

OPDRACHT IN DE STAD 2
MASTER URBAN MANAGEMENT
2021-2022



Handelingsperspectief voor een meer gelijkwaardige samenwerking in Amstelveen



Somaia Amenkour, Dennis Kramer,
Lisa van Meijgaarden, Femke Timmer
en Vincent Tuijp

Voorwoord



Voor u ligt ons onderzoek voor Opdracht in de stad. De titel van dit onderzoek is: Handelingsperspectief voor een meer gelijkwaardige samenwerking in Amstelveen. Dit rapport is geschreven in het kader van de Master Urban Management (MUM) aan de Hogeschool van Amsterdam. Het onderzoek is het vervolg op de Urban Scan uit Semester 1 en uitgevoerd in opdracht van poppodium P60 Amstelveen. Van januari 2022 tot en met juni 2022 heeft er (actie)onderzoek plaatsgevonden en is dit rapport geschreven.

Samen met de opdrachtgever P60 hebben we de onderzoeksvraag en bijbehorende deelvragen na de Urban Scan aangepast en vastgesteld. Voor dit semester is een ontwerpende werkmethode toegepast. We zijn met de stakeholders in gesprek gegaan door middel van een stadswandeling en het toepassen van storytelling op de context van Amstelveen. Tijdens het semester hadden wij regelmatig feedback momenten met onze opdrachtgever en de docenten van de MUM. Dit heeft ons onderzoek meer richting gegeven en heeft geleid tot nieuwe inzichten en praktisch toepasbare handelingsperspectieven.

Via deze weg willen wij onze opdrachtgever Gerard Lohuis van P60 en betrokken docenten bedanken voor de begeleiding en ondersteuning tijdens het tweede deel van onze 'opdracht in de stad'.

Wij wensen u veel leesplezier toe.

Somaia Amenkour, Dennis Kramer, Lisa van Meijgaarden, Femke Timmer en Vincent Tuijp

Amsterdam, 4 juli 2022

Inhoudsopgave

Hoofdstuk 1 Inleiding	p.4
Hoofdstuk 2 Onderzoeksvragen	p.7
Hoofdstuk 3 Theoretisch kader	p.8
3.1 Gelijkwaardigheid in samenwerkingsverband	p.8
3.2 Strategic triangle for collaborative solutions	p.9
Hoofdstuk 4 Onderzoeksstrategie en methode	p.12
4.1 Data-Analyse	p.13
4.2 Betrouwbaarheid en Validiteit	p.13
Hoofdstuk 5 Het prototype	p.14
Hoofdstuk 6 Evaluatie werking prototype	p.18
6.1 Wat heeft het prototype ons geleerd	p.21
Hoofdstuk 7 Conclusie	p.22
7.1 Ontwerpende deelvragen	p.22
7.2 Evaluerende deelvragen	p.22
7.3 Hoofdvraag	p.23
Hoofdstuk 8 Aanbevelingen	p.24
Hoofdstuk 9 Reflectie	p.25
Literatuurlijst	p.28
Bijlage 1 Stakeholders analyse	p.29
Bijlage 2 Prototype handelingsperspectief	p.30
Bijlage 3 Flyer en Programma Storywalking Event	p.37
Bijlage 4 Fieldnotes Storywalking Event	p.39
Bijlage 5 Foto's Stadswandeling	p.40
Bijlage 6 Evaluatiegesprekken na Event met Gemeente	p.41

Hoofdstuk 1

INLEIDING

Medio 2020 is er een start gemaakt door Rijkswaterstaat met het verbreden en verdiepen van de A9 bij Amstelveen. Rijkswaterstaat legt de A9 verdiept aan doormiddel van geluidswanden en het bouwen van drie overkappingen, ook wel traversen genoemd: één ter hoogte van het Oude Dorp, één ter hoogte van het Stadshart en één ter hoogte van het Bovenlandpad. Naar verwachting is Rijkswaterstaat met het traject van de A9 klaar in 2026 (Rijkswaterstaat, z.d.). Door de aanleg van de A9 in 1968 is Amstelveen in twee gedeeltes gesplitst (zie Figuur 1). De traversen gaan ervoor zorgen dat deze gedeeltes weer in verbinding komen te staan met elkaar. Er ligt een grootstedelijke opgave voor de gemeente en de stakeholders in dit gebied om tot een passende invulling te komen. Deze invulling kan er op zijn beurt voor zorgen dat het prettig en aantrekkelijk is om te wonen, werken en recreëren in dit gebied. Amstelveen wordt herenigd!

Aanscherping van het onderzoek

In het eerste semester is er gewerkt aan het maken van een Urban Scan (Amenkour, et al. 2021) waarbij er een verkenning en oriëntatie is gedaan op het gebied en het vraagstuk. Op basis van de uitkomsten van de Urban Scan en na overleg met opdrachtgever Gerard Lohuis, directeur van poppodium P60, is de opdracht van dit onderzoek aangescherpt. Het aanscherpen van het onderwerp en het afbakenen van het gebied zijn twee belangrijke veranderingen in het onderzoek. In eerste instantie was de Urban Scan meer gericht op het participeren rondom de plannen van de gemeente. Uit de Urban Scan en uit de gesprekken die daarna zijn gevoerd met stakeholders (zie bijlage 1 Stakeholders) is gebleken dat er meer behoefte is aan een manier van gelijkwaardige samenwerking. *Gelijkwaardigheid* heeft als uitgangspunt dat niet iedereen hetzelfde hoeft te zijn, maar wel in gelijke gevallen gelijk behandeld wordt (Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, 2014). Het grote aantal stakeholders waaronder gemeente, architecten, bewoners en ondernemers maakt het lastig in de praktijk om iedereen op een gelijkwaardige manier te betrekken bij de planvorming. Stakeholders geven aan dat zij het gevoel hebben dat er meer gewicht wordt toegekend aan bepaalde stemmen, bijvoorbeeld aan die van de politiek.

Figuur 1
Luchtfoto aanleg A9, ANNA Kerk rechts achterin

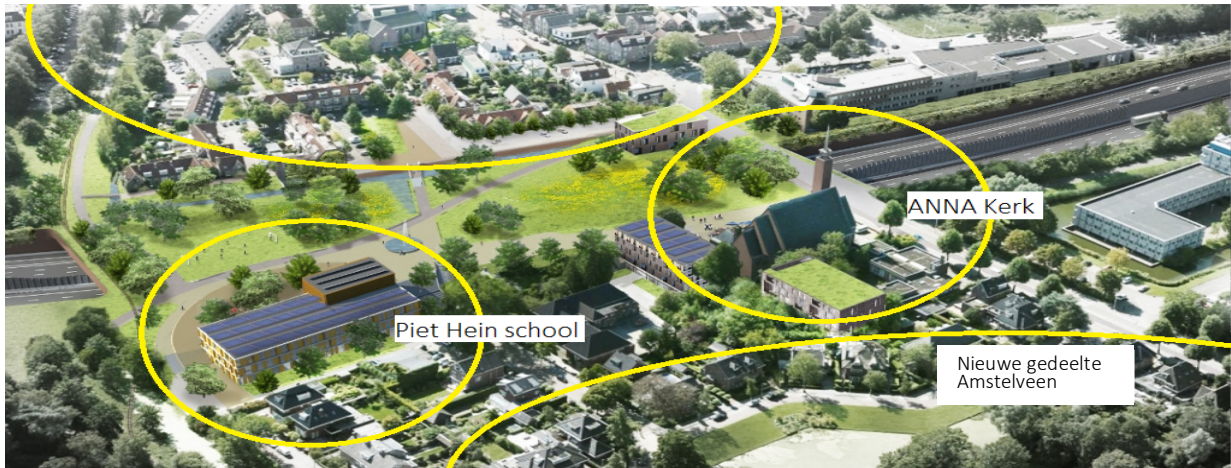


Aerophoto- Schiphol Historische Luchtfoto. (3 april 1996).
Amstelveen aanleg rijksweg A9 [foto]. Geraadpleegd op 1 juli 2022
van <https://www.aerophotostock.com/media/ef428be0-385f-4a03-b4e5-72dcd471c6a9-amstelveen-aanleg-van-rijksweg-a9>

De tweede belangrijke aanpassing is het afbakenen van een gebied. Alle stakeholders geven aan dat de invulling van de traverse bij het Oude Dorp (zie Figuur 2) nog niets bepaald is qua besluitvorming en gebiedsontwikkeling. Ook liggen er volgens de opdrachtgever kansen om een route te creëren van het Oude Dorp naar het Stadshart zodat deze twee gedeeltes meer met elkaar in verbinding komen te staan.

Figuur 2

Toekomstige traverse bij het Oude Dorp. Op de afbeelding zijn de Piet Hein school en de ANNA Kerk te zien die tussen het Oude Dorp en het nieuwe gedeelte Amstelveen in liggen



Rijkswaterstaat (z.d.). Overkapping Oude Dorp 2026. [Bezoekerscentrum.rijkswaterstaat.nl](https://bezoekerscentrum.rijkswaterstaat.nl). Geraadpleegd op 1 juli 2022, van <https://bezoekerscentrum.rijkswaterstaat.nl/SchipholAmsterdamAlmere/overkaping-oude-dorp-amstelveen/>

Het is belangrijk om te benoemen dat er veel kansen liggen voor iedereen als zij mee mogen praten over de ontwikkeling van de nieuwe traverse. Iedere stakeholder heeft op zijn eigen manier een waardevolle inbreng. Inbreng en capaciteit die zelfs nodig zijn om de ontwikkeling van de traverse succesvol te maken. Denk bijvoorbeeld aan de ondernemers die door evenementen, ontmoetingen tussen wel en geen Amstelveense bewoners kunnen faciliteren. Maar ook het gevoel en de ervaringen van bewoners zijn belangrijk om mee te nemen in de planvorming voor het creëren van een stuk Amstelveense identiteit en geschiedenis. Als er meer op een gelijkwaardige manier kan worden gewerkt aan de planvorming, is er minder onderling wantrouwen en kunnen stakeholders juist elkaars unieke krachten benutten.

Voor een nog beter begrip van de context is het goed om te benoemen dat Amstelveen 139 verschillende nationaliteiten telt (Gemeente Amstelveen/Amstelveenweb, 2021). Met deze superdiverse bevolking is het nog meer van belang om de stakeholders “de bewoners” op een gelijkwaardige manier te betrekken bij de plannen. Ook expats die in grote getalen in Amstelveen zijn gehuisvest verdienen zeggenschap.

De uiteindelijke traverse moet een maatschappelijke meerwaarde hebben voor alle stakeholders. Die maatschappelijke meerwaarde kan vertaald worden in publieke waarde (Moore, 1997). Streven naar het creëren van publieke waarde vraagt om een intensieve samenwerking die voor iedereen gelijkwaardig aanvoelt. In dit onderzoek is een theorie gebruikt die gebaseerd is op het creëren van publieke waarde en het vormen van een juiste samenwerking, ook wel *coalitie* genoemd. Een *coalitie* is een verbond tussen twee of meer partijen (Van Dale z.d.). Moore (1997) beschrijft welke aspecten van belang zijn bij het aangaan van een samenwerkingsverband. Dit heeft meer duiding en richting gegeven aan het onderzoek.

Het heeft mede de richting van het prototype bepaald. Het prototype is een werkend beginsel en een voorlopig antwoord op de hoofdvraag:

“Hoe kunnen de stakeholders op een gelijkwaardige manier samenwerken rondom de invulling van de traverse bij het Oude Dorp?”

Het antwoord op deze hoofdvraag is een handelingsperspectief voor een meer gelijkwaardigere samenwerking. Resultaat van de verschillende contactmomenten met stakeholders is dat de gelijkwaardigheid zit in de wederkerigheid tussen de gemeente en de stakeholders. Wederkerigheid kenmerkt zich door het hebben van een win-win mindset, “voor wat, hoort wat” (Licht, 2016).

‘Een aantrekkelijke en verbonden stad’ is de publieke waarde die voor iedere partij van belang is tijdens de samenwerking rondom de nieuwe traverse. Het creëren van deze publieke waarde, die ook samenhangt met operationele capaciteit (middelen) en legitimiteit (haalbaarheid, geloofwaardigheid), is het belangrijk dat die samenwerking tussen de stakeholders goed wordt georganiseerd. De uitwerking hiervan en de koppeling met het vraagstuk wordt toegelicht in hoofdstuk 3 Theoretisch kader.

Hoofdstuk 2

ONDERZOEKSVRAGEN

De bouw van de traversen over de A9 bij Amstelveen loopt nog een aantal jaren door. In 2026 gaat de gemeente Amstelveen over tot de invulling van de fysieke ruimte van de traversen. In het onderzoek ligt de focus op de traverse bij het Oude Dorp. Uit de Urban Scan (Amenkour, et al. 2021) van het eerste semester blijkt dat er in het verleden tot nu al vele participatiebijeenkomsten zijn georganiseerd en diverse stakeholders zijn betrokken bij de traverse. Hier is naar voren gekomen dat de vele stakeholders met name 'over' elkaar spraken en onvoldoende 'met' elkaar. Er is gebleken dat belangrijke informatie niet goed met elkaar is gedeeld. Stakeholders geven hierdoor aan dat de samenwerking als ongelijkwaardig wordt ervaren.

De hoofdvraag van dit onderzoek luidt dan ook als volgt:

Hoe kunnen stakeholders op een gelijkwaardige manier samenwerken rondom de invulling van de traverse van het oude dorp?

Om goed antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag hebben zijn er zijn twee ontwerpende deelvragen geformuleerd en twee deelvragen gericht op het evalueren van het prototype.

Ontwerpende deelvragen:

- Hoe willen de stakeholders betrokken worden bij de invulling van de traverse?
- Welke manier van samenwerking kan de gelijkwaardigheid versterken?

Evaluerende vragen gericht op het prototype:

- In welke mate is de gelijkwaardigheid tussen de stakeholders verbeterd na de uitvoering van het prototype?
- Hoe kan de gelijkwaardigheid in de samenwerking worden geborgd?

Hoofdstuk 3

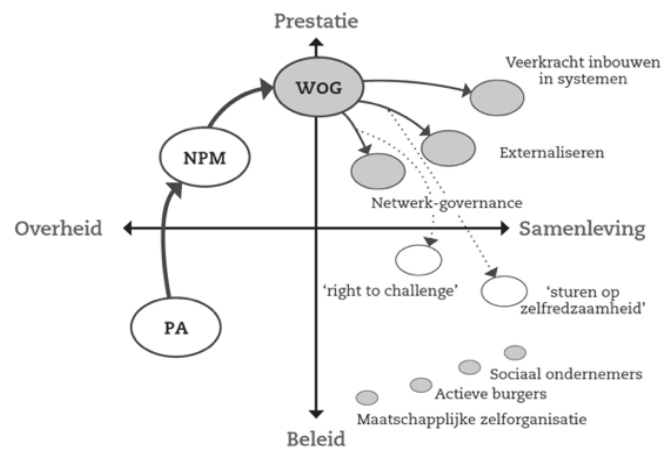
THEORETISCH KADER

Het vraagstuk in het onderzoek waar geprobeerd wordt om antwoord op te geven draait in de basis om het bereiken van gelijkwaardigheid in samenwerkingen. Voor dit onderzoek is gekozen om een variant van de Strategic Triangle (Moore, 1997) te gebruiken, namelijk het stappenplan vanuit het artikel Building Cities' Collaborative Muscle (De Jong et.al., 2021). Voordat wordt ingegaan op de theorie van Moore (1997) zal eerst kort beschreven worden wat de definitie is van gelijkwaardigheid.

3.1 Gelijkwaardigheid in samenwerkingsverband

Gelijkwaardigheid heeft als uitgangspunt dat niet iedereen hetzelfde hoeft te zijn, maar wel in gelijke gevallen gelijk wordt behandeld. Gelijkwaardigheid is samen met vrijheid en solidariteit onderdeel van de kernwaarden voor de Nederlandse samenleving en vormen de basis voor de democratische rechtstaat (Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid, 2014). Nationale en lokale overheden zijn volgens de ontwikkelingen op het vlak van overheidssturing volop in beweging. Coalities worden frequenter gevormd met partners vanuit de wijk. Een beweging van een strakke sturende overheid (zie Figuur 3), ook wel Public Administration (PA) benoemd naar een meer samenwerkende overheid via een Whole of Governance (WOG) structuur (Van der Steen, 2013) is ook van toepassing op de context van Amstelveen. Lokale ondernemers en bewoners willen zelf initiatieven ontplooiën en samenwerken met de Gemeente Amstelveen waar dit kan en nodig is. Actief burgerschap en sociaal ondernemerschap (Van der Steen, 2013) zijn beschreven als voorbeelden van vormen waarin vanuit een meer gelijkwaardige vorm wordt samengewerkt met overheden. De stappen in een samenwerkingsverband die leiden tot een collaboratieve wijze van samenwerken worden besproken in het onderstaande stuk.

Figuur 3
Dynamiek in overheidssturing en organisatie



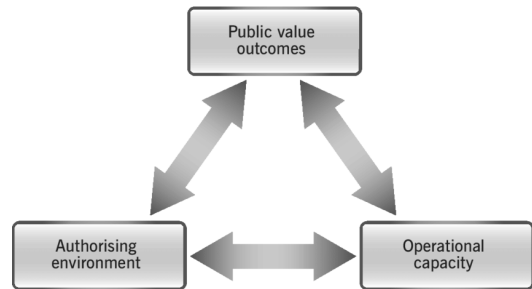
Overgenomen uit *Pop up Publieke waarde* (p. 21) door Van der Steen et al., 2013, Nederlandse school voor openbaar bestuur

3.2 Strategic Triangle for Collaborative Solutions

Mark Moore (1997) beschrijft in zijn Strategic Triangle (zie figuur 4), hoe vanuit (semi)publieke initiatieven de publieke waarde (public value) kan worden geoptimaliseerd door drie verschillende elementen in een samenhang te zien. Deze elementen zijn:

1. Het hebben van een duidelijke publieke waarde missie
2. Het beschikken over legitimiteit en steun vanuit de omgeving voor het handelen
3. Goede randvoorwaarden ‘operationele capaciteit’ hebben om invulling te kunnen geven aan de publieke waarde missie

Figuur 4
Mark Moore's Strategic Triangle



Opmerking. Overgenomen uit Researchgate door D. Bromell 2012 (https://www.researchgate.net/figure/Mark-Moores-strategic-triangle-of-public-value_fig1_289129224)

Het model van Moore (1997) is toepasbaar in dit onderzoek omdat een (semi)publieke partij, in de vorm van de gemeente Amstelveen, publieke waarde wil creëren door het goed invullen en verbinden van de traversen voor de inwoners van Amstelveen. De volgende opsomming is de vertaling van de situatie in Amstelveen:

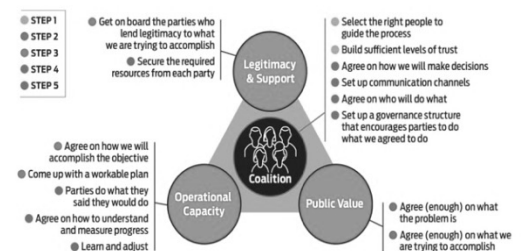
1. *‘Een aantrekkelijke en verbonden stad’* is de publieke waarde die wordt bereikt zodra de coalitie van stakeholders rondom de traverse op een goede wijze samenwerkt. Zonder een goede samenwerking tussen de stakeholders is er een risico dat de wensen van het publiek onvoldoende gehoor krijgt en de invulling van de traverse niet aansluit bij het publiek.
2. *Legitimiteit en steun* is een van de meest uitdagende pijlers in de situatie in Amstelveen. Het prototype in dit onderzoek focust zich op het optimaliseren van de onderlinge legitimiteit en steun rondom de diverse stakeholders in de creatie van de traverse maar ook zeker vanuit de Amstelveense bevolking.
3. *Operationele capaciteit* in termen van financiën, mensen en middelen is er voldoende. Gezien het een overheidsproject is dat al is aanbesteed en wordt ondersteund door de vermogende gemeente Amstelveen zit in deze pijler geen uitdaging die een gewenste uitkomst van het project in de weg staat.

Gesteld kan worden dat de groep van stakeholders rondom de invulling van de traverse een tijdelijke *coalitie* vormen. *Van Dale (z.d.) definieert een coalitie als; een verbond van twee of meer partijen.* De relevantie van dit model kan worden ontleend doordat beschreven wordt aan welke verschillende voorwaarden een succesvolle samenwerking tussen diverse (semipublieke) partijen moet voldoen. Het toegepaste model beschrijft stapsgewijs de diverse stappen (zie Figuur 5) die

Figuur 5

The Strategic Triangle for Collaborative Solutions

This tool outlines the tasks that every collaboration must accomplish. The suggested sequence reflects a scenario where parties start with a blank slate and have control over the effort's design.



Overgenomen uit *Building Cities' Collaborative Muscle* door De Jong, et.al. (2021). Stanford Social Innovation

gemaakt kunnen worden om een succesvolle coalitie te vormen rondom de drie verschillende elementen vanuit de driehoek (Strategic Triangle) van Moore (1997).

Voor dit onderzoek is per stap bekeken in welke mate is voldaan aan de uitgangspunten. De beoordeling is op een schaal van 1 t/m 5, waarbij 1 het laagst scoort is en 5 het hoogst. Deze beoordelingsmethodiek is overgenomen vanuit het artikel “Building Cities, Collaborative Muscle” door De Jong, et al (2021). In het artikel is beschreven hoe uitdagend elke stap is in het geobserveerde specifieke voorbeeld. Voor ons rapport is een meer evaluerende aanpak gekozen op basis van actieonderzoek. Vertrekpunt in deze beoordeling is de kwalitatieve groepsanalyse die is toegepast op de diverse interviews en fieldnotes die verzameld zijn in het kader van de Urban Scan (Amenkour, 2021) en gesprekken met de diverse stakeholders. Na de toepassing van dit model kan gekeken worden op welke stappen de grootse afwijking bestaat. Dit geeft vervolgens op zijn beurt richting voor de toepassing van het prototype waarin getracht zal worden een positieve wending te geven aan de gelijkwaardigheid van de samenwerking tussen de stakeholders.

Figuur 6
Score Amstelveen om een succesvolle coalitie te vormen

Stappen (strategic triangle model)	Beoordeling	Actie?
1: Select the right people	4	Nee
1: Build levels of trust	3	Nee
2: Agree on the problem	3	Nee
2: Agree on what we try to accomplish	4	Nee
3: Get parties who lend legitimacy	3	Nee
3: accomplish objective	4	Nee
3: Workable plan	4	Nee
4: Agree on decision making	2	Ja
4: Communication channels	5	Nee
4: Who does what	2	Ja
4: Governance structure	4	Nee
5: Secure resources	4	Nee
5: Do what you said	2	Ja
5: Measuring progress	3	Nee
5: Learn and adjust	2	Ja

Stappen beoordeeld met scores uit de observaties en interviews van Urban Scan (Amenkour, 2021) en de daarna gevoerde gesprekken Stakeholders

Na toepassing van de verschillende stappen (zie Figuur 5) die kunnen leiden tot een gelijkwaardige samenwerking op de praktijk van de traverse bij Amstelveen is gebleken dat op 4 verschillende stappen de afwijking het grootst is (zie Figuur 6). Deze beoordelingen komen voort uit de observaties en interviews van Urban Scan (Amenkour, et al. 2021) en de daarna gevoerde gesprekken Stakeholders. Deze stappen zijn meegenomen in de vorming van het prototype in dit onderzoek (zie Hoofdstuk 5 Prototype).

- (4) De manier hoe beslissingen tot stand komen (Agree on decision making)
 - De afwijkende beoordeling op dit punt kan verklaard worden vanuit de diverse interviews die gehouden zijn met de stakeholders. Rode draad vanuit deze interviews is dat

stakeholders aangeven geen transparantie te ervaren rondom het proces van besluitvorming vanuit de gemeente. Meerdere stakeholders hebben aangegeven moeite te hebben met het begrijpen van de politieke processen, daarnaast heeft men het beeld dat de onderlinge politieke krachten een grote invloed hebben op de besluitvorming. Stakeholders geven aan dat zij het idee hebben dat de inwoners van Amstelveen met politieke macht die in de nabijheid van o.a. het plein wonen een grote mate van informele invloed op de politieke besluitvorming hebben. Of deze denkbeelden waar zijn of niet, is voor deze score niet relevant. Het is beeldvorming dat heerst waar iets mee moet worden gedaan. Tijdens de uitvoering van het prototype kan worden gekeken naar hoe dit proces zo transparant mogelijk kan worden gemaakt.

- (4) Helderheid en gelijkwaardigheid in de taken en verantwoordelijkheden
 - Een van de meest kenmerkende elementen vanuit de huidige besluitvorming is de perceptie van ongelijkheid in de besluitvorming. Meerdere geïnterviewde stakeholders vragen zich namelijk af of hun mening er echt toe doet, of dat besluiten reeds al zijn genomen. Deze perceptie is voor het prototype in dit onderzoek leidend. Het creëren van een gelijkwaardige vorm van besluitvorming en samenwerking staat voorop bij de uitvoering van het prototype.
- (5) Doen wat je zegt
 - Met name de geïnterviewde bevolking van Amstelveen geeft aan dat zij de mate waarin de gemeente zich consciëntieus opstelt erg belangrijk te vinden. Het houden aan afspraken en het uitvoeren van beloftes is erg belangrijk. Stakeholders hebben diverse voorbeelden benoemd waarin zij vonden dat de gemeente niet het woord bij de daad voegde. Dit doet veel met het vertrouwen. Andersom geredeneerd kan de gemeente ook juist de bevolking te veel willen dienen en kan het beloftes doen die niet realiseerbaar zijn. Het managen van verwachtingen, en je hier ook aan houden, is een element dat wij meenemen in het prototype.
- (5) Inbouwen van een feedbackloop, leren en aanpassen.
 - Door het inbouwen van een actieve feedbackloop borg je directe respons op elke actie. De afstand van de gemeente tot de burger wordt ondanks diverse initiatieven als relatief laag scorend beoordeeld. Ondanks dat de gemeente diverse initiatieven ontplooid om te communiceren met de bevolking heeft de bevolking behoefte aan een meer diverse aanpak rondom de communicatie. Denk hierbij aan een combinatie van diverse aanpakken; Digitaal, fysiek, meertalig, en op meerdere locaties.

In de beschrijving van het prototype (zie Hoofdstuk 5 Prototype) zal verder worden ingegaan op hoe de bovenstaande elementen zullen worden meegenomen in de dynamiek met de stakeholders.

Hoofdstuk 4

ONDERZOEKSSTRATEGIE EN METHODE

Er is voor dit onderzoek gebruik gemaakt van actieonderzoek. Bij actieonderzoek doe je onderzoek in en met de praktijk, in plaats van voor of over de praktijk (Van der Zouwen, 2018). Het ontwikkelen van nieuwe kennis en het verbeteren van de praktijk gaan daarbij gelijk op. Dit type onderzoek begint altijd met een concreet vraagstuk uit de praktijk. Het doel daarbij is om nieuwe kennis te ontwikkelen en tegelijkertijd de praktijk te veranderen of verbeteren.

De onderzoeksstrategie is geïnspireerd door de Design Thinking methode. Design Thinking is een proces dat gebruikt wordt om complexe problemen (ook wel 'wicked problems' genoemd) te verbeteren. Design Thinking is een ontwerpmethode die helpt om de behoefte van de gebruikers centraal te stellen in de oplossingen die samen met de stakeholders bedacht worden. Daarnaast biedt Design Thinking een kader waarbinnen je snel ideeën kunt ontwikkelen tot concrete producten. De vijf fasen van Design Thinking zijn empathise, define, ideate, test en prototype (Lean Six Sigma Groep, z.d.). De beoogde werking van Design Thinking zal leiden tot een meer gelijkwaardige samenwerking in Amstelveen.

Om een proces op te zetten voor stakeholders zodat deze aangehaakt blijven, zijn de fasen van Design Thinking doorlopen:

Fase 1: empathise: Het startpunt van dit deel van het actieonderzoek zijn de bevindingen vanuit de Urban Scan in Semester 1. Na het in kaart brengen van de Stakeholders bleek dat er een spanningsveld zit tussen de diverse betrokkenen op samenwerken en gelijkwaardigheid. Dit spanningsveld is de basis geweest van het onderzoek in semester 2.

Fase 2: define: Met de bevindingen uit de Urban Scan van Semester 1 is gekeken of wij patronen ontdekten om te komen tot passende onderzoeksvragen om de richting van het onderzoek te definiëren. Na het formuleren van de onderzoeksvragen is er gestart met literatuuronderzoek over samenwerken en gelijkwaardigheid.

Fase 3: ideate: Met de inzichten uit de theorie is een brainstormsessie gehouden met stakeholders om tot ideeën te komen voor experimenten, die getoetst worden in de praktijk.

Fase 4: prototype: Om te bewijzen of het experiment in de praktijk werkt is er gebruik gemaakt van co-creatie in de vorm van een stadswandeling met een afsluitende storytellingssessie. Voorwaarden voor succesvolle co-creatie zijn gelijkwaardigheid van de deelnemers, wederkerigheid, openheid en vertrouwen (Boudrez, 2019). Tijdens de stadswandeling is er geobserveerd en zijn er gesprekken gevoerd met de aanwezige stakeholders. Tijdens de co-creatiesessie (stadswandeling en storytelling) waren er ook belangrijke stakeholders afwezig. Deze stakeholders zijn achteraf benaderd en geïnterviewd om hun input mee te nemen in de analyse.

Fase 5: test: Het prototype is geëvalueerd, dit heeft ertoe geleid dat er nieuwe inzichten en bewegingen met betrekking tot de gelijkwaardige samenwerking zijn ontstaan.

4.1 Data-Analyse

Om tot een beantwoording van de onderzoeksvragen te komen is er op verschillende manieren data verzameld (zoals hierboven beschreven) en deze data is op een aantal manieren geanalyseerd:

- Foto's genomen tijdens de Stadswandelingen;
- Gesprekken tijdens Storytelling avond zijn opgenomen en teruggeluisterd;
- Direct na afloop van de co-creatie (Stadswandeling en Storytelling avond) zijn reflectie- en observatieverslagen gemaakt. In deze verslagen zijn vooral de belangrijkste observaties en geleerde lessen op een heldere wijze uiteengezet;
- Interviews met de ontbrekende Stakeholders zijn opgenomen en teruggeluisterd en een verslag van gemaakt;
- Verslaglegging van de feedback vanuit de stakeholders die niet aanwezig waren tijdens de wandeling (inzichten in waarom zij niet op zijn komen dagen).

4.2 Betrouwbaarheid en Validiteit

Actieonderzoek heeft bepaalde regels die zorgen voor betrouwbaarheid en validiteit. De belangrijkste regel is het gezamenlijk genereren van kennis om de praktijk te veranderen of innoveren. De focus van actieonderzoek ligt dus voornamelijk op de bijdrage aan het vraagstuk uit de praktijk. Naast praktisch moet het onderzoek ook betrouwbaar zijn (Van der Zouwen, 2018). Er zijn verschillende dataverzameling- en analysemethoden gebruikt om deze betrouwbaarheid te garanderen. Tijdens de bijeenkomsten zijn geluidsopnames gemaakt. Dit is altijd met de deelnemende stakeholders afgestemd. Deze opnames zijn bij de analyse veelvuldig gebruikt om de gesprekken te registreren en zo interpretaties vanuit aannames te voorkomen. De observaties zijn direct na afloop van de sessies geschreven en met het onderzoeksteam geanalyseerd. Dit zorgt ervoor dat er geen vertekeningen plaatsvinden in wat er is waargenomen. Interviews met de ontbrekende stakeholders zijn opgenomen, geëvalueerd, geanalyseerd en verwerkt.

Hoofdstuk 5

HET PROTOTYPE

Het prototype is een werkend beginsel dat kan leiden tot het oplossen van een probleem. Deze fase is gericht op het testen van verschillende componenten van een mogelijke oplossing op een laagdrempelige manier (Hulstein, 2022). In dit hoofdstuk wordt eerst het prototype toegelicht. Vervolgens wordt het ontwerp en de instrumenten die zijn ingezet om het prototype uit te testen toegelicht.

De hoofdvraag in dit onderzoek is leidend voor het prototype. De hoofdvraag richt zich op hoe er op een gelijkwaardige manier kan worden samengewerkt rondom de invulling van de traverse van het Oude Dorp. Door het testen van een aantal instrumenten in de praktijk kan er gekeken worden wat wel en wat niet werkt. Tijdens het testen wordt er geobserveerd en achteraf geanalyseerd zodat er een voorlopig antwoord kan worden geformuleerd voor de hoofdvraag. Het daadwerkelijke prototype is een *handelingsperspectief* voor een meer gelijkwaardige samenwerking. Om alvast een (kleine) verandering teweeg te brengen bij de stakeholders, is er een event gepland in de praktijk om het te testen. Ook wordt de uitwerking van het theoretisch model in acht genomen.

Eerst moet worden gekeken naar de twee hoofdbegrippen in de hoofdvraag als centrale opgave namelijk gelijkwaardigheid en samenwerking.

Gelijkwaardigheid

Gelijkwaardigheid gaat uit van gelijkheid van waarde. De ene mens is niet meer waard dan de ander. Dat is ook van toepassing bij de stakeholders in Amstelveen. Eenieders inbreng is evenveel waard en moet ook serieus genomen worden. Pas als er sprake is van wederzijdse afhankelijkheid zal de noodzaak groter worden om een effectief samen te werken (Licht, 2016). Volgens Hans Licht (2016) zijn werkende principes om gelijkwaardigheid in een samenwerkingsverband te bevorderen:

1. De samenwerkingspartner moet de eigen organisatie effectief kunnen beïnvloeden
2. De samenwerkingspartner is open en transparant over wat er speelt in zijn/haar organisatie
3. De samenwerkingspartner moet bereid zijn om te luisteren
4. De samenwerkingspartner moet zich willen committeren om een gezamenlijke bijdrage te leveren
5. De samenwerkingspartner moet een zinvolle bijdrage kunnen leveren.

Samenwerking

In de theorie (zie Hoofdstuk 3 Theoretisch kader) wordt uitgebreid beschreven welke aspecten van een goede samenwerking meer aandacht vereisen in Amstelveen. Dat zijn:

1. De manier waarop beslissingen tot stand komen
2. Helderheid en gelijkwaardigheid in de taken en verantwoordelijkheden

3. Doen wat je zegt
4. Leren, aanpassen en feedbackloops inlassen

Gelijkwaardige samenwerking op basis van wederkerigheid

Een van de belangrijkste factoren van een gelijkwaardige samenwerking is een samenwerking die gebaseerd is op *wederkerigheid*. Bij *wederkerigheid* is er sprake van tweerichtingsverkeer. Het betekent geven en nemen, samen leren en gemeenschappelijke oplossingen bedenken (VVSG, z.d.). Het gaat erom dat de partners elkaar nodig hebben en dat er een wisselwerking ontstaat in hetgeen wat zij voor elkaar kunnen doen. De gelijkwaardige samenwerking rondom de plannen voor de traverse bij het Oude Dorp kan gecreëerd worden door stakeholders meer inzicht te geven in de wederkerige onderlinge relaties. Wanneer de verschillende stakeholders van elkaar weten wat zij kunnen brengen en wat ze kunnen halen bij elkaar ontstaat er een meer gelijkwaardigheid. Er is een analyse gemaakt over de wederkerige onderlinge relaties tussen stakeholders in Amstelveen en hoe deze benut kunnen worden. In deze uitwerking staan ook de concrete handelingen die de stakeholders kunnen uitvoeren om de samenwerking te optimaliseren. Daarmee dient dit schema ook als het prototype/handelingsperspectief (zie Bijlage 2 Prototype handelingsperspectief).

Gelijkwaardige samenwerking op basis van publieke waarde creëren

De publieke waarde (Moore, 1997) *“een verbonden aantrekkelijke stad”* zijn in het theoretisch kader toegelicht. Om deze publieke waarde te creëren is er een goede samenwerking nodig in het stakeholdersnetwerk (zie hoofdstuk 3 theoretisch kader). Het samenwerken aan het creëren van publieke waarde en het streven naar gezamenlijke doelen is een ook bevorderlijke factor voor meer gelijkwaardigheid in de samenwerking. Je bepaalt gezamenlijk het doel en verdeelt taken en verantwoordelijkheden om tot een zo goed mogelijk resultaat te komen.

Rollen en verantwoordelijkheden

In bijlage 1 Stakeholders staat een schema van de stakeholders die belangrijk zijn bij het vormen van de plannen rondom de nieuwe traverse bij het Oude Dorp. Op basis van deze stakeholders is het handelingsperspectief uitgeschreven (zie bijlage 2 Prototype handelingsperspectief).

Ontwerpen van het prototype

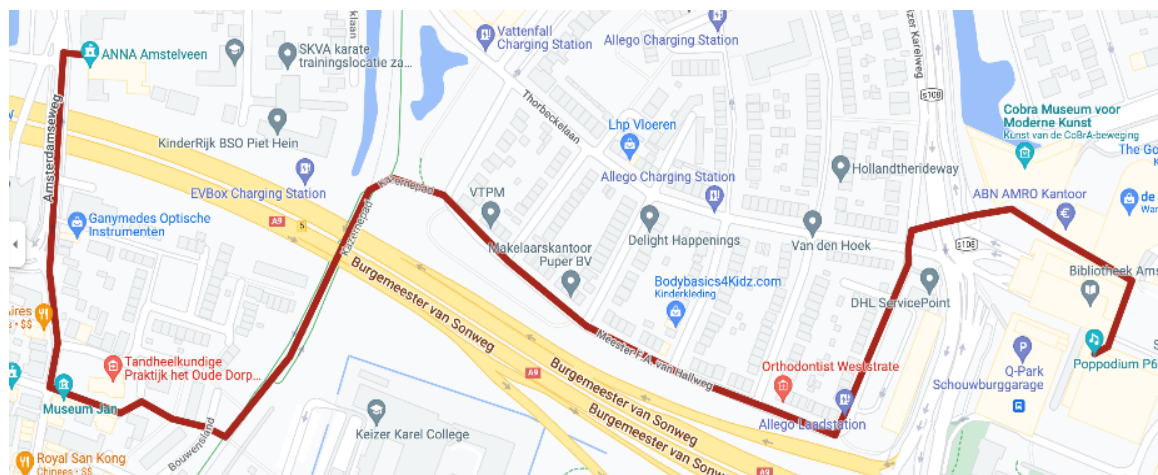
Er zijn verschillende momenten geweest waarbij er contact is geweest met de opdrachtgever en de stakeholders. Hierbij worden de interviews, observaties en uitkomsten van de Urban Scan ook meegenomen. Er is dit semester een event georganiseerd waarbij er gekeken is naar indicatoren voor gelijkwaardigheid en wederkerigheid die in de voorgaande alinea beschreven zijn en de aandachtspunten vanuit de theorie voor een goede samenwerking. De onderdelen van het event dat heeft plaatsgevonden om de werkende principes te testen was een stadswandeling en storytelling.

Visies delen op basis van stadswandeling

Onderdeel van het opbouwen van vertrouwen in een gelijkwaardige samenwerking kan worden gerealiseerd door het inbouwen van wederkerigheid. Dat inzicht en bewustwording kan worden gecreëerd

door beleving en spelsimulatie toe te passen (Smolders, 2019). Ook de opdrachtgever en andere stakeholders hebben tijdens de gesprekken aangegeven dat het beleven en visualiseren van ideeën belangrijke factoren zijn om hun gezamenlijke doel na te kunnen streven. De stadswandeling is gelopen (zie Figuur 7) vanaf de ANNA Kerk bij het Oude Dorp naar P60 in het Stadshart. Dat is de route die gelopen kan worden wanneer de traverse bij het Oude Dorp af is. De route biedt kansen om het aantrekkelijk te maken om van de ene plek naar de andere plek te lopen. De wandeling wordt gedaan zonder achtergrondinformatie van de deelnemers. Iedereen loopt mee als “gelijkwaardig mens” en kijkt samen naar het gebied en de mogelijkheden die het gebied biedt. Het is de bedoeling dat mensen zich hierdoor op hun gemak voelen en open en transparant met elkaar communiceren. Door middel van het scannen van een QR code kan iedere stakeholder deelnemen aan een groepsapp waarin foto's (zie Bijlage 5 Foto's Stadswandeling) gedeeld worden van wat iedereen opvalt tijdens de stadswandeling.

Figuur 7
Stadswandeling Amstelveen



Route Stadswandeling Amstelveen gemaakt in Google Maps

Storytelling

Het tweede deel van de avond wordt voortgezet bij de opdrachtgever Poppodium P60 en heeft als thema “storytelling”. Wanneer informatie in verhaal vorm wordt verteld worden er zeven hersengebieden geactiveerd bij de luisteraars ten opzichte van twee gebieden bij het vertellen op een rationele manier (Zak, 2013). Storytelling heeft daarnaast nog andere voordelen:

- Gemakkelijk visualiseerbaar; *deelnemers delen hun toekomstbeelden rondom de traverse*
- Synchroniseert de hersenen van de luisteraar en de verteller; *dit zorgt voor verbinding tussen de deelnemers*
- Grijpt onze aandacht; *deelnemers worden gestimuleerd om met elkaar in gesprek te zijn*
- Overstijgt culture verschillen; *overstijgen van culturele verschillen zorgt voor verbinding*
- Helpt complexen zaken begrijpelijk te maken; *verbinding op papier is een lastig uit te leggen, door verhalen te vertellen kunnen complexe ideeën stap voor stap worden uitgelegd*

- Creëert empathie; *door het vertellen van verhalen op een persoonlijke manier en met emotie kan empathie worden gecreëerd tussen stakeholders*

De opdracht die wordt gegeven aan iedere stakeholder is om een verhaal te vertellen over hoe zij de toekomst van de traverse zien. Hoe zien zij de toekomst, wat voor emotie speelt hierbij een rol en wanneer voelen zij een trots gevoel bij het opleveren van de traverse? Zij moeten een verhaal maken die het publiek raakt, overtuigd en meeneemt. Het doel van visies delen in een verhaalvorm is om men te laten luisteren en empathie voor elkaar op te wekken.

Bij beide onderdelen van het event zijn de werkende principes voor gelijkwaardigheid in een samenwerking meegenomen. Er is tijdens het event gelet op de indicatoren: of stakeholders effectief hun eigen organisatie kunnen beïnvloeden, open en transparant zijn, bereid zijn om te luisteren, zich committeren aan een gezamenlijke bijdrage en ook een zinvolle bijdrage kunnen leveren. Ook is er gelet op de wederkerigheid tussen de verschillende partijen. Dit is tijdens het event geobserveerd en in fieldnotes bijgehouden (zie Bijlage 4 Fieldnotes Storywalking Event). Daarnaast zijn er geluidsopnames gemaakt en is er naderhand een groepsanalyse gemaakt om te concluderen wat er wel en wat er niet heeft gewerkt. De evaluatie van het prototype wordt beschreven in hoofdstuk 6 Evaluatie werking prototype.

Hoofdstuk 6

EVALUATIE WERKING PROTOTYPE

Voor de evaluatie van het prototype kijken we naar het theoretisch kader uit hoofdstuk 3. Vanuit het theoretisch kader zijn de vier meest afwijkende stappen geïdentificeerd die volgens The Strategic Triangle for Collaborative Solutions (De Jong et al., 2021) kunnen leiden tot een gelijkwaardige samenwerking tussen verschillende actoren. De stappen zijn:

- De manier hoe beslissingen tot stand komen (transparantie)
- Helderheid en gelijkwaardigheid in de taken en verantwoordelijkheden
- Doen wat je zegt
- Inbouwen van een feedbackloop, leren en aanpassen.

Tijdens het prototype zijn er een aantal opvallende zaken benoemd door de deelnemers die in deze evaluatie worden verwerkt onder 1 van de 4 bovenstaande stappen. Het onderzoeksteam hebben ieder met een vooraf bepaald script de deelnemers begeleid. Tijdens de wandeling (zie Figuur 8) zijn er observaties genotuleerd. Hierbij is niet alleen geluisterd naar de inhoud van de gesprekken maar ook naar de ondertoon/emotie die de deelnemers lieten zien ten aanzien van de andere stakeholders. Na afloop van de wandeling is middels kwalitatief onderzoek het prototype geëvalueerd met de deelnemers (zie Figuur 9). Deze evaluatie heeft plaatsgevonden met een “check out” vraag:

Wat heeft deze wandeling bijgedragen aan de samenwerking met elkaar?

Om te kunnen concluderen of het prototype heeft gewerkt is nagegaan of de indicatoren vanuit het theoretisch kader over ‘gelijkwaardigheid’ en ‘samenwerking’ aanwezig zijn bij de stakeholders.

Figuur 8
Stadswandeling observatie en gesprekken met Stakeholders



Figuur 9
Evalueren met Stakeholders



Om te kunnen concluderen of het prototype heeft gewerkt zijn we nagegaan uit de fieldnotes (zie Bijlage 4 Fieldnotes Storywalking Event) of de indicatoren vanuit het theoretisch kader over 'gelijkwaardigheid' en 'samenwerking' aanwezig zijn bij de stakeholders.

Gelijkwaardigheid:

1. De samenwerkingspartner moet de eigen organisatie effectief kunnen beïnvloeden

Alle stakeholders die aanwezig waren zijn eindverantwoordelijk binnen hun organisatie en hebben ook beslissingsbevoegdheid. Bij de afwezige medewerkers van de gemeente blijft altijd een hiërarchische verhouding met de bestuurders van Amstelveen. De aanwezige ondernemers hebben beslissingsbevoegdheid.

2. De samenwerkingspartner is open en transparant over wat er speelt in zijn/haar organisatie

Bij het uittesten van het prototype zijn de stakeholders zeer open naar elkaar. Alles gaat op een zeer informele wijze en in een relaxte sfeer. Er wordt gelachen en men is bereid om naar elkaar te luisteren en ideeën met elkaar te delen.

3. De samenwerkingspartner moet bereid zijn om te luisteren

Tijdens de wandeling was er echt aandacht voor elkaar en was er ruimte om elkaar te leren kennen. De wandeling zorgde voor een dialoog en geen discussie. De aanwezigen tijdens de wandeling hadden het al gauw over elkaars privéleven en andere randzaken. Dat zorgde snel voor vertrouwen onderling waardoor er op een laagdrempelige wijze onderwerpen konden worden aangekaart.

4. De samenwerkingspartner moet zich willen committeren om een gezamenlijke bijdrage te leveren

Onze opdrachtgever is aanwezig bij alle relevante momenten. Daarnaast zijn de bewoners en ondernemers ook altijd vertegenwoordigd. De medewerkers van de gemeente laten echter veel verstek gaan. Los van een communicatiemedewerkster die wel een keer aanwezig is geweest bij een tussentijdse meeting laten de andere medewerkers niets van zich horen of melden zich op het laatste moment af. De afwezigheid van de gemeenteambtenaren was echter wel in lijn met de al geschetste beeldvorming door de andere stakeholders.

De deelnemers die wel aanwezig waren namen elkaar serieus. De wandeling zorgde voor een samenwerking waarin hiërarchie geen rol speelde. Men gaf aan het te waarderen dat de uitkomst van deze avond al niet op voorhand vaststond. Er ontstond ruimte voor dialoog en er was begrip en interesse voor elkaars standpunten.

5. De samenwerkingspartner moet een zinvolle bijdrage kunnen leveren

De opdrachtgever, ondernemers en bewoners zagen door de fysieke wandeling nu plotseling mogelijkheden in een tijdelijk aangelegde bouwweg dat mogelijk als een nieuw pad (verbinding) kan dienen. Tijdens het storytelling onderdeel kwam er heel veel los over hoe de gemeente zou moeten samenwerken met ondernemers en inwoners. Er werd zelf een nieuw idee in de vorm van een verhaal gedeeld over de verbinding van het Oude Dorp en het Stadshart van Amstelveen. Er was bij de aanwezige stakeholders een goede balans tussen halen en brengen.

Evaluatie prototype aan de hand van de 4 afwijkende stappen (zie Hoofdstuk 3 Theoretisch kader) in de samenwerking, zie Figuur 10 hieronder:

Figuur 10

Evaluatie prototype aan de hand van de 4 afwijkende stappen hoofdstuk 4 Theoretisch kader

Stap	Observatie	Impact
Tot stand komen beslissingen	<p>Ondernemers rondom traverses hebben zich verenigd in een BIZ, stemt besluitvorming af</p> <p>3 verschillende BIZ in Amstelveen werken ook samen</p> <p>Kans tot samenwerking P60 en ondernemers bij traverse</p> <p>Gemeente organiseert veel verschillende werkgroepen, deze worden al positief ervaren</p>	<p>Onderlinge band tussen ondernemers rondom de traverse is goed en productief. Meerdere initiatieven vinden al plaats in het gebied</p> <p>Samenwerking kan leiden tot een stevigere onderhandelingspositie met de gemeente</p> <p>Podium op het water kan een verbindende factor zijn</p> <p>Wergroepen gefocust rondom een onderwerp/thema zorgt voor een goed gevoel van participatie</p>
Helderheid en gelijkwaardigheid	<p>Gemeente is ook afhankelijk van stakeholders rondom marketing Amstelveen</p> <p>Bestuurders gemeente zijn goed zichtbaar, handhavers zorgen voor ergernis.</p> <p>Gemeente ziet meerwaarde Anna kerk in, heeft door wat Amstelveen nodig heeft</p>	<p>Bied kansen voor gelijkwaardigheid -> wederzijdse afhankelijkheid</p> <p>Relatie bestuurders biedt een opening, afbreukrisico in uitvoerende ambtenaren</p> <p>Gevestigde ondernemers maken nu al impact op de sfeer in Amstelveen -> biedt perspectief</p>
Doen wat je zegt	<p>Gemeente is niet op komen dagen (laatste moment afgezegd)</p>	<p>Negatieve impact op de samenwerking. Was voor de deelnemers geen verassing. Dat dit geen verassing an sich was zegt genoeg.</p>
Feedbackloop	<p>Lerend vermogen van de ondernemers is aanwezig (voorbeeld stoelen) ze schieten soms met hagel (realistisch)</p> <p>Wandeling door het gebied heeft gezorgd voor nieuwe inzichten en verbinding tussen de deelnemers</p>	<p>Ondernemers laten zien adaptief te zijn, passen hun voorstellen richting de gemeente aan op basis van hun learning. Er is een goede mate van begrip.</p> <p>Fysiek samenkomen leidt tot verbinding en creatie-> meenemen in verdere prototypes</p>

6.1 Wat heeft het prototype ons geleerd

Het prototype heeft een aantal inzichten opgeleverd. De wandeling zorgt op een natuurlijke wijze voor een informele sfeer en een gelijkwaardige wijze van communiceren. Doordat aanwezigen al snel vertrouwd met elkaar raken worden veel zaken gedeeld en komen mensen ter plekke op nieuwe ideeën. Het instrument 'Storytelling' zorgt voor een mooie samenvatting van de wandeling en vergezichten bij de aanwezigen. Het prototype leert echter ook dat sommige deelnemers niet komen opdagen ondanks herhaalde verzoeken en reminders. In het prototype waren het telkens medewerkers van één stakeholder 'De gemeente' die verstek liet gaan. Navraag leert dat dit meerdere oorzaken had:

- De meeste medewerkers van de Gemeente Amstelveen zijn geen inwoners van Amstelveen en hebben daardoor minder 'betrokkenheid' bij het vraagstuk behalve een professionele. Dit is ook iets wat de ondernemers als ervaring hadden met de medewerkers van de gemeente. Echter niet bij de bestuurders;
- De medewerkers van de Gemeente Amstelveen zien ons als 'studenten' en niet als 'studerende of werkende professionals'. En geven daarom aan dit onderzoek minder prioriteit;
- Er is gemerkt dat er veel eerder, meer tijd en energie gestoken had moeten worden in het leggen van contact met de contactpersonen bij de Gemeente Amstelveen om daarmee ook de lijnen korter te maken waardoor zij meer vertrouwd met het onderzoek raken. Er had meer geïnvesteerd moeten worden in de relatie;
- Er had meer en duidelijker uitleg moeten worden gegeven over de bedoeling van het onderzoek waardoor sommige stakeholders het onderzoek niet als concurrentie zien maar meer als een gratis adviesgroep.

Hoofdstuk 7

CONCLUSIE

Om antwoord te kunnen geven op de hoofdvraag zijn er twee ontwerpende deelvragen en twee evaluerende deelvragen geformuleerd, gericht op het evalueren van het prototype.

7.1 Ontwerpende deelvragen

Hoe willen de stakeholders betrokken worden bij de invulling van de traverse?

Stakeholders willen gelijkwaardig behandeld worden en dat de gemeente op een rechtvaardige manier gebruikmaakt van haar macht. De macht van de gemeente heeft impact op het gevoel van gelijkwaardigheid. Ideeën die een bijdrage kunnen leveren aan 'een aantrekkelijke en verbonden stad' worden tegengehouden door de ambtenaren in de vorm van handhaving. Ambtenaren zijn vaak bang voor sociale innovatie en willen daarom binnen de hokjes kleuren terwijl ondernemers vaak sneller willen schakelen.

Welke manier van samenwerking kan de gelijkwaardigheid versterken?

Wederzijdse afhankelijkheid oftewel wederkerigheid kan leiden tot gelijkwaardigheid. Een gemeenschappelijk doel kan stakeholders verbinden. Stakeholders kunnen hun krachten bundelen in een campagne rondom het herenigen van de gebieden die gescheiden zijn door de aanleg van de A9. Wederzijdse afhankelijkheid (Informeel) van de politieke macht kan gebruikt worden om legitimiteit te creëren. Meer macht voor ondernemers en burgers maakt de gemeente ook afhankelijk en niet alleen maar leidend.

7.2 Evaluerende deelvragen

In welke mate is de gelijkwaardigheid tussen de stakeholders verbeterd na de uitvoering van het prototype?

Door de afwezigheid van de gemeente kan deze vraag deels beantwoord worden. Tijdens de storytelling-sessie is er geconstateerd dat er signalen zijn van een gelijkwaardige samenwerking tussen ondernemers en bewoners. Ideeën over marketingcampagnes rondom de traverse vanuit ondernemers en bewoners versterken hun bereik, een groter bereik leidt tot een verdere versteviging van hun posities ten opzichte van de gemeente. Er zijn afspraken gemaakt door bewoners en ondernemers om de gedeelde ideeën verder uit te werken. Ondernemers en bewoners kwamen erachter dat zij een gemeenschappelijk belang en daarmee een gemeenschappelijk doel hebben. Door gebruik te maken van deze gemeenschappelijke doelen wordt de publieke waarde 'een aantrekkelijke en verbonden stad' vergroot. Het ontstaan van een sterkere coalitie tussen ondernemers en bewoners geeft hun meer legitimiteit om op een gelijkwaardige manier in gesprek te gaan met de gemeente.

Hoe kan de gelijkwaardigheid in de samenwerking worden geborgd?

Ondernemers kunnen zich beter verenigen via de verschillende BIZ-samenwerkingen (Bedrijven investeringszone). Een gelijkwaardige samenwerking tussen de ondernemers dient te worden onderhouden door regelmatige bijeenkomsten en het maken van samenwerkingsafspraken. Er dient geïnvesteerd te worden in de relatie door continu te monitoren of iedereen nog hetzelfde denkt en doet. Wijzigingen dienen te allen tijde gecommuniceerd te worden met alle betrokkenen om ruis te voorkomen. Door te investeren in de relatie groeit het vertrouwen en daardoor ook de gelijkwaardigheid in de samenwerking. Fysiek samenkomen leidt tot verbinding en creatie.

7.3 Hoofdvraag

De hoofdvraag luidt daarom als volgt:

Hoe kunnen stakeholders op een gelijkwaardige manier samenwerken rondom de invulling van de traverse van het oude dorp?

Stakeholders moeten het eens zijn over de publieke waarde waar ze aan willen werken. Als daar overeenstemming over is moet duidelijk worden gemaakt waar de wederkerigheid in het vraagstuk zit voor de stakeholders. Deze wederkerigheid leidt tot samenwerking. Wie kan wat voor de ander betekenen en wat kan de ander teruggeven moet op regelmatige basis in fysieke bijeenkomsten worden besproken om de overeengekomen publieke waarde te bewerkstelligen.

Hoofdstuk 8

AANBEVELINGEN

Tot stand komen beslissingen:

Om bij alle stakeholders draagvlak te creëren voor beslissingen die worden genomen is het noodzakelijk dat er constant aandacht is voor de publieke waarde van de traverse (een aantrekkelijke en verbonden stad). Alle stakeholders hebben een belang bij de publieke waarde. Concreet zou de opdrachtgever P60 aan kunnen geven dat alle stakeholders toetsen of de voorstellen en ideeën die worden ingebracht voldoen aan die publieke waarde en/of alle stakeholders zich daar ook aan kunnen committeren.

Helderheid en gelijkwaardigheid:

Het is van belang dat alle stakeholders weten wie welke rol en bevoegdheid heeft. Op die manier kunnen bijeenkomsten efficiënt plaatsvinden. Breng dus in kaart wie waar over gaat. De BIZ in Amstelveen is een goed vehikel waarmee de ondernemers hun legitimiteit en invloed kunnen vergroten. Zo ontstaat een stevigere onderhandelingspositie naar de gemeente. Het is dus van belang dat zoveel mogelijk ondernemers zich aansluiten bij een BIZ die opereert in of rondom het gebied van de traverse. Ook P60 kan zich als culturele onderneming hierbij aansluiten en zo de beïnvloedingsfeer uitbreiden.

Doen wat je zegt:

Een goed voorbeeld doet volgen. Als een stakeholder zelf consistent is, investeert in de relatie, afspraken nakomt, op tijd is, en interesse en begrip toont, zal dit als goed voorbeeld dienen. Daarnaast is het belangrijk dat het gemeenschappelijk belang eenduidig is zodat iedere stakeholder hetzelfde nastreeft en een gedeelde verantwoordelijkheid ervaart.

Feedbackloop:

Organiseer op regelmatige basis een samenkomst met de stakeholders waarbij ieders belang op een fysieke en visuele wijze kan worden belicht. Juist door fysiek met mensen bijeen te zijn op een locatie heb je de kans de stakeholders emotioneel aan elkaar te binden (Eventbranche, 2021). Connecties maken, mensen raken en mensen boeien leidt tot impact. Op die manier horen, zien en ruiken alle stakeholders de belangen die aan bod komen en heb je kans de stakeholders emotioneel aan elkaar te binden. Dit versterkt de samenwerking en kan helpen om de publieke waarde te vergroten.

Hoofdstuk 9

REFLECTIE

In dit laatste hoofdstuk van ons rapport blikken wij terug op ons groepsproces tijdens semester twee van opdracht in de stad. Per competentie zullen we toelichten wat de leeropbrengsten zijn. Ook komen we terug op de theorieën, modellen en onderzoeksresultaten. Hierin geven we de successen en de verbeterpunten aan.

Opsomming van de learnings:

- Impact van Storytelling
- Eerder betrekken en investeren in de relatie met Stakeholders
- Planning, helderheid, tussentijdse presentaties en concrete uitvragen aan Stakeholders
- Flexibel en creatief zijn
- Meer acties en experimenten uitzetten
- Opgeleverde geschreven stukken samen doornemen

Ontwerpen

Dit semester stond in het teken van ontwerpend onderzoek. Na de les over Design Thinking was 'ontwerpend onderzoek' duidelijker voor ons geworden. We zijn daarna ook met Design Thinking aan de slag gegaan. Wij hebben een aantal keren samen met de opdrachtgever gezeten om het vervolgonderzoek meer vorm te geven. Het beoogde resultaat is in iedere geval een prototype wat meerwaarde heeft voor de praktijk. Met alle input die wij hadden verkregen tijdens de verkenningsfase voor de Urban Scan, de nodige theorie, en de gesprekken met stakeholders die we daarna nog hebben gehad zijn wij tot het prototype gekomen. Ook de lessen hebben invloed gehad. Zo hebben we storytelling, uit de les van managementvaardigheden, als instrument ingezet om in de praktijk uit te testen. Wij waren allemaal verrast van de impact die storytelling teweeg kan brengen in een groep. Het voelde voor ons allemaal prettig om naar elkaars verhalen te luisteren. Ook kwam er bij ons allemaal meer begrip voor andermans situaties en stelde we ons kwetsbaar op in de les. Doordat iedereen zich kwetsbaar opstelt voelde het ook gelijkwaardig en empathisch. Dat wilde wij ook bij de stakeholders in Amstelveen teweegbrengen. De gemeente kwam uiteindelijk niet naar ons evenement. Hieruit hebben we geleerd om stakeholders veel meer te betrekken bij het voortraject. We hadden in dit geval de medewerkers van de gemeente echt onderdeel moeten laten zijn van het ontwerpproces zodat zij ook betrokkenheid en eigenaarschap voelde. We hadden dat kunnen doen door bijvoorbeeld tussenpresentaties en concrete uitvragen bij de gemeente op het kantoor te doen tijdens werktijden. Ook een strakke planning en helderheid over wat ons onderzoek voor de gemeente en andere stakeholders kan opleveren had voor meer duidelijkheid kunnen zorgen.

Regisseren

Wij hebben op verschillende momenten laten zien dat wij regie namen tijdens dit proces. Helemaal aan het begin van semester twee hebben wij meteen regie gepakt door te zeggen dat wij ons wilde focussen op de samenwerking tussen stakeholders en niet op het participatieonderdeel zelf. Een ander concreet en direct voorbeeld van regie pakken was ons prototype event. Uit onze Urban Scan bleek dat de gemeente een belangrijke stakeholder is. Ook onze opdrachtgever wil meer invloed kunnen uitoefenen samen met ondernemers en bewoners op de plannen van de gemeente. Daarom hadden wij bij iedere meeting en evenement ambtenaren uitgenodigd. Uiteindelijk waren er op het laatste moment geen ambtenaren bij ons evenement aanwezig en hebben wij de avond alsnog met andere ondernemers en bewoners tot een succes weten te brengen. Dat hebben wij gedaan door meteen te schakelen en ons programma op de avond zelf passend te maken voor de aanwezige stakeholders.

Evalueren

Het belangrijkste wat wij hebben geleerd van actieonderzoek is het doorlopend aanpassen van het onderzoek zodat het zo goed mogelijk aansluit bij hetgeen wat de praktijk van ons vraagt. Na stap 1 komt stap 1. Het was in het begin best frustrerend om steeds niet helemaal zeker te zijn van onze onderzoeksvragen. Dit vraagt veel reflectie en evaluatiemomenten. Vooral samen monitoren hoe het gaat en wat wij hebben geleerd, gezien en hebben ervaren tijdens bijeenkomsten met de stakeholders. Wat we hierin nog beter kunnen doen is gezette momenten prikken met een geselecteerd groepje stakeholders om samen te evalueren. Nu waren de evaluatiemomenten op een natuurlijke manier tot stand gekomen doordat wij toch toevallig met de opdrachtgever spraken, maar dit had strakker gekund door al vooraf bijvoorbeeld vier momenten te prikken. Ook hadden wij van onze momenten met de opdrachtgever korte terugkoppelingen kunnen maken zodat wij deze naar alle betrokken stakeholders konden sturen. Dan was iedereen beter op de hoogte van onze voortgang en voelde men zich waarschijnlijk meer betrokken.

Reflecteren

Iedere dinsdagavond in Teams namen wij tijd om met elkaar te reflecteren op de lessen en opdracht in de stad. Onderling waren er ook feedbackmomenten en eenieder nam de tijd om hierop te reflecteren. Wat fijn is om te merken is dat iedereen feedback goed opneemt en er ook wat mee doet. De sfeer in de groep was gemoedelijk en prettig waardoor we elkaar op een veilige manier konden aanspreken op taken en verantwoordelijkheden. Wat een goede learning was uit een van onze reflectiemomenten was dat wij aan de voorkant meer hadden moeten investeren in de relatie met de gemeente. We hadden te snel een oordeel klaar over de ambtenarij en kwamen daardoor in de verleiding om te concluderen dat zij weinig betrokken waren. Maar betrokkenheid komt niet zomaar. Hierin hadden wij onze rol beter kunnen pakken en wij hadden vaker moeten laten zien wat het onderzoek voor hen kon opleveren.

Modellen, theorieën en onderzoeksresultaten

Doordat wij een grote groep zijn met vijf leden hebben wij onze taken evenredig en goed verdeeld. Dat maakte dat wij in onze Urban Scan allemaal wel wisten wat ons onderzoek behelsde, maar dat wij allemaal op bepaalde onderdelen meer of minder wisten. Vooral het theoretisch kader is een hoofdstuk waarbij degene die het heeft geschreven vaak de meeste achtergrondkennis heeft. Dat hebben wij dit keer anders

aangepakt door eerst onze eigen stukken (soms in duo's) op te schrijven en daarna gezamenlijk de stukken door te nemen zodat iedereen achter het gedachteproces kan staan. De onderzoeksresultaten zijn uiteindelijk toepasselijk voor de praktijk, dus daar zijn wij tevreden mee. Wat wel nog beter was geweest is nog vaker testen en acties ondernemen in de praktijk. Jezelf veel laten zien en stakeholders ook vertrouwd laten raken met bepaalde methodieken. Dan is het waarschijnlijker dat de methodieken en modellen ook na ons onderzoek nog worden gebruikt. Echter door tijdgebrek hebben we dat niet kunnen realiseren. De duurzaamheid van onze interventies moeten nu nog blijken en het is aan ons om het werkveld een breed handelingsperspectief te bieden. Een specifieke vernieuwing die wij hebben geconstateerd is dat de ondernemers en bewoners redelijk op een lijn zitten. Ontmoetingen helpen om een verbinding te maken met de verschillende traversen en delen van Amstelveen. Hier zijn zij het over eens. Zij kunnen dit als collectief inzetten om hun positie ten op zichte van de gemeente te versterken. De ondernemers zijn vertegenwoordigd in een BIZ en bewoners kunnen dit versterken door bijvoorbeeld ook een bewonerscollectief te vormen.

Literatuurlijst

- Aerophoto- Schiphol Historische Luchtfoto. (3 april 1996). *Amstelveen aanleg rijksweg A9 [foto]. Geraadpleegd van* <https://www.aerophotostock.com/media/ef428be0-385f-4a03-b4e5-72dcd471c6a9-amstelveen-aanleg-van-rijksweg-a9>
- Amenkour, S., Kramer, D., Tuijp, V., Timmer, F. & Van Meijgaarden, L. (2021). *Urban Scan: Vooruitkomen met integrale participatie in Amstelveen*
- Boudrez, J. (6 november 2019). *De kracht van Co-Creatie*. StarringJane.com. Geraadpleegd op 1 juli 2022, van <https://www.starringjane.com/inzichten/de-kracht-van-co-creatie/#:~:text=Voorwaarden%20voor%20succesvolle%20co%2Dcreatie,Integriteit%20van%20deelnemers%20is%20vereist>.
- Bromell, J.D., (2012). *Mark Moore's Strategic Triangle*. Researchgate. Researchgate.net. Geraadpleegd op 1 juli 2022, van https://www.researchgate.net/figure/Mark-Moores-strategic-triangle-of-public-value_fig1_289129224
- De Jong, J., Edmondson, A., Moore, M., Bowles, H.R., Rivkin, J., Martinez Orbegozo, E.F. & Pulido-Gomez, S. (2021). *Building Cities' Collaborative Muscle*. Stanford Social Innovation Review
- Eventbranche. (2021). Online, hybride, of fysiek evenement? 30 voordelen, 30 nadelen. Eventbranche.nl. Geraadpleegd op 1 Juli 2022, van <https://www.eventbranche.nl/nieuws/online-hybride-of-fysiek-evenement-30-voordelen-30-nadelen-22634.html>
- Gemeente Amstelveen/Amstelveenweb. (Juli 2021). Amstelveenweb.nl. Geraadpleegd op 1 juli 2022, van <https://www.amstelveenweb.com/amstelveen>
- Hulstein, S. (2022). *Prototype fase design thinking. Lean People*. Geraadpleegd op 1 juli 2022, van <https://www.leanpeople.nl/prototype-fase-design-thinking/>
- Lean Six Sigma Groep. (z.d.). Wat is design thinking? Geraadpleegd op 1 juli 2022, van <https://leansixsigmagroep.nl/lean-agile-en-six-sigma/design-thinking/>
- Licht, H. (2016). *Netwerkgregie: Samenwerken in en tussen organisaties*. Sriptum Books
- Ministerie van Sociale Zaken en Werkgelegenheid. (2014). *Kernwaarden van de Nederlandse samenleving*[brochure]. Geraadpleegd op 1 juli 2022, van <https://www.prodemos.nl/wp-content/uploads/2016/04/KERNWAARDEN-NEDERLANDS-S73-622356.pdf>
- Moore, M. (1997). *Creating Public Value: Strategic Management in Government*. Harvard University Press
- Rijkswaterstaat. (z.d.). Overkapping Oude Dorp 2026. *Bezoekerscentrum.rijkswaterstaat.nl*. Geraadpleegd op 1 juli 2022, van <https://bezoekerscentrum.rijkswaterstaat.nl/SchipholAmsterdamAlmere/overkapping-oude-dorp-amstelveen/>
- Smolders, A.L. (2019). *Trust unravelled in inter-organisational relationships in a regulated tender environment*
- Van Dale. (z.d.). Vandale.nl. Geraadpleegd op 1 juli 2022, van <https://www.vandale.nl/gratis-woordenboek/nederlands/betekenis/coalitie#.Yr7QdOxBzcc>
- Van der Steen, M., Van Twist, M., Chin-A-Fat, N., Kwakkelstein, T. (2013) *Pop-up publieke waarde: Overheidssturing in de context van maatschappelijke zelforganisatie*. Nederlandse School voor Openbaar Bestuur
- Van der Zouwen. T. (2018). *Actieonderzoek: Een routewijzer voor studenten en professionals*. Boom
- VVSG. (z.d.) vvsg.be. Geraadpleegd op 1 juli 2022, van vvsg.be
- Zak, P. (2013). *How Stories Change the Brain*. Greater Good Magazine. Geraadpleegd op 1 juli 2022, van https://greatergood.berkeley.edu/article/item/how_stories_change_brain

Bijlage

1

STAKEHOLDERS



- Illustratie van stakeholdersnetwerk t.b.v. het prototype. Voor uitwerking wederkerigheid van onderlinge relaties en handelingsperspectief kijk in bijlage 2.

Bijlage

2

PROTOTYPE HANDELINGSPERSPECTIEF

Het handelingsperspectief is ontworpen op basis van de behoefte van de stakeholder voor een meer gelijkwaardige samenwerking. Het geeft inzicht in de onderlinge wederkerige relaties en hoe de unieke kwaliteiten kunnen worden ingezet ten behoeve van de toekomstige nieuwe traverse.

De **Eerste** kolom beschrijft de **stakeholder**,

De **tweede** kolom beschrijft de **wederkerigheid** (afhankelijkheid) met een van de andere stakeholders,

De **derde** kolom beschrijft hoe de **relatie** met de twee stakeholders kan worden gezien in het kader van de samenwerking rondom de nieuwe traverse en

De **vierde** kolom beschrijft **hoe dit kan worden ingezet** ten behoeve van de nieuwe traverse.

Stakeholder	De wederkerigheid in relatie met:	Relatie gebruiken t.b.v. samenwerking rondom toekomstige traveren:	Hoe
Politiek/gemeenteraad	Gemeente De gemeente voert gemeentelijke verordeningen uit voor de politiek.	Politiek/gemeenteraad en gemeente De gemeente kan zorgen voor een juiste uitvoering van de politieke besluiten.	- De politiek moet vooraf heldere kaders stellen zodat de gemeente beter weet hoe zij hier uitvoering aan kunnen geven. - Gemeente moet de juiste mensen op de juiste plek zetten.
	Bewoners Bewoners kiezen de gemeenteraad. Bewoners maken behoefte duidelijk waarop de politiek verordeningen moet maken.	Politiek/gemeenteraad en bewoners Bewoners kunnen kenbaar maken waar zij behoefte aan hebben m.b.t. de nieuwe traveren zodat de politiek haar keuzes hierop aan kan passen.	- Bewoners kunnen stemmen tijdens verkiezingen op raadsleden die hun behoefte het meeste dekken. - Handtekeningacties kunnen voldoende draagvlak aantonen. Bij 40.000 handtekeningen moet de politiek reageren.
	Ondernemers Ondernemers hebben een groot bereik en netwerk en kunnen hiermee invloed uitoefenen op de verkiezingen van de gemeenteraad.	Politiek/gemeente en ondernemers Ondernemers kunnen zorgen voor meer draagvlak onder de Amstelveense bevolking voor de plannen van de nieuwe traveren. Denk bijvoorbeeld aan reclame en marketing en het verzorgen van evenementen en ontmoetingen.	- Ondernemers organiseren evenementen, concerten, lezingen en andere samenkomsten waar zij het (Amstelveense) publiek kunnen enthousiasmeren om ook mee te denken aan de plannen voor de nieuwe traverse.
Gemeente	Politiek De politiek/gemeenteraad is werkverschaffer voor de gemeente.	Gemeente en politiek De politiek zorgt voor duidelijkheid en transparantie in keuzes voor de nieuwe traveren zodat de gemeente hier op een goede manier uitvoering aan kan geven.	- Kaders voor uitvoering van verordeningen moeten helder zijn.

	<p>Ondernemers Ondernemers zorgen voor aanbod horeca, winkels e.a. en dragen bij aan (financiële) opbrengsten en economische welvaart voor de gemeente.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Levert commercie - Maken de stad aantrekkelijk voor bewoners en toerisme - Zorgen voor leefbaarheid - Creëert ontmoeting, een plek om samen te komen - Groot netwerk en bereik - Ondernemers bereiken veel mensen, hebben groot netwerk en daarmee invloedrijk. - Grotendeels verenigd in BIZzen (zie BIZ) 	<p>Gemeente en ondernemers</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ondernemers kunnen zorgen voor meer draagvlak onder de Amstelveense bevolking voor de plannen van de nieuwe traverzen. Denk bijvoorbeeld aan reclame en marketing en het verzorgen van evenementen en ontmoetingen. - De ondernemers kunnen met initiatieven komen die vanuit hun kennis en ervaring van belang zijn voor de ontwikkeling van het gebied bij de nieuwe traverzen. Dat heeft de gemeente nodig. - De ondernemers kunnen meedenken over hoe de gemeente het gebied aantrekkelijk kan maken. - De ondernemers kunnen zorgen voor publiek die gebruik gaan maken van de voorzieningen en faciliteiten die de gemeente gaat ontwikkelen voor de nieuwe traverzen. 	<ul style="list-style-type: none"> - De gemeente kan de ondernemers reclame en marketing laten verzinnen die aansluit bij het (Amstelveense) publiek. - De ondernemers kunnen initiatieven indragen die helder en concreet zijn. Deze initiatieven sluiten aan bij de behoefte van de ondernemers en de gebruikers. - De gemeente kan soepeler omgaan met het verstrekken van vergunningen en vertrouwen moet hebben in de ondernemers op het gebied van evenementen en ontmoetingen organiseren. Wanneer ondernemers dit vertrouwen krijgen zullen zij deze verantwoordelijkheid dragen. - De ondernemers kunnen het publiek wat tijdens evenementen aanwezig is ook stimuleren om naar de traverse te gaan door in hun reclame en marketing te verwijzen naar de nieuwe traverse.
	<p>BIZ (bedrijveninvesteringszone) Verenigde ondernemers investeren gezamenlijk in leefbaarheid, veiligheid, ruimtelijke kwaliteit en economische ontwikkeling van het (winkel)gebied</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ondernemers verenigd in twee grote BIZzen (Amsterdamseweg Zuid en Horeca Amstelzijde) - Samen evenementen te organiseren - Feestverlichting aan te schaffen - Het gebied te promoten of beveiliging te regelen. 		
	<p>Bewoners De bewoners zijn gebruiker en consumenten van het gemeentelijk gebied.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Maken het leefbaar - Maken behoefte kenbaar, weten wat er speelt - Consumeren - Maken gebruik van voorzieningen, verkeersroutes en parken - Bepalen Amstelveense identiteit 	<p>Gemeente en bewoners</p> <ul style="list-style-type: none"> - De bewoners kunnen aangeven wat hun behoefte is en wat er speelt voor de ontwikkeling van de nieuwe traverzen van de gemeente. - De bewoners kunnen de Amstelveense identiteit identificeren. Het is van belang om dit een plek te geven in de plannen voor de nieuwe traverzen. - De bewoners gaan de nieuwe traverzen gebruiken om te ontmoeten, recreëren en consumeren. 	<ul style="list-style-type: none"> - De gemeente kan meer rekening houden met de verschillende nationaliteiten. Er zijn veel expats waarvan verwacht wordt dat ze zich niet voor lange tijd zullen binnen met Amstelveen. Door deze groep te betrekken en uit te nodigen om mee te participeren, zullen zij zich verbinden met de gemeente Amstelveen. - De gemeente kan duidelijker zijn in het doel van participatietrajecten om participatiemoeheid te voorkomen. Bewoners krijgen hierdoor het gevoel dat hun mening ook meetelt. - De gemeente kan op verschillende manieren canvassen om diverse bewoners te betrekken, dit om te voorkomen dat alleen de 'usual suspects' op bijeenkomsten aansluiten.
	<p>Scholen Scholen zorgen voor aanbod educatie voor kinderen en jongeren voor de gemeente.</p>	<p>Gemeente en scholen</p> <ul style="list-style-type: none"> - Scholen kunnen de gemeente helpen met burgerparticipatie onder jongeren. 	<ul style="list-style-type: none"> - De gemeente kan de jongeren van Amstelveen betrekken door motiverende projecten te

		<ul style="list-style-type: none"> - Scholen kunnen input leveren voor de inrichting van het gebied met betrekking tot bereikbaarheid en voorzieningen. 	<ul style="list-style-type: none"> - organiseren in samenwerking met de scholen in Amstelveen. - De gemeente kan via de scholen in Amstelveen investeren in de relatie met de jongeren van Amstelveen zodat zij ook hun input zullen geven. - De gemeente kan in het kader van het vak Burgerschap gastlessen verzorgen om inzicht te verschaffen in de politieke wereld. - Om de Amstelveense identiteit op de kaart te zetten, kunnen scholen ingezet als spreekbuis om jongeren te betrekken.
	<p>Cultuursector De cultuursector zorgt voor aanbod culturele educatie. Creëren een stukje geschiedenis en identiteit voor de gemeente.</p>	<p>Gemeente en cultuursector</p> <ul style="list-style-type: none"> - De cultuursector kan input leveren over geschiedenis en Amstelveense identiteit zodat dit een plek kan krijgen in de plannen van de gemeente. - De cultuursector kan helpen met reclame, marketing en campagne voor de nieuwe traversen. 	<ul style="list-style-type: none"> - De gemeente kan de cultuursector laten meebeslissen over gemeentepannen om betrokkenheid te genereren. - De gemeente kan de cultuursector inzetten om Amstelveen op de kaart te zetten als aantrekkelijke stad.
	<p>Toerisme Toerisme levert financiële opbrengsten op en economische welvaart voor de gemeente.</p>	<p>Gemeente en toerisme Toeristengedrag kan een indicator zijn voor de richting van de plannen. De gemeente wil ook dat de toeristen het aantrekkelijk vinden om van de nieuwe traversen gebruik te maken.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - De gemeente kan de traversen internationaal aantrekkelijk maken door informatieborden in verschillende talen op te stellen. - De gemeente kan internationale reclamecampagnes opzetten om toerisme te genereren. - De gemeente kan de traversen als promotiemateriaal in vakantieguides laten opnemen - De gemeente kan social media inzetten om de traversen op de kaart te zetten en aantrekkelijk maken voor toeristen.
Ondernemers	<p>Politiek De politiek maakt verordeningen die medebepalend zijn voor nieuwe bedrijven, horeca en evenementen van de ondernemers.</p>	<p>Ondernemers en politiek De politiek kan ondernemers helpen door hun verordeningen zo op stellen, zodat er voldoende ruimte is voor horeca en bedrijven om te groeien om initiatieven en evenementen te organiseren.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ondernemers kunnen inspelen op de politiek door inzichtelijk te maken wat de ondernemers rondom de traversen kunnen bijdrage.
	<p>Gemeente De gemeente voert beleid uit die medebepalend zijn voor nieuwe bedrijven, horeca en evenementen van de ondernemers. Denk aan het verstrekken van vergunningen.</p>	<p>Ondernemers en gemeente De gemeente kan het beleid, de richtlijnen en verordeningen zo uitleggen dat de kader vooraf helder zijn voor de ondernemers als zij evenementen willen organiseren. De evenementen kunnen helpen bij het creëren van verbinding en ontmoeting.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ondernemers kunnen investeren in de relatie met de gemeente om meer draagvlak te creëren voor hun evenementen. - Ondernemers kunnen hun activiteiten aantrekkelijk maken voor de gemeente door te benoemen wat de positieve bijdrage zal zijn voor de traversen.
	<p>BIZ Ondernemers kunnen elkaar helpen doordat zij zich verenigen in een BIZ.</p>	<p>Ondernemers en BIZ Het collectieve aspect van de BIZ maakt de positie van de ondernemers sterk en kan worden ingezet om invloed uit te oefenen op de plannen voor de nieuwe traversen.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ondernemers kunnen zich verenigen in een BIZ om hun positie te versterken. - Ondernemers komen samen tot mooie en aantrekkelijke ideeën om de traversen in te vullen die meer inkomsten zullen genereren voor de ondernemers.
	<p>Bewoners De bewoners consumeren bij de ondernemers en zorgen voor</p>	<p>Ondernemers en bewoners De bewoners kunnen ondernemers ondersteunen door bij hen te consumeren en daarmee kenbaar te maken dat zij behoefte</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Ondernemers kunnen de bewoners betrekken door meer legitieme macht te verkrijgen en daardoor hun

	draagvlak voor plannen van de ondernemers.	hebben aan een levendig en divers winkel en horeca aanbod. Tevens kunnen bewoners samen met ondernemers een collectief opstarten zodat hun stem meer gewichtig wordt.	<p>onderhandelingspositie te versterken.</p> <ul style="list-style-type: none"> - Ondernemers kunnen de bewoners de noodzaak belichten van een levendig winkel en horeca-aanbod, als Amstelveen aantrekkelijker wordt dan is dat in het voordeel van de bewoners van Amstelveen. - Ondernemers kunnen bewoners steunen in hun plannen en de overlap oppakken door de handen ineen te slaan.
	Toerisme Toeristen consumeren bij de ondernemers en zorgen voor levendigheid.	Ondernemers en toerisme Toeristen consumeren bij de ondernemers. Door middel van hun koopgedrag en consumentengedrag kunnen de ondernemers laten zien dat horeca, winkels en wellness van toegevoegd waarde is voor de nieuwe traverse.	<ul style="list-style-type: none"> - Ondernemers kunnen zich richten op toeristen door zich aan te passen op het consumentengedrag van toeristen. - Ondernemers kunnen verschillende horeca gericht op de wereldkeuken zodat iedere toerist zich welkom en thuis voelt. - Ondernemers kunnen evenementen organiseren die internationaal aantrekkelijk zijn.
	Scholen De scholen zorgen voor jeugdig publiek voor de ondernemers.	Ondernemers en scholen Met betrekking tot de samenwerking rondom de traversen kunnen scholen specifiek weinig betekenen voor de ondernemers. Als de traversen er zijn zal de jeugd wel gebruik willen maken van horeca en evenementen die plaatsvinden op de traversen.	<ul style="list-style-type: none"> - Ondernemers kunnen hun activiteiten inzetten op jong en oud. De jonge bewoners van Amstelveen zijn te vinden op scholen en kunnen ingezet worden om meer draagvlak te creëren voor gebruik van horeca en evenementen. - Jongeren kunnen helpen bij het positioneren van de Amstelveense identiteit door gebruik te maken van evenementen en horeca, ondernemers kunnen hierop inspelen. - Ondernemers kunnen scholen betrekken bij hun ideeën over de invulling van de traversen om op die manier een relatie op te bouwen, waardoor die relatie op zijn beurt zal leiden tot meer bruis in Amstelveen - Ondernemers kunnen scholen helpen met aantrekkelijke lessen over ondernemen waarin het project van de traversen ook meegenomen kan worden. - De jeugd is de toekomst van Amstelveen, ondernemers kunnen hiermee rekening houden door samen met de jeugd na te denken over hoe zij zich voor langere tijd kunnen binden met Amstelveen
	Cultuursector Cultuursector en de ondernemers zorgen samen voor een divers en aantrekkelijk aanbod van educatie en ontmoetingsplekken.	Ondernemers en cultuursector De cultuursector en de ondernemers hebben overlappende belangen. Als zij de krachten kunnen bundelen kan hun inbreng op de plannen meer impact hebben.	<ul style="list-style-type: none"> - Ondernemers kunnen aansluiten op het aantrekkelijk aanbod van de cultuursector door hun belangen te bundelen. - Ondernemers kunnen samen met de cultuursector kijken of er overlap is in ideeën voor de invulling van de traversen.

Bewoners	Politiek De politiek vertegenwoordigt de Amstelveense bevolking.	Bewoners en politiek Politiek kan beleid maken die goed aansluit bij de behoefte van de Amstelveense bevolking.	De politiek moet haar verkiezingsbeloftes nakomen (doen wat je zegt) en bewoners de gelegenheid geven om te participeren. De politiek moet de uitkomsten van de participatie voldoende laten terugkomen in de uiteindelijke traverse.
	Gemeente De gemeente zorgt voor een leefbare publieke ruimte voor bewoners.	Bewoners en gemeente De gemeente burgerparticipatie regelen. Dat is belangrijk bij het vormen van eigenaarschap. De gemeente moet dit op een goede en genuanceerde manier organiseren zodat bewoners hun sentiment, ervaringen en behoefte kenbaar kunnen maken.	De burgerparticipatie kan door middel van Design thinking plaatsvinden. Voor een langere periode investeren in het inleven en onderzoeken van het gebied laat zien dat je als gemeente betrokken bent met hetgeen wat er speelt onder bewoners. Belangrijke elementen: Creëer een gezellige sfeer door bankjes, stoelen en aankleding Zorg voor goede koffie en wat kleine hapjes Zorg voor iets interactiefs waardoor je jong en oud kan meenemen een gedachteproces en laat hen meedenken. Zorg voor Engelse oplagen Zet medewerkers met verschillende achtergrond en culturen bij de bus om divers publiek te trekken
	Ondernemers Ondernemers zorgen voor horeca en winkelaanbod zodat er leuke dingen te doen zijn voor de bewoners. Creëren ontmoetingsplekke voor bewoners.	Bewoners en ondernemers De ondernemers kunnen initiatieven indienen die aantrekkelijk zijn voor het Amstelveense publiek. Tevens kunnen bewoners samen met ondernemers een collectief opstarten zodat hun stem meer gewichtig wordt.	Bewoners en ondernemers kunnen elkaars krachten bundelen. Een grote groep bewoners vindt het leuk om een levendige stad te hebben waar er genoeg te beleven valt. Dit is vraag (bewoners) en aanbod (ondernemers) Initiatieven bij de gemeente indienen werken vaak het best als er ook genoeg draagvlak is onder bewoners.
	Bewoners Bewoners hebben elkaar nodig om sociale controle en cohesie te creëren	Bewoners en bewoners Bewoners staan nog sterker als zij een collectief oprichten. Een georganiseerde bewonersgroep die de belangen voor de bewoners behartigt in de plannen.	Bewoners kunnen onderling elkaar opzoeken en een bewonersgroep opstarten. Dit kunnen ze doen om op te roepen via social media of in de buurt met elkaar te spreken.
	Scholen Scholen zorgen voor educatie en veilige leeromgeving voor de kinderen van de bewoners. Zorgen voor ontmoeting en verbinding tussen de kinderen van de bewoners.	Bewoners en scholen De scholen kunnen de kinderen van de bewoners goed voorlichten over de plannen van de gemeente.	Scholen kunnen hun oudernetwerk en kinderen voorlichten over de plannen van de nieuwe traverse. In de aanloop naar de traverse kan de school hier thematisch aandacht aan besteden. Doordat kinderen er wat van leren, brengen zij het ook mee naar huis. Zo bereik je meer bewoners.
	Cultuursector De cultuursector zorgt voor educatief cultureel aanbod zodat het mogelijk is om een uitstapje te maken voor bewoners.	Bewoners en cultuursector De cultuursector kan initiatieven indienen voor de traveren t.b.v. de behoefte van de bewoners. Zij kunnen ook ontmoetingen faciliteren.	De cultuursector kan ervoor zorgen dat er gebruikt wordt gemaakt van kunst bij de nieuwe traverse die in samenspraak met de bewoners tot stand is gekomen. Door bijvoorbeeld op een vrijdag met een kunstenaar op de markt te staan en men mag dan aan de kunst meehelpen of meedenken.
Scholen	Politiek De politiek/gemeenteraad bepaald welke scholen en voorzieningen er	Scholen en politiek De gemeenteraad kan ervoor zorgen dat er voorzieningen gecreëerd worden op of	- De politiek kan de scholen helpen door

	moeten komen. Ook bepaald de gemeenteraad hoeveel gelden er vrijgemaakt wordt t.b.v. scholen.	dichtbij de scholen zodat hun leerlingen er op een goede manier gebruik van kunnen maken.	<p>goed te kijken naar bereikbaarheid (verkeer).</p> <ul style="list-style-type: none"> - De politiek moet kijken naar behoefte van de leerlingen door bijvoorbeeld de gemeente de opdracht te geven om de uitvraag te doen in de vorm van participatie. Social media inzetten om zoveel mogelijk jeugd te bereiken. - Wethouders zelf kunnen ook bij de scholen wat vertellen over de plannen en peilen bij de kinderen en jongeren wat er speelt.
	<p>Gemeente</p> <p>De gemeente bepaald hoe de invulling van het gebied eruit komt te zien. Specifiek: de traverse bij het Oude Dorp is een grote ontwikkelingslag gaande voor de Piet Hein school. De traverse die daar komt wordt gedeeltelijk het schoolplein.</p>	<p>Scholen en gemeente</p> <p>De gemeente kan de scholen benutten om uitvragen te doen m.b.t. planvorming. Vooral de Piet Hein school moet betrokken worden omdat hun school aan de traversen ligt bij het Oude Dorp. De gemeente kan via de school ook kinderen en jongeren betrekken bij de planvorming.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - De gemeente kan door middel van wedstrijdelement de kinderen en jongeren uitdagen om mee te denken aan de plannen voor de traverse. - Bij de Piet Hein school kan dat in de vorm van tekeningen en bij het Keizer Karel college in de vorm van een filmpje of iets anders creatiefs - De gemeente moet in de participatie in ieder geval rekening houden met de verschillende leeftijden en achtergronden van de jongeren. Ook de schooldirectie kan hierin meedenken.
	<p>Bewoners</p> <p>De kinderen en jongeren van bewoners zijn nodig om scholen draaiende te houden.</p>	<p>Scholen en bewoners</p> <p>De bewoners kunnen hun kinderen inschrijven bij de scholen in deze regio. Hierdoor krijgt de school meer legitimiteit en krijgen zij meer (financieel) middelen van de gemeente om hun lessen en gebouwen te optimaliseren. De scholen liggen dichtbij de traversen en de kinderen/jongeren zullen hier gebruik van gaan maken.</p>	<p>Bewoners kunnen indirect voor meer legitimiteit zorgen door hun kinderen op Amstelveense basisscholen en hoger onderwijs te zetten. De bewoners en scholen kunnen zorgen voor een goede aansluiting met de jeugd dus als zij één stem zouden vormen zal dat hun positie en invloed vergroten op de invulling van de nieuwe traverse.</p>
	<p>Cultuursector</p> <p>De cultuursector heeft aanbod t.b.v. het leerproces van de kinderen en jongeren die naar school gaan.</p>	<p>Scholen en cultuursector</p> <p>Als de cultuursector en scholen samen peilers voor de nieuwe traversen kunnen formuleren zal hun stem zwaarder wegen.</p>	<p>Tijdens culturele excursies die georganiseerd worden door de scholen kan er aandacht besteed worden aan het onderwerp participatie en invloed. Vooral het leuk maken van het onderwerp is belangrijk. Maak het speciaal: je mag meedenken aan iets wat er later ook nog steeds zal zijn. Je schrijft een stukje geschiedenis voor Amstelveen. Hiermee creëer je trots en Amstelveense identiteit.</p>
Toerisme	<p>Gemeente</p> <p>De gemeente zorgt voor een aantrekkelijk gebied met een goede bereikbaarheid naar voorzieningen voor toeristen.</p>	<p>Toerisme en gemeente</p> <p>De gemeente moet ervoor zorgen dat de behoefte van de toeristen bij de invulling van de nieuwe traversen een plek krijgt. Zij kunnen het toeristen en consumenten gedrag in overweging nemen om het een aangename plek voor het publiek te maken. De gemeente kan bijvoorbeeld op zaterdagen korte peilingen doen onder het winkelend en musea publiek.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - De gemeente kan in de weekenden en vakanties korte peilingen doen onder het winkelend en musea publiek. - De gemeente kan data opvragen over toerismecijfers en kijken waar hun behoefte ligt. Hierop kan de gemeente

			haar plannen inrichten zodat het ook aantrekkelijk wordt voor toerisme
	Ondernemers Ondernemers zorgen voor een aantrekkelijk aanbod van winkels en horeca voor toeristen.	Toerisme en ondernemers Ondernemers kunnen initiatieven indienen t.b.v. het bevorderen van het aantrekken van toerisme in Amstelveen.	Ondernemers dienen vaak het toeristische publiek. Zij weten wat er speelt en waar zij op af komen. Ondernemers kunnen hun kennis hierover delen om de traverse aantrekkelijk te maken voor toeristen
	Cultuursector De cultuursector zorgt voor een aantrekkelijk aanbod van musea, bibliotheek en recreatie voor toeristen.	Toerisme en cultuursector De cultuursector kan initiatieven indienen t.b.v. het bevorderen van het aantrekken van toerisme in Amstelveen.	De cultuursector dient vaak het toeristische publiek. Zij weten wat er speelt en waar zij op af komen. De cultuursector kan hun kennis hierover delen om de traverse aantrekkelijk te maken voor toeristen.
Cultuursector	Gemeente De gemeente zorgt voor subsidies voor de culturele instellingen en bereikbaarheid van hun gebouwen.	Cultuursector en gemeente De gemeente kan de kennis en ervaring van de cultuursector meenemen in de plannen voor de nieuwe traversen zodat kunst en cultuur ook een plek krijgt. Kunst en cultuur zorgen voor verbinding en dat biedt kansen voor de toekomstige traversen. De gemeente moet hierin actief de cultuursector betrekken.	De gemeente kan actief uitvragen bij de cultuursector waar hun publiek op af komt. De gemeente kan bijvoorbeeld van iedere instelling één vertegenwoordiger vragen om mee te denken over de plannen voor de traverse.
	Ondernemers De consumenten van de cultuursector en ondernemers overlappen elkaar.	Cultuursector en ondernemers De cultuursector en de ondernemers hebben overlappende belangen. Als zij de krachten kunnen bundelen kan hun inbreng op de plannen meer impact hebben.	De ondernemers kunnen actief opzoek gaan naar de overlappende belangen van hen en de cultuursector. De ondernemers kunnen een bijeenkomst organiseren waarbij er vanuit de cultuursector van iedere organisatie een vertegenwoordiger bij zit om de gemeenschappelijke belangen op te zoeken.
	Bewoners De bewoners maken gebruik van de ontmoetingsplekken die de cultuursector creëert. Bewoners en kinderen van de bewoners consumeren hier.	Cultuursector en bewoners De bewoners kunnen ervoor zorgen dat zij kenbaar maken waar zij behoefte aan hebben op het gebied van kunst en cultuur. Wanneer zij dat aangeven zal de cultuursector meer steun krijgen om in de plannen voor de nieuwe traversen te verwerken.	Bewoners kunnen indirect steun geven aan de cultuursector door actief gebruik te maken van hun faciliteiten. Bijvoorbeeld door naar de bibliotheek te gaan of een bezoek te brengen aan musea in Amstelveen. Dat draagt bij aan de legitimiteit van de cultuursector.
	Toerisme Toeristen maken gebruik van het cultureel aanbod en consumeren dus bij de cultuursector.	Cultuursector en toerisme Als toeristen naar Amstelveen blijven komen voor kunst en cultuur, dan zal de waarde van deze sector ook hoog blijven. Hierdoor creer je een noodzaak voor de gemeente om cultuur in de ontwikkeling van de traversen mee te nemen.	Toeristen kunnen indirect steun geven aan de cultuursector door actief gebruik te maken van hun faciliteiten. Bijvoorbeeld door naar de bibliotheek te gaan of een bezoek te brengen aan musea in Amstelveen. Dat draagt bij aan de legitimiteit van de cultuursector.
	Scholen Scholen zorgen met name voor de klandizie van de cultuursector.	Cultuursector en scholen Scholen kunnen uitstapjes en lessen koppelen aan kunst en cultuur waardoor de waarde van deze sector hoog blijft.	Scholen kunnen hun onderwijsprogramma zo inrichten dat er minimaal 2-4 keer per jaar een lokale culturele excursie wordt in gepland.

Bijlage

3

FLYER EN PROGRAMMA STORYWALKING EVENT

URBAN MANAGEMENT EVENT

STORYWALKING

Een stadswandeling voor Amstelveen door Amstelveen

Dinsdag 17 mei

18:30-19:30
Stadswandeling, starten bij de Anna Kerk

19:30-20:30
Storytelling en afsluiting bij P60

PROGRAMMA

18:20 - 18:30	Verzamelen bij Anna Kerk
18:30 - 19:30	Stadswandeling
19:30 - 19:45	Verzamelen bij P60 met koffie en thee en presentatie Storytelling
19:15 - 20:15	Aan de slag met Storytelling
20:15 - 20:30	Luisteren naar elkaars verhalen
20:30 - 20:45	Uitloop en afsluiting met hapjes

 EUREKA.

EUREKA is een Europees project (Erasmus) waarin vier landen samenwerken met het maken van een nieuw profiel voor een urban manager (stadsvernieuwer) voor hun afstudeerstudies. Voor Nederland zijn de Hogeschool van Amsterdam en P60 Poppodium betrokken bij dit project. Door de A9 werkzaamheden zijn er veel veranderingen in het oude dorp en het Stadshart. Wij horen graag de verhalen van bewoners en andere betrokkenen voor het Eureka onderzoek.

Komt u ook? Iedereen is van harte welkom!
Aanmelden vóór 13 mei via lisa.van.meijgaarden@hva.nl

Programma

18:20-18:30 verzamelen Anna Kerk

Route kaart wordt uitgedeeld en we lopen afhankelijk van de groepsgrootte in één of meerdere groepen. De route die gelopen wordt start bij de ANNA kerk en via het Oude Dorp lopen we terug richting het Stadshart.

Iedereen krijgt een QR code om deel te nemen aan een “Storywalking groeps-chat”
Iedereen die deelneemt kan tijdens de wandeling foto’s delen in de groepsapp van:
Mooie, interessante, kenmerkende, fascinerende, opvallende dingen

19:30-19:45 verzamelen met koffie/thee bij P60

Korte presentatie over “Storytelling”

19:45-20:15 aan de slag met storytelling

Iedereen gaat aan de hand van wat hij/zij heeft gezien tijdens de wandeling een verhaal schrijven en creëren. Een verhaal over wat jij voor je ziet over 5 jaar als de traversen af zijn. Welk gevoel geeft het je? Wat valt er te beleven? Hoe is het tot stand gekomen? Probeer je verhaal zo te maken dat je het publiek overtuigd en meeneemt. Gebruik je fantasie, niks is goed of fout. Dit mag in je eentje of in groepjes die vrij te bepalen zijn.

20:15-20:30 naar elkaars verhalen luisteren

Iedereen krijgt de tijd en alle aandacht om naar elkaars verhaal te luisteren.

20:30-20:45 uitloop en afsluiting

Met kleine hapjes

Bijlage

4

FIELDNOTES STORYWALKING EVENT

- Ondernemers zijn goed vertegenwoordigd.
- Bewoners zijn minder vertegenwoordigd.
- De gemeente is afwezig, heeft last-minute afgezegd of komt niet opdagen.
- Ondernemers onderling hebben goede verstandhouding, geen concurrentie maar gun-factor naar elkaar toe.
- Iedereen spreekt open en transparant en er wordt op een laagdrempelige manier gesproken onderling.
- Er worden veel feiten, weetjes en geschiedenis van Amstelveen gedeeld waardoor er over en weer interessante gesprekken plaatsvinden.
- Foto's worden gedeeld in de Whatsappgroep. De QR code om deel te nemen aan de whatsappgroep wordt enthousiast op gereageerd. "Wat leuk, dit wist ik niet dat dat zo werkte".
- Tijdens de wandeling: er ontstaan groepjes om elkaar een op een wat te vertellen of in kleine groepjes wat toelichting te geven op hetgeen wat we zien.
- Tijdens de wandeling: iedereen wacht op elkaar.
- Tijdens de wandeling: er wordt gelachen op momenten, sfeer voelt goed.
- Tijdens de wandeling wordt er verteld over de BIZ waarin een aantal van de deelnemende ondernemers zitten. De BIZ wordt beschreven als een waardevol collectief instrument.
- Bij P60 storytelling: iedereen neemt wat te drinken en luistert aandachtig naar de korte uitleg over storytelling. Iedereen is stil en kijkt mee naar de presentatie.
- Wanneer de vraag wordt gesteld "wie heeft er vandaag nog een verhaal gehoord" wordt er gereageerd met een verhalen podcast. "Het zijn steeds korte verhalen. Het zet je aan het denken en het is grappig" werd er gezegd.
- Na de uitleg wordt er meteen een verband gelegd door een van de ondernemers met een marketingstrategie waarover gedacht wordt voor de verbinding van Amstelveen. De strategie wordt uitgedacht samen met de gemeente en enkele ondernemers. De waarde van storytelling wordt erkent. Iedereen blijft napraten over de samenwerking met de gemeente. Enkele ondernemers geven aan dat zij best goed betrokken worden om mee te denken. Dat gebeurt in kleine groepjes. Hiervoor worden vaak dezelfde vooraanstaande mensen gevraagd. Wat de ondernemer best prima vindt.
- Wanneer het gesprek gaat over evenementen organiseren wordt er gezegd: "je weet gewoon dat je 10 verzoeken moet doen, waarvan je er vast 1 goedgekeurd krijgt".
- De gemeente komt vaak niet met een helder antwoord waarom bepaalde evenementen geen doorgang kunnen vinden. Ze zeggen bijvoorbeeld: "we willen geen zuipfestein" of "er is een risico dat mensen stoelen van het dak gooien".
- Kaders en richtlijnen zijn niet helder en daarom lastig voor ondernemers om er een concreet voorstel voor te schrijven.
- Een van de ondernemers geeft aan een concert te willen organiseren met een podium over het meer/water. Een andere ondernemer reageert enthousiast dat hij ook zo'n idee had. Er ontstond een leuke connectie en een haakje om samen het idee op te pakken.
- Na 1,5 uur wandeling en storytelling werd er nog afgesloten met een drankje in het café van P60. Iedereen die er was, kwam mee en bleef nog 15-30 minuten na borrelen en praten. Sfeer was goed, laagdrempelig en voelde gelijkwaardig.

Bijlage

5

FOTO'S STADSWANDELING



Bijlage

6

EVALUATIEGESPREEKEN NA EVENT MET GEMEENTE

Evaluatiegesprek externe Gemeentemedewerker

220610

- Wat kunnen bewoners en ondernemers doen om initiatieven bij de gemeente goed aan het licht te krijgen? Ideeën die zij hebben voor een gebied omgieten in een "first proposal" of in een 1-pager. Meteen duidelijk benoemen wat je voor elkaar wil krijgen en welke rol je erin gaat krijgen. Veel wisseling van de wacht, eigenaarschap over dossiers verschuift, vastberadenheid is belangrijk, volhardend, praatje soms 10x moeten voeren. Hoge werkdruk momenteel
- Hoge werkdruk: in Amstelveen veel grootstedelijke ontwikkeling, gevoelige trajecten. Bij een groeiende gemeente vraagt dit veel capaciteit voor de teams. Werkdruk heeft ook te maken met het feit dat er meer controle is, wordt veel over de schouders mee gekeken. Veel WOB verzoeken. Creëert ook betrokkenheid. Behoeft vanuit de omgeving om grip te hebben op wat er gebeurt.
- Samen optrekken, lobbyen van je ideeën, lange adem.
- Hoe hadden wij de aanwezigheid kunnen verhogen: traject is niet per se vanuit de gemeente, belang is niet groot, kwaliteit die wij leveren is onzeker omdat we studenten zijn, aandacht is minder, werkdruk is hoog,
- Hoe omgaan met last minute afzeggingen: meer op relatie zitten, bellen, vertrouwen creëren, mensen van tevoren nog een korte reminder sturen.
- Laatste tip: vindt iemand die voor je wil gaan staan binnen de gemeente, iemand die echt met ons wil optrekken, is er een kartrekker die eigenaarschap voelt.

Evaluatiegesprek ambtenaar

220615

- Wat kunnen wij verbeteren aan onze aanpak/onderzoek zodat er meer animo komt vanuit de gemeente? Beter meenemen aan de voorkant wat het onderzoek inhoudt en behelst. Hoeveel tijd kost het en wat levert het ons op. We horen lang niks en dan is het lastig in te schatten hoe relevant het is voor mij om eraan deel te nemen.
- Tips voor ons? Profileer je als groep. Spreek meerdere disciplines aan. Maak persoonlijk contact. Plan ver van tevoren en het beste tijdens kantooruren. Dan heb je de meeste kans dat men deel kan nemen.
- Op welke manier en welke vorm vindt u het prettig om in gesprek te gaan met bewoners en ondernemers? Ik ben van het persoonlijk contact leggen, maar daar is niet altijd tijd voor. De participatie rondom de traverse bij het Oude Dorp moet nog op gang komen en dan is interactiviteit een mooi element bijvoorbeeld door een platform waar bewoners of andere betrokkenen kunnen reageren op voorstellen.
- Wat kunnen bewoners en ondernemers doen om initiatieven bij de gemeente goed aan het licht te krijgen? Goed voorbereiden, risicoanalyse maken, maak inzichtelijk wie de doelgroep is en hoe deze bereikt wordt.

Korte tips van ambtenaar

220701

- Maak persoonlijk contact
- Koppel vaak terug zodat iedereen op de hoogte blijft en aangehaakt
- Investeren in de relatie zodat er draagvlak bij de gemeente is om deel te nemen aan jullie onderzoek