

Participatie stap 3: in gesprek

U heeft een plan. U wilt bijvoorbeeld een dakkapel plaatsen, een schuur bouwen of bomen kappen. Of misschien woningen bouwen of een zonneveld aanleggen. Heeft u in beeld wie er met uw plan te maken krijgen? Dan gaat u met deze belanghebbenden in gesprek. Dit kan op verschillende manieren.

Hoe u belanghebbenden betreft, hangt af van de impact van uw plan. Soms is een gesprekje of een brief voldoende. Voor een omvangrijk plan is een informatiebijeenkomst misschien beter. U kunt ook verschillende middelen inzetten. Zorg altijd voor duidelijke uitleg en gebruik geen moeilijke woorden of vaktermen. Want mensen kunnen alleen meepraten als ze begrijpen waarover het gaat.

ENKELE VOORBEELDEN

- **Keukentafelgesprek:**

een informele manier om bijvoorbeeld de burens te betrekken. Nodig ze gewoon uit voor een kopje koffie en vertel wat u van plan bent.

- **Informatiebijeenkomst:**

hier kunt u meerdere belanghebbenden tegelijkertijd vertellen over uw plan. Reserveer voldoende tijd om vragen te beantwoorden en mensen mee te laten denken. Stuur op tijd een uitnodiging met daarin in ieder geval het waarom van de bijeenkomst, locatie en tijdstip.

- **Inloopbijeenkomst:**

een bijeenkomst zonder centrale presentatie. Het kan een goede manier zijn om reacties en ideeën te verzamelen. Daarnaast kunnen mensen zelf kiezen wanneer ze binnenlopen. Gebruik bijvoorbeeld borden of posters waarop u uw plan laat zien. Mensen kunnen daar dan hun opmerkingen bij schrijven of plakken.

- **Adviesraad/klankbordgroep:**

heeft uw plan grote gevolgen voor de omgeving? Dan kunt u een adviesraad of klankbordgroep samenstellen. Vraag hiervoor bijvoorbeeld een aantal omwonenden en leden van betrokken organisaties. Zij kunnen meedenken om uw plan beter te maken. Zij weten op hun gebied wat er speelt in de samenleving. Zo kunt u meer draagvlak krijgen voor uw plan.

- **En verder:**

maak gebruik van de communicatiemiddelen die passen bij de mensen die met uw plan te maken krijgen. Denk aan middelen op papier, zoals brieven, flyers, posters of een infographic. En aan online middelen, zoals een website, digitale nieuwsbrief, sociale media, film of digitale enquête.

