



Plan van aanpak Burgerberaad Schone Stad

November 2023

Inleiding

Dit plan van aanpak is een uitwerking van de uitvoerende fase van het Burgerberaad Schone Stad op basis van de startnotitie van oktober 2023. Het plan van aanpak is bedoeld voor het projectteam en de stuurgroep om onderling afspraken te maken over de aanpak. Het plan van aanpak wordt uitgevoerd door het projectteam. Elk onderwerp uit dit plan van aanpak wordt getrokken door en uitgevoerd in nauwe samenwerking met een of meerdere leden van het projectteam.

Het projectteam bestaat uit:

- 5.1, 2, e [redacted]
- 5.1, 2, e [redacted] (wordt per half november opgevolgd door nader te bepalen collega van BIA)
- 5.1, 2, e [redacted] (Bureau EMMA)
- 5.1, 2, e [redacted]
- 5.1, 2, e [redacted]
- 5.1, 2, e [redacted]
- 5.1, 2, e [redacted]

Inhoud

1.Externe communicatie.....	3
2.Interne communicatie	13
3.Loting	20
4.Deelnemerscommunicatie	22
5.Programma op hoofdlijnen	25
6.Gesprekbegeleiders en deskundigen	33
7.Vergoeding deelnemers	35
8.Toetsings- en feedbackcommissie.....	36
9.Opvolging	37

1. Externe communicatie

Trekker: communicatieadviseur

In nauwe samenwerking met: projectleider & extern adviseur

In deze communicatieaanpak beschrijven we de opgave, strategie en aanpak voor de externe communicatie over het Burgerberaad Schone stad.

Visie op het vraagstuk

De gemeente Amsterdam laat met de organisatie van dit burgerberaad zien dat zij er alles aan wil doen om het afvalprobleem op te lossen, samen met Amsterdammers. Ook sluit het goed bij de tijdsgeest om met nieuwe vormen van participatieve democratie te experimenteren, de afstand tussen overheid en burger te verkleinen en vertrouwen te winnen, door vertrouwen te geven. Dit burgerberaad kan om verschillende redenen ook weerstand oproepen. Kan de gemeente dit niet zelf oplossen? Wat weten wij er nu van? Communicatie kan, zowel intern als extern, bijdragen om het verhaal begrijpelijk, toegankelijk en betrouwbaar over te brengen en mensen te activeren en motiveren om mee te (blijven) doen.

Er liggen ook (afbreuk)risico's op de loer en kans op reputatieschade. Denk aan:

- Te weinig aanmeldingen/ groep is niet voldoende representatief: hoe gaan we hiermee om? Wanneer is het representatief en doen we wat we zeggen?
- Afhaken van deelnemers: dit vraagt om inspanningen om ze te boeien en binden.
- Verkeerde verwachtingen van het mandaat van het burgerberaad. Vraagt om een goede uitleg en managen van verwachtingen.
- Balans vinden tussen informeren en sturen. Risico van te veel sturen (en dichttimmeren) of juist te weinig meegeven, bijvoorbeeld wat

de gemeente al weet of doet (en daardoor wiel opnieuw laten uitvinden).

- Adviezen geven geen antwoord op de vraag of zijn niet haalbaar: hier is een heldere vraag, goede procesbegeleiding en (tussentijdse) toetsing voor nodig.
- Adviezen worden niet (goed) opgevolgd. Dit zorgt voor reputatieschade van de gemeente, teleurstelling bij en disrespect van de deelnemers, en leiden ook intern tot teleurstelling en demotivatie.

Bovenstaande risico's minimaliseren vooral om een goede projectorganisatie. Communicatie kan vanuit een signalerende, adviserende rol bijdragen om deze risico's te minimaliseren.

Uitgangspunten voor de communicatie

- Input en draagvlak voor de vraagstelling: Om een goede vraag te kunnen stellen aan het burgerberaad (verantwoordelijkheid vraagstelling bij de Gemeenteraad), is het goed om te weten wat Amsterdammers bezighoudt op het gebied van afval en wat binnen de gemeente speelt.
- Brede bekendheid en transparantie: Alle informatie die tijdens het burgerberaad wordt gebruikt, opgevraagd, verstrekt, moet te vinden en inzichtelijk zijn voor iedereen die geïnteresseerd is, intern en extern. Tijdens het burgerberaad wordt geen inhoudelijke info over de gesprekken verstrekt, maar dit moet later wel beschikbaar zijn. We kunnen wel updates geven over het proces, de mensen en de sfeer.
- Legitimatie/ vertrouwen: Een goede toelichting op wat we doen, waarom en hoe is belangrijk. Iedereen moet kunnen begrijpen en

volgen waarom bepaalde experts bijvoorbeeld worden geraadpleegd en waarom, of hoe de aanbevelingen tot stand zijn gekomen. Iedereen moet ook begrijpen hoe de loting werkt en kunnen zien dat dat eerlijk verloopt. Als mensen vragen hebben, moeten ze gemakkelijk de antwoorden kunnen vinden of krijgen.

- Privacy: Het brede publiek informeren we over het burgerberaad, zodat bekend is dat dit speelt en waar info te vinden is. Tegelijkertijd willen we voorkomen dat de deelnemers aan het burgerberaad worden belaagd door bijvoorbeeld lobbygroepen, of op een andere manier worden lastiggevallen. Hun privacy, en ook die van anderen, bijvoorbeeld experts die bijdragen aan het beraad, moet gewaarborgd zijn.
- Begrijpelijk, toegankelijk en betrouwbaar: Dit zijn de leidende principes voor de communicatie van de gemeente Amsterdam die we ook voor dit project hanteren (zie: Communicatiekompas en richtlijnen voor taal, toegankelijkheid en inclusie). Hoewel het burgerberaad straks als onafhankelijke entiteit opereert, onder begeleiding van een extern bureau, geven we onze richtlijnen mee voor de communicatie voor, tijdens en na het burgerberaad.

Positionering / afzenderschap

Van wie is het burgerberaad? Het beraad is van de deelnemers en de vraagstelling/ opdracht komen van de gemeenteraad. Een onafhankelijk bureau organiseert het burgerberaad, in opdracht van de gemeente. Wie is wanneer de afzender van welke communicatie?

Voor het burgerberaad

- Brede bekendmaking van het burgerberaad (na besluitvorming in raad): Gemeente Amsterdam is afzender als initiator en opdrachtgever van het burgerberaad.
- Werving deelnemers: Zij worden uitgenodigd met een brief met folder. Het is het meest duidelijk en begrijpelijk als deze uitnodiging wordt gestuurd door de gemeente Amsterdam, ondertekend door de Burgemeester, vanwege bekendheid en status (maakt de uitnodiging eervol).

Tijdens het burgerberaad

- Deelnemerscommunicatie: Bureau EMMA verzorgt de communicatie met de deelnemers en neemt daarbij de communicatierichtlijnen van de gemeente in acht (begrijpelijk, toegankelijk, betrouwbaar). De gemeente Amsterdam faciliteert wel in de online communicatie met een subsite op de website Amsterdam.nl.
- Communicatie brede publiek: Gemeente Amsterdam is verantwoordelijk voor de communicatie met het brede publiek. Dit in nauwe samenwerking met Bureau EMMA en het burgerberaad, omdat het burgerberaad zelf bepaalt wat wel / niet naar buiten gebracht wordt.

Na het burgerberaad:

- Na het burgerberaad draagt Bureau EMMA de communicatie over aan de gemeente Amsterdam. Hiervoor moeten we duidelijke afspraken maken, zodat de opvolging en het contact met de deelnemers goed blijft verlopen.

Identiteit / huisstijl

De vraag is in welke huisstijl (of welke identiteit) de website en andere communicatiemiddelen van het burgerberaad worden ontwikkeld. Hierbij zijn 4 opties:

1. in de huisstijl van de gemeente Amsterdam
2. in een eigen, nog te ontwikkelen 'huisstijl' voor het burgerberaad

3. in de eigen huisstijl van Bureau EMMA (zoals bureau G1000 doet).
4. eigen BB stempel die gebruikt kan worden in combinatie met de stijl van Amsterdam en van het bureau

Alle opties hebben voor- en nadelen. We kiezen voor optie 4.

Opties	Voordelen	Nadelen
Optie 1: huisstijl gemeente	<ul style="list-style-type: none">▪ Huisstijl is aanwezig▪ Het is meteen duidelijk dat de gemeente Amsterdam opdrachtgever is van het BB	<ul style="list-style-type: none">▪ Onafhankelijkheid burgerberaad niet (meteen) duidelijk
Optie 2: eigen huisstijl burgerberaad (te ontwikkelen)	<ul style="list-style-type: none">▪ Onafhankelijkheid burgerberaad duidelijk	<ul style="list-style-type: none">▪ Minder goed zichtbaar wat de rol van de gemeente Amsterdam is▪ Duurder (er moet een huisstijl ontwikkeld worden)▪ Kost waarschijnlijk meer tijd, dus het moet passen qua planning
Optie 3: huisstijl organiserend bureau	<ul style="list-style-type: none">▪ Goedkoper dan optie 2 (en misschien ook dan optie 1, omdat het uitvoerend bureau de eigen huisstijl al kent)	<ul style="list-style-type: none">▪ Het organiserend bureau is 'slechts' de facilitator van het burgerberaad en geen afzender. Qua duidelijkheid richting Amsterdammer is dit de slechtste optie.▪ Onafhankelijkheid burgerberaad minder duidelijk (ik vind het bijv. onduidelijk dat G1000 de afzender is van sommige burgerberaden)
Optie 4. Beide stijlen i.c.m. stempel BB	<ul style="list-style-type: none">▪ Afzender kan wisselen, keurmerk is de verbindende schakel	<ul style="list-style-type: none">▪ Kleine extra investering t.o.v. optie 1 en 3, goedkoper dan optie 2.

Contacten met de pers

De pers zal geïnteresseerd zijn in het burgerberaad en kan een rol spelen in het betrekken van het brede publiek. Wie onderhoudt de contacten met de pers over het burgerberaad?

Het burgerberaad is een onafhankelijke entiteit. Dit betekent dat zij tijdens het traject ook de pers te woord moet kunnen staan. Wel is het belangrijk om heel goed te kijken waar de vraag over gaat. Als de vraag inhoudelijk is, over het proces van het burgerberaad gaat of er komt bijv. een verzoek voor

het portretteren van deelnemers, kan het worden afgehandeld door het burgerberaad zelf. Zodra de vraag politiek of bestuurlijk is, moet worden doorverwezen naar de afdeling woordvoering van de gemeente. Voor omgang met persvragen spreken we een protocol af met deelnemers, woordvoerders en bestuurders, zodat hier geen ruis over ontstaat en deelnemers weten wat ze moeten doen als ze benaderd worden. Voor en na het burgerberaad is de gemeente zelf aan zet.

Communicatiestrategie

Wat willen we bereiken bij onze doelgroepen en hoe bereiken we onze doelen?

Externe communicatiedoelgroepen

- Genodigden: Dit zijn de 10.000 Amsterdamse bewoners en ondernemers die in de 1e ronde zijn ingeloot en zich kunnen aanmelden voor het burgerberaad (gestratificeerde steekproef).
- Deelnemers: Dit zijn de 150 Amsterdamse bewoners en ondernemers die uit alle aanmeldingen ingeloot zijn en gaan meedoen aan het burgerberaad (gestratificeerde steekproef).
- Brede publiek: Dit is iedereen die (in potentie) geïnteresseerd of betrokken is, maar geen genodigde of deelnemer. Het burgerberaad kan het brede publiek ook een stem te geven (hoeft niet). De aanbevelingen van het burgerberaad worden meer waard als ze breed worden gedragen door Amsterdammers.
- Netwerk/stakeholders: Dit zijn (buurt)groepen en relevante stakeholders die actief zijn op het onderwerp, mee kunnen denken, stand-by kunnen staan voor het burgerberaad en mogelijk een bijdrage kunnen leveren aan de opvolging van de adviezen

Externe communicatiedoelen

- Amsterdammers weten over het Burgerberaad en kunnen het traject volgen (voor, tijdens, na)
- Zoveel mogelijk ingelote Amsterdammers melden zich aan voor het Burgerberaad
- We bereiken een representatieve groep Amsterdammers, zodat het beraad een zo goed mogelijke afspiegeling van de stad vormt

- Het actieve netwerk/ stakeholders rond het burgerberaad is proactief geïnformeerd over / betrokken bij het burgerberaad.

Ambitieniveau en strategie

Wat wordt onze strategie en hoe groots pakken we de communicatie rondom het burgerberaad aan? Hiervoor zijn scenario's opgesteld (zie bijlage). De wethouder is akkoord gegaan met het advies om te kiezen voor scenario 2. Dit houdt in:

Fase 1 (voor burgerberaad):

- Breed aankondigen (gemeentelijke en lokale media)
- Gericht uitnodigen 10.000 Amsterdammers i.s.m. O&S
- Extra inspanning voor moeilijk bereikbare doelgroepen

Fase 2 (tijdens burgerberaad):

- Berichtgeving via gemeentelijke media
- Actieve mediabenadering / inzet extra communicatie i.o.m. burgerberaad
- Verslaglegging /reportage (in woord en beeld)
- We zetten niet in op een brede (online) dialoog voor breed publiek
- Netwerk/stakeholders houden we warm en stand-by

Fase 3 (na burgerberaad):

Voor de laatste fase (na afloop van het burgerberaad) wordt in een later stadium een communicatieplan gemaakt. Dit is mede afhankelijk van hoe deze fase wordt georganiseerd en hoe het beraad verloopt.

Communicatieboodschap

Framing

We kunnen vanuit verschillende invalshoeken over het burgerberaad communiceren en het onderwerp framen. Invalshoeken of frames zijn:

1. **Schoon** - Samen werken we aan een schone stad. Het burgerberaad is één van de interventies die we doen om de stad beter schoon te houden, met z'n allen.
 - Met dit frame kiezen we voor een inhoudelijke insteek. We laten de brede context zien; het burgerberaad is onderdeel van dit groter verhaal. Dit vraagt er ook om andere interventies te laten zien. Voordeel: plaatst burgerberaad in perspectief, neemt druk weg, minder gevoel van burgerberaad als de heilige graal.
2. **Instrument burgerberaad** - We willen experimenteren met nieuwe vormen om Amsterdammers onderdeel te laten zijn van plannen maken en bij de besluitvorming daarover. Door middel van een burgerberaad betrekken we een diverse groep Amsterdammers, die anders niet of weinig meedoen aan het democratische proces. We leren inhoudelijk van hun kijk op de zaak én over het burgerberaad als instrument.
 - Met dit frame kiezen we de insteek van participatie en democratisering, experimenteren en leren, samenwerken, vertrouwen geven en daardoor meer vertrouwen krijgen.

We verwerken beide invalshoeken in het kernverhaal en bepalen gaandeweg welke invalshoek op welk moment passend is.

Kernverhaal

Hoe houden we samen de stad schoon?

Kijk, de gemeente haalt elke dag het afval op. We maken de straten, pleinen en parken in de stad schoon. Het afval verwerken we zo duurzaam mogelijk.

Toch is het vaak viezer op straat dan we willen. Veel Amsterdammers ergeren zich eraan. Ook hebben we nog te veel restafval.

We doen er als gemeente alles aan om de stad schoon te houden. Veel Amsterdammers helpen daarbij. De inzet is indrukwekkend. Maar er is meer nodig en we kunnen het niet alleen. Daarom vragen we Amsterdammers om advies.

Want dit onderwerp vraagt om nieuwe invalshoeken. Wat vinden Amsterdammers belangrijk? Wat zien zij in hun straten en buurten? Welke ideeën hebben zij? Hier zijn we benieuwd naar. Want elke Amsterdammer heeft afval en moet het kwijt. Van deze afvalexperts kunnen we veel leren.

Ook willen we graag experimenteren met nieuwe participatievormen waarmee Amsterdammers meer zeggenschap krijgen over de stad. Een opkomend instrument dat goede resultaten kan opleveren, is het burgerberaad. Een burgerberaad is een groep ingelote inwoners die de politiek adviseert over een lastig onderwerp. Wereldwijd zorgen burgerberaden al voor waardevolle adviezen, een inclusiever beleid en minder polarisatie.

Dus organiseren we in 2024 het burgerberaad Schone stad, waarin 150 Amsterdammers in gesprek gaan over de vraag: 'hoe houden we samen de stad schoon?' In zes bijeenkomsten bespreken ze hun visie op het onderwerp. Ze winnen naar behoefte meer informatie in, nodigen deskundigen uit en gaan op excursie. Een onafhankelijk bureau begeleidt het burgerberaad en zorgt dat er aan het eind een advies ligt namens het burgerberaad. De gemeenteraad en het college nemen het advies in ontvangst en voeren het advies uit wanneer dat financieel, juridisch en praktisch haalbaar is. Zo leren we meer over burgerberaden als participatievorm en werken we samen aan een schone stad.

Call to action [wisselend] Of u nou een bewoner of een ondernemer bent in Amsterdam. Jong of oud. Wij hopen dat u ons wilt helpen. Houd de brievenbus dus goed in de gaten. Krijgt u een uitnodiging van de gemeente? Pak deze kans en meld u aan!

Aanpak

Hieronder staat de externe communicatieaanpak uitgewerkt per fase voor de verschillende externe doelgroepen.

Aanpak fase 1: voor het burgerberaad

Deze fase beslaat de periode van voorbereiding en besluitvorming, het wervingsproces, tot en met de loting van de definitieve groep deelnemers.

Communicatiedoelen:

- ✓ Belanghebbenden zijn goed geïnformeerd, betrokken bij de voorbereiding en toegerust voor de besluitvorming
- ✓ Het brede publiek is geïnformeerd over het burgerberaad en kan informatie vinden
- ✓ De genodigden zijn goed geïnformeerd, snappen wat we vragen en wat het handelingsperspectief is
- ✓ Zoveel mogelijk genodigden melden zich aan
- ✓ We bereiken een zo goed mogelijke afspiegeling van de Amsterdamse bevolking
- ✓ De deelnemers voelen zich toegerust om aan het burgerberaad te starten
- ✓ De uitgelote groep voelt zich goed geïnformeerd over het proces, de uitslag en weet wat hun handelingsperspectieven zijn

Vorbereiding en besluitvorming

- Luisteren en betrekken: Om een goede vraag te kunnen stellen aan het burgerberaad, is het goed om te weten wat Amsterdammers bezighoudt op het gebied van afval. Daarom zijn er klankbordgroepen en gesprekken met Amsterdammers, raadsleden en met collega's.

- Helder en betrouwbaar vertrekpunt: We stellen een duidelijke, goed leesbare startnotitie op die beschrijft waarom we een burgerberaad Schone stad gaan organiseren, hoe we dit aanpakken en wat dit betekent. Dit vormt de basis voor de verdere uitvoering, ook voor de communicatie. Daarbij geldt: zorg dat we straks (kunnen) waarmaken wat we beloven.
- Communicatie-analyse: Door middel van de methodiek Factor C brengen we het krachtenveld in kaart, stellen we een kernverhaal op en werken we de communicatieaanpak uit.
- Committeren: Voor het laten slagen van een burgerberaad is commitment van de gemeenteraad, college en ambtelijke organisatie essentieel, zodat zij de adviezen van het burgerberaad straks serieus nemen, verder uitwerken en (waar dat kan) realiseren. Dit vraagt – nu al - om een duidelijke boodschap: waar committeren zij zich precies aan? Hoe zien de (tussentijdse) toetsing en het 'landingsproces' van het advies eruit en wat betekent dit voor hen? Of vraag hen: wat hebben zij nodig om het advies straks goed te ontvangen, bespreken verder te brengen? Benut de denkkracht. Dit helpt tevens om het burgerberaad hier t.z.t. goed over te informeren, zorgen weg te nemen en vertrouwen te kunnen geven in een goede afloop.
- Technische sessie: Om raadsleden in staat te stellen om zich over het onderwerp te laten informeren, vragen of zorgen te bespreken en zich goed voor te bereiden op de besluitvorming bieden we een technische sessie aan. Dit geeft het projectteam kans om tijdig bij te sturen o.b.v. de feedback en draagt bij aan betrokkenheid en draagvlak.

Bekendmaking burgerberaad (breed publiek)

Brede publiek informeren

Wanneer het raadsbesluit is genomen, informeren we het brede publiek (intern en extern) dat het burgerberaad schone stad eraan komt, waarom we dit doen en wat dit betekent. We plaatsen het nieuws over het burgerberaad schone stad in de brede context van (het gezamenlijk aanpakken) van de afvalproblematiek. Zo zijn we transparant, komt het onderwerp op het netvlies en is alle info vindbaar voor geïnteresseerden.

We zetten de volgende middelen en kanalen in:

- ✓ Website Amsterdam.nl (nieuwsbericht en subsite)
- ✓ Digitale nieuwsbrief
- ✓ Socials
- ✓ Persbericht t.b.v. berichtgeving in de media
- ✓ Onderwerp actief pluggen bij de media (bijv. interview wethouder)
- ✓ AT5 (in gesprek met de BM)
- ✓ Loket/ 14020: we zorgen dat collega's van onze loketten geïnformeerd zijn en bij vragen kunnen doorverwijzen
- ✓ De backoffice is geregeld binnen het projectteam met een project e-mailadres en telefoonnummer.

In overleg met woordvoering stellen we de definitieve mediabenedering en de rolverdeling tussen de bestuurders vast.

Werving deelnemers burgerberaad

Gericht uitnodigen (basis):

De 10.000 ingelote Amsterdammers krijgen een uitnodiging op naam, per post. Dit doen we zo:

- ✓ Envelop: in stijl van Amsterdam met opvallende 'stempel' burgerberaad erop en evt. extra teaser om te openen (en geruststelling dat het geen rekening is).

- ✓ Brief: kort, persoonlijk en begrijpelijk (conform richtlijnen: B1 taalniveau in NL), ondertekening door de burgemeester en activerend om aan te melden.
- ✓ Folderr: we voegen een folder bij waarin we stapsgewijs en beeldend uitleg geven. Zo kunnen we de brief kort en toegankelijk houden
- ✓ Videoboodschap: we plaatsen een QR-code met videoboodschap als extra pull-factor en om het beeldend te maken
- ✓ Aanmeldformulier: i.s.m. O&S ontwikkelen we een gebruiksvriendelijk aanmeldformulier en ontvangstbevestiging
- ✓ Subsite: we zetten een subsite klaar met alle info, teasers en een aanmeldlink. URL: amsterdam.nl/burgerberaadshonestad

Voor ondernemers maken we de brief op maat.

Gericht uitnodigen (plus):

Twee weken na het versturen van de uitnodiging maken we de balans op. Hoeveel aanmeldingen hebben we? Zijn er categorieën ondervertegenwoordigd? Indien nodig ondernemen we actie. Dit doen we zo:

- ✓ Nabellen: Telefonische enquêteurs van O+S bellen gericht na binnen de steekproef. Voor deze belactie stellen we een gespreksleidraad op. Voordelen:
 - Reminder ("oh ja")
 - Kans om moeilijk bereikbare doelgroepen wel te bereiken
 - Extra contactmoment met de doelgroep
 - Persoonlijk gesprek biedt mogelijkheden: vragen beantwoorden, twijfels wegnemen, enthousiasmeren, waarderen en bedanken
- ✓ We adverteren doelgroepgericht op social media, om zoveel mogelijk bereik te genereren en genodigden te activeren om mee te doen. "Heb jij een brief gehad? Doe mee."

NB. Ons netwerk inzetten om moeilijk bereikbare doelgroepen (ook offline) te bereiken is arbeidsintensief en waarschijnlijk weinig effectief. Immers, de kans is zeer klein dat we zo de mensen vangen die ook een brief hebben gehad (speld in een hooiberg). Het kan ook ruis geven, omdat het de verwachting kan wekken dat iedereen zich kan aanmelden of de brief heeft gemist.

Communicatie over uitslag loting

De gemeente (projectleider) informeert alle mensen die zich hadden aangemeld over de uitslag van de loting. Dit doen we per e-mail. De deelnemers ontvangen vervolgens meer informatie over de deelname, het programma en alle praktische info die erbij hoort (EMMA). De niet-ingelote mensen bedanken we voor hun interesse en bereidheid mee te denken. Hen bieden we een alternatief handelingsperspectief:

- ✓ Wilt u het burgerberaad nog iets meegeven of toewensen? Deel uw bijdrage met ons.
- ✓ Reservelijst (bij afvallers kun je alsnog opgeroepen worden)
- ✓ Abonneren op de nieuwsbrief + link naar website noemen
- ✓ Andere manieren om mee te helpen in het afvalvraagstuk (container adopteren etc)

Aanpak fase 2: tijdens het burgerberaad

Dit is de uitvoerende fase van het burgerberaad. Tijdens deze periode vinden de bijeenkomsten van het burgerberaad plaats. De deelnemers bepalen zelf wat er gedeeld wordt met de buitenwereld.

Communicatiedoelen:

- ✓ De deelnemers zijn goed geïnformeerd over proces en inhoud en weten wat van hen verwacht wordt

- ✓ De deelnemers zijn geboeid, voelen zich betrokken en gemotiveerd
- ✓ De deelnemers kunnen thuis iets laten zien of lezen, waardoor het burgerberaad een groter bereik krijgt
- ✓ Belanghebbenden zijn actief geïnformeerd over de voortgang
- ✓ Het brede publiek kan het proces volgen en informatie vinden

Doelgroep: Deelnemers

Bureau EMMA verzorgt de deelnemerscommunicatie en is eindverantwoordelijk. Omdat de gemeente als opdrachtgever ook transparant moet kunnen zijn over het burgerberaad, zorgen we er samen voor dat de verslaglegging (publieksvriendelijk in tekst, foto, video) op orde is en (onder embargo) gemaakt wordt. Zo profiteren zowel de deelnemers als andere doelgroepen ervan.

- Startpresentaties & informatiemateriaal: We rusten onze sprekers en experts toe met publieksvriendelijke middelen. Denk aan mooie powerpoint, praatplaat, reader, video of animatie (explainers).
- Verslaglegging / reportage:
 - ✓ Inhoudelijk verslag, begrijpelijk en toegankelijk (EMMA)
 - ✓ Sfeerverslag / -beelden en interviews (coproductie EMMA/gemeente)
 - ✓ We zetten een reporter, foto- en/of videograaf in die onder embargo het burgerberaad vastleggen. We kijken of binnen de directie Communicatie specialisten beschikbaar zijn.
 - ✓ Optie: cartoonist inzetten om mee te tekenen tijdens het beraad. Is leuk en fijn voor de deelnemers en geeft ons weer materiaal voor de brede communicatie (na afloop) en de presentatie aan de gemeenteraad.
- Website:

- ✓ Alle relevante info wordt tijdig gepubliceerd op de website (subsite BB).
- ✓ De site heeft een openbaar deel en een afgeschermd deel voor de deelnemers, waarop we verslagen, documenten, foto's en links delen.
- ✓ Online is er geen interactiemogelijkheid (want we willen een gelijkwaardig gesprek, alleen offline tijdens bijeenkomsten)
- Evaluatie: Om te checken hoe de deelnemers het programma ervaren, of ze het kunnen volgen en of ze nog tips hebben doen we tussentijds korte evaluaties / polls. EMMA doet hiervoor een voorstel.
- Extra's: De basis moet vooral op orde zijn, maar 'the devil is in the detail'. Met EMMA kijken we wat we extra kunnen doen om deelnemers warm te houden, te waarderen en motiveren zodat we met zoveel mogelijk mensen de eindstreep halen en de groep zo representatief mogelijk blijft.

Doelgroep: Brede publiek

We maken van elke bijeenkomst een sfeerimpressie en geven zo een inkijkje in het verloop (proces) en de beleving van de mensen die meedoen (zie boven). Overleg met burgerberaad wat wanneer naar buiten mag en wie (niet) in beeld komen. Denk aan: interview- of videoserie.

Middelen en kanalen:

- Website: Nieuws en interessante (openbare) content delen we primair via de subsite van het burgerberaad
- Nieuwsbrief: Geïnteresseerden kunnen zich aanmelden en houden we op de hoogte via een periodieke e-mailupdate (nieuwsflits)

- Corporate kanalen gemeente: Na de start van het burgerberaad belichten we het onderwerp door deelnemers aan het woord te laten. Wie zijn zij en wat drijft hen? Dit doen we via: gemeentekrant, website, nieuwsbrief, socials. Insteek en timing i.o.m. nieuwsredactie.
- AT5 informeert: Na de start (in het voorjaar) belichten we het onderwerp ook via de rubriek AT5 Informeert. Wederom de deelnemers en hun ervaringen centraal. We vragen of er deelnemers zijn die hieraan mee willen werken.

Eindpresentatie/ overhandiging

Aan het eind van rit presenteert het burgerberaad het advies aan het gemeentebestuur. Vorm en inhoud bepalen zij zelf. We maken hier een feestelijk moment van, om de deelnemers het podium te geven dat ze verdienen en ze te bedanken. Belangrijk is om hier tijdig een moment voor te plannen en genodigdenlijst te maken, alsook afspraken over omgang met de pers.

Optie: bij het moment van stemmen (bijeenkomst 6) nodigen we al (enkele) bestuurders of raadsleden uit als toeschouwer.

Aanpak fase 3: na het burgerberaad

De communicatieaanpak voor fase 3 wordt later uitgewerkt en volgt.

Aandachtspunten zijn:

- ✓ Deelnemers proactief informeren, betrekken en warm houden
- ✓ Zachte landing verzorgen van het advies in de organisatie
- ✓ Procesbegeleiding bieden bij doorvertaling van advies naar implementatie

- ✓ Breed publiek informeren en bewijzen van opvolging/ realisatie tonen

Het is raadzaam om voor het burgerebestaan aan de slag te gaan met het ontwerpen van fase 3. Een groot zorg- en pijnpunt bij participatie (en bij een burgerbestaan helemaal, want het is een intensieve vorm) is de opvolging. Dit

zal bij deelnemers leven, maar ook intern. Angst voor organiseren van een teleurstelling. Door juist hier samen naar te kijken, en dit tijdig te doen, leggen we de vinger op de zere plek én gebruiken we alle denkkraft die er is (ook bij de juiste stakeholders die we nodig hebben) om hier 'wél een succesvol (leer)traject van te maken. Durf juist de participatiepijn te benoemen en gebruik die frustratie voor iets positiefs.

2. Interne communicatie

Trekker: projectleider burgerberaad

In nauwe samenwerking met: communicatieadviseur

Visie op het vraagstuk

Interne communicatie kan bijdragen om van het burgerberaad Schone stad een succes te maken.

- Er poppen steeds meer burgerberaden op in het land. Dit maakt nieuwsgierig. Ook in alle hoeken van onze organisatie zullen er collega's zijn die meer willen weten of leren en het project graag volgen.
- We hebben medewerking nodig van een deel van onze collega's in het project. Hen tijdig informeren en betrekken is essentieel. Kunnen we een vriendenkring rond het project realiseren?
- Er zal ook scepsis en bezorgdheid over dit project zijn in onze organisatie. 'Participatiepijn' van de keren dat het mis ging, we adviezen onvoldoende opvolgden en deelnemers teleurstelden. Met betrokken collega's die zich hier mogelijk ook machteloos in voelden. Oog hebben voor dit sentiment (en er misschien zelfs gebruik van maken) is belangrijk, wekt vertrouwen en draagt positief bij het project en aan de sfeer.
- Er spelen veel onderwerpen in de organisatie dat de aandacht van collega's vragen. Dit vraagt om structuur in onze interne communicatie, doseren van info en wat we doen, goed doen. Zodat het opvalt, verrast en effect heeft. En we moeten letten op de samenhang en synergie met aanpalende projecten. Zodat we elkaar versterken en acties kunnen afstemmen.
- In de betrokken directies werkt een groot deel van de collega's buiten. Dit vraagt om extra inspanningen zodat we ook hen bereiken. En, nu we ons oor te luister leggen bij Amsterdammers. Worden de ideeën van medewerkers ook gehoord?

Raakvlakken (beleid, programma's, projecten)

Het is raadzaam om te kijken naar samenhang en positionering van dit project in de bredere context.

- In 2021 is een mini-burgerberaad gehouden over klimaat, met een gedegen evaluatie (door HvA).
- In 2024 stelt de gemeente het Uitvoeringsprogramma Afval & Grondstoffen op voor de periode 2025 – 2028. De uitkomsten van het burgerberaad vinden onder andere hierin hun plek.
- Stedelijk Team Participatie heeft begin 2023 het Beleidskader burgerberaden opgesteld.
- Een overkoepelende communicatie- en contentstrategie voor het onderwerp 'schoon' is in een vergevorderd stadium.
- In 2024 wordt de inspraakverordening vervangen door de participatieverordening. De implementatie hiervan wordt voorbereid door het stedelijk team Participatie. Ook binnen de directie Communicatie is een kerngroep actief.
- Binnen de gemeente is er ook een programma 'Vertrouwen in de overheid'.

Strategie

Hoe nemen we mensen mee?

Zoveel mensen, zoveel meningen (vragen, zorgen, wensen ...)

- Burgerberaden zijn een hot item! Daar wil ik alles van weten.
- Wat is dit precies en hoe werkt het? Ik heb nog wel wat vragen.
- Hee, dit gaat ook over mijn werk. Wat kan (of moet) ik hiermee?
- Hoe kan een leek nou iets bijdragen aan dit complexe probleem?
- Is de vraag wel scherp genoeg?
- Krijgen we straks niet te horen wat we al weten, hebben gedaan, etc?
- [geen reactie, te druk met eigen werk en er moet al zoveel]
- Niet ... maar poetsen!
- Ik ben bang dat het een teleurstelling wordt en er straks (weer) niks mee gebeurt...
- Ik heb ook goede ideeën en advies, maar daar wordt niet naar geluisterd of hoor ik nooit meer wat van...

Communicatiedoelgroepen en stakeholders

Projectorganisatie:

- Projectteam
- Stuurgroep

Doelgroepen (algemeen):

- Klankbordgroep(en): je denkt mee over het project
- Belanghebbenden: de uitkomsten van het burgerberaad hebben (mogelijk) invloed op jouw werk
- Brede publiek: Je bent (potentieel) geïnteresseerd, maar hebt geen direct belang of rol

Specifiek:

Directies /afdelingen

- Collega's Stadsbeheer: A&G, SW, THOR
- Management, beleid, uitvoering
- Communicatie
- Participatie / democratisering
- Circulair

Stadsdelen

- Gebiedsteams
- Stadsdeelbestuurders

Gemeente

- Alle collega's die (in potentie) geïnteresseerd zijn, maar geen rol hebben

Bestuur

- Burgemeester
- Wethouder Pels
- Wethouder Groot Wassink
- College B&W
- Gemeenteraad

Voor de communicatieplanning nog verder uitstippelen (op stakeholderniveau):

- ✓ Meebeslissen: welke beslismomenten zijn er (voor wie)?
- ✓ Meewerken: wie moet iets doen en wanneer?
- ✓ Meedenken: wie kan wanneer meedenken?

- ✓ Meeweten: wie moet (of wil) wat weten en wanneer?

+ hebben we iedereen in kaart of missen we nog stakeholders?

NB. De communicatie met individuele stakeholders is een verantwoordelijkheid van het projectmanagement. Communicatie heeft hierbij een adviserende rol en richt zich in de uitvoering op het bereiken van de communicatiedoelgroepen.

Ambitieniveau

Hoe groot of klein pakken we de interne communicatie rondom het burgerberaad aan?

- Wanneer is het project intern een succes?
- Wat willen we bij wie bereiken?
- Wat valt binnen onze scope en wat niet?
- Met wie werken we samen (gedeeld eigenaarschap)?
- Wat *moeten* we doen (basis) en wat *kunnen en willen* we doen (plus)?

Voorstel intern communicatieconcept

De kenmerken van het burgerberaad gebruiken we als inspiratiebron en rode draad voor de interne communicatie en interne participatie:

- A. Buitenwereld naar binnen halen
- B. Open en kwetsbaar opstellen
- C. Wisdom of the crowd benutten
- D. Experimenteren en leren

Hoe doen we dat?

- A. Wat 'buiten' in het burgerberaad gebeurt, halen we naar binnen door te delen wat we kunnen delen. Het burgerberaad zal even een 'black box' zijn. Maar we kunnen wel kijkgaatjes maken door impressies te delen en een kijkje in de keuken geven bij de mensen

die aan het project werken (projectteam, deskundigen, feedbackcommissie, excursieleiders, etc). Hoe beleven zij dit traject? Wat is hun rol en wat maken ze mee?

- B. We betrekken relevante stakeholders actief bij de organisatie en de uitvoering van het burgerberaad (nu al d.m.v. klankbordgroep). Dat is al in de voorbereiding gebeurd met de klankbordgroepen van actieve bewoners, uitvoerende ambtenaren, beleidsambtenaren, afvalverwerkers, MKB en raadsleden. We benutten hun wijsheid en houden dit vast in de verschillende fasen door hen actief te informeren en te bevragen en eventueel in te zetten op verzoek van het burgerberaad als experts en ervaringsdeskundigen
- C. We geven inzicht in onze aanpak en afwegingen (vooraf), het verloop (tijdens), de uitkomst, toetsing, opvolging en uitvoering

(na). We laten collega's meereizen met 'de mensen van het burgerberaad' en delen ook waar we tegenaan lopen en hoe we hiermee omgaan.

- D. We laten collega's kennismaken met het instrument burgerberaad door het bieden van inspiratie en beleving (zelf ervaren hoe het werkt). Optie: groep collega's in loten om over een dilemma mee te denken. Of: we onderzoeken welke participatievorm voor welke vraag werkt.

Deze aanpak zou ook gekoppeld kunnen worden aan het uitvoeringsprogramma A&G, dat parallel aan het burgerberaad ontwikkeld wordt, om intern het gesprek te voeren/ input op te halen.

Doelen interne communicatie in twee scenario's (basis en plus):

<p><u>Basis:</u></p> <ul style="list-style-type: none">▪ Belanghebbenden voelen zich gezien en gehoord in de voorbereiding van het burgerberaad en de vraagstelling▪ Belanghebbenden weten tijdig wat dit burgerberaad inhoudt, wat dit (voor/ tijdens/ na) voor hen betekent en van hen vraagt en denken en/of werken mee▪ Collega's (selectie) worden actief betrokken als (oproepbare) expert, excursie- of gespreksleider, of denkt hierover mee▪ Collega's (breed) kunnen informatie vinden en het project volgen	<p><u>Plus:</u></p> <ul style="list-style-type: none">▪ Alles van Basis▪ Collega's (breed) leren van dit project (zowel over het instrument burgerberaad als de inhoud/thematiek) door het geven van een uitgebreide inkijk.▪ Communicatie draagt bij aan gedragsverandering (loslaten, open houding, transparant durven zijn, vertrouwen hebben, oplossingsgericht zijn, etc) om succesvoller te worden in participatietrajecten en in de verhouding overheid-burger.
---	--

We zorgen dat de basis in ieder geval op orde is en richten ons met een plus-aanpak op de collega's die in hun werk te maken hebben of gaan krijgen met de adviezen van het burgerberaad, zodat we voor de bedding zorgen die nodig is voor een goede opvolging.

Voorbeelden van uitwerking

Basisscenario

<p><i>Ingrediënten:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ In februari gaat het burgerberaad schone stad van start. 150 Amsterdammers staan klaar! ▪ Hoe gaat het met de voorbereidingen? ▪ Welke harde noten zijn gekraakt? ▪ Voor de 2e bijeenkomst van het burgerberaad nodigden de deelnemers experts uit om een mini-college te geven. [Collega, functie] vertelde meer over ... Hoe heeft die dit ervaren? ▪ De deelnemers van het burgerberaad keken hun ogen uit tijdens hun excursie met [namen] van de inzameling. 	<p><i>Calls to action:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Wil je meer weten? Kom naar de digitale inloop sessie ▪ Bekijk het animatiefilmpje... ▪ Lees het interview op ... ▪ Reporter X geeft na elke bijeenkomst een video-update. Check... ▪ Abonneer je op de nieuwsflits en mis niks!
---	---

Plusscenario

<p><i>Ingrediënten:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ We doen ervaring op met het burgerberaden als participatievorm. Voor welke vragen is een burgerberaad een passend instrument? Hoe maak je er een succes van en wat moet je vooral niet doen? ▪ Help! We zitten als projectteam met een dilemma. Hoe gaan we om met ...? ▪ Advies inwinnen van een onafhankelijk burgerberaad vraagt van ons een open houding, loslaten en commitment om de adviezen straks constructief te bekijken en – waar dat kan – te realiseren. Een spannend traject, want participatiepijn kennen we allemaal. Hoe kunnen we dit ongemak omarmen, verkennen en omzetten in iets positiefs? 	<p><i>Calls to action:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kom naar de masterclass met o.a. X van gemeente Y ▪ We laten jou graag ervaren hoe een burgerberaad werkt. Doe mee met ons interne miniberaad over... ▪ Denk jij mee? Meld je aan en wie weet loten we jou in ;-) ▪ We kunnen jou hulp goed gebruiken bij het ontwerpen van een goede nazorgfase. Schets mee in de ontwerpstudio o.l.v. design thinker... ▪ Het burgerberaad komt met advies! Schuif jij aan bij de napraat? Vink aan of je een dwarsdenker, doener, dromer of [vul in] bent, want alle blikken zijn welkom!
--	---

Communicatiemiddelen

<p><i>Online:</i> <u>Intranet- en/of Tamtampagina</u> ✓ Basisinformatie, nieuws en achtergrond</p>	<p><i>Online/offline:</i> <u>Info- / participatie- / leersessies</u> ✓ Digitale inloop sessie(s)</p>	<p><i>Offline:</i></p>
--	--	------------------------

<ul style="list-style-type: none"> ✓ Projectteam / contactinfo <p><u>Nieuwsberichten (intranet en interne nieuwsbrief)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Amsterdam-breed ✓ Directie-specifiek <p><u>E-mailupdate (maandelijks)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nieuwsflits voor geïnteresseerden (extern en intern) ✓ Mix van tekst, foto en video <p><u>Personeelsmagazine (1x)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Achtergrond / interview 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Volgt verder op basis van ambitieniveau <p><u>Lijncommunicatie (en toolkit)</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Check per directie (Bij THOR bijv. via briefings, THOR TV en Maandstart) ✓ We maken een toolkit met o.a. een powerpoint om te gebruiken in de lijncommunicatie 	<p>Volgt op basis van ambitieniveau mbt communicatie voor de uitvoerende collega's. Denk aan:</p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Nudges / teasers (op locaties/ in kantines) ✓ Iets a la de kartonnen poppen of een mooi (herbruikbaar) informatiepaneel ✓ QR-code > video over burgerberaad
---	---	--

Communicatieplanning (korte termijn)

<p><i>Oktober</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ E-mailupdate met oproep experts en excursies 	<p><i>November</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Intranet- / Tamtam klaarzetten 	<p><i>December</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Intranet- / Tamtam live ✓ Nieuwsbericht gemeentebreed (pushen binnen directies) met daarin ook een oproep voor gespreksleiders (of is dat te laat?) ✓ Digitale inloopsessie / Q&A (apart voor belanghebbenden of open?) 	<p><i>Januari</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Update n.a.v. loting en werving (brieven eruit) ✓ Achtergrond: interview OiS, Communicatie 	<p><i>Februari</i></p> <ul style="list-style-type: none"> ✓ Update n.a.v. burgerberaad deelnemers bekend
--	---	--	---	---

Een gedetailleerde communicatieplanning volgt.

Accountability

We nemen verantwoordelijkheid voor de kwaliteit en effectiviteit van onze communicatieaanpak, intern en extern. Dit doen we door:

- Onderbouwd advies (o.b.v. theorie, data, onderzoek)
- Advies en medewerking van diverse specialisten binnen de gemeente Amsterdam (o.a. voor redactie en productie van tekst en beeld – begrijpelijk en toegankelijk)

- Klankbordgroep communicatie en doelgroep-gesprekken (bijv. checken bij de uitvoering waar hun behoefte zit)
- Testen, evalueren en bijsturen, bijvoorbeeld:
 - Envelop en uitnodigingsbrief laten testen door panel
 - Social ads A/B testen
 - Monitoring online communicatie

Begroting 2023

De communicatiebegroting voor 2024 volgt.

Omschrijving	Kosten
Opmaak startnotitie	5.1, 2, b
Opmaak keurmerk, envelop en folder	
Teaservideo productie (en afkoop stockbeelden)	
Animatiefilmpje	
Beeldmateriaal (advertenties, fotografie)	
Totaal	
<i>Drukwerk (brieven, enveloppen, folders)</i>	<i>Uit budget O&S</i>
<i>Media-inkoop social media ads</i>	<i>Uit budget Communicatie</i>

3. Loting

Trekker: 5.1, 2, e

In nauwe samenwerking met: 5.1, 2, e

Gewenste groepsgrootte

We starten met 150 deelnemers. We gaan ervanuit dat gedurende het proces 20 tot 30% afvalt. Door met dit aantal te starten, gaan we ervanuit dat er aan het eind zeker nog 100 deelnemers over zijn.

Reservelijst

Iedereen die zich aanmeldt maar niet wordt ingeloot, komt op de reservelijst, tenzij ze dat niet willen. Als deelnemers voor bijeenkomst 1 afvallen, worden ze vervangen door iemand van de reservelijst met vergelijkbare kenmerken. Na de eerste bijeenkomst worden er geen nieuwe deelnemers toegevoegd van de reservelijst.

Loting 1: steekproef trekken

- We gaan uit van een gewenste respons van ongeveer 300 aanmeldingen, zodat in de tweede ronde voldoende ruimte is om een zo representatief mogelijke groep samen te stellen.
- We gaan uit van een respons tussen de 1 en 5% op basis van eerdere ervaringen met loting in Amsterdam.
- Uitgaande van een respons van 3% sturen we 10.000 uitnodigingsbrieven.
- De steekproef wordt getrokken op basis van de volgende kenmerken uit het burgerregister:
 - Leeftijd
 - Sekse
 - Woonvorm (huur/koop)
 - Stadsdeel

- Migratieachtergrond
- Jongeren en mensen met een niet- westerse migratieachtergrond worden oversampeld omdat we uit eerdere ervaringen met loting in Amsterdam weten dat we van deze groepen gemiddeld een lagere respons kunnen verwachten.

Extra inspanning moeilijk bereikbare groepen

- Voor mediaoffensief zie externe communicatie
- De getrokken steekproef wordt verrijkt met telefoonnummers. Naar verwachting is van 50% van de mensen in de steekproef het telefoonnummer te achterhalen. Wanneer in de eerste week na uitnodiging blijkt dat de respons onder een specifieke groep achterblijft, wordt die groep gericht gebeld door enquêteurs van O&S.

Loting 2: deelnemers selecteren

- In de tweede ronde wordt geloot op basis van alle kenmerken zoals genoemd in de startnotitie: leeftijd, genderidentiteit, stadsdeel, huur/koop, opleiding en migratieachtergrond.
- In alle categorieën waar meer aanmeldingen zijn dan plekken in het burgerberaad, wordt binnen die groep geloot.
- O&S beschrijft de details van de loting in een verantwoordingsdocument.
- Wanneer mensen niet ingeloot worden krijgen ze bericht met:
 - Optie zich aan te melden voor de nieuwsbrief
 - Uitnodiging voor de presentatie van de aanbevelingen
 - Verwijzing naar de website met de volgende activiteiten met een open inschrijving:
 - Onderzoekpanel O&S
 - Containeradoptant
 - Buurtplatforms
 - Buurtbudgetten

Planning loting

	Datum
Verzoek indienen bij CPA (privacy commissie)	13 oktober 2023
Vorbereidingen	november
Steekproef trekken	15 december
Drukken en verzenden van de uitnodigingen	week 51
Uitnodigingen op de mat van bewoners	4 of 5 januari
Aanmelden door bewoners	t/m 14 januari
Data opleveren	15 januari
Deelnemers selecteren en nabellen non-respons door O&S	t/m 31 januari
Aanleveren naam, e-mail en telefoonnummer deelnemers	3 februari

4. Deelnemerscommunicatie

Trekker: onafhankelijk procesbegeleider

In nauwe samenwerking met: communicatieadviseur

Doelstelling

De deelnemerscommunicatie heeft als doel om de deelnemers:

- te informeren over de inhoud en het proces van het burgerberaad;
- te betrekken bij het burgerberaad;
- tot een goede en zelfstandige afweging te laten komen;
- het gevoel te geven deel uit te maken van iets unieks.

De deelnemerscommunicatie start op het moment dat het duidelijk is wie de deelnemers van het burgerberaad zijn: dus na de loting.

De deelnemerscommunicatie verloopt - buiten de bijeenkomsten - via de website en e-mail.

Website. Op www.amsterdam.nl/burgerberaadschonestad staat alle informatie over het burgerberaad voor het algemene publiek. Een afgeschermd omgeving is alleen toegankelijk voor deelnemers. Zij vinden daar achtergrondinformatie over afvalbeleid, informatie over experts of informatie die op verzoek van het burgerberaad zelf wordt aangeboden. EMMA draagt hier zorg voor.

E-mail. EMMA beheert een speciaal mailadres: burgerberaadschonestad@emma.nl. Vanuit dit adres worden uitnodigingen en praktische informatie verstuurd. Ook onderhouden we hiermee individueel contact met deelnemers. Voor informatie die acuut gedeeld moet worden, pakken we de telefoon of appen we met deelnemers.

Mijlpalen

Toewerken naar 29 november

Aansluitend op de interne en de externe communicatie is 29 november de belangrijkste mijlpaal. Alle content van de website is in week 46 gereed en klaar voor publicatie. De belangrijkste onderdelen: wat is een burgerberaad, waarom houdt Amsterdam een burgerberaad over afval, hoe werkt een burgerberaad, loting, commitment, etc. De startnotitie, de uitkomsten van Factor C-sessie en bestaande voorbeeldteksten bieden hiervoor input.

Communicatiemomenten

Na de loting (per mail), week 1 2024:

- U bent ingeloot (en bevestig uw aanmelding)
- U bent uitgeloot (hier kunt u het burgerberaad volgen)
- U staat op de reservelijst (u krijgt uiterlijk X te horen of u wel of niet mee mag doen)
- Nabellen van niet-bevestigde deelnemers (week 4), door O&S.

Eén week voor bijeenkomst	Bijeenkomst	Eén week na bijeenkomst
<p>Voor reservelijstleden:</p> <ul style="list-style-type: none">▪ U mag alsnog meedoen▪ U mag helaas niet meedoen▪ Laatste praktische informatie, programma dag 1▪ Link naar deelnemersplatform	<p><u>Bijeenkomst 1</u> Maandagavond 4 maart</p>	<ul style="list-style-type: none">▪ Verslag bijeenkomst 1
<ul style="list-style-type: none">▪ Programma bijeenkomst 2▪ Evt. aanvullende informatie	<p><u>Bijeenkomst 2</u> Zaterdag 30 maart</p>	<ul style="list-style-type: none">▪ Verslag bijeenkomst 2
<ul style="list-style-type: none">▪ Programma bijeenkomst 3▪ Evt. aanvullende informatie	<p><u>Bijeenkomst 3</u> Zaterdag 20 april Stadsbezoek</p>	<ul style="list-style-type: none">▪ Verslag/impressie stadsbezoeken
<ul style="list-style-type: none">▪ Programma bijeenkomst 4▪ Evt. aanvullende informatie	<p><u>Bijeenkomst 4</u> Dinsdagavond 21 mei</p>	<ul style="list-style-type: none">▪ Verslag bijeenkomst 4
<ul style="list-style-type: none">▪ Programma bijeenkomst 5▪ Opmerkingen van de feedbackcommissie▪ Evt. aanvullende informatie	<p><u>Bijeenkomst 5</u> Zaterdag 29 juni</p>	<ul style="list-style-type: none">▪ Verslag bijeenkomst 5
<ul style="list-style-type: none">▪ Programma bijeenkomst 6▪ Evt. aanvullende informatie	<p><u>Bijeenkomst 6</u> maandagavond 15 juli</p>	<ul style="list-style-type: none">▪ Verslag bijeenkomst 6▪ Uitnodiging uitgangsmoment, uitleg vervolgproces na zomerreces

Leren van feedback

Om deelnemers betrokken te houden, willen we lering trekking uit onze aanpak, benadering en handelswijze. We nodigen de deelnemers regelmatig uit om via een eenvoudige enquête (anoniem) hun mening te geven. De uitkomsten delen we in het projectteam, de stuurgroep en onder de gespreksbegeleiders.

Uniek en profiel

Om deelnemers van het burgerberaad het gevoel te geven dat zij deel uitmaken van iets unieks, investeren we in persoonlijke aandacht. We tonen

oprechte interesse, luisteren zonder waardeoordeel en laten iedereen voldoende aan bod komen. Dit is de grondhouding waarmee de dagvoorzitter, de floormanager en de gespreksbegeleiders met de groep omgaan. Daarnaast zorgen we voor differentiatie in het programma, met interactie, beeld, presentatie, etc. Zo houden we de aandacht vast en de boog gespannen. Om "het unieke" te markeren werken we met een logo, als afgeleide van de huisstijl van de gemeente. Dat onderscheidt het burgerberaad van de gemeente Amsterdam als een zelfstandig tijdelijk instrument.

5. Programma op hoofdlijnen

Trekker: Onafhankelijk procesbegeleider

In nauwe samenwerking met: projectleider burgerberaad

Het programma is hieronder op hoofdlijnen uitgewerkt. Daarbij moet worden aangetekend dat vanaf bijeenkomst 3, de werkbezoeken, nog veel besloten moet worden en afhankelijk is van het aantal gekozen thema's. Los van het feit dat de vaste elementen van een burgerberaad, zoals delibereren en stemming over de adviezen, vanzelfsprekend terugkomen in bijeenkomst 5 en 6, worden de werkvormen, interventies, etc. later ingevuld.

Bijeenkomst 1 – installatie, kennismaken met elkaar en het vraagstuk, selecteren van thema's en experts

Maandagavond 4 maart 2024

Tijd	Programmaonderdeel	Aantekeningen
17.45 – 18.30	<i>Inloop, check-in en diner</i> Deelnemers nemen plaats aan hun tafel. Gespreksbegeleiders verwelkomen deelnemers en stellen mensen op hun gemak. De gespreksleider vraagt deelnemers tijdens de kennismaking over hun persoonlijke ervaring met afval. Direct ruimte voor onderbuik, sentiment en ideeën.	Catering
18.30 – 18.45	<i>Plenaire ontvangst en kennismaking</i> <ul style="list-style-type: none">- Welkom- Wie zijn wij? Kort: waarom zijn we hier? (later uitgebreider uitleg over vraagstuk)- Programma vandaag- Uitleg werkvorm kennismaken met elkaar	
18.45 – 19.05	<i>Onderlinge kennismaking</i> Deelnemers schrijven op een briefje een interessant feitje over zichzelf, opgevouwen briefjes komen in een doos, deelnemer trekt briefje, leest voor en gokt van wie het briefje is.	Werkvorm
19.05 – 19.20	<i>Aftrap/installatie namens de gemeente (door burgemeester/wethouder?)</i> <ul style="list-style-type: none">- Dagvoorzitter geeft het woord aan vertegenwoordiger gemeente	

	<ul style="list-style-type: none"> - BM/WH legt uit waarom dit burgerberaad georganiseerd wordt <ul style="list-style-type: none"> o Dankwoord voor deelnemers o Waarom doen we dit? Waarom op deze manier? o Waarom dit vraagstuk? o Welke thema's geeft de gemeente mee? o Mandaat + kaders à wat wordt met het resultaat gedaan? 	
19.20-19.25	<p><i>Uitleg vraagstuk</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Dagvoorzitter introduceert twee experts (gemeente en onafhankelijk, over afvalbeleid en over afvalgedrag) die het vraagstuk introduceren 	
19.25 – 19.45	<p><i>Presentatie 1: pitch over afvalgedrag en de afvalketen</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 7 minuten presentatie, 13 minuten ruimte voor vragen. Per tafel door gespreksleider vragen laten ophalen en meest prangende aan de orde brengen. 	
19.45 – 20.05	<p><i>Presentatie 2: pitch over afvalbeleid</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - 7 minuten presentatie, 13 minuten ruimte voor vragen. Per tafel door gespreksleider vragen laten ophalen en meest prangende aan de orde brengen. 	
20.05 – 20.30	<p><i>Uitleg proces + procesafspraken</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Hoe gaan we dan tot adviezen komen? Programma bijeenkomsten op hoofdlijnen - Loting - Afspraken maken over stemprocedure, pers, gespreksregels etc. - Ruimte voor vragen 	
20.30 – 21.00	<p><i>Thema's</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Gemeente heeft al wat thema's meegegeven, missen we dan nog thema's? - 1. Gespreksleider vraagt deelnemers naar hun persoonlijke ervaring met het onderwerp 'Schone stad'. Wat heb jij meegemaakt? Hoe draag jij zelf bij aan een schone stad? - 2. Vervolgens projecteren we de thema's van de gemeente en stellen we de vraag welke thema's nog missen. Deze via Mentimeter invoeren en door deelnemers laten wegen. 	Werkvorm?
21.00 – 21.15	<p><i>Introductie experts en afronding</i></p> <ul style="list-style-type: none"> - Volgende bijeenkomst gaan we verdiepen. Daarvoor hebben we een keuzemenu aan experts op verschillende thema's klaarstaan die bereid een presentatie te geven. We hebben ruimte om 15 (?) experts aan het woord te laten. Jullie mogen kiezen wie dit zijn. Als jullie graag een andere expert willen horen, laat dat dan weten via de mail. Dan stemmen we daar volgende bijeenkomst over en proberen we deze te regelen. 	

	<ul style="list-style-type: none"> - Iedere deelnemer krijgt 5 stickers die geplakt kunnen worden op een CV van een expert. We laten via de terugkoppeling weten welke experts de meeste stemmen hadden. - Afsluiting: bedankt, jullie ontvangen van ons het verslag, uitslag stemming, en zien jullie weer tijdens de tweede bijeenkomst 	
21.15 – 21.30	<i>Stemmen op experts + naar huis</i>	

Bijeenkomst 2 – expertise vergaren en meningsvorming

Zaterdag 30 maart

Tijd	Programmaonderdeel	Aantekeningen
09.30 – 10.00	<i>Inloop en incheck</i> <ul style="list-style-type: none"> - De deelnemers met anderen aan tafel. Nieuwe kennismaking aan tafel met ijsbrekervragen (deelnemers zitten met anderen aan tafel) - Deelnemers vertellen waar ze wonen, wat hun grootste ergernis m.b.t. afval in hun buurt is? Ervaring met upcycling, etc. 	Catering: koffie/thee
10.00 – 10.15	<i>Welkom door dagvoorzitter</i> <ul style="list-style-type: none"> - Korte herhaling vraagstuk - Programma van vandaag: welke experts zijn gekozen? - Uitleg over carousel, de keuze x aantal thema's in drie ronden. 	
10.15 – 11.00	<i>Ronde 1 Expert</i> <ul style="list-style-type: none"> - Maximaal 15 minuten aan het woord - 15 minuten ruimte voor vragen - 15 minuten brainstorm in kleine groepjes aan tafel 	Quiz, Q&A, video, presentatie etc.
11.00 – 11.45	<i>Ronde 2 Expert</i> <ul style="list-style-type: none"> - Maximaal 15 minuten aan het woord - 15 minuten ruimte voor vragen - 15 minuten brainstorm in kleine groepjes aan tafel 	Quiz, Q&A, video, presentatie etc.
11.45 – 12.30	<i>Lunch</i>	Catering
12.30 – 13.45	<i>Serious game – ervaren wat het probleem is</i> Bijv. afvalquiz, quiz over afvalgedrag, afvalrace, ontleden van vuilniszakken uit verschillende stadsdelen	Onder begeleiding van: ntb

13.45 – 14.30	<i>Ronde 3 Expert</i> <ul style="list-style-type: none"> - Maximaal 15 minuten aan het woord - 15 minuten ruimte voor vragen - 15 minuten brainstorm in kleine groepjes aan tafel 	Quiz, Q&A, video, presentatie etc.
14.30 – 15.00	<i>Afsluiting</i> <ul style="list-style-type: none"> - Mist er nog informatie? Evt. stemmen over aanvullende expertise/experts - Vooruitblik naar bijeenkomst 3 (geef via Microsoft Forms aan welke 3 locaties je wilt bezoeken) - Huishoudelijke mededelingen 	

Bijeenkomst 3 – informeren en verbreden, de stad in

Zaterdag 20 april 2024

Bijeenkomst 3 is een logistieke opgave. Deze dag bestaat uit een aantal deelprogramma's. De komende tijd inventariseren we locaties die een goed beeld geven van de afvalketen in praktijk. Er is een optie dat voor elk thema een werkbezoek georganiseerd wordt, maar ook dat we uitkomen op een paar locaties waar meerdere thema's aan bod komen en externe deskundigen (van de niet ontvangende partij) aanwezig zijn voor een presentatie, workshop of experiment.

Voor elke locatie volgt een apart draaiboek dat in samenspraak met de ontvangende partij wordt samengesteld. Voor elke deelprogramma gaan we uit van 20 tot 30 deelnemers. Bij te veel deelnemers kan de groep tijdens een deelprogramma worden opgesplitst. Zo blijven alle deelnemers voldoende betrokken. Met een video starten we met een gezamenlijke aftrap. Daarin krijgt elke groep de opdracht om een beeldverslag te maken en de belangrijkste bevindingen vast te leggen.

Advies: maak de projectondersteuner van de gemeente eigenaar van de organisatie van deze dag.

Tijd	Programmaonderdeel	Aantekeningen
09.30 – 10.00	<i>Inloop en incheck op locatie deelprogramma</i> <ul style="list-style-type: none"> - Evt. nogmaals kennismaking aan tafel met ijsbrekervragen (deelnemers zitten met anderen aan tafel) 	Catering: koffie/thee
10.00 – 10.15	<i>Welkom door dagvoorzitter via videoboodschap</i> <ul style="list-style-type: none"> - Korte herhaling vraagstuk - Programma van vandaag: de stad in! 	
10.30 – 13.00	<i>Ronde 1</i>	
13.00 – 13.30	<i>Lunchpauze – lunchpakketjes</i>	

13.30 - 15.00	Ronde 2	
15.00-15.30	Terugkoppeling, delen bevindingen en vastleggen. - De beeldverslagen worden via een WhatsApp-groep gedeeld en samengebracht in een presentatie.	
15.30	Afsluiting	

Bijeenkomst 4 – eerste aanzet adviezen, delibereren

Dinsdagavond 21 mei 2024

Tijd	Programmaonderdeel	Aantekeningen
17.45 – 18.30	<i>Inloop, check-in en diner</i> Deelnemers nemen plaats aan hun tafel. Gespreksbegeleiders verwelkomen deelnemers en stellen mensen op hun gemak.	
18.30 – 18.45	<i>Welkom door dagvoorzitter</i> - Herhaling van het vraagstuk - Programma van vandaag: speeddates en eerste aanzet adviezen - Terugblik op werkbezoeken aan de hand beelden, uitspraken en inzichten. Mogelijk met inbreng van experts.	
18.45 – 19.15	<i>Speeddates</i> - Aan de tafels stellen we groepjes samen die verschillende deelprogramma's/excursies hebben gevolgd. Aan tafel worden de belangrijkste bevindingen uit gewisseld (aan het einde van de excursiedag opgehaald) en besproken en toelichting vragen van de groep.	
19.15-19.30	<i>Terugblik bijeenkomst 2: idealen</i> - Presentatie/overzicht van opbrengsten uit bijeenkomst 2: idealen nav expert presentaties o Geclusterd en opgedeeld per thema - Uitleg werkvorm: van idealen naar adviezen of eerst: aanvullende idealen/titels van adviezen	Plenair
19.30 – 20.15	<i>Aanvullen onderwerpen voor adviezen</i> - Per themagroep uit elkaar: welke onderwerpen/titels van adviezen kunnen we onderscheiden? - Per themagroep worden de titels van adviezen op grote vellen geschreven	In groepjes aanvullende idealen opstellen
20.15 – 20.30	<i>Pauze</i>	Catering: koffie/thee en wat lekkers
20.30 – 20.45	<i>Uitleg wat is een goed advies?</i>	

	<ul style="list-style-type: none"> - Aan de hand van een format (bijv. deze) legt dagvoorzitter uit waar een goed advies aan voldoet. Ook goed + slecht voorbeeld laten zien - Aan de slag: We hebben nu een X aantal onderwerpen/titels van adviezen om uit te werken. Verdeel jezelf over de verschillende concept-adviezen en ga aan de slag met de uitwerking hiervan. Je mag aan verschillende onderwerpen werken. Probeer op alle onderwerpen die je belangrijk vindt input te geven 	
20.45 – 21.15	<i>Aan de slag met eerste aanzet van adviezen</i> <ul style="list-style-type: none"> - Aan de hand van het formulier. Mensen kunnen post it's plakken met hun input (en evt. ook clusteren met input die al gegeven is). 	
21.15 – 21.30	<i>Afsluiting</i> <ul style="list-style-type: none"> - Tussenstap: toetsingscommissie - Vooruitkijken naar bijeenkomst 5 - Huishoudelijke mededelingen 	

Bijeenkomst 5 – adviezen definitief maken, oordeelsvorming

Zaterdag 29 juni 2024

Tijd	Programmaonderdeel	Aantekeningen
09.30 – 10.00	<i>Inloop en incheck</i>	Catering: koffie/thee
10.00 – 10.15	<i>Welkom en opening dagvoorzitter</i> <ul style="list-style-type: none"> - Programma van vandaag: <ul style="list-style-type: none"> ○ Feedback van toetsingscommissie ○ Adviezen definitief maken 	
10.15 – 10.45	<i>Presentatie toetsingscommissie</i> <ul style="list-style-type: none"> - Voorstellen - Feedback op hoofdlijnen (15 minuten) - Ruimte voor vragen (15 minuten) - Toetsingscommissie blijft vandaag aanwezig om vragen te beantwoorden 	
10.45 – 10.55	<i>Uitleg werkvorm adviezen definitief maken</i> <ul style="list-style-type: none"> - Korte herhaling van het format + wat is een goed advies 	

	<ul style="list-style-type: none"> - In kleine groepjes per advies uitwerken: feedback verwerken - In twee rondes: voor de pauze thema 1-5, na de pauze thema 6-10. 	
10.55 – 12.30	<i>Ronde 1 aan adviezen werken</i>	
12.30 – 13.00	<i>Lunchpauze</i>	
13.00 – 14.30	<i>Ronde 2 aan adviezen werken</i>	
14.30 – 14.45	<i>Afsluiting en peilend stemmen</i> <ul style="list-style-type: none"> - Er liggen nu X aantal concept-adviezen. Om te peilen welke adviezen nog verder uitgewerkt dienen te worden, gaan we stickers. Iedereen krijgt rode/oranje en groene stickers. Deelnemers lopen, voordat ze naar huis gaan, langs alle concept-adviezen en plakken een rode/oranje sticker op het advies dat nog verder uitgewerkt moet worden. Adviezen die al wel ver genoeg uitgewerkt zijn, krijgen een groene sticker. - Vooruitblik bijeenkomst 6 - Huishoudelijke mededelingen 	
14.45 – 15.00	<i>Stickers: peilend stemmen</i>	

Bijeenkomst 6 – stemmen, reflecteren op het proces

Maandagavond 15 juli 204

Tijd	Programmaonderdeel	Aantekeningen
17.45– 18.30	<i>Inloop, check-in en diner</i> Deelnemers nemen plaats aan hun tafel. Gespreksbegeleiders verwelkomen deelnemers en stellen mensen op hun gemak.	
18.30 – 18.45	<i>Welkom door dagvoorzitter</i> <ul style="list-style-type: none"> - Programma van vandaag: aanpassen oranje adviezen en stemmen 	
18.45 – 19.30	<i>Aanpassen oranje adviezen</i> <ul style="list-style-type: none"> - Werk aan een advies waar je oranje/rode stickers bij hebt geplakt. Probeer het advies zo aan te passen dat je je beter kunt vinden in het advies - Zorg dat de adviezen goed opgeschreven zijn 	
19.30 – 19.45	<i>Pauze</i> <ul style="list-style-type: none"> - Ondertussen worden de bijgewerkte adviezen in MentiMeter gezet 	
19.45 – 21.00	<i>Stemmen</i> <ol style="list-style-type: none"> 1. Korte pitch/toelichting van het advies door 1 of twee deelnemers (max. 2 minuten) 	

	<ul style="list-style-type: none"> 2. Ruimte voor 2 vragen (max. 5-10 minuten) of: één stemverklaring voor, één stemverklaring tegen 3. Stemmen via Mentimeter 	
21.00 – 21.30	<i>Feestelijke afsluiting</i> <ul style="list-style-type: none"> - Proostmoment - Dankwoord - Vervolgstappen/proces 	Feestelijke catering?

6. Gespreksbegeleiders en deskundigen

Trekker: Onafhankelijk procesbegeleider

In nauwe samenwerking met: projectleider burgerberaad

Gespreksbegeleiders

De kern van de werkzaamheden tijdens een burgerberaad – de onderlinge deliberatie tussen de deelnemers – vindt plaats in groepjes van ongeveer tien deelnemers, onder begeleiding van de gespreksleider. In deze groepjes wisselen deelnemers standpunten en belangen uit, stellen ze prioriteiten en formuleren ze uiteindelijk adviezen. De kwaliteit van deze gesprekken heeft daarmee een grote impact op de kwaliteit van de opbrengsten van het burgerberaad en het vertrouwen van deelnemers in het proces.

Voor een kwalitatief goede gespreksbegeleiding werkt EMMA met een pool van onafhankelijke ervaren gespreksbegeleiders, die bij elkaar gebracht wordt door Danielle Driessen van *Meet the Crowd*, aangevuld met ervaren gespreksbegeleiders van EMMA. Deze gespreksbegeleiders worden door EMMA in samenwerking met Meet the Crowd goed voorbereid op het programma en getraind in de werkvormen die we gebruiken.

Een deel van de gespreksbegeleiderspool bestaat uit ambtenaren van de gemeente. Deze medewerkers doen ervaring op met het proces van een burgerberaad en met de rol van gespreksbegeleider. Belangrijk is dat deze medewerkers over een basiskwaliteit gesprekken begeleiden beschikken, zich onafhankelijk kunnen opstellen (bij voorkeur geen kennis hebben van het afvalbeleid van de gemeente), bij tenminste vier van de zes bijeenkomsten aanwezig kunnen zijn en de training voorafgaand aan het burgerberaad volgen. Maximaal de helft van de gespreksbegeleiders bestaat uit ambtenaren. De gespreksbegeleiders worden geworven bij de gebiedsteams, de facilitatorpool en eventueel bij Bureau Interim & Advies.

Training voor gespreksbegeleiders

Alle gespreksbegeleiders worden getraind om de deelnemers van dit specifieke burgerberaad te begeleiden. Naast uitleg over het programma, proces en werkvormen van het burgerberaad is er in de training voor de gespreksbegeleiders ruim aandacht voor gesprekstechnieken voor een open dialoog.

Voor de training worden de principes van waardierend onderzoeken (*appreciative inquiry*) en *deep democracy* vertaald naar een compact programma met concrete handvatten voor de gespreksbegeleiders. In de training is onder meer aandacht voor:

- Deelnemers op hun gemak stellen en plezier in het gesprek;
- Oprechte interesse voor ieders inbreng;
- Technieken om ruimte te geven aan 'stille' deelnemers;
- Het stellen van open vragen;
- Luisteren naar verbale en non-verbale boodschappen en doorvragen op inhoud en op gevoel/emotie;
- Handelingsperspectieven als er iets in de onderstroom zit;
- Vaardigheden om een conflict aan tafel constructief te begeleiden;
- Werkvormen om inspirerende, creatieve oplossingen naar boven te halen in het gesprek;
- Werkvormen om bij grote groepen alle stemmen, ook die van de minderheid, te horen in een kort tijdsbestek.

Deelname aan deze training is ook voor meer ervaren begeleiders relevant, omdat zij begrip moeten hebben van de opbouw van dit specifieke burgerberaad. Daarnaast kunnen zij ook hun eerder opgedane expertise inbrengen. De training is tevens een goed moment om elkaar te leren kennen en het programma van het burgerberaad samen door te lopen.

Deskundigen

Voor de tweede bijeenkomst nodigt het burgerberaad deskundigen uit. Deze deskundigen stellen het burgerberaad in staat om op een laagdrempelige manier tot een goed inzicht te komen van het afvalbeleid, de uitvoeringspraktijk en de wijze waarop de gemeente samen met partners de stad schoon proberen te houden.

In algemene zin is het belangrijk om aan de hand van feiten en cijfers de deelnemers bewust te maken van de omvang van "afval" en afvalstromen in Amsterdam. Verder schetsen de experts een duidelijk beeld van:

- de afvalketen, van huishoudelijk afval (voor inwoners) tot kantoor-, winkel- en bedrijfsafval (voor ondernemers);
- de preventieve kant van afvalbeleid en de betekenis van circulariteit in de praktijk;
- de kosten van afvalketen en hoe zich dat verhoudt tot de verordening afvalstoffenheffing;
- hoe er wordt omgegaan met zwerfafval in Amsterdam;
- de samenwerking tussen de gemeente, gemeentereiniging en handhaving;
- wat de ambitie van de gemeente is ten aanzien van afval;
- de hoofdlijnen van het beleidskader "1Amsterdam Heel & Schoon" en het Uitvoeringsprogramma afval en grondstoffen 2020-2025.

Dat deskundigen kunnen ambtenaren zijn (zowel uitvoerend als van beleid), maar ook vertegenwoordigers van partners, onderzoekbureaus, koepelorganisaties en brancheverenigingen. De deskundigen zijn mondeling communicatief vaardig, weten bovenstaande in simpele bewoording aan deelnemers uit te leggen en zijn ontvankelijk voor de opvatting van anderen. Ze zijn dienend aan het burgerberaad en staan open voor de vragen van het burgerberaad, waarbij geen vraag te "gek" is. Ook voor de samenstelling van de groep deskundigen streven we naar diversiteit.

De gemeente levert een *long list* aan. EMMA benadert de potentiële deskundigen om bereidheid en beschikbaarheid te checken. EMMA zorgt voor een goede briefing van de deskundigen.

7. Vergoeding deelnemers

Trekker 5.1, 2, e

In nauwe samenwerking met 5.1, 2, e

Het Bureau Fiscaal Advies heeft een memo opgesteld dat 6 november wordt voorgelegd aan wethouder Groot-Wassink (Democratisering). Hier een korte samenvatting:

Betalingen die kunnen worden aangemerkt als een vrijwilligersvergoeding zijn belastingvrij en hebben geen gevolgen voor toeslagen en uitkeringen. Voorwaarde is dat de vergoeding blijft binnen de normbedragen van € 190 per maand en € 1.900 per jaar (bedragen 2023) en dat de vergoeding niet marktconform is. De Belastingdienst stelt voor het laatste als richtlijn dat de vergoeding niet meer mag bedragen dan € 5 per uur. Voor jongeren onder de 21 jaar ligt de grens nog lager, op 2,75 per uur. Jongeren onder de 27 in de Participatiewet mogen volgens die wet überhaupt geen vergoeding ontvangen.

Bureau Fiscaal Advies

Bij het toepassen van deze voorwaarden op het burgerberaad afval dan komt Bureau Fiscaal advies tot het volgende standpunt:

1. Een vergoeding van € 50 per bijeenkomst kan zonder meer als een vrijwilligersvergoeding worden aangemerkt;
2. Een hogere vergoeding (tot maximaal € 75) is mogelijk, maar naar mate de vergoeding hoger is, neemt de kans toe dat de Belastingdienst dit niet als vrijwilligersvergoeding accepteert. Het

financiële risico ligt bij de burgers, zij moeten mogelijk belasting betalen en/of toeslagen of uitkeringen terugbetalen. Als de Belastingdienst zich op dit standpunt stelt, zullen wij met hen in gesprek gaan om proberen te voorkomen dat de problemen op de burgers worden afgewenteld.

3. Vergoedingen boven de € 75 moeten door de gemeente worden opgegeven aan de Belastingdienst. De gemeente moet de NAW-gegevens, BSN-nummer en geboortedatum opvragen van de deelnemers.

Stedelijk Team Participatie

Het stedelijk team participatie adviseert de wethouder het volgende:

Gezien de keuzes van andere gemeenten (zoals Maastricht, Utrecht en Rotterdam) en de tijd die deelnemers in een Burgerberaad steken, is een bedrag van 75 euro per dag (van 6 uur) plus reistijd en voorbereiding en 50 euro per avond (van 4 uur) plus reistijd en voorbereiding voor alle deelnemers wenselijk en toepasselijk. Dit blijft binnen de norm van de vrijwilligersvergoeding met de normbedragen van € 190 per maand en € 1.900 per jaar (bedragen 2023).

Projectteam

Het projectteam burgerberaad schone stad wacht het besluit van wethouder Groot-Wassink af en zal het vervolgens toepassen zodat in alle burgerberaden één lijn wordt getrokken.

8.Toetsings- en feedbackcommissie

Trekker: 5.1, 2, e

In nauwe samenwerking met: 5.1, 2, e

- Wanneer de deelnemers de eerste aanbevelingen op papier hebben, bieden we de mogelijkheid deze aanbevelingen te toetsen of van feedback te voorzien op haalbaarheid.
- Daarvoor wordt een panel samengesteld van interne en externe deskundigen zoals:
 - 5.1, 2, e Rijkswaterstaat VANG programma
 - 1 afvaldeskundige uit de branche, bv vanuit Ocelot 5.1, 2, e, IPR Normag (bv 5.1, 2, e RHDHV (bv 5.1, 2, e
 - 1 gedrag/ communicatie deskundige – intern vanuit communicatie en gedragsspecialist
 - 1 collega vanuit andere stad – bv uitwisseling met gemeenten die ook BB doen op afval
 - 1 of 2 intern vanuit logistiek, uitvoering
- Zij moeten klaarstaan om tussen bijeenkomst 4 en 5 een analyse te maken van de haalbaarheid van de eerste aanbevelingen van het burgerberaad.
- Daarbij kunnen ze collega's van de betrokken directies raadplegen die in de klankbordgroepen zitten.
- Vervolgens geven ze hun bevindingen schriftelijk en mondeling terug aan de deelnemers.
- We vragen hen om constructief met de deelnemers te kijken hoe ze hun aanbevelingen kunnen aanscherpen om de kans te vergroten dat deze worden overgenomen door college en raad, zonder inhoudelijk te sturen.

- De commissie wordt ruim van tevoren goed gebriefd over hun rol.

9. Opvolging

Trekker: 5.1, 2, e

In nauwe samenwerking met: stuurgroep

Hoe bereiden we ons ambtelijk voor op de opvolgingsfase die volgt na de overhandiging van de aanbevelingen van het burgerberaad aan de gemeenteraad?

- We sturen op aanbevelingen die (naast vernieuwend) zo uitvoerbaar mogelijk zijn oa. door middel van de tussentijdse toets.
 - We geven veel aandacht in onze communicatie, zowel intern als extern, aan de aanbevelingen van het burgerberaad, zodat deze op verschillende plekken in de stad kunnen landen.
 - Eind 2023 worden per directie/afdeling de jaarplannen voor 2024 opgesteld. De stuurgroepleden zorgen dat er in de jaarplannen voldoende capaciteit en middelen worden gereserveerd voor de opvolging.
 - Bij de voorjaarsnota wordt budget gereserveerd voor de korte termijn opvolging van de aanbevelingen.
 - De uitkomsten landen in het Uitvoeringsplan Afval (UPA) en andere beleidsdocumenten. Projectteam en stuurgroep dragen zorg voor het behoud van de thematisering en taalgebruik van het burgerberaad in de vertaling naar de beleidsdocumenten.
 - We vragen Team Ruimte voor Maatschappelijk Initiatief (overheidsparticipatie) en Ruimte voor Duurzaam Initiatief (R&D) om klaar te staan om eventuele nieuwe burgerinitiatieven die voortkomen uit het burgerberaad te faciliteren.
 - Middenmanagement (managers uitvoeringsorganisaties) worden tijdig betrokken om stap naar opvolging door uitvoerende ambtenaren in goede banen te leiden.
- De klankbordgroepen (Amsterdammers, raadsleden, ondernemersverenigingen, afvalverwerkers, uitvoerende ambtenaren, beleidsambtenaren) blijven operationeel tijdens en tot minstens een half jaar na het burgerberaad om bij te dragen aan een goede opvolging van de aanbevelingen.
 - De stuurgroep blijft operationeel tot minstens een jaar na het burgerberaad om knelpunten snel te bespreken en uit de weg te nemen (kraak & piep systeem).