 29-32). Deze opinies worden idealiter gevormd op decentraal niveau waarbij gebruik gemaakt wordt van lokale kennis. Verder moeten de groepsleden in staat zijn een onafhankelijke mening te vormen zonder teveel beïnvloed te worden door anderen (Surowiecki, 2004, pp. 41-43). Als laatste moet er een mechanisme zijn dat ervoor zorgt dat de individuele meningen gebundeld worden in collectieve beslissingen. Dit mechanisme zorgt voor een selectie en filtering van de ideeën (Surowiecki, 2004, pp. 69-72). Als aan deze voorwaarde voldaan wordt, is volgens Surowiecki (2004, p. XIII) de collectieve wijsheid van een groep groter dan de wijsheid van de slimste persoon in de groep.

Collectieve intelligentie en crowdsourcing zijn aan elkaar gelieerd. Door Brabham (2009, p. 250) en Aitamurto (2011, p.2) wordt gesteld dat crowdsourcing het mechanisme is dat gebruik maakt van de collectieve intelligentie van internetgebruikers. Crowdsourcing maakt het dus mogelijk kennis en expertise van de crowd te mobiliseren.

Hoewel het concept crowdsourcing al langer bestaat, heeft het sinds 2006 echt aan populariteit gewonnen. Verschillende auteurs (Brabham, 2009; Aitamurto, 2011; Aroles, 2012) menen dat dit in gang is gezet door het in 2006 gepubliceerde artikel van Jeff Howe, *The Rise of Crowdsourcing*. Howe (2006, p. 6) definieert crowdsourcing als volgt:

Crowdsourcing represents the act of a company or institution taking a function once performed by employees and outsourcing it to an undefined (and generally large) network of people in the form of an open call. (...) The crucial prerequisite is the use of the open call format and the large network of potential labourers.

In deze definitie van Howe (2006) betekent crowdsourcen dus letterlijk het uitbesteden van taken die voorheen werden uitgevoerd door een werknemer in een bedrijf aan de massa. Howe beschrijft hiermee een nieuw web-based business model (Brabham, 2009, p. 250). In essentie gaat crowdsourcing om het verbinden van de kennis van de crowd met een probleem of dilemma van een organisatie.

De definitie van Howe (2006) spitst zich echter vooral toe op de private sector waardoor zijn definitie in mindere mate bruikbaar is voor dit onderzoek waarin de focus ligt op de publieke sector en dan specifiek op gemeenten. Aroles (2012, p.1) heeft onderzoek gedaan naar de verschillende betekenissen van crowdsourcing en is vervolgens tot een algemene definitie gekomen die ook toepasbaar is op de publieke sector. Haar definitie zal in dit onderzoek daarom centraal staan. Aroles schrijft (2012):

Crowdsourcing is a type of participative online activity in which an individual, an institution, a non-profit organization, or company proposes to a group of individuals of varying knowledge, heterogeneity, and number, via a flexible open call, the voluntary undertaking of a task. (p. 9)

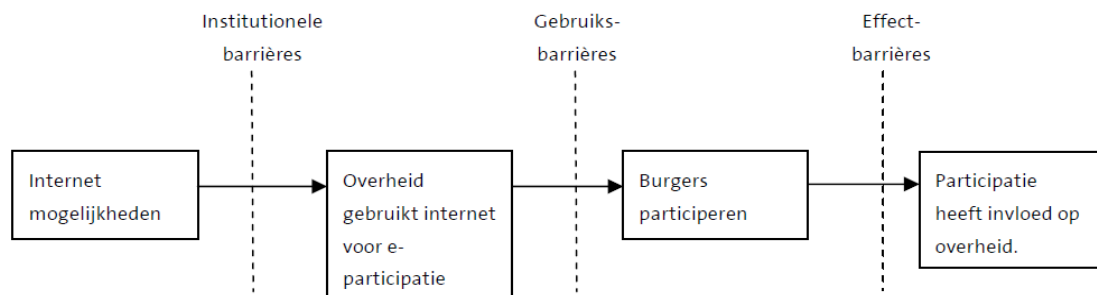
Een overeenkomst tussen de definities van Howe en Aroles is dat een bepaalde kwestie openbaar wordt voorgelegd aan grote groep mensen door middel van crowdsourcing. Er zijn echter ook verschillen tussen de definities. Bij Howe (2006, p. 6) gaat het expliciet om een taak die voorheen werd uitgevoerd door een werknemer van het bedrijf. In de definitie van Aroles (2012, p. 9) staat een online activiteit centraal waarbij een groep mensen vrijwillig kan participeren. En zoals eerder gesteld, richt Howe zich dus alleen op de private sector terwijl binnen de definitie van Aroles een breed scala aan onderwerpen kan worden voorgelegd.

2.3 BARRIÈREMODEL

Om te kunnen onderzoeken hoe crowdsourcing ingezet kan worden als middel voor burgerparticipatie wordt in deze paragraaf een conceptueel model ontwikkeld dat in het empirische gedeelte zal worden getoetst aan de praktijk. De basis van het conceptuele model zal gebaseerd zijn op een model van Meijer, Thaens & Brans (2009, p. 28). In dit model beschrijven zij barrières die overwonnen moeten worden bij de inzet van crowdsourcing. Dit bestaande model wordt aangevuld met randvoorwaarden voor burgerparticipatie-initiatieven in zijn algemeenheid (Pröpper & Steenbeek, 1999; Roodenburg & Waard, 2007). Het model van Meijer (et al., 2009, p. 28) richt zich namelijk specifiek op de inzet van ICT in combinatie met crowdsourcing. Door toevoeging van generieke voorwaarden voor slagen of mislukken van participatie-initiatieven ontstaat een vernieuwend conceptueel model. Op basis van het ontwikkelde conceptuele model worden crowdsourcinginitiatieven uit de praktijk geëvalueerd.

Barrièremodel

Het model van Meijer (et al., 2009, p. 28) omschrijft drie verschillende soorten barrières die van toepassing zijn op crowdsourcing. De drie barrières zijn: institutionele-, gebruiks- en effectbarrières. De verschillende barrières zijn door Meijer et al. (2009) in een overzichtelijk model gezet dat hieronder is weergegeven en verder zal worden uitgelegd.



Figuur 2.1: Barrièremodel (Meijer et al., 2009, p. 28)

Institutionele barrières

Institutionele barrières spelen een rol bij het opstarten van crowdsourcinginitiatieven. Deze barrières hebben onder meer betrekking op financiële, juridische, technologische en institutionele aspecten (Sinnema & Duivenboden, 2009, p. 22; Meijer et al., 2009, p. 28). Door deze hindernissen maakt het openbaar bestuur geen optimaal gebruik van de mogelijkheden van het internet. Zo kunnen hoge financiële kosten gemeenten tegenhouden bij het uitvoeren van crowdsourcingprojecten. Het ontwikkelen en implementeren van een applicatie kan namelijk een kostbare aangelegenheid zijn waar niet vanzelfsprekend geld voor beschikbaar is. Ook kunnen juridische regels een belemmering zijn voor het uitvoeren van crowdsourcingprojecten. Sinnema & Duivenboden (2009, p. 22) geven aan dat er bijvoorbeeld rekening gehouden moet worden met copyright schending en privacy regels. Deze juridische regels beperken de mogelijkheden van de inzet van crowdsourcing op vele verschillende terreinen.

Niet in de laatste plaats kunnen er ook belemmeringen opspelen die betrekking hebben op de eigen organisatie. Politiek en bestuurlijk draagvlak is van groot belang voor het succes van crowdsourcing. Het gebruik van crowdsourcing moet passen binnen de politieke agenda van bestuurders. Als dit niet het geval is kunnen zij het initiatief boycotten of tegenwerken. Daarnaast kan er op ambtelijk vlak ook veel misgaan. Bij het uitvoeren van crowdsourcingprojecten zijn vaak verschillende afdelingen betrokken die moeten samenwerken om uiteindelijk één doel te bereiken. Indien deze samenwerking niet vlekkeloos verloopt, bijvoorbeeld door verschillende opvattingen, kan dit tot onenigheid leiden waardoor succes uitblijft. Beleidsregels kunnen eveneens een barrière zijn. Huidige beleidsregels kunnen beperkingen opleggen met betrekking tot het wel of niet uitvoeren van crowdsourcingprojecten. Het gebruik van crowdsourcing moet namelijk passen binnen de beleidsregels die al bestaan. Als het gebruik van

crowdsourcing conflicterend is met de huidige beleidsregels kan een project niet worden uitgevoerd.

Als laatste kunnen technologische aspecten een barrière opwerpen. Voor het uitvoeren en ontwikkelen van crowdsourcingprojecten is de nodige ICT infrastructuur nodig. Het is bijvoorbeeld van belang dat een platform wordt ontwikkeld en dat de juiste ICT infrastructuur wordt aangelegd. Indien deze infrastructuur niet voor handen is binnen de organisatie kan dit belemmerend werken op de uiteindelijke uitvoering van crowdsourcing.

Gebruiksbarrières

Gebruiksbarrières hebben betrekking op de daadwerkelijke participatie van burgers aan een project. In deze fase van crowdsourcing wordt aan burgers gevraagd mee te denken over oplossingen voor een gesteld probleem. Gedurende deze fase kunnen verschillende barrières optreden. Het slecht beheren van de applicatie vanuit de gemeente is een voorbeeld (Sinnema & Duivenboden, 2009, p. 22). Zo is het noodzakelijk dat de website up to date is en dat website toegankelijk is voor bezoekers. Als dit niet gebeurt kan dit het succes in de weg staan. Daarnaast kan de motivatie van mensen een belemmering vormen. Ze hebben bijvoorbeeld geen tijd of hebben eerder negatieve ervaringen gehad met een webapplicatie waardoor ze een initiatief links laten liggen. Een andere gebruiksbarrière is dat er vaak verschillende belangen op het spel staan. Het kan bijvoorbeeld zo zijn dat een burger er helemaal geen belang bij heeft om deel te nemen. Volgens Bekkers & Meijer (2010, p. 26) blijkt dat “burgers pas bereid zijn tot actieve participatie indien er vitale belangen op het spel staan”.

Effectbarrières

De effectbarrières hebben betrekking op de doorwerking van de aangedragen oplossingen in het beleid dat gevormd wordt. Volgens Meijer et al. (2009, p. 28) gelden hier dezelfde barrières als bij de institutionele barrières, zoals het politieke draagvlak en de kosten die ermee gemoeid zijn. Ze voegen echter nog twee barrières toe. Allereerst de haalbaarheid van de ideeën van de burgers (Sinnema & Duivenboden, 2009, p. 22; Meijer et al., 2009, p. 28; Edelenbos, 2006). Als de ideeën van de burgers niet uitvoerbaar zijn of er te weinig budget is, kan dit het succes ondermijnen. Een laatste barrière is de representativiteit onder de bevolking. Dit houdt in dat het gevaar bestaat dat deelnemende burgers niet representatief zijn voor de gehele populatie.

Randvoorwaarden voor succesvol crowdsourcing

Het bovenstaande model wordt aangevuld met randvoorwaarden die van invloed zijn op het slagen of mislukken van burgerparticipatie-initiatieven in het algemeen. Deze voorwaarden zijn dus ook van toepassing op andere vormen van interactief beleid, zoals inspraakavonden. Zo benoemen Pröpper & Steenbeek (1999, pp. 36-46) een vijftal voorwaarden die meewegen bij het uitvoeren van participatie-initiatieven. Als eerste noemen ze dat een beperkte mate van openheid het proces in de weg kan staan. Het is belangrijk dat het ‘ergens over gaat’ en dat de inhoud van het beleid moet worden vastgesteld (Pröpper & Steenbeek, 1999, p. 36). Dit betekent onder meer dat het bestuur

van een gemeente bereid moet zijn haar invloed te delen met burgers. Een doorzichtig en transparant beleidsproces is een vereiste. Als het bestuur al een besluit heeft genomen of als er al een onderhandeling heeft plaats gevonden, is dit niet aan de orde.

Ten tweede moet er vanaf het begin duidelijkheid zijn over de rol van het bestuur en de rol van deelnemers aan het crowdsourcingproject. Wanneer dit niet duidelijk is worden verkeerde verwachtingen geschept die het uiteindelijke resultaat zullen beïnvloeden. Van tevoren moet de rolverdeling worden bepaald zodat de deelnemers weten waarop zij invloed hebben en in welke mate (Pröpper & Steenbeek, 1999, pp. 38-39).

Een derde factor is dat het bestuur van de gemeente en de deelnemers de meerwaarde van het project moeten inzien waardoor er een constructieve relatie ontstaat. Het is dus belangrijk dat er een gemeenschappelijk besef is, zowel bij het bestuur als bij de deelnemers. Een voorwaarde is wel dat de verwachtingen van beide partijen reëel zijn (Pröpper en Steenbeek, 1999, pp. 40-41).

Ook stellen Pröpper & Steenbeek dat het onderwerp geschikt moet zijn voor crowdsourcing. Volgens de auteurs moet het probleem voldoende belangstelling trekken zodat mensen bereid zijn hun visie te geven op het vraagstuk. Daarnaast moet de problematiek niet al volledig uitgekristalliseerd zijn waardoor participatie van burgers overbodig wordt. De auteurs geven ook aan dat het onderwerp niet urgent moet zijn waardoor meteen gehandeld moet worden. Voor een participatie-initiatief moet voldoende tijd en ruimte zijn waardoor goed over de problematiek gepraat kan worden (Pröpper en Steenbeek, 1999, pp. 41-43).

Als laatste concluderen de auteurs dat er voldoende organisatiecapaciteit en hulpmiddelen aanwezig moeten zijn voor het uitvoeren van het project. Participatie-initiatieven vergen meestal extra inspanning ten opzichte van normale beleidsprocessen en hiermee dient dan ook rekening gehouden te worden. Naast extra personele kosten moeten er kosten gemaakt worden voor de ontwikkeling van een platform. Ook moeten bestuurders, politici en beleidsmedewerkers tijd vrijmaken voor het uitvoeren van het project (Pröpper & Steenbeek, 1999, pp. 45-46).

Naast de factoren die Pröpper & Steenbeek (1999, pp. 36-46) benoemen, spreken Roodenburg & Waard (2007, pp. 66-69) over voorwaarden die belangrijk zijn voor het succesvol uitvoeren van participatie-initiatieven. Ten eerste beschrijven zij de competenties van het bestuur en ambtenaren. Voor de kwaliteit van het beleid is professionaliteit van ambtenaren en bestuurders van groot belang (Roodenburg & Waard, 2007, p. 69).

Tevens geven zij aan dat de cultuur binnen een organisatie een hindernis kan vormen. Hierbij wordt onderscheid gemaakt tussen de bestuurlijke cultuur en de ambtelijke cultuur (Roodenburg & Waard, 2007, pp. 66-68). Bij de bestuurlijke cultuur kan de bestuursstijl een negatieve invloed hebben op participatie. Als deze bijvoorbeeld zeer autoritair is, zal er minder ruimte zijn voor inspraak van burgers. Deze randvoorwaarden komen overeen met de randvoorwaarden van Sinnema en Duivenboden (2009, p. 22) die eerder zijn benoemd als ambtelijk en bestuurlijk

draagvlak. Deze randvoorwaarden worden dus gezien als gemeenschappelijk en zijn daarom in het model onder dezelfde noemer opgenomen.

2.4 AANGEPAST MODEL

Het barrièremodel van Meijer (et al. 2009, p. 28) vormt de basis voor de ontwikkeling van een aangepast model door het aan te vullen met randvoorwaarden voor een succesvolle organisatie van een burgerparticipatie-initiatief. Aan de hand van onderstaand schema zullen de crowdsourcinginitiatieven in het empirische gedeelte van dit onderzoek geëvalueerd worden. Deze evaluaties zullen aantonen of de benoemde randvoorwaarden relevant zijn voor gemeenteambtenaren om in de praktijk rekening mee te houden bij de opzet en uitvoering van crowdsourcingprojecten.

Institutionele barrières	Randvoorwaarden	Literatuur
	Financiën	Sinnema & Duivenboden, 2009, p. 22; Meijer, et al., 2009, p. 28
	Juridische regelgeving	(Ibid.)
	Politiek draagvlak	Sinnema & Duivenboden, 2009, p. 22; Meijer, et al., 2009, p. 28; Roodenburg & Waard, 2007, pp. 66-68
	Ambtelijk draagvlak	(Ibid.)
	Beleid	Sinnema & Duivenboden, 2009, p. 22; Meijer, et al., 2009, p. 28
	Organisatie capaciteit	Sinnema & Duivenboden, 2009, p. 22; Meijer, et al., 2009, p. 28; Pröpper & Steenbeek, 1999, p. 155
	ICT-infrastructuur	Sinnema & Duivenboden, 2009, p. 22; Meijer, et al., 2009, p. 28

Gebruiks barrières	Randvoorwaarden	Literatuur
	Toegankelijkheid applicatie	Sinnema & Duivenboden, 2009, p. 22; Meijer, et al., 2009, p. 28
	Onderwerp	Pröpper & Steenbeek, 1999, p. 154
	Beheer applicatie	Sinnema & Duivenboden, 2009, p. 22; Meijer, et al., 2009, p. 28
	Motivatie Burgers	Sinnema & Duivenboden, 2009, p. 22; Meijer, et al., 2009, p. 28; Aroles, 2012, p. 7
	Verwachtingsmanagement	Pröpper & Steenbeek, 1999, p. 152

Effect barrières	Randvoorwaarden	Literatuur
	Financiën	Sinnema & Duivenboden, 2009, p. 22; Meijer, et al., 2009, p. 28
	Juridische regelgeving	(Ibid.)
	Politieke draagvlak	(Ibid.)
	Ambtelijke draagvlak	(Ibid.)
	Beleid	(Ibid.)
	Haalbaarheid ideeën	(Ibid.)
	Representativiteit	(Ibid.)

3 OPZET EN UITVOERING VAN ONDERZOEK

In dit hoofdstuk wordt omschreven hoe het onderzoek precies is uitgevoerd. Beschreven zal worden welke methoden zijn gebruikt, hoe de data zijn verwerkt en welke kwaliteitscriteria zijn opgesteld. Daarnaast worden de wetenschapsfilosofische standpunten van de onderzoeker beschreven met betrekking tot het uitgevoerde onderzoek.

3.1 VORMGEVING ONDERZOEK

Dit onderzoek is exploratief van aard omdat er geen theorie bestaat over hoe crowdsourcing ingezet kan worden voor de ontwikkeling van beleid. Daarnaast is het onderzoek kwalitatief van aard. Dit houdt in dat er geen hypothese wordt opgesteld die in een later stadium op statistische wijze wordt bevestigd of verworpen. De data worden op kwalitatieve wijze verzameld. In dit geval zijn de data verkregen op basis van interviews.

Volgens Boeije (2005, p. 35) zijn kwalitatieve methoden uitermate geschikt om een onderwerp nader te exploreren, waarbij het doel is om onderzoeksproblemen in of van situaties, gebeurtenissen en personen te beschrijven en te interpreteren. In kwalitatief onderzoek worden verschijnselen beschreven en geïnterpreteerd vanuit de betekenis die mensen er aan geven. Op deze wijze komen gedachtes en gevoelens naar boven die in kwantitatief onderzoek onderbelicht zouden blijven. Kwalitatieve onderzoeksmethoden zijn daarom uitermate geschikt voor dit onderzoek doordat er dieper ingegaan kan worden op de factoren die van invloed zijn op de uitvoering van een crowdsourcingproject.

Het onderzoek wordt verricht op basis van een multiple case study. Yin (2003, p.18) omschrijft een case study als een empirisch onderzoek dat:

“Investigates a contemporary phenomenon within its real-life context, especially when the boundaries between phenomenon and context are not clearly evident.”

Volgens Yin wordt het onderzochte dus geobserveerd en beschreven in zijn natuurlijke context en is de relatie nog niet geheel duidelijk. Een case study past daarom goed bij een onderzoek naar crowdsourcing, omdat er nog weinig bekend is over dit middel. Het onderzoek moet uiteindelijk leiden tot een bruikbaar model voor gemeenten voor de inzet van crowdsourcing. Een onderzoek naar cases uit de praktijk sluit dus aan bij het uiteindelijke doel. Er is gekozen om meerdere cases te onderzoeken zodat algemenere uitspraken gedaan kunnen worden over de inzet van crowdsourcing bij gemeenten in Nederland. Volgens Yin (2003, p. 53) levert een multiple case study design namelijk een robuuster beeld op van het onderzochte en biedt het tevens krachtiger bewijs voor het onderzoek. Het opnemen van meerdere cases in het onderzoek komt de uiteindelijke toepasbaarheid van het onderzoek in de praktijk ten goede.

Er zijn in totaal elf verschillende crowdsourcingprojecten bij Nederlandse gemeenten onderzocht. Bij het selecteren van de cases is rekening gehouden met verscheidene criteria, zodat de cases bruikbare informatie verschaffen voor het onderzoek. Zo is er onder meer rekening gehouden met een evenredige spreiding tussen kleine en grote gemeenten. Daarnaast is gekeken naar de ligging van de gemeenten zodat er niet alleen gemeenten uit één regio zijn opgenomen. Ook is er gekeken naar de aard van de verschillende projecten om zodoende een goede vergelijking te kunnen maken tussen de projecten. Zo voldoen alle geselecteerde cases aan de gestelde definitie van crowdsourcing in dit onderzoek. In deze definitie staat centraal dat het moet gaan om een online participatieve activiteit waarbij een institutie aan een groep individuen vraagt om een taak vrijwillig uit te voeren via het internet. De verschillende cases voldoen gezamenlijk aan deze definitie omdat het in elke case gaat om de gemeente als institutie die het crowdsourcingproject opzet. De online participatieve activiteit is dat burgers meedenken over een maatschappelijk vraagstuk. Alle burgers denken vrijwillig mee, omdat er via een open website om input gevraagd wordt. Plus er staat geen geldelijke vergoeding tegenover participatie. Bij het selecteren van de cases is dus met zorgvuldigheid rekening gehouden met deze componenten. Hieronder worden de verschillende cases uiteengezet.

Amsterdam

De gemeente Amsterdam heeft het project *Amsterdam Opent* uitgevoerd. In dit project heeft de gemeente drie maatschappelijke vraagstukken voorgelegd aan de burgers van Amsterdam om nieuwe creatieve oplossingen te vinden voor de gestelde problemen. Op de website amsterdamopent.nl werden de vragen openbaar gemaakt en via deze site konden mensen hun ideeën achter laten. In totaal zijn er 150 ideeën en 200 reacties gekomen. De drie vraagstukken waren als volgt geformuleerd:

- Hoe kunnen we het fietsparkeerprobleem in de binnenstad oplossen?
- Op welke manier kunnen we huiseigenaren stimuleren om zelf energie op te wekken?
- Hoe kunnen we een nieuw business model ontwikkelen voor de wallen met behoud van het identieke imago?

Diemen

De gemeente Diemen stond in 2011-2012 voor een bezuinigingsoperatie en wilde dit grondig aanpakken. Het doel was om een structurele bezuinigingsvisie op te stellen voor de komende jaren. Als onderdeel hiervan wilde de gemeente de burgers van Diemen betrekken in de prioritering van de bezuinigingspunten en ze mee laten denken over nieuwe oplossingen om te bezuinigen. In dit project heeft de gemeente verschillende inspraakavonden gehouden. Ook konden burgers via de website www.kijkopdiemen2020.nl reageren en nieuwe ideeën aandragen.

Eindhoven

In de gemeente Eindhoven heeft men een co-creatie wedstrijd op touw gezet met als titel 'Eindhoven: Maakt 't Mee'. In dit project werd aan inwoners gevraagd om mee te denken over de manier waarop de gemeente in de toekomst met burgers zou moeten communiceren. Via de website www.eindhoven.nl/maaktmee, konden inwoners en belangstellenden ideeën aandragen voor dit project. De wedstrijd leverde uiteindelijk 45 ideeën op waaruit een jury er vijf heeft gekozen. De inwoners van Eindhoven konden vervolgens op deze vijf ideeën stemmen. De input is uiteindelijk gebruikt voor de ontwikkeling van een webvisie voor de gemeente.

Haarlemmermeer

In de gemeente Haarlemmermeer is de participatiewebsite 'Mijn aandeel in Haarlemmermeer' ontwikkeld. Op deze website vraagt de gemeente burgers actief mee te denken over maatschappelijke vraagstukken die door de gemeente worden gepost. Zo werd de inwoners gevraagd of ze een duurzaam idee hadden om van de gemeente Haarlemmermeer een leefbare, duurzame en goed bereikbare stad te maken. Dit specifieke vraagstuk heeft geresulteerd in 30 ideeën en meer dan 200 reacties.

Leusden

Als onderdeel van de kerntakendiscussie in Leusden is het participatieplatform www.veranderleusden.nl ingezet. Via deze website werd burgers gevraagd ideeën in te sturen over veranderingen op het gebied van de eigen leefomgeving en maatschappelijke ontwikkelingen. Deelnemers aan het project konden hun stem uitbrengen op het beste idee. Er werden op het platform 42 ideeën ingebracht, waarvan 5 ideeën zijn besproken in de raad en het college.

Rotterdam

De gemeente Rotterdam had voorheen een bestuursstructuur die bestond uit verschillende deelgemeenten. Het Rijk heeft in februari 2013 bepaald dat dit moet veranderen en dat de deelgemeenten afgeschaft moeten worden. Dit had tot gevolg dat de gemeente een nieuw bestuursmodel vereiste. De gemeente wilde hierbij graag burgers en andere belanghebbenden betrekken. De gemeente Rotterdam is via de website rotterdam.queetz.com een burgerparticipatie-initiatief gestart. Burgers werd gevraagd mee te denken over de vraag: 'Moet er iets in de plaats van de deelgemeenteraden komen, en zo ja, hoe moet dat eruitzien?' Op deze vraag zijn in totaal 32 oplossingen binnen gekomen. Via een stelsysteem konden mensen stemmen op het beste idee.

Smallingerland

De gemeente Smallingerland wilde een nieuwe woonwijk bouwen. Vanuit het college kwam de opdracht dit tot stand te laten komen met input vanuit de samenleving. De gemeente vroeg inwoners en belangstellenden dan ook mee te denken over de invulling van het gebied. De kernwaarden die meegegeven werden waren: innovatief en duurzaam. Participanten konden op de website www.wijbouwenewijk.nl ideeën

aanleveren en discussiëren over verschillende onderwerpen met betrekking tot de invulling van de wijk. Er zijn ongeveer 750 ideeën binnengekomen.

Tilburg

De gemeente Tilburg vroeg de inwoners op welke manier de samenwerking tussen gemeente en inwoners verbeterd zou kunnen worden. De volgende vraag werd gesteld: Burgerparticipatie hoe doen we dat? Aan de hand van dit project heeft de gemeente een burgerparticipatievisie opgesteld.

Daarnaast heeft de gemeente recent een schoonmaakproject uitgevoerd waarbij inwoners werd gevraagd plekken in de stad aan te geven die nodig gerenoveerd zouden moeten worden. Het doel van het project was om samen met de inwoners Tilburg vijf plekken aan te wijzen die gerenoveerd zouden moeten worden. Voor deze actie was een bedrag van 50.000 euro beschikbaar gesteld.

Utrecht

De gemeente Utrecht wil de komende jaren een financieel gezonde organisatie worden die slanker, vraaggerichter en slagvaardiger is. Daarvoor is het van belang dat de gemeente voor 2014 structureel 55 miljoen bezuinigt. Intern zijn hiervoor plannen gemaakt, maar de gemeente Utrecht vond het belangrijk om burgers en bedrijven daarbij te betrekken. Via de website www.u-aan-z.nl werd aan hen gevraagd mee te denken op welke manier de gemeente Utrecht zou kunnen bezuinigen. In totaal werden 79 ideeën geplaatst en de beste tien ideeën zijn meegenomen bij de bespreking van de bezuinigingsvoorstellen door het college en de raad.

Woerden

Op de website www.ikbenwoerden.nl konden inwoners van de gemeente Woerden meepraten over bezuinigingen binnen de gemeente. De participatiewebsite was onderdeel van een grote campagne waarin de gemeente Woerdenaren wilde betrekken bij het opstellen van een bezuinigingsbeleid voor de gemeente. In totaal zijn via de website 143 ideeën aangedragen en 453 reacties geplaatst.

Zoetermeer

Voor de meerjarenbegroting van 2012 tot 2015 stond de gemeente Zoetermeer voor een structurele bezuinigingsoperatie van meer dan 12 miljoen euro. Om dit te bewerkstelligen heeft de gemeente in het project 'Zuinig Zoetermeer' inwoners, bedrijven en instellingen gevraagd om mee te denken over mogelijke bezuinigingen. Via de website en middels bijeenkomsten konden mensen hun ideeën aandragen.

3.2 ONDERZOEKSMETHODEN

LITERATUURSTUDIE

In dit onderzoek zijn verschillende onderzoeksmethoden toegepast. Allereerst is een literatuurstudie gedaan (zie hoofdstuk 2). Deze literatuurstudie heeft een breder inzicht verschaft in de begrippen burgerparticipatie en crowdsourcing. Dit was een noodzakelijke stap omdat er nog weinig bekend is over het concept crowdsourcing als middel om burgerparticipatie te stimuleren.

Daarnaast zijn de randvoorwaarden voor succesvol crowdsourcing gedefinieerd. Op basis van deze gegevens is vervolgens een model ontwikkeld dat gebruikt is in het empirische gedeelte van het onderzoek. Aan de hand van het model zijn de interviews afgenomen waarmee de verschillende crowdsourcingprojecten zijn geëvalueerd.

INTERVIEWS

De grootste bron van informatie voor dit onderzoek vormen de interviews met de gemeenteambtenaren. Volgens Boeije (2005) kan een interview als volgt worden getypeerd:

(...) een gespreksvorm waarin een persoon – de interviewer – zich bepaalt tot het stellen van vragen over gedragingen, opvattingen, houdingen en ervaringen ten aanzien van bepaalde sociale verschijnselen, aan één of meer anderen – de participanten of geïnterviewden – die zich voornamelijk beperken tot het geven van antwoorden op die vragen.(p.57)

Een interview kent veel verschillende vormen en strategieën die het karakter van het gesprek bepalen. Dit komt voornamelijk door de structurering van een interview. De structurering bepaalt de inhoud, de formulering en de volgorde van de vragen (Boeije, 2005, pp. 57-58). In dit onderzoek is ervoor gekozen om met semi of half gestructureerde interviews te werken.

Dit houdt in dat er van tevoren hoofdthema's worden bepaald waarover het interview zou moeten gaan. Binnen deze hoofdthema's is er uiteraard ruimte voor de respondent om zelf aan te geven waar hij graag over wil praten. De ervaring van de respondent staat centraal binnen dit type interview en de respondent kan dan ook mede bepalen waar het zwaartepunt van de onderwerpen zou moeten liggen.

De hoofdthema's in het interview worden onderscheiden op basis van een topiclijst. Een topiclijst kan gezien worden als het meetinstrument van het onderzoek waarin de belangrijkste thema's worden beschreven met bijbehorende vragen. In dit onderzoek zijn de topics vastgesteld op basis van het conceptuele model dat ontwikkeld is in hoofdstuk 2. De topics van de interviews komen dan ook voort uit de literatuur en het model dat hierop gebaseerd is. Gedurende het onderzoek is in ieder geval gewerkt met dezelfde topiclijst zodat in elk interview dezelfde thema's aan bod zijn gekomen. De topiclijst is bijgevoegd in bijlage 2.

Volgens Boeije (2005, pp. 55-57) zijn twee karakteristieke kenmerkend voor kwalitatieve interviews. Allereerst moet de interviewer ervoor zorgen dat de vragen die gesteld worden passen binnen het referentiekader van de geïnterviewde. Ten tweede moet de interviewer erop gebrand zijn de interactie met de geïnterviewde goed te laten verlopen. Dit vanuit menselijk oogpunt en om het onderzoeksdoel te bereiken (Boeije, 2005, p. 58). Dit geldt ook voor het onderwerp van het onderzoek. De vragen gaan over een thema dat vooraf is besproken met de respondent. Tijdens het interview wordt uiteraard rekening gehouden met de behoefte van de respondent om bij sommige onderwerpen langer stil te staan.

De respondenten uit dit onderzoek zijn gemeenteambtenaren die betrokken zijn geweest bij het uitvoeren van de verschillende crowdsourcingprojecten die in paragraaf 3.1 beschreven zijn. Er is gekozen om gemeenteambtenaren te interviewen omdat zij bij de gemeente verantwoordelijk zijn voor het uitvoeren van dergelijke projecten. De ambtenaren kunnen veel informatie verschaffen over de aanpak van het project en welke keuzes er gedurende het proces gemaakt zijn. De respondenten zijn geselecteerd op basis van betrokkenheid bij het project. Sommigen speelden een actieve rol, andere waren daadwerkelijk verantwoordelijk voor een project. De meeste respondenten waren binnen de gemeente werkzaam als communicatieadviseur. In veel gemeenten is de afdeling communicatie belast met het organiseren van participatieprojecten. In één case is een respondent van buiten de gemeente geïnterviewd omdat in dit geval de uitvoering is uitbesteed aan een bedrijf dat samenwerkt met de gemeente. In totaal zijn elf respondenten geïnterviewd (één per project). De lijst met respondenten en hun functie is toegevoegd in bijlage 1 van dit onderzoek.

In het onderzoeksrapport worden de respondenten anoniem weergegeven. Dit was ze van te voren verteld, zodat ze vrijer en makkelijker konden praten tijdens het interview. Op basis van de antwoorden van de respondenten wordt verklaard in welke mate een randvoorwaarde van belang is voor het succes van crowdsourcing. De afgenomen interviews vonden plaats op de werkplek van de respondent en duurden ongeveer 60 minuten per interview. De interviews zijn als geheel opgenomen en nadien getranscribeerd. Door de interviews te transcriberen kan de analyse van de gegevens zorgvuldiger worden uitgevoerd en kunnen de resultaten op een gestructureerde manier in kaart gebracht worden.

ANALYSE

De onderzoeksgegevens zijn geanalyseerd door middel van coderen. Op basis van de transcripten van de interviews zijn door middel van coderen de belangrijkste thema's onderscheiden. Een code is een samenvattende notatie voor een stukje tekst, waarin de betekenis van het fragment wordt uitgedrukt (Boeije, 2005, p. 85). De codes zijn voortgekomen uit het literatuuronderzoek en het onderzoeksmodel dat daarop gebaseerd is. De verschillende codes zijn weergegeven in bijlage 3.

Om de data verder te verkennen en hanteerbaar te maken is gestart met open coderen. In deze fase zijn de eerste drie transcripten op een gedetailleerd niveau geanalyseerd. De meest relevante fragmenten zijn gelabeld en met elkaar vergeleken (Boeije, 2005, p.

85). Daarna is verder gegaan met axiaal coderen (Boeije, 2005, p. 99). Dit houdt in dat de lijst van codes gereduceerd wordt, waardoor belangrijke en minder belangrijke thema's worden onderscheiden. In de laatste fase is selectief gecodeerd. Tijdens het selectief coderen wordt er door de onderzoeker structuur aangebracht in de gegevens. De nadruk ligt in deze laatste fase op de integratie van de gegevens en het leggen van verbanden tussen de verschillende categorieën (Boeije, 2005, pp. 105-106). Tijdens het selectief coderen zijn de relevante labels voor het opstellen van de randvoorwaarden voor een succesvol crowdsourcingproject duidelijk geworden. Zie verder codeboom in bijlage 3. De gecodeerde teksten konden hierdoor samen worden gevoegd en op basis daarvan kon een samenvatting gemaakt worden per respondent. Via deze weg zijn uiteindelijk patronen onderzocht in antwoorden die de respondenten hebben gegeven. Clusters van antwoorden van verschillende respondenten hebben geleid tot de randvoorwaarden die zijn opgenomen in het uiteindelijke model.

3.3 KWALITEITSCRITERIA

In deze paragraaf wordt ingegaan op de kwaliteitscriteria van het onderzoek. Belangrijke factoren voor de kwaliteit van een onderzoek zijn betrouwbaarheid, validiteit en generaliseerbaarheid. In genoemde volgorde wordt hieronder ingegaan op deze criteria voor dit onderzoek.

BETROUWBAARHEID

In tegenstelling tot kwantitatief onderzoek is het waarborgen van de kwaliteit op basis van betrouwbaarheid en validiteit in kwalitatief onderzoek een stuk lastiger. In kwalitatief onderzoek kan in mindere mate voldaan worden aan de standaardisatie van de onderzoeksgegevens (Boeije, 2005).

Interpretatief onderzoek richt zich namelijk op de interpretatie van wat respondenten hebben gezegd waarbij de onderzoeker keuzes maakt welke uitspraken wel en niet relevant zijn. Objectiviteit is hierbij lastig te garanderen waardoor de onderzoeker het onderzoek meer kleurt. Daarnaast worden de data verkregen uit interviews die van veel factoren afhankelijk zijn. Zo kunnen respondenten andere antwoorden geven doordat zij in de tijd tot nieuwe inzichten zijn gekomen of de setting waarin de interviews plaats vinden kunnen veranderen. Herhaalbaarheid van het onderzoek, door een andere onderzoeker, leidt dus zelden of nooit tot dezelfde uitkomsten. Een hoge betrouwbaarheid is dus lastig te waarborgen binnen kwalitatief onderzoek.

Onder wetenschappers gaan er dan ook stemmen op om alternatieve criteria op te stellen voor kwalitatief onderzoek (Morse, p.14). Het gaat dan bijvoorbeeld om criteria als geloofwaardigheid, overdraagbaarheid en afhankelijkheid. In het hanteren van deze criteria schuilt echter een gevaar want deze criteria kennen een evaluatief karakter (Morse, p.15). Hierdoor loopt de onderzoeker het risico dat eventuele fouten die de betrouwbaarheid en validiteit van het onderzoek aantastten pas aan het licht komen nadat het onderzoek volledig is afgerond. In dit onderzoek wordt daarom vast gehouden aan de criteria betrouwbaarheid en validiteit, om de kwaliteit van het onderzoek aan te geven.

Om de betrouwbaarheid van het onderzoek te verhogen is op verschillende manieren geprobeerd de mogelijke nadelen te ondervangen. Zo is de onderzoeker nauwkeurig te werk gegaan en zijn alle stappen in het proces nadrukkelijk beschreven. Op deze manier kunnen de genomen stappen gevolgd worden door de lezer. Zo kan worden nagelezen welke respondenten geïnterviewd zijn, welke literatuur gebruikt is en welke vragen zijn gesteld. Daarnaast is in het onderzoek vast gehouden aan één en dezelfde vragenlijst zodat overeenkomende topics aanbod zijn gekomen gedurende de verschillende interviews. Plus sociaal wenselijke antwoorden zijn tegen gegaan door middel van doorvragen waarbij respondenten is gevraagd om hun antwoorden toe te lichten of door het geven van voorbeelden. Ook is de betrouwbaarheid in dit onderzoek verhoogd door de interviews op te nemen en daarna gelijk te transcriberen en te coderen. Door het gebruiken van deze onderzoekstechnieken zijn alle data systematisch gescheiden en berusten de analyses minder op toeval. Als laatste zijn meerdere cases opgenomen in dit onderzoek waardoor data is verzameld uit meerdere praktijkvoorbeelden. Hierdoor neemt de kans op toevalligheden af.

VALIDITEIT

Als het gaat om validiteit kunnen twee soorten validiteit worden onderscheiden. De interne en de externe validiteit (Boeije, 2005, p. 155). De interne validiteit gaat over de mate waarin de resultaten uit het onderzoek gelden voor de onderzochte onderzoeksgroep en of gemeten wordt wat beoogd wordt te meten. Om de interne validiteit te verhogen is er ten eerste zo objectief mogelijk gekeken naar de verkregen gegevens. Elk interview is nadat het is afgenomen gelijk getranscribeerd en niet meer aangepast. Daarnaast is na elk interview geëvalueerd of met de verkregen data de onderzoeksvraag beantwoord kan worden en of de topiclijst adequaat genoeg is voor dit onderzoek. Op deze wijze is nagegaan of gemeten wordt wat gemeten zou moeten worden. Ook de strategische keuze om een case study uit te voeren heeft bijgedragen aan de verhoging van de interne validiteit. Een case study levert een rijkheid aan informatie op omdat dieper ingegaan kan worden op verschillende thema's. Dit heeft een positief effect op de interne validiteit. Als laatste is de interne validiteit verhoogd door verschillende cases in het onderzoek op te nemen. Zo zijn succesvolle als minder succesvolle cases onderzocht en zijn cases onderzocht uit verschillende gemeenten.

De externe validiteit heeft betrekking op de generaliseerbaarheid van het onderzoek voor niet onderzochte cases uit de praktijk. Hierbij is het de vraag of de conclusies uit het onderzoek ook gelden voor cases die buiten het onderzoek liggen. Bij kwalitatief onderzoek is dit meestal een zwak punt. Doordat in kwalitatief onderzoek een gering aantal onderzoekseenheden worden onderzocht kunnen moeilijker uitspraken gedaan worden over de inzet van crowdsourcing bij alle gemeenten in Nederland. De verkregen data zijn meer context gebonden en daardoor neemt de externe validiteit af. Om de externe validiteit van dit onderzoek enigszins te verhogen zijn wel meerdere cases opgenomen in dit onderzoek. Hierdoor kunnen betere uitspraken gedaan worden over een bredere groep dan wanneer er maar naar één case wordt gekeken.

Daarnaast hoeft de lage externe validiteit geen probleem te zijn. Dit onderzoek levert namelijk een rijkheid aan informatie op doordat er grondig gekeken is naar slechts een

aantal onderzoekseenheden. Het onderzoek is dan niet zozeer generaliseerbaar voor een grote groep maar het kan wel bijdragen aan de ontwikkeling van kennis over crowdsourcing. Tevens is in het onderzoek een model ontwikkeld dat nu getest kan worden in de praktijk. In een vervolgonderzoek zou het model getest kunnen worden onder een grotere groep gemeenten om te kijken of het daadwerkelijk generaliseerbaar is onder meer gemeenten.

WETENSCHAPSFILOSOFISCH PERSPECTIEF

De wetenschapsfilosofische benadering van de onderzoeker is bepalend voor de methoden en de uitkomsten van het onderzoek. De onderzoeker is te werk gegaan vanuit een interpretatieve en normatieve benadering. De interpretatieve benadering gaat ervan uit dat er niet één werkelijkheid is en dat mensen de werkelijkheid zien vanuit hun eigen perspectief. Mensen die hetzelfde meemaken zullen deze ervaring toch anders beleven (Thiel, 2010, p. 42). Interpretatieve onderzoekers streven ernaar het onderwerp dat ze bestuderen te begrijpen. In dit onderzoek staat het onderwerp crowdsourcing centraal en hoe gemeenteambtenaren het kunnen inzetten als middel voor burgerparticipatie. De onderzoeker is dus geïnteresseerd in de ervaringen van de gemeenteambtenaren en wil op deze wijze verklaren hoe gemeenteambtenaren het middel in de toekomst kunnen gebruiken. Het risico dat de interpretatieve benadering met zich meebrengt is het ontstaan van dubbele hermeneutiek (Deetz, 2000, p. 128). Hierbij interpreteert de onderzoeker de interpretaties van de deelnemers waarbij de vraag ontstaat welke kennis geldig is (Thiel, 2010, p. 43). Daarnaast is een ander nadeel dat de verkregen informatie moeilijk expliciet gemaakt kan worden.

Het onderzoek is echter niet geheel en alleen uitgevoerd vanuit de interpretatieve benadering. De positionering van de onderzoeker bevindt zich op de scheidslijn van de interpretatieve en normatieve discours. Binnen het normatieve discours wordt meer gefocust op theorieën waarbij geprobeerd wordt om gemeenschappelijke feiten boven tafel te krijgen (Deetz, 1996, p. 141). Dit past ook enigszins bij de onderzoeker doordat voorafgaand aan de interviews een literatuurstudie is afgerond waarop een conceptueel model ontwikkeld is. Dit conceptuele model is dus niet beïnvloed door de verkregen data uit de interviews en is gedurende het onderzoek niet aangepast. Het ontwikkelen van een conceptueel model op basis van de literatuur die gedurende het onderzoek onveranderd blijft past meer binnen het normatieve discours. Vandaar dat de onderzoeker zich plaats op de scheidslijn tussen het normatieve en interpretatieve discours.

4. RESULTATEN

In dit hoofdstuk worden de resultaten van het uitgevoerde onderzoek behandeld. De resultaten worden geanalyseerd aan de hand van het ontwikkelde model dat beschreven is in hoofdstuk 2. Er zijn drie verschillende soorten barrières die een succesvol crowdsourcingproject in de weg kunnen staan. Aan de hand van deze drie barrières worden de resultaten besproken die betrekking hebben op het uitvoeren van crowdsourcingtrajecten in de praktijk. Daarnaast is het doel om op basis van de interviewanalyses nieuwe randvoorwaarden voor succesvol crowdsourcen te identificeren. Als er indicaties zijn voor nieuwe randvoorwaarden kan het conceptuele model, dat dient als onderzoeksinstrument, hiermee worden aangevuld. Bij de bespreking van de resultaten wordt er minder aandacht geschonken aan de afzonderlijke cases omdat er van tevoren afgesproken is met de respondenten dat de interviews geanonimiseerd zouden worden. Indien de afzonderlijke cases uitvoerig besproken worden kan deze garantie niet meer gewaarborgd worden.

4.1 INSTITUTIONELE BARRIÈRES

Institutionele barrières kunnen optreden bij het opstarten van nieuwe crowdsourcinginitiatieven.

Financiën

Bij een nieuw crowdsourcingproject is het allereerst van belang dat er goed gekeken wordt naar de financiële basis. Volgens Meijer (et al., 2009, p. 28) kunnen financiële kosten voor het ontwikkelen en uitvoeren van een crowdsourcingproject een barrière opwerpen waardoor gemeenten geen gebruik maken van crowdsourcing. Alle respondenten uit het onderzoek geven echter aan dat de kosten niet als belemmering werden ervaren om een crowdsourcingproject uit te voeren. In alle onderzochte gemeenten hadden de respondenten voldoende financiële capaciteit om het project tot stand te laten komen. Respondenten A, E, D en F geven aan gebruik te hebben gemaakt van een website uit een eerder project. Op deze manier probeerden de ambtenaren kosten te besparen. Respondent A zegt hierover:

“Het platform was redelijk sober en goedkoop. Dit heeft zijn weerslag gehad op de aantrekkelijkheid voor potentiële gebruikers om te participeren, waardoor het project minder geslaagd is dan gehoopt. Maar bij een onderwerp als bezuinigingen kan je ook niet teveel geld uitgegeven. Anders zou dit tot slechte reacties kunnen leiden.”

De respondent probeert hiermee aan te geven dat er een blauwdruk is gebruikt uit een eerder crowdsourcingproject en dat dit niet succesvol was. Het laten aansluiten van de financiële middelen bij de uiteindelijke doelstelling van een project is daarom van belang.

Een andere respondent geeft aan dat een project minder groot is uitgevoerd omdat de kosten anders te hoog werden. Respondent F zegt:

“Je moet er bijna 3, 4, 5 ton tegenaan gooien om het crowdsourcinginitiatief neer te zetten. En dat kost gewoon bakken vol met geld. Het zijn afwegingen of je dat eraan wil uitgeven. Het is uiteindelijk een kosten-baten analyse. Ik geef dit dan liever uit aan een gedegen onderzoek waarin een stevige onderbouwing staat voor verschillende bestuursmodellen.”

Voor deze respondent wegen de kosten om het project goed uit te voeren niet op tegen de baten. Indien de beschikbare financiële middelen niet aansluiten bij de vereiste middelen is de kans op succes veel minimaler.

Voor het maken van deze afwegingen is het belangrijk dat per project een financiële onderbouwing wordt opgesteld waarin alle kosten inzichtelijk gemaakt worden. Op basis van deze onderbouwing kunnen keuzes gemaakt worden voor het al dan niet uitvoeren van het crowdsourcingproject. Tevens worden hierdoor eventuele financiële debacles afgewend doordat duidelijker is welke kosten er gemaakt dienen te worden en hoeveel geld dit kost.

Juridische regelgeving

In het model van Meijer (et al., 2009, p. 28) staat aangegeven dat juridische regelgeving eventuele restricties op kan leggen in het gebruik van crowdsourcing. Het gaat dan bijvoorbeeld om het gebruik van persoonlijke data, gelijke toegankelijkheid of schending van privacyregels. In de gesprekken met de respondenten is dit vrijwel niet aan bod gekomen en bijna alle respondenten zien dit dus niet als een belemmerende factor bij het uitvoeren van een crowdsourcingproject. Slechts één respondent gaf aan soms tegengehouden te worden door juridische regelgeving. Het ging dan met name om het feit dat niet alle onderwerpen gecrowdsourcet konden worden. Respondent J zegt:

“Soms zitten we aan aanbestedingsregels vast. Een voorbeeld hiervan speelde op toen we het plan hadden om een crowdsourcingproject te starten waarin we de burger wilden vragen haar mening te geven over hoe een speeltuin eruit moest komen te zien. Dit project kon niet gestart worden om dat de mening van de burger niet uitvoerbaar zou zijn, omdat we vast zitten aan aanbestedingsregels die de leverancier voorschrijven. We zouden het proces eigenlijk open willen gooien maar dat mocht niet.”

Hiermee wordt dus bedoeld dat men binnen de gemeente niet altijd een vrije keuze heeft als het gaat om het bepalen van een onderwerp.

Politiek draagvlak

Volgens Meijer (et al., 2009, p. 28) moet de inzet van crowdsourcing passen binnen de politieke agenda van bestuurders. Het moet in ieder geval niet tegen de agenda ingaan omdat uiteindelijk politiek draagvlak nodig is voor een succesvolle introductie van crowdsourcing. Respondenten A, B, C, D, G, H en J beamen dit en geven aan dat politieke steun nodig is om een crowdsourcingproject van de grond te krijgen. Volgens deze respondenten zou dit idealiter gezien moeten komen van zowel de raad als het College van burgemeester en wethouders. Deze partijen moeten uiteindelijk hun goedkeuring

geven voor de uitvoering van een dergelijk project en zij gaan tevens over het beschikbare budget. De steun van deze partijen is dus van essentieel belang. Respondent B stelt:

“De wethouder vond het hartstikke mooi dat we een crowdsourcingproject aan het opstarten waren. Dat maakt het toch een stuk eenvoudiger wanneer hij achter je staat.”

Voor het verwerven van deze steun is draagvlak onder de partijen nodig. Respondent B vervolgt:

“Je moet het alleen wel even regelen dat zij achter je staan. Daarvoor moet je dus eerst intern in gesprek gaan zodat je draagvlak krijgt voor het project bij de beslissingnemers.”

Respondent B zegt hiermee dat het uitermate belangrijk is om voordat je een project uit gaat voeren politiek gezien draagvlak moet creëren. Dit kan bewerkstelligd worden door middel van lobbyen en gesprekken met bewindspersonen.

Ambtelijk draagvlak

Volgens Meijer (et al., 2009, p. 28) kunnen op organisatie niveau ook factoren meespelen die bijdragen aan het succes of falen van crowdsourcing. Bij de inzet van crowdsourcing zijn vaak meerdere afdelingen betrokken die samen moeten werken voor de realisatie van het project. Onderlinge samenwerking is dus van belang en dat er steun en draagvlak is vanuit ambtelijke hoek.

Respondenten H, D, J en G geven aan dat het hieraan vaak blijkt te schorten. De verantwoordelijkheid voor dit soort projecten ligt meestal bij de afdeling communicatie. Deze respondenten hadden het gevoel dat hun afdeling er min of meer alleen voor stond. Respondent G zegt:

“Het was vooral een communicatieding geworden. Een aantal mensen van andere afdelingen waren aangewezen maar die hadden er weinig animo voor. Intern was er dus nogal wat commentaar.”

Dit komt mede door het feit dat experimenteren met crowdsourcing en nieuwe media nog in de kinderschoenen staat. Crowdsourcing is nog niet volledig ingeburgerd in de ambtelijke organisatie waardoor er veel oppositie ervaren wordt volgens respondenten A, B, C, D, E, G, H en I. Soms ziet men het nut en de noodzaak niet in van deze aanpak. Het is daarom van essentieel belang om binnen de organisatie voorafgaand aan het project duidelijk te maken waarom het zo belangrijk is en waarom men op deze manier wil werken. Respondent H zegt hierover:

“Ze zagen er sowieso niks in... Ze willen en kunnen niet de waarde ervan inzien.”

Ook respondent C geeft aan dat er enige weerstand was binnen de organisatie.

“Ambtelijk was het wisselend. Er waren mensen die het maar helemaal niks vonden. Zij meenden dat het toch niks zou worden en vroegen zich af waarom dit uitgevoerd moest worden. Maar een groot deel van de ambtenaren vond het hartstikke leuk. Ambtenaren zijn ook maar mensen.”

Volgens respondent B is het belangrijk om te investeren in het overbrengen van het belang van het project en om de organisatie te overtuigen achter het project te staan. Respondent B zegt:

“Ja je moet voorstappen zetten, je moet mensen hebben die het nut ervan inzien. Je moet een sense of urgency kweken waarom het zo belangrijk is. Daarnaast moet je ook een visie hebben hoe je het project dan uitvoert. Hoe geloofwaardiger je bent hoe makkelijker je mensen mee krijgt. Ik denk dat dat wel belangrijk is.”

Beleid

Volgens Meijer (et al., 2009, p. 28) kunnen huidige beleidsregels de mogelijkheden die crowdsourcingprojecten bieden in de weg zitten. Dit wordt beaamd door respondenten D en E. Zij geven aan dat het opstellen van beleid tijd kost waardoor de uitvoering van een project in gevaar kan komen. Het kan dan voorkomen dat er teveel tijd in het ontwikkelen van beleid gaat zitten waardoor de uitvoering erbij in schiet. Respondent D stelt:

“Soms is beleid mooi omdat het structuur en houvast geeft als het opgeschreven is... Maar er gaat wel veel tijd en energie in zitten om het beleid op te stellen. Dan komt het nog wel eens voor dat je geen tijd en energie meer over hebt voor de uitvoering ervan.”

Daarnaast kan het opgestelde beleid ook een blokkade vormen. Men kan bijvoorbeeld gebonden zijn aan bepaalde beleidsregels waardoor het niet mogelijk is een project uit te voeren. Respondent B stelt:

“Vaak vormen huidige beleidsregels obstakels op de weg om een crowdsourcingproject op te starten. Deze obstakel moet je uit de weg ruimen. Een gemeente is een ingewikkeld speelveld met veel beleidsregels waar je aan gebonden bent.”

Er zijn ook respondenten die een tegengestelde mening dan Meijer (et al., 2009, p. 28) zijn toegedaan. Volgens hen is het juist een tekortkoming als er geen beleid aanwezig is. Dus het is van belang dat het beleid aansluit bij het uit te voeren project. Op deze manier krijgt het project structuur. Een voorbeeld hiervan is het beleid omtrent de inzet van nieuwe media. Meerdere respondenten gaven aan dat dit beleid aanvankelijk niet bestond. Hierdoor werden ze gelimiteerd in het uitvoeren van het project. Respondent B zegt:

“Toen hadden we nog geen social media beleid. Dus dat dan zit je aan de grenzen van wat wel en niet kan.”

Respondent E onderstreept dit en geeft aan dat het belangrijk is om van tevoren toereikend beleid te hebben waarbinnen het project kan worden uitgevoerd. Hij zegt:

“Tegenwoordig hebben we een toolbox aan instrumenten die we kunnen gebruiken... Wie gaat er over en hoe voeren we het uit dat ligt vast.. Dat geeft in ieder geval een beetje houvast aan de organisatie wanneer we een project willen starten. Dit hebben we hiervoor altijd een beetje ad hoc gedaan en niet gestructureerd.”

Beleid wordt door respondenten dus niet alleen als een institutionele barrière gezien. Als het bestaande beleid goed aansluit bij de doelstellingen van het crowdsourcingproject dan kan dit een positief effect hebben op de uitvoering.

Organisatie capaciteit

Volgens Pröpper & Steenbeek (1999, p. 36) vergt het uitvoeren van crowdsourcingprojecten een extra inspanning van de organisatie. Voldoende personele capaciteit is dus van belang voor het slagen van crowdsourcingprojecten. Dit belang wordt ook aangestipt door respondenten B, D, H, J en K. Het organiseren en bewerkstelligen van crowdsourcingprojecten vergt nu eenmaal de nodige mankracht. Respondent D stelt:

“Je kan niet zonder middelen. Veel zaken die geregeld moeten worden zijn simpel, maar het vergt wel enige organisatietijd en kracht. Als dit er niet is komen er slordigheden in het project. Voldoende personeel en geld zijn dus noodzakelijk.”

Deze respondent geeft aan dat er eigenlijk niet genoeg personele capaciteit was voor het uitvoeren van het project. Hierdoor heeft de gemeente het minder goed kunnen uitvoeren.

ICT-kennis

Volgens Meijer (et al., 2009, p. 28) kunnen technologische barrières ook een rol spelen in het al dan niet succesvol uitvoeren van crowdsourcingprojecten. Hij geeft aan dat de technologie bijvoorbeeld bestaat, maar dat deze vaak niet voorhanden is binnen de organisatie. Geen van de respondenten gaf aan dat de ICT-infrastructuur een belemmerende factor was in de uitvoering van een crowdsourcingproject. Echter speelt het gebrek aan ICT-kennis onder ambtenaren een belangrijke rol volgens respondenten C en I. Voor het bouwen van een webapplicatie is natuurlijk kennis nodig. Indien deze niet voorhanden is, kan een crowdsourcingproject niet worden uitgevoerd of moet het uitbesteed worden aan een bedrijf buiten de gemeente. Respondent I zegt:

“Onze specialist begreep er helemaal niks van... Ze missen ICT-kennis.. Ik zeg het één keer in dit gesprek, deze mensen hebben de competenties gewoon niet.”

Vorbereidingstijd

Het is noodzakelijk voldoende tijd in te roosteren voor het gehele crowdsourcingproject. Alleen de opstartfase kost al behoorlijk veel tijd. Zo moet er een website worden gebouwd, een communicatieplan geschreven worden en intern gecommuniceerd worden wie waar verantwoordelijk voor is. Indien er volgens respondenten B, D, E en G te weinig tijd voor gereserveerd wordt, kan er tijdsdruk ontstaan waardoor niet alles doordacht wordt. Respondent E zegt:

“We hadden niet genoeg tijd, waardoor we het onder tijdsdruk hebben moeten neerzetten en dat heeft beperkingen met zich mee meegebracht. Je moet het daardoor op een andere schaal uitvoeren. We hebben het in een paar weken in elkaar gezet.”

Ook respondent G geeft dit aan:

“Ik denk voornamelijk het aspect tijd. Je niet laten gijzelen door de tijd... Het gaf veel druk om de site op tijd in de lucht te hebben .. Een goede voorbereiding is erg belangrijk voor slagen van het project dus bouw voldoende voorbereidingstijd in.”

De voorbereidingstijd wordt door de literatuur niet aangemerkt als randvoorwaarde. Op basis van de reacties van de genoemde respondenten kan geconcludeerd worden dat de duur van een project een buitengewoon belangrijke rol speelt en dat het wezenlijk is bij de start van een project te bepalen wat de voorbereidings- en looptijd zal zijn.

4.2 GEBRUIKSBARRIÈRES

Gebruiksbarrières hebben betrekking op de deelnemers aan een crowdsourcingproject.

Toegankelijkheid applicatie

Volgens respondenten A, B, D, F en G hangt het succes van een crowdsourcingproject voor een groot deel samen met de gebruiksvriendelijkheid van de applicatie. Burgers moeten vaak hun ideeën insturen via een website, maar als deze niet gebruiksvriendelijk is, haken ze af. Dit was bijvoorbeeld het geval in de gemeente van respondent B. Hij geeft aan:

“Er kunnen zeker dingen verbeterd worden. Bijvoorbeeld op het gebied van usability. We merkten toch dat mensen het lastig vonden om de site te bedienen. De één liep er zo doorheen, de ander snapte er helemaal niks van. De site moet dus een stuk gebruiksvriendelijker.”

De gebruiksvriendelijkheid van een website en het succes van crowdsourcing hangen dus nauw samen volgens deze respondent. Een gebruiksvriendelijke website moet volgens verschillende respondenten B, D, G en I voldoen aan een overzichtelijk design dat er professioneel uit ziet. Zo kunnen mensen gemakkelijk navigeren en weten ze snel wat er van hen verwacht wordt en waar ze hun ideeën in kunnen sturen. Respondent I zegt:

“De site en het succes zijn van elkaar afhankelijk. Binnen de gemeente waren er veel beperkingen qua mogelijkheden en qua design. We hebben het daarom buiten de gemeente laten bouwen omdat daar meer expertise in huis was. Het is op dit moment nog niet super, maar we hebben het zo simpel mogelijk gehouden, zodat mensen het begrijpen.”

Daarnaast geven respondenten A, D en J aan dat de drempel om te participeren zo laag mogelijk gehouden moeten worden. Zo kan het gebruik van loginschermen of andere identificatiemethodes als barrière worden gezien. Respondent D stelt:

“We hebben niet met een login gewerkt omdat we de drempel zo laag mogelijk wilde houden. Het was wel mogelijk je persoonlijke gegevens achter te laten, zodat we mensen konden bereiken na afloop van het project.”

Onderwerp

Pröpper & Steenbeek (1999, p. 36) geven aan dat niet alle onderwerpen zich lenen voor het uitvoeren van crowdsourcingprojecten. Volgens Pröpper & Steenbeek (1999, p. 36) moet een onderwerp niet volledig uitgekristalliseerd zijn, omdat dan de inbreng van burgers minimaal is. Daarnaast moet het onderwerp voldoende in de belangstelling staan, zodat burgers bereid zijn om te participeren. Respondenten A, B, C, D, E, F, H, I, J en K in het onderzoek sluiten zich hierbij aan en beamen dat een geschikt onderwerp één van de belangrijkste voorwaarden is voor het slagen van een crowdsourcingproject. Respondent I formuleert dit als volgt:

“Mensen gaan niet naar een platform toe om te crowdsourcen. Maar mensen gaan naar een platform, omdat ze een vraagstuk interessant vinden. In de toekomst moeten we daarom mensen lokken vanuit het vraagstuk en niet vanuit het idee dat deelnemers het leuk vinden om te crowdsourcen.”

De respondent probeert hiermee te zeggen dat een geschikt en interessant vraagstuk eigenlijk het belangrijkste is in het proces. De respondenten geven echter nog een aantal aanvullingen op de criteria van Pröpper & Steenbeek (1999, p. 36) wat betreft het onderwerp.

Volgens de respondenten A, C, D, F, H, I, J en K moet het onderwerp allereerst niet te moeilijk zijn. Bij een complex onderwerp hebben burgers meer kennis nodig waardoor veel mensen die niet over deze kennis beschikken buitengesloten worden. Ook spreken moeilijke onderwerpen over het algemeen minder mensen aan, omdat zij zich moeilijk een voorstelling kunnen maken van de problematiek. Respondent F zegt:

“Het crowdsourcingvraagstuk over de herinrichting van de deelgemeentestructuur was inderdaad vrij groot en daarmee te ver-van-mijn-bedshow. Het was gewoon in alle opzichten een te moeilijk onderwerp.”

Dit wordt onderstreept door respondent C. Zij stelt:

“Het onderwerp heeft wel meegespeeld ja. Het was een ingewikkeld vraagstuk en daar kan de burger niet zoveel mee. Dat was dan ook één van onze leerpunten - hou het simpel!”

Daarnaast vinden respondenten A, D, E, H, I en K dat het onderwerp niet te abstract moet zijn. Abstracte onderwerpen zorgen ervoor dat burgers zich moeilijk een beeld kunnen vormen van de problematiek. Het is dus belangrijk dat het crowdsourcingvraagstuk goed gekaderd is. Dit dwingt participanten om na te denken over oplossingen die toepasbaar zijn voor het probleem. Als het onderwerp te abstract is, dan zijn burgers minder geneigd om mee te doen. Respondent E stelt:

“Het vraagstuk over hoe de gemeente kan bezuinigen was nuttig, maar het was geen concrete vraag. De vraag was te abstract en heeft daarom niet gewerkt als bron voor nieuwe ideeën.”

Ook respondent G erkent dit probleem:

“Het idee om burgers te vragen hoe zij betrokken kunnen worden bij de verbetering van de leefomgeving was leuk. Maar het betrof een hele brede en niet concrete vraag. Hier zag je dat mensen zich niet aangesproken voelen.”

Als laatste geven respondenten A, C, D, H en J aan dat het onderwerp niet te groot moet zijn. Met een groot onderwerp wordt bedoeld dat het te veel facetten kent waardoor mensen geen duidelijk beeld hebben van de problematiek. Bij een groot onderwerp weten mensen niet precies waar ze aan moeten denken. Respondent C zegt:

“Je probeert de belevingswereld van mensen te prikkelen. Daarom maak je het snel groot. Maar het wordt al snel te groot.”

Een concreet, geschikt en aansprekend vraagstuk zorgt ervoor dat burgers willen participeren in een crowdsourcingproject. Ook voor de gemeente is dit echter belangrijk. Bij een afgebakend onderwerp krijgt de gemeente namelijk betere reacties terug die ook daadwerkelijk bruikbaar zijn. Als het vraagstuk vaag, abstract en groot is lopen de ideeën sterk uiteen waardoor het moeilijk is om er concreet wat mee te doen. Respondent J stelt:

“Onze conclusie was dat het een te open vraag was. Het betrekken van burgers bij een visie over burgerparticipatie is te veel omvattend. Hierdoor heeft het niets concreets opgeleverd waar wij wat mee konden.”

Beheer applicatie

Volgens Meijer (et al., 2009, p. 28) is het van belang dat crowdsourcinginitiatieven goed worden beheerd door gemeenten. Een falend beheer van de applicatie kan het succes ondermijnen. Een voorbeeld hiervan is dat de informatie op de website niet actueel is. Respondenten C, D, G en I geven dit ook aan. Deze respondenten focussen zich echter meer op de technologische kant van het beheer. Volgens hen is het noodzakelijk dat de software waarop de applicatie draait aan de juiste kwalificaties voldoet. Door slechte software kan een crowdsourcingproject minder succesvol uitgevoerd kan worden. Het is dus van belang dat voordat een project van start gaat goed wordt gekeken naar de website. Zo geeft respondent G aan:

“Het was allemaal software uit India die we gebruikten. Die was heel gebruiksonvriendelijk we konden bij wijze van spreken niet eens een nieuwsbrief sturen. Dat moesten we allemaal handmatig doen en dat is niet van deze tijd.”

Motivatie burgers

Volgens Meijer (et al., 2009, p. 28) kan de motivatie van burgers ook een belemmerende factor zijn in het succes van crowdsourcing. Respondenten A, B, G, I, J, en K geven aan dat het niet ter beschikking stellen van een beloning een barrière kan opwerpen. Op enige manier moeten burgers tevreden worden gesteld zodat ze geneigd zijn om mee te doen.

De respondenten geven wel aan dat het niet per se een beloning hoeft te zijn in geldelijke vorm of op een andere materiële manier. Respondent I geeft aan:

“Ik geloof niet dat de burger puur en alleen mee doet voor het geld. Een burger doet mee omdat hij of zij het leuk vindt. Als een burger het niet leuk vindt, maar er is wel wat mee te verdienen zullen ze niet participeren.”

Dit geeft ook respondent J aan. Volgens haar is een beloning in de vorm van geld zeker niet de enige manier om mensen te laten participeren. Ze geeft zelfs aan dat het misschien wel een slechte drijfveer is. Respondent J stelt:

“Het motief voor mensen om mee te doen hoeft niet een geldelijke beloning te zijn. Natuurlijk moet het wel een belang dienen voor mensen om mee te doen. Maar zeggenschap is ook al wel een goede motivatie om mee te doen.”

Inspraak hebben is volgens deze respondent voor mensen vaak al voldoende om te participeren. Daarnaast kan het toevoegen van een spelelement een goede drijfveer zijn. In verschillende gemeenten met respondenten A, B, G en J beoordeelde men de ideeën op basis van stemmen van burgers. Hierdoor hadden mensen invloed op de winnende ideeën en werden burgers meegetrokken in het spelelement. Dit heeft in veel gemeenten bevorderlijk gewerkt. Zo geeft de respondent uit gemeente A aan:

“De ideeën werden beoordeeld op basis van stemmen. Het werd daardoor een soort van talentenjachtconcept als The Voice. Door het gebruik van een stelsysteem komt er een aanzuigende werking waardoor meer mensen mee gaan doen.”

Verwachtingsmanagement

Volgens Pröpper & Steenbeek (1999, pp. 45-46) is het van belang dat er vooraf duidelijkheid is over de rol van het bestuur en van de participanten. Beide partijen hebben bepaalde verwachtingen van elkaar en deze moeten bekend zijn. Respondenten A, C, D, E, H, J en K geven aan dat dit erg belangrijk is. Volgens hen is verwachtingsmanagement naar het publiek toe één van de belangrijkste dingen die nodig zijn voor succesvol crowdsourcen. Bij verwachtingsmanagement gaat het er volgens de respondenten vooral om dat duidelijk is waarover mensen wel en niet kunnen meepraten. Ook moet duidelijk gecommuniceerd worden wat er met de ideeën gedaan wordt. Respondent C zegt:

“We hebben heel erg aan verwachtingsmanagement gedaan. Het is namelijk de grootste valkuil dat mensen teleurgesteld raken doordat er niks met de ideeën gebeurt. Dus we hebben heel erg duidelijk gemaakt voorafgaand aan het traject van waar kunt u over mee praten en waarover niet.”

Daarnaast is het belangrijk dat goed gecommuniceerd wordt hoe het proces eruit ziet en dat mensen op de hoogte gehouden worden van de ontwikkelingen gedurende het project. Respondent C omschrijft dit als volgt:

“Als je maar op een open en eerlijke wijze communiceert... En dat je dit gedurende het proces blijft doen. Door bijvoorbeeld het sturen van nieuwsbrieven, op de website of huis aan huis kranten.”

Dit wordt ook onderstreept door respondent A. Die zegt:

“Je moet sowieso goed vertellen hoe het proces in elkaar zit. Duidelijk zijn in de verwachtingen die je schept naar de burgers toe en hoeveel invloed zij kunnen hebben.”

Continuïteit

Op basis van de interviews met de respondenten B, D, H en G blijkt dat continuïteit in projecten een belangrijke voorwaarde is voor het slagen van een crowdsourcingproject. Deze randvoorwaarde komt niet voor in de literatuur en is om die reden niet opgenomen in het conceptuele model. De respondenten geven echter wel aan dat het belangrijk is dat er vanuit de gemeente op regelmatige basis crowdsourcingprojecten worden uitgevoerd. Het gebruik van crowdsourcing is nog relatief nieuw waardoor veel burgers nog moeten wennen aan deze manier van participatie. Indien op regelmatige basis projecten worden uitgevoerd neemt de bekendheid van dit soort initiatieven toe. Respondent D zegt:

“Ik denk dat het toch belangrijk is als we 4 keer per jaar een crowdsourcingvraag voorleggen aan de burgers. Daardoor wordt de site bekender en roept het misschien meer reacties op.”

Het is niet zo dat losse projecten geen kans van slagen hebben, maar het vraagt meer inspanning van de organisatie om het eenmalig groot te maken. Respondent B stelt:

“Ja, ik zou crowdsourcing nog wel een keer willen inzetten. Maar ik zou het eigenlijk meer constant willen uitvoeren. Er moet meer continuïteit in zitten. Hierdoor vervaagt de grens tussen eenmalige projecten en doorgaande processen waar mensen rekening mee kunnen houden.... In navolging van het project bellen veel mensen mij nu nog op van, ik heb nog een idee!”

Promotie

Naast de nieuw opgenomen voorwaarde in het model hadden de respondenten nog een aanvulling. Een andere gebruiksvoorwaarde die niet voorkwam in de literatuur is het belang van de promotie voor een project volgens respondenten A, B, D, E, F, G, H, I en J. Om burgers te laten participeren is het natuurlijk belangrijk dat mensen weten dat het initiatief bestaat. Als mensen niet van het crowdsourcingproject af weten, dan kunnen ze ook niet participeren. Het is daarom noodzakelijk dat er vanuit de gemeente promotie gemaakt wordt. Het inzetten van nieuwe media zoals Twitter en Facebook kan hierbij

helpen. Door de inzet van nieuwe media kunnen in korte tijd veel mensen bereikt worden. Het is echter van belang dat bij dit soort communicatiemiddelen gekeken wordt naar de effectiviteit. Respondenten B, C, E, G en H gaven aan dat ze nog niet actief waren met bepaalde sociale media waardoor het een illusie is om te denken dat je veel mensen bereikt. Er moet eerst een community opgebouwd worden. Respondent G zegt:

“Het is belangrijk dat je een communicatieplan opstelt. Facebook gebruikte we nog niet en daar wisten we ook niet zo goed van hoe we het moesten inzetten. Dat is dan ook onze onervarenheid. De meeste mensen werden bereikt via Twitter en dat werkte goed. We dachten dus laten we ons daar maar op concentreren want het inzetten van Facebook heeft voor ons nu weinig meerwaarde.”

Bij promotie is het ook van belang dat gerichte groepen worden aangesproken die mogelijk belangstelling hebben voor het onderwerp volgens respondenten A, B, D, E, G, H en I. Door te lobbyen bij verschillende georganiseerde groepen burgers kan het project een vliegstart krijgen. Deze groepen burgers kunnen op hun beurt de promotie voor het project voortzetten op internet. Respondent E:

“Als je sociale media inzet moet je gericht groepen aanspreken die wellicht geïnteresseerd zijn in het vraagstuk en aanwezig zijn op het internet. Door het benaderen van gerichte groepen kan het project gaan lopen doordat deze groepen weer andere mensen benaderen. Op deze wijze krijg je een sneeuwbaaleffect.”

Dit heeft respondent C ook ervaren:

“Het project heeft een aanloopfase gekend. In het begin hebben we er flink veel aan moeten doen om het bekend te maken onder burgers. In het begin hebben we dus gericht groepen aangesproken zoals, scholen, universiteiten en bureaus. Op deze manier ging het project lopen. Een gerichte benadering heeft dus gewerkt.”

Promotie via het internet is essentieel, maar verscheidene respondenten C, E, G, H, J en K geven aan dat het ook belangrijk is via andere wegen promotie te maken. Hierbij kan gedacht worden lokale kranten, folders of andere manieren van communicatie vanuit de gemeente. Er zijn nog steeds bepaalde groepen burgers die niet erg actief zijn op het internet waardoor deze mensen via online wegen niet bereikt worden. Door een communicatiestrategie van online en offline communicatiemiddelen wordt een breed publiek aangesproken. Respondent C vervolgt:

“Bij de start van het project dachten we wel we gaan de promotie geheel online doen. Maar daar zijn we wel van terug gekomen. We hebben toch echt ook meer traditionele communicatiemiddelen moeten inzetten.”

Het belang van een mix aan communicatiemiddelen wordt ook onderstreept door respondent J. Zij geeft wel aan dat dit in de toekomst mogelijk gaat veranderen doordat steeds meer burgers online actief zijn waardoor de promotie steeds meer online gedaan zal worden. Zij stelt:

“Nu zetten we nog traditionele media in, in combinatie met nieuwe media. Op dit moment is dat nog wel aanvullend op elkaar omdat je eigenlijk niet mensen wil uitsluiten. Maar over een paar jaar zal dat wel anders zijn. Dan gaan we steeds meer online doen omdat meer mensen op het internet zitten.”

4.3 EFFECTBARRIÈRES

De effectbarrières spelen een rol in de laatste fase van een crowdsourcingproject. Het gaat er in deze fase om of de ingezonden ideeën van burgers ook vertaald worden naar beleid. Zoals eerder aangegeven in de literatuurstudie zijn er randvoorwaarden die ook voorkomen in de institutionele barrières. De overlappende randvoorwaarden zijn, financiën, juridische regelgeving, politiek en ambtelijk draagvlak en beleid. Deze randvoorwaarden zullen gezamenlijk behandeld worden. Daarnaast zijn er echter nog twee effectbarrières, haalbaarheid van de ideeën en representativiteit. Deze zullen afzonderlijk worden besproken.

Overlappende randvoorwaarden

Waar een toereikend budget voor aanvang van crowdsourcingproject van groot belang is om het project überhaupt uit te kunnen voeren speelt dit ook een belangrijke rol in de eindfase van een crowdsourcingproject. Er is uiteraard ook budget nodig om de aangedragen oplossingen van burgers te kunnen implementeren. Een dergelijk argument speelt ook op het gebied van juridische regelgeving. Burgers kunnen zeer geschikte oplossingen voor problemen aandragen, maar als deze niet stroken met de wet, dan kan de oplossing simpelweg niet uitgevoerd worden.

Na afloop van een crowdsourcingproject zijn het de politieke en ambtelijke organisaties die bepalen wat er met de ideeën van de burgers gaat gebeuren. Als eerste is politiek en ambtelijk draagvlak voor een oplossing noodzakelijk. Indien er immers geen draagvlak is voor een oplossing, dan zal de gemeenteraad niet overgaan tot uitvoering. Het voorgaande wordt bevestigd door respondent H:

“Er was te weinig draagvlak vanuit de organisatie. Binnen de gemeente heerst nog weleens het cultuurtje van wij verzinnen het wel binnen onze kamers maar daardoor sta je niet open voor ideeën vanuit de samenleving. Bij crowdsourcing moet je juist wel openstaan voor dat soort ideeën.”

Het citaat onderschrijft dat ambtenaren menen meer kennis van zaken te hebben, omdat ze over meer achtergrondinformatie beschikken. Hierdoor worden de ideeën van burgers niet serieus genomen. Er wordt dus ook niet meer objectief gekeken naar de ideeën die vanuit de samenleving komen.

Deze cultuur wordt ook onderstreept door respondent E. Zij zegt:

“Normaal gesproken ligt het initiatief bij de gemeente. Bij crowdsourcing hoort dit echter andersom te zijn. Nu heerst nog vaak de cultuur van, wij weten het wel beter hier binnen de gemeenten.”

Als laatste is het een voorwaarde om te komen tot daadwerkelijke uitvoering dat de aangedragen oplossingen passen binnen het huidige beleid van de gemeente dat beleidsruimte gecreëerd wordt.

Respondent B:

“Beleidsruimte daar moet je altijd voor zorgen. Anders krijgen deelnemers het gevoel dat ze iets mogen vinden, maar uiteindelijk hebben ze geen invloed op het besluit. Kortom, dan is het alleen maar een beetje lullen in de marge.”

De grote vraag is hoe deze effectbarrières overwonnen kunnen worden. Voorafgaand aan een crowdsourcingproject moet er een plan van aanpak zijn waarin staat hoe het traject eruit zal zien en wat er uiteindelijk met de uitkomsten gaat gebeuren. Er moet van tevoren vaststaan hoeveel budget er beschikbaar is voor de uitvoering van een initiatief. Daarnaast moet er bij aanvang van het project duidelijk zijn wie er beslist of hoe er besloten wordt welk idee het beste is. In sommige gevallen kunnen burgers stemmen op het voorstel dat zij het beste vinden. In andere gevallen is het de raad die een keuze maakt uit de aangedragen ideeën.

Respondent A geeft aan:

“Er moet van tevoren duidelijk zijn wat er met de ideeën wordt gedaan en dat stond bij ons project dan ook duidelijk vermeld op de website. De beste tien ideeën zouden we voorleggen met een advies van het college aan de raad. Anders doe je zo'n traject alleen maar vanwege bühne-gedrag en hoef je het eigenlijk niet eens te starten.”

Haalbaarheid ideeën

Meijer (et al., 2009, p. 28) noemt als randvoorwaarde voor uitvoering van een plan dat het realistisch en haalbaar moet zijn. Niet realistische ideeën zijn vaak het gevolg van een slecht gekaderd of abstract onderwerp aldus respondenten A, C, G, H en K. Als dit het geval is laten burgers hun fantasie de vrije loop of het onderwerp vraagt te veel van hun voorstellingsvermogen. .

Respondent A zegt hierover:

“Als je kijkt naar hoeveel goede ideeën het bezuinigingsvraagstuk op heeft geleverd kan je je afvragen of dat veel is. De doelstelling van tien ideeën is gehaald maar daar zaten niet gruwelijke nieuwe ideeën bij waar we als gemeente nooit aan gedacht zouden hebben.... Dit kan sterk komen door het onderwerp.”

Representativiteit

Volgens Meijer (et al., 2009, p. 28) zorgt een gebrek aan representativiteit ervoor dat het lastig is bepaalde ideeën van burgers te implementeren. Een gebrek aan representativiteit wil zeggen dat de ingezonden ideeën geen correcte afspiegeling geven van de mening van de gehele populatie. Ondanks het feit dat iedereen kan deelnemen omdat het om open projecten gaat en er niemand buitengesloten wordt, resulteert dit niet automatisch in een hoge representativiteit. Respondenten A, B, D, J en G uit dit onderzoek geven echter aan dat gebrek aan representativiteit geen gevolgen heeft voor het slagen of mislukken van een crowdsourcingproject. Bovendien constateren deze respondenten dat een tekort aan representativiteit ook geldt voor traditionele vormen van burgerparticipatie, zoals inspraakavonden. Respondent J zegt:

“Representatief dat is het natuurlijk niet. Maar dat geldt voor heel veel projecten eigenlijk. Bij bijeenkomsten is het ook niet representatief. Het zijn de betrokken mensen die zich laten horen. Dus dat het representatief moet zijn hebben we maar voor kennis aangenomen.”

Een positief effect van crowdsourcing is dat juist ook nieuwe doelgroepen aangetrokken worden die anders niet zouden participeren. Respondent G zegt:

“De jongerengroep was royaal vertegenwoordigd en die deed leuk mee. Normaal bereiken we die niet.”

5 CONCLUSIE

In dit hoofdstuk staat de beantwoording van de hoofdvraag centraal. De beantwoording van de hoofdvraag komt tot stand omdat gedurende deze scriptie antwoord is gegeven op verschillende deelvragen.

Deelvragen

1 Wat is burgerparticipatie en hoe heeft het zich ontwikkeld?

Het begrip burgerparticipatie is vanaf de jaren '70 in opkomst binnen de Nederlandse politiek en wordt omschreven als een manier van beleidsvoering waarbij burgers (al dan niet georganiseerd in maatschappelijke organisaties) direct of indirect bij het lokale beleid betrokken worden om door middel van samenwerking tot de ontwikkeling, uitvoering en/of evaluatie van beleid te komen. Het betrekken van burgers bij beleid ontstaat vanuit verschillende maatschappelijke en bestuurlijke ontwikkelingen die zich in de afgelopen decennia hebben voorgedaan. Zo neemt de invloed van ideologische verbanden in de maatschappij af waardoor de samenleving als geheel individualiseert. Daarnaast neemt het sturend vermogen van overheden op de maatschappij af doordat zij steeds meer afhankelijk zijn van andere actoren in de samenleving voor de aanpak van maatschappelijke vraagstukken. De roep om meer burgerinmenging wordt daardoor groter waardoor vanaf de jaren '70 wettelijke inspraak wordt geregeld voor burgers. Deze inspraak is echter een basale vorm van participatie omdat burgers pas aan het eind van het beleidsproces worden betrokken. Vanaf de jaren '90 begint dit te veranderen en worden burgers eerder in het beleidsproces betrokken waardoor ze meer invloed kunnen uitoefenen op het beleid. Dit is de tweede generatie burgerparticipatie en staat bekend onder de naam interactief beleid.

2 Wat is crowdsourcing?

De digitalisering van de maatschappij heeft de samenleving voor goed veranderd omdat communicatieprocessen anders kunnen worden vormgegeven. Onder meer door de komst van het internet is het delen van kennis en informatie niet meer noodzakelijk op een specifieke plaats en tijd. Burgers en organisaties kunnen steeds gemakkelijker informatie uitwisselen en zijn in staat om een groot aantal gebruikers te bereiken via het internet. Vanuit deze verandering is het concept crowdsourcing ontstaan. Crowdsourcing staat voor een participatieve online activiteit, waarbij een institutie of organisatie aan een groep individuen een taak voorlegt via het internet waarbij deze groep individuen deze taak vrijwillig uitvoert. In dit onderzoek gaat het specifiek om een gemeente die een maatschappelijk vraagstuk voorlegt aan burgers via het internet. Het doel is om zo nieuwe ideeën te krijgen van burgers hoe het betreffende maatschappelijke probleem dient te worden aangepakt.

3 Welke factoren spelen een rol bij de inzet van crowdsourcing als vorm van burgerparticipatie binnen gemeenten?

Voor de beantwoording van deze vraag is een conceptueel model ontwikkeld in het theoretisch kader in hoofdstuk 2. In het conceptuele model worden drie verschillende

soorten barrières omschreven die van toepassing kunnen zijn op de inzet van crowdsourcing als vorm van burgerparticipatie. Ten eerste kunnen institutionele barrières worden onderscheiden. Institutionele barrières gaan over factoren die een rol spelen bij het opstarten van crowdsourcinginitiatieven. Als tweede worden gebruiksbarrières onderscheiden. Gebruiksbarrières hebben betrekking op de deelnemers aan een crowdsourcingproject. Als laatste bestaan er effectbarrières. Effectbarrières gaan over de vraag of de aangedragen oplossingen van burgers doorwerking vinden in het beleid. Onder de drie genoemde soorten barrières zijn op basis van de literatuur verschillende factoren beschreven die van invloed zijn op de inzet van crowdsourcing. Alle benoemde factoren zijn te vinden in het model dat is opgenomen in het theoretisch kader in paragraaf 2.4.

4 Welke voorwaarden benoemen gemeenteambtenaren voor de inzet van crowdsourcing als middel voor burgerparticipatie in hun eigen gemeente?

Deze deelvraag behelst de empirische deelvraag van het onderzoek. Op deze vraag is antwoord gegeven door het opgestelde conceptuele model dat bij deelvraag 3 is opgesteld te toetsen in de praktijk. Deze toetsing heeft plaats gevonden op basis van elf cases uit de praktijk waarbij interviews zijn afgenomen met betrokken gemeenteambtenaren van de elf cases (één per case). Het uiteindelijke model dat het heeft opgeleverd met de benoemde factoren door gemeenteambtenaren wordt hieronder besproken.

Hoofdvraag

In dit onderzoek staat de volgende hoofdvraag centraal:

Hoe kunnen gemeenteambtenaren crowdsourcing inzetten als vorm van burgerparticipatie voor de ontwikkeling van beleid?

Er is een conceptueel model ontwikkeld op basis van de literatuur. De randvoorwaarden om de barrières te overwinnen zijn getoetst aan de praktijk door cases te analyseren waarbij crowdsourcing door gemeenten is ingezet. Daarnaast is gekeken of er randvoorwaarden benoemd kunnen worden die een aanvulling zijn op het conceptuele model.

Institutionele barrières	Randvoorwaarden	Conditie
	Financiën	Toereikend budget
	Juridische regelgeving	Naleving van regels onvermijdelijk
	Politiek draagvlak	Aansluiting bij politieke agenda
	Ambtelijk draagvlak	Succesvolle samenwerking en open cultuur
	Beleid	Passend beleid aansluitend bij project
	Organisatie capaciteit	Inzet voldoende personeel
	ICT-kennis	ICT-kennis ambtenaren op niveau
	Vorbereidingstijd	Voldoende voorbereidingstijd

Tabel 5.1: Institutionele barrières aangepast model Meijer et al. (2009)

Financiën

Om een crowdsourcing project te starten is het noodzakelijk dat er van tevoren bekend is hoeveel budget er beschikbaar is voor het project. Bij aanvang moet er een kosten-batenanalyse gemaakt worden die aansluit bij de doelstellingen van het project.

Juridische regelgeving

Geen van de respondenten heeft juridische regelgeving bij de start van een crowdsourcingproject als een belemmering ervaren. Toch is het evident dat gemeenteambtenaren zich moeten houden aan de wet bij de start van een nieuw project. Hierbij kan gedacht worden aan inachtneming van privacy wetgeving. Bij de uiteindelijke uitvoering van een crowdsourcingproject kan juridische regelgeving daarentegen wel een obstakel vormen. Daarom is het van belang om bij de keuze van een onderwerp voor een project helder te hebben of juridische regels de realisatie van een project in de weg kunnen staan.

Politiek draagvlak

Voor de start van een crowdsourcingproject is politiek draagvlak nodig. Het project moet aansluiten bij de politieke agenda van het College van burgemeester en wethouders en de raad om het van de grond te krijgen.

Ambtelijk draagvlak

Om een crowdsourcingproject te starten is ambtelijk draagvlak nodig. De ambtelijke organisatie is verantwoordelijk voor het opstarten van een crowdsourcingproject binnen de gemeente. Indien verschillende afdelingen binnen de gemeente niet goed samenwerken kan een project niet gerealiseerd worden. Een concreet voorbeeld hiervan is dat de communicatieafdeling verantwoordelijk is voor het plan van uitvoering van crowdsourcingprojecten, maar daarbij afhankelijk is van de input van andere afdelingen die veelal het nut van crowdsourcing niet in zien. Daarnaast zijn veel ambtenaren niet goed bekend met de inzet van nieuwe media en zien daarom het nut en de noodzaak niet in om deze middelen in te zetten.

Beleid

Het huidige beleid kan bij het opstarten van een crowdsourcingproject belemmerend werken. Als er te veel regels zijn dan is er mogelijk te weinig ruimte om een project te beginnen. De regels werken dan verstikkend. Opmerkelijk is dat meerdere respondenten hebben aangegeven dat het een tekortkoming is als er geen passend beleid aanwezig is. Als voorbeeld hiervan geven respondenten aan dat het beleid voor de inzet van social media vaak niet toereikend is. Als het bestaande beleid goed aansluit bij de doelstellingen van het crowdsourcingproject dan kan dit een positief effect hebben op de uitvoering.

Organisatiecapaciteit

Om een crowdsourcingproject uit te voeren is voldoende personeel nodig. Het is dus van belang voordat het project van start gaat een inschatting te maken van de hoeveelheid werk. Zo kan er voldoende personeel ingezet worden om het project tot een goed einde te brengen.

ICT-kennis

De literatuur geeft aan dat een slecht functionerende ICT-infrastructuur die niet aansluit bij de behoeftes van het project, een obstakel vormt bij het opstarten van een crowdsourcingproject. Onder de respondenten blijkt dit geen blokkade te zijn. Te weinig ICT-kennis onder ambtenaren wordt wel aangegeven als drempel voor de ontwikkeling van een geschikte webapplicatie. Op basis hiervan dient de definitie van de randvoorwaarde ICT-infrastructuur veranderd te worden in ICT-kennis.

Vorbereidingstijd

Voldoende voorbereidingstijd voor aanvang zorgt ervoor dat het project niet onder tijdsdruk gelanceerd hoeft te worden. Voldoende voorbereidingstijd draagt hiermee bij aan de kwaliteit van het project.

Gebruiks barrières	Randvoorwaarden	Conditie
	Toegankelijkheid applicatie	Gebruiksvriendelijk en overzichtelijk
	Onderwerp	Niet abstract en goed gekaderd Voldoende in de belangstelling staan
	Beheer applicatie	Functioneel ontwerp dat aansluit bij doelstelling van gebruik
	Motivatie Burgers	Juiste prikkels voor deelname zoals inspraak, geld of een prijs.
	Verwachtingsmanagement	Duidelijke en transparante communicatie naar deelnemers
	Continuïteit	Regelmaat vergroot naamsbekendheid en verhoogt aantal gebruikers
	Promotie	Communicatieplan gericht op doelgroep

Tabel 5.2: Gebruiksbarrières aangepast model Meijer et al. (2009)

Toegankelijkheid applicatie

De applicatie dient gebruiksvriendelijk en overzichtelijk te zijn. Het doel van het project moet in één oogopslag duidelijk zijn. Deelnemers moeten gemakkelijk kunnen navigeren op de website. Daarnaast moet de applicatie er professioneel uitzien en moeten de drempels voor deelname zo laag mogelijk zijn. Het niet verplicht maken van een login helpt hierbij.

Onderwerp

Het is belangrijk dat het onderwerp van het project voldoende in de belangstelling van burgers staat. Verder dient het onderwerp voldoende ruimte te laten voor oplossingen van burgers en moet het dus niet al volledig uitgekristalliseerd zijn. Als het onderwerp echter niet goed afgebakend is, bestaat het risico dat deelnemers oplossingen aandragen die onrealistisch zijn en daardoor niet bruikbaar in de praktijk. Bovendien dient het onderwerp niet te abstract te zijn. Als dit het geval is, dan kunnen burgers zich lastig een beeld vormen van de problematiek en haken ze af voor deelname.

Beheer applicatie

Bij de ontwikkeling van de website moet rekening gehouden worden met de benodigde functionaliteiten die van een website geëist worden voor uitvoering van het project. Indien dit niet het geval is kan de webapplicatie gedurende het project niet optimaal beheerd worden. Een voorbeeld hiervan is dat er geen rekening gehouden is met het feit dat het noodzakelijk is om te communiceren met participanten over de voortgang van het project. Communicatie gebeurt vaak door middel van nieuwsbrieven of e-mail. Als de

applicatie hier geen mogelijkheden toe biedt en de ambtenaar hier in een later stadium achter komt, dan is dit lastig aan te passen.

Motivatie burgers

Om burgers te laten participeren is het noodzakelijk dat er een prikkel is voor deelname. Deze prikkel kan in een geldelijke of materiële vorm gesteld worden, maar er zijn volgens respondenten betere manieren om burgers aan te zetten tot deelname. Vooraf gestelde duidelijkheid dat deelnemers daadwerkelijk inspraak en daarmee invloed hebben, is volgens de respondenten een betere stimulans om burgers te laten participeren.

Verwachtingsmanagement

Er moet vooraf duidelijk aan deelnemers gecommuniceerd worden hoe het crowdsourcingproces eruitziet. Er moet transparantie zijn naar deelnemers wat er met er met de ideeën gedaan wordt en wat er verwacht wordt van een deelname. Het scheppen van heldere verwachtingen is nodig, zodat deelnemers na afloop niet teleurgesteld worden in de uitkomsten van het project.

Continuïteit

Continuïteit is een randvoorwaarde die aanvankelijk geen onderdeel uitmaakte van het conceptuele model en deze wordt nu toegevoegd. Het is belangrijk dat crowdsourcingprojecten op regelmatige basis plaatsvinden, want zo neemt de bekendheid van dergelijke initiatieven toe. Naamsbekendheid heeft ook een positief effect op het aantal deelnemers aan toekomstige crowdsourcingprojecten. Continuïteit van projecten zorgt ervoor dat er gebouwd kan worden aan een achterban van frequente deelnemers. Dit heeft als voordeel dat de promotie voor toekomstige initiatieven gemakkelijker zal gaan.

Promotie

Een crowdsourcingproject moet allereerst bekend worden onder burgers. Als de burger niet bekend is met het project, kan hij ook niet deelnemen. Daarom is het van belang dat de gemeente projecten actief promoot. Het opstellen van een communicatieplan tijdens de voorbereidingstijd vormt hier de sleutel tot succes. Het communicatieplan vermeldt wat de te bereiken doelgroep is en hoe de doelgroep bereikt moet worden. Respondenten geven aan dat een mix tussen on- en offline communicatiemiddelen het meest effectief is om zoveel mogelijk mensen te bereiken. De verwachting is dat dit verandert in de nabije toekomst, omdat steeds meer mensen online actief worden.

Effect barrières	Randvoorwaarden	Conditie
	Financiën	Toereikend budget
	Juridische regelgeving	Naleving van regels onvermijdelijk
	Politieke draagvlak	Aansluiting bij politieke agenda
	Ambtelijke draagvlak	Succesvolle samenwerking en open cultuur
	Beleid	Passend beleid aansluitend bij project
	Haalbaarheid ideeën	Concreet en afgebakend onderwerp
	Representativiteit	Vergroot draagvlak

Tabel 5.3: Effectbarrières aangepast model Meijer et al. (2009)

Er is een overlap tussen de randvoorwaarden die bepalen of er gestart wordt met een crowdsourcingproject en de randvoorwaarden die bepalen of de uitkomsten van het project doorwerking hebben op het beleid. De conclusie voor deze randvoorwaarden is dan ook hetzelfde. Wil er doorwerking naar beleid plaatsvinden, dan moet er van tevoren een plan van aanpak zijn waarin staat hoe het traject eruit zal zien en wat er uiteindelijk met de uitkomsten gaat gebeuren. Er moet vaststaan hoeveel budget er beschikbaar is voor de uitvoering van het initiatief. Daarnaast moet bij aanvang van het project duidelijk zijn wie er beslist of hoe er besloten wordt welk idee het beste is. Zo kunnen de effectbarrières doorbroken worden. Stadsinitiatief Rotterdam kan hierin gezien worden als een goed voorbeeld van een succesvol crowdsourcingproject.

Haalbaarheid ideeën

Voordat de aangedragen ideeën doorwerking kunnen vinden in het beleid van de gemeente, is het van belang dat de ingestuurde ideeën realistisch en uitvoerbaar zijn. De haalbaarheid van de ideeën is echter sterk gerelateerd aan het onderwerp. Als het onderwerp concreet en goed afgebakend geformuleerd is, levert dit realistischere ideeën op.

Representativiteit

Een hoge representativiteit in een crowdsourcingproject zorgt voor een breder draagvlak voor het implementeren van ideeën van burgers. Volgens de respondenten is representativiteit echter geen doorslaggevende factor in de doorwerking van beleid. Bij meer traditionele vormen van burgerparticipatie, zoals inspraakavonden, kan in veel gevallen ook niet worden gesproken over een correcte afspiegeling van de samenleving. Het inzetten van crowdsourcing biedt juist nieuwe mogelijkheden voor het aanspreken van een breder publiek en het betrekken van nieuwe doelgroepen die anders niet zouden participeren.

Gebruik van de aangepast versie van het model van Meijer et al. (2009)

In dit onderzoek is het model van Meijer et al. (2009) aangevuld met randvoorwaarden voor het succesvol uitvoeren van burgerparticipatie-initiatieven. Deze aanvulling heeft geresulteerd in een aangepaste versie van het oorspronkelijke model dat daarna gebruikt is voor het empirische onderzoek. In het empirische onderzoek is daarna gekeken of het aangepaste model strookt met de praktische werkelijkheid waarin gemeenteambtenaren zich bevinden. Door middel van het houden van interviews met betrokken gemeenteambtenaren die een crowdsourcingproject hebben uitgevoerd is gekeken welke factoren zij benoemden. Uit dit onderzoek komt naar voren dat het aangepaste model niet volledig is en dat bij sommige randvoorwaarden de verkeerde condities zijn gesteld. De uiteindelijke randvoorwaarden met condities van het aangepaste model zijn hierboven per barrière kort besproken en vormen gezamenlijk het uiteindelijke model. De benoemde randvoorwaarden in het uiteindelijk aangepaste model vormen de leidraad voor gemeenteambtenaren bij het uitvoeren van toekomstige crowdsourcingprojecten. Indien gemeenteambtenaren rekening houden met de benoemde randvoorwaarden en condities neemt de kans van een succesvol crowdsourcingproject voor gemeenten toe.

6 DISCUSSIE

Het onderzoek geeft antwoord op de vraag hoe gemeenteambtenaren crowdsourcing kunnen inzetten als vorm voor burgerparticipatie bij de ontwikkeling van beleid. Het resultaat is een nieuw model dat gemeenteambtenaren houvast kan bieden voor het opzetten van toekomstige crowdsourcingprojecten. Bij het ontwikkelen van het model zijn verschillende keuzes gemaakt die van invloed zijn geweest op het uiteindelijke resultaat.

Ten eerste is er in dit onderzoek naar slechts elf gemeenten gekeken. Deze elf gemeenten zijn onderzocht op basis van een kwalitatief research design. Een kwalitatief research design brengt beperkingen met zich mee. Door het onderzoeken van slechts elf gemeenten is het de vraag of het opgestelde model volledig representatief is. Het is mogelijk dat er meer nieuwe randvoorwaarden boven tafel waren gekomen als er meer gemeenten in de steekproef waren meegenomen. Om te toetsen of het model daadwerkelijk in de praktijk inzetbaar is, zal aanvullend onderzoek gedaan moeten worden naar gemeenten die dit model ter hand zullen nemen bij de opzet van nieuwe crowdsourcingprojecten.

Ten tweede zijn in het onderzoek alleen projecten opgenomen die van toepassing zijn op de ontwikkeling van beleid. Cases waarin het bijvoorbeeld gaat om de uitvoering of evaluatie van beleid zijn niet opgenomen in het onderzoek. Het is dan ook de vraag of het ontwikkelde model ook toepasbaar is wanneer gemeenten burgers willen betrekken in latere stadia van beleidsvorming.

Als laatste zijn alleen interviews afgenomen met de elf betrokken gemeenteambtenaren van de cases uit dit onderzoek. De opvattingen van de politiek en de participerende burgers zijn niet belicht in deze scriptie. In het model is dan ook geen rekening gehouden met de zienswijze van deze partijen. Om het model beter toepasbaar te maken voor de praktijk kan hier aanvullend onderzoek naar gedaan worden.

Voor de toekomst kan crowdsourcing een nuttige manier voor gemeenten zijn om burgers meer te betrekken bij beleid. Zoals Koning Willem-Alexander in zijn troonrede van 2013 aangaf, is de Nederlandse samenleving in transitie naar een participatiesamenleving. De klassieke verzorgingsstaat is onhoudbaar geworden waardoor meer participatie van burgers verwacht wordt. Het inzetten van crowdsourcing kan hierin nieuwe kansen scheppen en biedt mogelijkheden om de ambitie van een participatiesamenleving te verwezenlijken.

LITERATUUR

Aitamurto, T., Leiponen, A., & Tee, R. (2011, June). The Promise of Idea Crowdsourcing– Benefits, Contexts, Limitations. White Paper for Nokia Ideas Project.

Bekkers, V. J. J. M., & Meijer, A. J. (2010). Cocreatie in de publieke sector: een verkennend onderzoek naar nieuwe, digitale verbindingen tussen overheid en burger. Den Haag, Nederland: Boom Juridische uitgevers.

Berlo, D. V. (2008). Ambtenaar 2.0. Nieuwe ideeën en praktische tips om te werken in overheid 2.0. Geraadpleegd op <http://boekambtenaar20.pbworks.com/w/page/3656777/Publicaties%2520van%2520Ambtenaar%25202%25200>

Boedeltje, M. M. (2009). Draagvlak door interactief bestuur: fictie of feit?! (Proefschrift, University of Twente, The Netherlands). Geraadpleegd op http://doc.utwente.nl/61079/1/thesis_M_Boedeltje.pdf

Boeije, H. R. (2005). Analyseren in kwalitatief onderzoek: denken en doen. Den Haag, Nederland: Boom onderwijs.

Bovens, M. A. P., Paul't Hart, & Twist, M. J. W. (2001). Openbaar bestuur: beleid, organisatie en politiek. Alphen aan de Rijn, Nederland: Kluwer.

Brabham, D. C. (2009). Crowdsourcing the public participation process for planning projects. *Planning Theory*. *Sage Publications*, 8, 242-262. DOI: 10.1177/1473095209104824

- Deetz, S. (2000). Describing Differences in Approaches to Organization Science'. In: Frost, P.J., Lewin, A.J., & Daft, R.L. (eds). Talking about Organization Sciences. Thousand Oaks (USA): Sage, pp. 123-152
- Dinjens, M. (2010). Burgerparticipatie in de lokale politiek: Een inventarisatie van gemeentelijk beleid en activiteiten op het gebied van burgerparticipatie. Amsterdam, Nederland: Instituut voor Publiek en Politiek.
- Dreijerink, L., Kruize, H., & van Kamp, I. (2008) Burgerparticipatie in beleidsvorming: Resultaten van een verkennende literatuurreview (Rapport Nr. 830950003).
- Edelenbos, J. (2000). Proces in vorm: procesbegeleiding van interactieve beleidsvorming over lokale ruimtelijke projecten. Utrecht, Nederland: Lemma.
- Edelenbos, J., Klok, P. J., van Tatenhove, J., & Domingo, A. (2006). Burgers als beleidsadviseurs: Een vergelijkend onderzoek naar acht projecten van interactieve beleidsvorming bij drie departementen. Amsterdam, Nederland: Instituut voor Publiek en Politiek.
- Enserink, B., & Monnikhof, R. A. (2003). Information management for public participation in co-design processes: evaluation of a Dutch example. *Journal of Environmental Planning and Management*, 46, 315-344. DOI: 10.1080/0964056032000096910
- Estellés-Arolas, E., & González-Ladrón-de-Guevara, F. (2012). Towards an integrated crowdsourcing definition. *Journal of Information science*, 38, 189-200. DOI: 10.1177/0165551500000000

Fraanje, R., Knaap, J. van der, Twist, M. van, & Wesseling, H. (2008). Veerkracht en democratie: pleidooi voor een nieuw sociaal contract. Den Haag, Nederland: Vereniging voor Bestuurskunde.

Frissen, V., Staden, van M., Huijboom, N., Kotterink, B., Huveneers, S., Kuipers, M., & Bodea, G. (2008). Naar een 'User Generated State'? De impact van nieuwe media voor overheid en openbaar bestuur (Rapport Nr. 34466).

Grasso, A., & Convertino, G. (2012). Collective intelligence in organizations: Tools and studies. *Computer Supported Cooperative Work (CSCW)*, 21, 357-369. DOI 10.1007/s10606-012-9165-3

Howe, J. (2006, June). The rise of crowdsourcing. *Wired magazine*, 14(6), 1-4.

Howe, J. (2008). *Crowdsourcing: How the power of the crowd is driving the future of business*. New York: Random House.

Kilic, M. (2008). Derde generatie burgerparticipatie, hoe doe je dat (Rapport Nr. 500990). Geraadpleegd via Vereniging Nederlandse Gemeenten website: http://www.vng.nl/files/vng/vng/Documenten/Extranet/Burgerzaken/bestanden_burgerparticipatie/IAMB_PUB_DerdeGenBurgerparticipatie.pdf

Koning, N. de & Broek, T. van den (2011). *Co-creatie bij de overheid: experimenteer met beleid*, Delft, Nederland: TNO rapport.

Knottnerus, J. A., Asselt, M. B. A., & Lieshout, P. A. H. (2011). *I-Overheid*. Geraadpleegd via Wetenschappelijke Raad voor het Regeringsbeleid website: http://www.wrr.nl/fileadmin/nl/publicaties/PDF-Rapporten/I_Overheid.pdf

- Lévy, P. (2008). From social computing to reflexive collective intelligence: The IEML research program. *Information Sciences*, 180(1), 71-94.
- Lips, A. M. B., Bekkers, V. J. J. M., & Zuurmond, A. (2006). *ICT en openbaar bestuur. Implicaties en uitdagingen van technologische toepassingen voor de overheid*. Utrecht, Nederland: Lemma.
- Meijer, A. J., Thaens, M., Brans, M. (2009, November 20). *Barrières overwinnen voor Overheid 2.0, Automatisering Gids*, pp. 28,29
- Morse, J. M., Barrett, M., Mayan, M., Olson, K., & Spiers, J. (2002). Verification strategies for establishing reliability and validity in qualitative research. *International journal of qualitative methods*, 1(2).
- Noordegraaf, M. (2008). *Management in het publieke domein. Issues, instituties en instrumenten (2e ed.)*. Bussum: Coutinho.
- O'reilly, T. (2007). What is Web 2.0: Design patterns and business models for the next generation of software. *Communications & Strategies*, (65).
- Pröpper, I. M. A. M., & Steenbeek, D. (1999). *De aanpak van interactief beleid: elke situatie is anders*. Bussum, Nederland: Coutinho.
- Raad voor openbaar bestuur (2005). *Burgers betrekken: Een handleiding voor burgerparticipatie*. Den Haag.
- Rodenburg, K. & Waard, H. de (2007). *Burger en Politiek: participatie als brug over de vertrouwenskloof*. Antwerpen, België: Garant.

Sinnema, M. & Duivenboden, H. van (2009). Betrokken burgers, bewogen bestuur. Retrospectief onderzoek eParticipatie (Rapport Nr. 26174). Geraadpleegd via Rijksoverheid website: <http://www.rijksoverheid.nl/documenten-en-publicaties/rapporten/2010/02/25/rapport-betrokken-burgers-bewogen-bestuur.html>

Surowiecki, J. (2004). The wisdom of crowds: Why the many are smarter than the few and how collective wisdom shapes business. New York: Random House.

Thiel, van S. (2010). Bestuurskundig onderzoek. Een methodologische inleiding (2e ed.). Bussum, Nederland: Coutinho.

Yin, R. K. (2003). Case study research: Design and methods (Vol. 3). London, Engeland: Sage.

BIJLAGEN

Bijlage 1: Lijst met respondenten

Naam	Functie	Gemeente	Project
Mevr. M. Hellevoort	Project participatiemedewerker	Utrecht	U-aan-Z
Hr. P. Schouteten	Hoofd communicatie & dienstverlening (raadsgriffier)	Rotterdam	Queetz
Mevr. G. Sadowski	Strategisch projectleider communicatie	Eindhoven	Maak 't mee
Hr. G. van Rijn	Projectmanager ICT AIM (Amsterdamse Innovatie Motor)	Amsterdam	Amsterdam Opent
Hr. M. Sterke	Senior communicatieadviseur	Haarlemmermeer	Mijn aandeel in Haarlemmermeer
Hr. R. de Kort	Coördinator communicatie	Diemen	Kijk op Diemen 2020
Mevr. C. Dupont	Senior communicatieadviseur	Woerden	Ik ben Woerden
Mevr. P. McLaughlin	Communicatieadviseur	Leusden	Verander Leusden
Mevr. E. Oosterbaan	Communicatieadviseur	Smallingerland	Wij bouwen een wijk
Mevr. S. van Reenen	Communicatieadviseur	Tilburg	Burgerparticipatie hoe doen we dat?
Mevr. S. Viergever	Senior communicatieadviseur	Zoetermeer	Zuinig Zoetermeer

Bijlage 2: Topiclijst interview gemeenteambtenaren

Topic: Introductie

In de introductie wordt een inleiding gegeven op het onderwerp en wordt gesproken over de rol van de respondent binnen de gemeente en binnen het crowdsourcingproject. Daarnaast wordt een omschrijving gevraagd van het crowdsourcingproject zelf.

- Kunt u wat vertellen over uzelf en u werkzaamheden binnen de gemeente?
- Wat verstaat u onder crowdsourcing?
- Kunt u wat vertellen over het crowdsourcingproject en welke rol u hierin had?
- Kunt u vertellen hoe het proces omtrent het crowdsourcingproject eruit zag van idee tot uitvoering?
- Wat was het doel van het crowdsourcingproject?
- Is aan deze doelstellingen voldaan?

Topic: Institutionele barrières

- In de opstart van het crowdsourcingproject waar liep u tegen?
- Had u de beschikking over voldoende financiële middelen om het project tot stand te laten komen?
- Heeft juridische regelgeving u belet om het project op te zetten?
- Had u steun van de politiek en het bestuur om het project op te zetten?
- Heeft u steun vanuit de ambtelijke organisatie ervaren voor de opstart van het crowdsourcingproject?
- Hebben huidige beleidsregels binnen de gemeenten u belet om het crowdsourcingproject op te zetten?
- Had u de beschikking over voldoende personele capaciteit binnen de gemeente om het project tot stand te laten komen?
- Hebben technologische aspecten u belet om het crowdsourcingproject op te zetten?
- Was de ICT infrastructuur een belemmering voor u om het crowdsourcingproject op te zetten?

Topic: Gebruiksbarrières

- Was de website gebruiksvriendelijk voor burgers?
- Was de website toegankelijk voor burgers?
- Heeft het onderwerp een rol gespeeld bij het crowdsourcingproject?
- Op welke manier worden burgers gemotiveerd om te participeren?
- Is er duidelijk gecommuniceerd wat er van de burgers verwacht werd?
- Was de rolomschrijving in het project tussen burger en gemeente gecommuniceerd?

Topic: Effectbarrières

- Wat voor ideeën zijn er aan gedragen? Hoeveel?
- Wat is er met de ideeën gebeurd?
- Op welke manier zijn de ideeën beoordeeld?
- Zijn de ideeën tot uitvoering gebracht?
- Welke belemmering heeft u ervaren omtrent de uitvoering van de ideeën?
- Heeft representativiteit een rol gespeeld bij de uitvoering van de ideeën?
- Is er een terugkoppeling geweest naar de participanten in het project?

Topic: Evaluatie

- Zou u crowdsourcing nogmaals inzetten?
- Wat is er achteraf gezien goed gegaan in het project?
- Wat zou u volgende keer anders doen?
- Vindt u dat het project succesvol is geweest? Waarom?
- Heeft er een evaluatie plaats gevonden van het project?

Bijlage 3: Codeboom

Crowdsourcingproject

- Projectbeschrijving
- Doelstellingen

Institutionele barrières

- Financiën
- Juridische regelgeving
- Politiek draagvlak
- Ambtelijk draagvlak
- Beleid
- Organisatie capaciteit
- ICT kennis
- Voorbereidingstijd

Gebruiksbarrières

- Toegankelijkheid applicatie
- Onderwerp
- Beheer applicatie
- Motivatie burgers
- Verwachtingsmanagement
- Continuïteit
- Promotie

Effectbarrières

- Financiën
- Juridische regelgeving
- Politiek draagvlak
- Ambtelijk draagvlak
- Beleid
- Organisatie capaciteit
- Haalbaarheid
- Representativiteit