

Hernieuwde motivatie na afloop van coproductie projecten.

Versie 16.06.2025

Student: **Ivo Steenbeek**
Studentnummer: **S3683249**
Scriptiebegeleider: **Dr. Carola van Eijk**
Datum: **16 Juni 2025**
Woordental: **8800**

Studie: **Bestuurskunde (BSC)**
Richting: **Beleid, Bestuur en Organisatie**
Faculteit: **Faculty of Governance and Global Affairs**
Universiteit: **Leiden**

Inhoud

Abstract:.....	3
Hoofdstuk 1: De Inleiding	3
Hoofdstuk 2: Theoretische onderbouwing	5
2.1: Coproductie	5
2.2 Motivatie in coproducties	6
2.3 Communicatie factoren	7
2.4 Psychologische factoren	8
2.5 Inductieve aanknopingspunten	8
Hoofdstuk 3: Methodiek	9
3.1 Benadering design.....	9
3.2 Casus	9
3.3 Methode.....	10
3.4 Operationalisatie.....	13
3.5 Data-verwerking	14
3.6 Reflectie	15
Hoofdstuk 4: Analyse	16
4.1 De verwachtingen van de inwoners	16
4.2 De verwachtingen van de gemeente	18
4.3 De community-builder	20
Hoofdstuk 5: Conclusie	21
Literatuurlijst:	24
Appendix A: Coderingstabel bewoners.....	27
Appendix B: Gemeente codering.....	28

Abstract:

Welke communicatie factoren motiveren deelnemers van coproductie projecten in Den Haag Zuidwest tot het actief blijven volgen van de resultaten en uitkomsten na afloop van een coproductieproject? Deze vraag probeert dit onderzoek te beantwoorden. Door middel van een gecombineerde strategie van interviews en observaties wordt ontdekt dat inwoners van Den Haag Zuidwest niet langer te motiveren zijn tot het opzoeken van resultaten. Zij voelen zich te lang achtergesteld en genegeerd. Hierom is het zaak voor de gemeente om extra te investeren in de inwoners van Zuidwest en betrouwbaar te zijn. Om dit over te laten komen is communicatie echter cruciaal daarom worden een aantal beleids-suggesties gedaan om de Haagse participatiesector te responsiever te maken naar de wensen van de deelnemers.

Hoofdstuk 1: De Inleiding

Bij de tweede kamer verkiezingen van 2023 was vertrouwen in de politiek één van de veel besproken onderwerpen. Uit cijfers van het CBS (2023a) blijkt dat slechts 23,8% van de Nederlanders vertrouwen heeft in politici. Dit gebrek in vertrouwen schaadt de effectiviteit van de Nederlandse politici en de politiek daarmee als geheel (Russel Hardin, 1998). Vele politici spreken dan ook over de noodzaak om dit vertrouwen terug te winnen.

Uit de literatuur blijkt dat vertrouwenswinst door middel van coproductie enkel effectief is als de burger de besproken problemen en oplossingen ervaart als serieus behandeld (Flederus, 2015). Het probleem is dat dit van de deelnemers verlangt om actief betrokken te blijven bij de uitkomsten en resultaten van het project, nadat hun inspraak en dus extrinsieke motivatie wegvalt (Van Eijk & Steen, 2016). Deelnemers zullen zich namelijk niet serieus genomen voelen totdat zij ofwel een gemotiveerde afwijzing ontvangen, ofwel een resultaat in lijn met hun eigen input ervaren en zich dus serieus genomen voelen. Om het motivatieprobleem na afsluiting van de ontmoeting op te lossen, is het zaak om een beter begrip te creëren voor de motivaties die deelnemers nodig hebben om actief betrokken te blijven. Door een beter begrip van deze motivaties kunnen overheidsinstanties effectiever gebruik maken van coproductie als middel ter herstel van vertrouwen in de overheid.

Coproductie komt in verschillende vormen voor. Op basis van doel kan onderscheid worden gemaakt tussen co-plannen, co-prioritiseren, co-managen, co-bezorging en co-beoordeling (Bovaird en Löffler, 2012). Dit onderzoek gebruikt de definitie: een activiteit van een overheidsinstantie om met behulp van inwoners een deel van het overheidsgedrag te verbeteren, te vervangen, aan te vullen of te veranderen met als doel het vertrouwen terug te winnen. Dit onderzoek neemt dan ook aan dat al deze vormen van coproductie in haar proces kunnen worden onderverdeeld in vier fasen. De eerste fase staat in het teken van opbouw. Hierin wordt de coproductie ontwikkeld, de deelnemers verzameld en de doelen vastgesteld. De tweede fase staat in het teken van inspraak. De derde fase is de implementatie fase. De vierde fase is de communicatiefase. Hier worden de ideeën, die verzameld zijn in fase twee, en die in fase drie zijn toegepast terug gecommuniceerd naar de bewoners. De literatuur over coproductie heeft zich tot

nu toe voornamelijk gefocust op fase één, twee (Busser & Carethers, 2010, Puksas, 2020, Pestoff, 2012, Hu et al., 2023) en drie (Van Eijk & Steen, 2016).

Van Eijk en Steen (2016) hebben een theoretisch model ingericht met de motivaties om als burger mee te doen aan een coproductie. Zo zou een burger zich bekwaam en betrokken voelen. Hiernaast moeten zij niet te veel praktische obstakels ervaren om mee te doen, de organisator vertrouwen en voelen dat zij impact hebben op het beleid. Het hiaat ontstaat met het wegvallen van de impact omdat de burger na fase drie zelf geen impact meer heeft op het proces. Met het wegvallen van deze motivatiefactor is er onvoldoende kennis over hoe de deelnemers opnieuw te motiveren zijn. Hiermee raakt het beoogde vertrouwen uit het zicht. Dit onderzoek tracht dus deze schaduw te doen vervagen om daarmee bij te dragen aan pogingen tot vertrouwensherstel door de overheid.

Om dit doel te bereiken is het participatietraject in De Uithof, midden in Den Haag Zuidwest, als casus geselecteerd. Het participatietraject werkt toe naar een ambitiedocument waarbij bewoners, bezoekers, ondernemers en verenigingen in het gebied hun wensen en ideeën over De Uithof kenbaar kunnen maken. In de structuurvisie Zuidwest 2040 zijn al wel een aantal kaders vastgesteld waar de coproductie zich aan moet houden (Gemeente Den Haag, 2023). Deze casus is interessant voor dit onderzoek doordat het ten tijde van dit onderzoek midden in haar participatiebijeenkomsten zat, maar ook omdat het zich afspeelt in het gebied Den Haag Zuidwest waar het vertrouwen in de overheid laag is. (Regio deal Den Haag Zuidwest, 2023) Daarom kunnen bij dit proces dus goed de resultaten van laag vertrouwen worden bestudeerd en deelnemers worden gevraagd hoe de communicatie achteraf hierop van toepassing was. Dit onderzoek zal dan ook begeleid worden door de volgende onderzoeksvraag:

“Welke communicatie factoren motiveren deelnemers van coproductie projecten in Den Haag Zuidwest tot het actief blijven volgen van de resultaten en uitkomsten na afloop van een coproductieproject?”

Deze onderzoeksvraag zal benaderd worden door lessen mee te nemen uit verschillende hoeken van de wetenschap. Als basis zullen verschillende artikelen over de eerdere fasen van coproductie worden genomen. Daarnaast zal er gekeken worden naar literatuur uit communicatiewetenschap en de psychologie, met een focus op motivatie. De communicatiewetenschap zal een basisbegrip leveren over de verwachtingen over communicatie vanuit de deelnemers. De Psychologie zal hierbij toevoegen waarom deelnemers bepaalde verwachtingen hebben en wat hiermee gedaan zou kunnen worden. Het onderzoek zal zich focussen op enkele casussen in Den Haag om zo toe te werken naar een testbare hypothese voor vervolgonderzoeken. Hierbij wordt de focus gelegd op co-creërende initiatieven.

De onderzoeksvraag focust zich op de communicatie factoren juist omdat uit eerder onderzoek niet blijkt wat hiervoor goede tactieken zijn. Daarnaast blijkt uit vroege observaties en informele gesprekken, dat de communicatie vanuit coproducties veel te wensen over kan laten. Er is dus ook sprake van een hiaat in de communicatie.

Dit verslag zal beginnen met een overzicht van bestaande literatuur rondom coproductie, motivatie en andere motivatie verklarende gebieden zoals psychologie en de communicatie over beleidsontwikkelingen (*hoofdstuk 2*). Hierop volgt een schets van de

casus en de methode die wordt gebruikt in de casus evaluatie (*hoofdstuk 3*). Dan volgt een bespreking van de resultaten (*hoofdstuk 4*). Het verslag vervolgt met een hypothese en een model om de motivatie van deelnemers in fase vier van coproducties uit te leggen. Als laatste volgt een conclusie over de werkbaarheid van het model en een aantal beleidsaanbevelingen (*hoofdstuk 5*).

Hoofdstuk 2: Theoretische onderbouwing

In dit hoofdstuk wordt er gekeken naar de literatuur over een aantal hoofdaspecten van dit onderzoek, te beginnen met coproductie en motivatie. Dit wordt aangevuld met informatie uit de communicatiewetenschap en psychologie om een breder beeld te schetsen.

2.1: Coproductie

Coproductie wordt de laatste jaren steeds meer onderzocht. Zoals in het vorige hoofdstuk besproken, zijn er vele vormen van coproductie, zij kunnen allemaal in de vier fases worden verdeeld. Wanneer gesproken wordt over coproductie in dit onderzoek wordt dit dus ook gezien als een verzamelnaam van al de in het vorige hoofdstuk genoemde subcategorieën.

Onderzoek naar coproductie kan verdeeld worden in twee stromingen. De eerste stroming had een top-down focus. Hiermee werd dus voornamelijk onderzocht hoe Coproductie gebruikt kon worden om de overheid te helpen. Het vroege onderzoek naar coproductie had een focus op deelname van de burger in productie van bepaalde sociale voorzieningen. Coproductie zou een middel zijn om uit de hand lopende financiële tekortkomingen van lokale overheden te compenseren (Brudney, 1983). Coproductie werd dan ook gezien als een vervanger voor private productie van- of productie door de overheid van bepaalde services. (Parks et al., 1981) De burger krijgt in deze stroming van coproductie meer verantwoordelijkheid. (Alford, 1998)

De tweede stroming begon in het nieuwe millennium en heeft een bottom-up focus. Opvallend is dat coproductie niet enkel een westers initiatief is. In armere landen worden geïnstitutionaliseerde vormen van coproductie gebruikt om delen van de sociale voorzieningen te regelen omdat de overheid niet de middelen, of de controle heeft om dit zelf te doen. Dit blijft echter achter als de overheid de middelen wel krijgt. (Joshi & Moore, 2004) In de stroming begint er meer aandacht te komen voor de ruimte om te coproduceren. Zo moeten professionals, instituties en eindverantwoordelijken zich aanpassen aan de wensen van de omgeving. (Bovaird, 2007) Democratische verbreding komt steeds meer op de kaart, al leidt coproductie onder een glazen plafond dat alleen met aandacht doorbroken kan worden. (Pestoff, 2012) Coproductie wordt steeds meer gezien als een breed veld waarin er onderscheid gemaakt kan worden op basis van de rollen van deelnemers, niveau van de coproductie en de vormen van coproducties. (Van Eijk & Gasco, 2018) Ook wordt er meer aandacht besteed aan de factoren die coproductie beïnvloeden. Zo hebben Street-level bureaucrats veel invloed op het doel van de coproductiegroep, maar kunnen de tegenstrijdige belangen waar zij rekening mee moeten houden, vage doelstelling veroorzaken die het proces in de weg zitten (Eijk & Cuppen, 2022). Er is dus een duidelijke swing geweest van coproductie als een moet en

manier om geld te besparen, tot de focus op vertrouwenswinst, het fysieke proces van coproductie en het verbreden van het begrip coproductie en de factoren die hier invloed op hebben momenteel. Hier allemaal rekening mee houdend, hanteert deze studie de volgende definitie voor coproductie:

Coproducties zijn alle georganiseerde pogingen van een (overheids-)organisatie om vertrouwen terug te winnen die gebruik maken van inspraakmogelijkheden met de intentie dat deelnemers invloed zullen hebben op het beleid of een verandering in de uitvoering van het beleid van de (overheids-)organisatie.

2.2 Motivatie in coproducties

Er wordt al jaren onderzoek gedaan naar motivatie in coproductie. Echter focust dit onderzoek zich voornamelijk op de eerste twee fases van coproductie (Busser & Carethers, 2010, Puksas, 2020, Pestoff, 2012, Hu et al., 2023); de verzameling van respondenten en de participatiegelegenheid. Minder focus ligt er op de derde en vierde fases; de implementatie- en de communicatie fase. Toch kijken we naar deze literatuur uit de eerdere fase zodat we in dit onderzoek kunnen bestuderen in welke mate dit impact blijft hebben in de derde, maar voornamelijk de vierde fase. Deze focus is op de vierde fase gelegd, omdat de vierde fase meer directe impact kan hebben op het vertrouwen van de inwoner. (Van Eijk & Steen, 2016) In dit stuk wordt er eerst gekeken naar een aantal losse factoren, waarna er gekeken zal worden naar een aantal grotere theorieën.

In 1980 ontdekte G.P. Whitaker dat burgers zich meer betrokken voelden bij projecten waar een van de doelen was het gedrag van de burger te veranderen. Hiernaast komt salience (Pestoff, 2012) in vele theorieën voorbij. Salience gaat over de gradatie van belang die deelnemers toekennen aan een project. Dit kan worden opgesplitst in “personal salience” en “social salience”. Personal salience is de mate waarin een deelnemer het coproductie project belangrijk acht voor zichzelf. Social salience is de mate waarin een deelnemer het project belangrijk acht voor anderen. Salience wordt gesteund door Busser en Carruthers (2010). Zij stelden dat het coachen van een team ook een vorm is van coproductie. De coaches zijn daarbij extra gemotiveerd wanneer hun taak impact heeft op spelers die zij zelf goed kennen. Van Eijk en Gasco (2018) bespraken hoe culturele impressies en -gewoontes invloed kunnen hebben op coproductie. Hiermee is het dus van belang om alle lokale culturen goed te leren kennen voor aanvang van het project. Hiernaast is al bestaande interne motivatie van groot belang om inwoners te motiveren tot deelname aan een coproductie (Puksas, 2020)

Een van de grotere theorieën op het gebied van motivatie is van Van Eijk & Steen (2012). In hun theorie hebben zij een motivatieladder ontwikkeld. De trap bestaat uit drie treden waarvan de derde treden deelname is aan het coproductieproces. De eerste trede is zowel de social- als de personal salience, uitgelegd in de vorige paragraaf. Wanneer deze aanwezig zijn stapt men naar de tweede trede. Om daadwerkelijk mee te doen zijn ease, trust, internal & external efficacy van belang. Ease is het gemak om mee te doen aan het project. Denk hierbij aan toegankelijkheid op basis van locatie en tijdstip. Hiernaast moet er genoeg vertrouwen (Trust) zijn in de organisatie voor wie het wordt georganiseerd. Efficacy gaat over het gevoel van effectiviteit en bekwaamheid van de beoogd deelnemer. Internal efficacy betekent hierin of een persoon inschat de

kwaliteiten te hebben om mee te kunnen doen aan een project. External efficacy gaat over het geloof dat de organisatie iets doet met de gegeven input.

Verschuere et al (2012) is het eens met de ladder van Van Eijk & Steen (2012) maar voegt hieraan toe dat dit niet een exclusieve lijst is. Soms zijn mensen gemotiveerd zonder alle hokjes aan te vinken, en soms zijn ze niet gemotiveerd terwijl alle hokjes wel zijn aangevinkt. Verschuere et al (2012) geeft hierbij voornamelijk aan dat mensen ook compleet altruïstisch gemotiveerd kunnen worden en dus niet altijd een egocentrische motivatie nodig hebben. Ook Hu et al. (2023) is het er niet mee eens. Hu et al. (2023) bespreekt hoe intrinsieke en extrinsieke motivaties niet versterkend werken zoals in de ladder. Het onderzoek uit China stelt dat extrinsieke motivaties interne motivaties kunnen wegduwen. Het “Crowding-out effect” Het is dus volgens het onderzoek mogelijk om puur op externe motivaties zoals groepsdruk iemand te motiveren mee te doen aan een coproductieproject. Hu et al. (2023) beschrijft dat men ook te veel extrinsieke motivaties kan stimuleren, hier moet dan ook rekening mee worden gehouden in de communicatie van fase vier. Al stelt Hu et al. (2023) niet dat dit per se iets slechts is. Zo zou pure extrinsieke motivatie soms effectiever kunnen zijn zonder een cocktail tactiek te gebruiken waarbij niet alleen extrinsieke motivatie maar ook intrinsieke motivatie wordt ingezet. Contextueel is het van belang dat dit onderzoek is uitgevoerd in China. De betreffende overheidsorganen en verwachtingen zijn dus anders dan hier in Nederland.

2.3 Communicatie factoren

Effectieve communicatie op coproductieresultaten is van belang om de goede uitkomsten voelbaar te maken. Wanneer goed beleid niet helder gecommuniceerd wordt, kan de burger de resultaten hiervan slecht of niet ervaart worden. (Rasila & Mudau, 2013) Ditzelfde geldt ook voor de resultaten van coproducties. Door te communiceren op basis van de achterliggende waarde van de initiatieven kan de angel uit de bij gehaald worden in situaties van hoge intensiteit. (Rasila & Mudau, 2013). Hierom is het dus van groot belang om de effecten die een coproductie heeft gehad duidelijk terug te communiceren naar de deelnemers om te voorkomen dat de beoogde positieve effecten door ineffectieve communicatie niet worden bereikt.

Opvallend is dat binnen coproducties weinig onderzoek is gedaan naar interne communicatie. Vaak wordt er wel onderzoek gedaan naar wetenschapscommunicatie van het eindproduct maar niet naar communicatie met de deelnemers van het onderzoek (MacGregor et al. 2020). De communicatie, wanneer deze wordt toegepast, slaat dus het onderzoekspubliek over in de literatuur. Dit terwijl deze communicatie er binnen coproducties juist voor zorgt dat het traject effectief is in het winnen van vertrouwen. Wel wordt er in de wetenschap gecommuniceerd naar Journalisten. In de communicatie nexus tussen journalisten en onderzoekers wordt door MacGregor et al. (2020) bevonden dat culturele verschillen die leiden tot een ander wereldbeeld en structurele blokkades door het gebruik van Jargon struikelblokken kunnen vormen. Het zou best mogelijk kunnen zijn dat deze zelfde struikelblokken bestaan in de communicatie tussen onderzoekers en onderzoekdeelnemers. Ondanks het weinige onderzoek naar interne communicatie blijkt uit onderzoek van Bendapudi & Leone (2003) dat wanneer de verwachtingen van deelnemers niet worden bereikt, het negatieve effect groter is dan het positieve effect wanneer verwachtingen overtroffen worden. Het niet effectief communiceren over coproducties schaadt dus effectief het vertrouwen.

2.4 Psychologische factoren

Om goed in te kunnen schatten wat deelnemers verwachten van coproducties is het van belang om te kijken naar de psychologische basisbehoefte van de mens. Hiermee kan er gewerkt worden naar een betere verklaring over een individu zijn/ haar motivatie tot het opzoeken van resultaten. Mensen hebben drie psychologische basisbehoefte (Deci & Ryan, 2000); Als eerste de behoefte aan autonomie. Men moet de indruk hebben zelf invloed te kunnen hebben of zelf de keuze te kunnen maken. Men verzet zich wanneer men voelt dat hun gedrag beïnvloed wordt door anderen. Dit wordt “Psychological Reactance” genoemd. (Brehm, 1966) Ten tweede de behoefte aan betrokkenheid. Men verlangt naar het samen leven in een samenleving, de verbindingen te maken met andere mensen. Ten derde de behoefte aan competentie. Men verlangt naar het efficiënt om te kunnen gaan met de direct omgeving en het competent voelen in diezelfde omgeving. Deze drie basisbehoeften in combinatie met de sociale omgeving creëren de mogelijkheid voor motivatie. In onderzoek naar coproducties en de motivaties hierachter kan dus uitgekeken worden naar motivatiefactoren die in verhouding staan met één of meerdere van deze basisbehoefte.

2.5 Inductieve aanknopingspunten

De recente theorie schetst een veelal eenduidig beeld met een aantal onderlinge verschillen. Het blijft treffend dat er bijna geen onderzoek direct kan worden betrokken op fase vier van het coproductieproces. Theorieën zoals Van Eijk en Steen (2016), Hu et al. (2023) en anderen kunnen wel worden gebruikt als een vertrekpunt. Uit de theorie kunnen we opmaken dat motivatie bestaat uit zowel intrinsieke als extrinsieke factoren. De intrinsieke factoren bestaan bijvoorbeeld uit betrokkenheid, gemak, personal salience, altruïsme, vertrouwen in de organisatie, de resultaten en in jezelf. Daarnaast zijn er ook extrinsieke factoren zoals culturele verwachtingen, groepsdruk en social salience. Het is duidelijk dat communicatie van groot belang is om de resultaten van een coproductie over te brengen in de resultaten van elk soort beleid, dit zal vermoedelijk ook zo zijn voor de resultaten van coproductietrajecten. De mens heeft behoefte aan autonomie, betrokkenheid en competentie. Om participanten te vinden en te behouden voor coproducties is het dus van belang om deze gevoelens niet te schaden. Het is dan ook cruciaal dat men zich niet beïnvloed voelt, dan weigeren de meeste mensen.

Hoofdstuk 3: Methodiek

Nu bekend is waar dit onderzoek over gaat en waarom het onderzoek noodzakelijk is, maken we een volgende stap naar het onderzoeksontwerp. In dit hoofdstuk worden de verschillende onderdelen van het onderzoek belicht en beoordeeld op hun sterke en zwakke punten. Hiernaast wordt de data beperkt toegelicht en wordt er gereflecteerd op de onderzoeksgroep.

3.1 Benadering design

De insteek van dit onderzoek is inductief en kwalitatief. De inductieve benadering is gekozen door het gebrek aan direct toepasselijke theorie voor de vierde fase van coproductie. De bestaande theorieën voor de eerdere fases bieden wel een onderzoeksrichting, maar er is nog niks echt bekend over deze fase. Ook is er gekozen voor de kwalitatieve benadering. Deze keuze is gemaakt omdat door de weinig beschikbare direct toepasbare informatie het onderzoek niet zeker genoeg is van één of een set van factoren om deze kwantitatief te kunnen testen. Ook wordt het belangrijk geacht om een open houding aan te nemen om zo nieuwe motivatiefactoren die alleen in de laatste fase mee zouden spelen te kunnen ontdekken.

In dit onderzoek is er gekozen voor de combinatie van observatiemomenten en semigestructureerde interviews. Deze keuze is gemaakt om gebruik te kunnen maken van de diepte die gecreëerd wordt door diepte-interviews. Deze diepte kan niet gevonden worden in survey 's. Hiernaast vermindert een diepte interview het risico op sociaal wenselijke antwoorden. Dit risico zou bijvoorbeeld groter zijn bij een focusgroep. De observatiemomenten worden gebruikt om een neutrale blik te kunnen leggen op interacties waar de emotie van beide zijden niet van toepassing is.

3.2 Casus

De gekozen casus is het project “Recreatief natuurgebied De Uithof”. Het doel van dit project is het opknappen van het park De Uithof en het aantrekkelijker maken voor bewoners en bezoekers en het weerbaarder maken van de natuur. De reden hiervoor is dat de gemeente verwacht dat de bevolking zal toenemen in het gebied. (projecten.denhaag.nl, 2025) Door het exploratief karakter van het onderzoek is er gekozen om enkel één casus te onderzoeken. Op deze manier kan er meer focus gelegd worden op deze casus en wordt er een gedetailleerder beeld geschetst van het project en de sociologische omgeving om het project heen. Met de sociologische omgeving van het project worden de spanningsvelden en andere communicatie stoorfactoren die de motivatie in de weg zouden kunnen staan bedoeld. Meerdere casussen zou het onderzoek kwalitatief achteruit doen gaan en een vervaagd beeld creëren van het project en die sociologische omgeving.

Het project in De Uithof speelt zich af in de wijken Bouwlust en Vrederust. In deze wijken wordt de laatste jaren veel geïnvesteerd naar aanleiding van de

tweede regiodeal. In deze deal worden de ambities vastgelegd om Den Haag Zuidwest uit haar “neerwaartse spiraal” (Regio deal Den Haag Zuidwest, 2023) te halen. Hiervoor worden ambities en afspraken gemaakt in deze deal. Volgens deze regio deal zijn er twee hoofddoelen: de brede welvaart versterken en het herstel van vertrouwen. Juist omdat dit herstel aan vertrouwen nodig wordt geacht door regionale en landelijke overheid is deze casus erg interessant. Juist door de eerder beschreven communicatiestrategieën rond coproducties kan het vertrouwen verspeeld of verbeterd worden. Voor het project de Uithof is gekozen omdat binnen de regio deal de grote schaal van dit project en de bekendheid van de Uithof zelf meer animo zou kunnen opleveren en daardoor meer interesse zou meebrengen om mee te doen aan de coproductie. Met een populairdere coproductie is er een grotere populatie waarin de respondenten gevonden kunnen worden. Ook is het waarschijnlijker dat het interview met de niet-deelnemer meer bruikbare informatie oplevert doordat de casus bekender is.

3.3 Methode

Gedurende het onderzoek zijn er twee observatiemomenten geweest. Op deze observatiemomenten is er voornamelijk gelet op de lichaamstaal, de sfeer en de spreekwijze door zowel de organisatoren als de participanten. Bij de sfeer is er ook gelet op wat er tussen organisatoren werd gezegd wanneer zij niet bezig waren met een participant. Bij de spreekwijze is er voornamelijk gelet op de simpliciteit van spreektaal. Op de participatieavond was de observant herkenbaar als een student aan de Universiteit Leiden in de zaal. Dit is gedaan om zo een aanknopingspunt te creëren waarop men uitgenodigd kon worden tot deelname aan een interview.

Naast de observaties is er in dit onderzoek ook gebruik gemaakt van vijf interviews. De interviews hadden als hoofddoel om de motivaties van deelnemers en non-deelnemers te achterhalen. Een ander doel was om erachter te komen hoe de gemeente Den Haag hier rekening mee hield. Het laatste interview was meer oplossingsgericht. De interviews zijn expres enige tijd na het observatiemoment gehouden. Op deze manier zouden de deelnemers goed alle indrukken verwerkt kunnen hebben en zou enige intrinsieke motivatie al kenbaar kunnen zijn. In het afspreken van de interviews hebben de deelnemers zelf de keuze gekregen hoe en wanneer zij het wilden doen. Op deze manier voelt de participant zich maximaal op zijn/ haar gemak. Dit zou zowel participatie als de betrouwbaarheid van het interview verbeteren.

Deelnemers:

De onderzoeksdeelnemers zijn gekozen op basis van een aantal factoren. Allereerst was het van belang dat twee van de geïnterviewden bij het participatiemoment aanwezig waren. Beiden zijn blanke gepensioneerde mannen, dit is in lijn met de opkomst van de participatie-avond. Op de

participatieavond was iemand onder de leeftijd van zestig zeldzaam en het overgrote deel was man of een getrouwd stel. Eén van de mannen was nog getrouwd, de ander niet langer. Deze twee heren waren dus, voor zo'n relatief kleine steekproef, een acceptabele representatie voor de aanwezigen op de avond. Door gebruik te maken van meerdere deelnemers wordt het risico op bias in de antwoorden vanuit een enkele deelnemer gelimiteerd. Hiernaast is ervoor gekozen om één iemand te kiezen die zelf niet meegedaan heeft aan een project. Deze persoon is etnisch niet-Nederlands, vader en rond de 35 jaar oud. Deze participant is gevonden op een informatieavond over de algehele ontwikkelingen, een stukje verderop. De keuze is gemaakt om hem mee te nemen in het onderzoek omdat hij in het kennismakingsgesprek beschreef hoe hij zich genegeerd voelde. Dit perspectief kan een goed licht laten schijnen op eventuele communicatieproblemen waardoor meneer zich niet gehoord zou voelen. Deze keuze voor de noodzaak van een non-participant is gemaakt, zodat er in dit onderzoek een evenwichtiger beeld geschetst kan worden van de bewoners in het gebied. Door ook de niet-deelnemers mee te nemen kan worden achterhaald waarom zij niet meedoen en of dit veroorzaakt is door de communicatiestrategie. In het voorgesprek werd dus al snel duidelijk dat dit bij deze man het geval was. Hier werd dan gefocust op de vraag wat hij zou verwachten van een project en de communicatie achteraf en of hij daardoor wel zou willen mee doen. Ook is er een interview uitgevoerd met de projectleider. Dit interview heeft de focus gelegd op de uitvoerbaarheid en zijn ervaringen met de participatietrajecten. Dit interview is bedoeld om vanuit de gemeente een beeld te schetsen hoe en wat er volgens hen misgaat in de projecten, of waar zij tegenaan lopen. Hiernaast schetst dit interview ook waar er mogelijk ruimte is tot verbeteringen. In het interview met de participanten kwam naar voren hoe een community-builder hen gemotiveerd had tot het meedoen in de coproductie. Ook uit het gesprek met de projectleider bleek dat zij zich ontwikkeld heeft tot een contactpersoon voor mensen in het gebied. Met haar is dan ook een schriftelijk interview gedaan om zo nog beter licht te kunnen schijnen op hoe mensen te motiveren zijn tot coproductie. Hiernaast heeft zij ook meegewerkt aan coproductie projecten namens Haag Wonen. Dit geeft haar dus een unieke kijk op de situatie. Bij het selecteren van de deelnemers uit de wijk is er in de voorgesprekken gelet op de afwezigheid van duidelijke politieke affiliaties. Zo is er getracht bedoelde of onbedoelde politieke sturing uit het onderzoek te weren. Hiernaast is er een poging gedaan om etnisch- en leeftijds- divers te interviewen. Dit is nuttig door de samenstelling van de wijk. De wijken waar dit onderzoek in plaatsvindt hebben grotendeels niet etnisch-Nederlands. Hier kan een verschil zijn in de antwoorden die een etnisch-Nederlander en een niet etnisch-Nederlander zou geven door een verschil in levenservaring. De onderzoeksdeelnemers bleken echter voor een overgroot deel etnisch blank en gepensioneerd. Dit heb ik getracht te corrigeren met het interview met de non-participant. Dit heeft ook effect op de resultaten. Dit wordt op een later moment besproken. Het gelimiteerde aantal afgenomen interviews is door tijdsbeperking tot stand gekomen. De interne voorkeur zou liggen op meer interviews om zo het risico op bias verder te verkleinen.

Tabel 1: De interviews en observaties

Respondent	Bekendheid met het project	Methode
1	Deelnemer	Semigestructureerd diepte interview (teams).
2	Projectleider werkzaam bij Gemeente Den Haag	Semigestructureerd diepte interview in gemeentehuis aangevuld met schriftelijke vragen.
3	Deelnemer	Semigestructureerd diepte interview op locatie
4	Niet-Deelnemer (gevonden op een algemene informatieavond)	Semigestructureerd diepte interview (teams).
5	Community-builder die Nr. 1 & Nr. 3 beide heeft overtuigt tot een interview en deelname aan het coproductietraject.	Schriftelijke vragen.

Observaties	Waar?	Wanneer?
1	Participatie-avond in de Uithof	Dinsdag 01 April
2	Infomarkt de zichten	Dinsdag 15 April

3.4 Operationalisatie

Tabel 2: Operationalisatie bewoners

Concepten	Indicatoren	Interviewvragen bewoners
<u>Ease</u>	Gemak in deelname	1. Kunt u kort uw wekelijkse bezigheden schetsen? 21. Wat voor rol speelt gemak voor u in het opzoeken van resultaten?
Vertrouwen	Vooroordelen	2. Wat is uw indruk als iemand het heeft over coproductie/ participatie projecten? 4. Heeft u vertrouwen in de gemeente Den Haag?
	Eerdere ervaringen	6. U heeft meegedaan aan het coproductieproject, zou u nog eens mee doen? En waarom? 7. Vindt u dat het middel coproductie goed wordt ingezet? 16. Wat viel u positief en negatief op aan het participatiemoment?
Communicatie	Communicatie- tevredenheid	19. Heeft de projectleider of iemand anders achteraf nog contact opgenomen met u over uw deelname? En bent u hier tevreden over? 24. Vind u het belangrijker dat her project iets te melden heeft of een periodieke update? Waarom?
	Bekendheid van het project	3. Hoe bent u zelf in aanraking gekomen met het project?
	Communicatie- willigheid	17. Heeft u zelf een poging gedaan om de resultaten op te zoeken sinds het participatiemoment? Op welke manier? 20. Als u kijkt naar uw eigen verleden, wat voor communicatiemiddel zou u het makkelijkst motiveren tot het opzoeken van resultaten? 23. Hoelang vindt u het acceptabel om te wachten op een update van de gemeente?
Persoonlijke aanpak	Serius genomen voelen	14. Voelt u zich serieus genomen door de coproductie organisator? En waarom (niet)? 15. Voelt u zich serieus genomen door de gemeente? En waarom (niet)?
	Betrokkenheid	11. Voelt u zich wel of niet betrokken bij de gemeente? En waarom? 18. We zijn nu een tijdje na afloop van de participatiebijeenkomst, voelt u zich nog betrokken bij het project? Was dit eerst wel of niet zo?
	Persoonlijke aandacht	22. Wat voor rol speelt een persoonlijke aanpak voor u bij het opzoeken van resultaten?
Salience	<u>Social</u> Salience	10. Vind u het project belangrijk voor de omgeving?
	Persoonlijke Salience	5. Waarom heeft u besloten om mee te doen aan het coproductie project? 8. Voelt u zich adequaat gekwalificeerd om mee te praten over het project? 9. Vindt u het project belangrijk voor uzelf? 12. Wat motiveert u om de resultaten van een project op te zoeken? 13. Wat demotiveert u om de resultaten van een project op te zoeken?

Tabel 3: Operationalisatie gemeente medewerker:

Concepten	Indicatoren	Interviewvragen gemeente medewerkers
Ruimte in takenpakket	Werkdruk	1. Kunt u kort uw wekelijkse taken schetsen? 8. Wat zijn de grootste problemen waar u tegen aan loopt?
	Tevredenheid met gemeente	17. Welke externe factoren krijgt u zelf over het project en hoe worden deze opgenomen door de gemeente?
<u>Ease</u>	Gemak van participanten	9. In welke mate wordt er bij het opzetten van een project rekening gehouden met het gemak van de participanten?
Vertrouwen	Vooroordelen	2. Wat is uw persoonlijke indruk van de huidige staat van coproducties? 11. Met welke vooroordelen over de gemeente/ coproducties of uzelf krijgt u mee te maken? Hoe gaat u hier mee om?
	Eerdere ervaringen	3. Hoe ben u zelf begonnen als projectleider in de coproductie 12. Merkt u bij mensen met eerdere ervaring bij uw projecten dat zij anders zijn bij een tweede project?
Communicatie	Communicatie- tevredenheid	18. Welke klachten krijgt u zelf over het project en hoe worden deze opgenomen door de gemeente?
	Bekendheid van het project	14. Hoe vindt u mensen die meedoen aan de coproductietrajecten?
	Communicatie- willigheid	4. Wat zijn de huidige plannen van het project de Uithof met betrekking tot communicatie? En hoe is dit plan opgesteld? 5. Hoe zorgt u ervoor dat deelnemers weten waar ze resultaten kunnen vinden? 6. Wat zijn voor de gemeente haalbare middelen om te communiceren met participanten? 10. Hoe motiveert het project mensen tot op eigen initiatief opzoeken van resultaten van het project?
Persoonlijke aanpak	Serius genomen voelen	13. Hoe zorgt u ervoor dat participanten zich serieus genomen voelen? 16. In welke mate en op wat voor manier wordt er rekening gehouden met de begrijpelijkheid van coproducties?
	Persoonlijke aandacht	7. Gedraagt u zich op een bepaalde manier anders wanneer u op locatie bent met een coproductieproject? 15. Hoe zorgt u ervoor dat de deelnemers zich gekwalificeerd voelen om mee te praten over het project?
Salience	<u>Social</u> Salience	14. Maakt u gebruik van motiveringstechnieken die meer op de persoon spelen of meer op het groepsgevoel?
	Persoonlijke Salience	

In de vragenlijst voor de bewoners is er specifiek gefocust op de motivatiefactoren die invloed kunnen hebben op hun deelname en of deze nog steeds van toepassing zijn. De koppeling van een paar interviewvragen met de indicatoren verdienen een iets diepere uitleg. Vraag één valt onder “gemak in deelname” omdat dit een beeld schetst hoe druk iemand het heeft in zijn/haar privéleven. Dit verklaart dus hoe makkelijk het is tijd en ruimte te maken voor een participatieavond. Ook is het onderscheid tussen vooroordelen en eerdere ervaringen gemaakt om te kunnen inzien of een gebrek aan vertrouwen juist komt uit eigen ervaring of uit de sociale omgeving. Als de sociale omgeving de leidende toon zou hebben, dan zou het mogelijk zijn dat een negatieve versie van de door Hu et al. (2023) omschreven groepsdruk ontstaan is. In de gemeentemedewerker vragenlijst is er getracht simpelweg de vraagstelling om te draaien naar het perspectief van de gemeentemedewerker. Hieraan is een vraag toegevoegd over de werkdruk om zo de beleidsopties realistischer te maken.

Tabel 4: Operationalisatie community- builder

Concepten	Indicatoren	Interviewvragen
Vertrouwen	Gebrek aan vertrouwen	1. In uw ervaring hoeveel inwoners kiezen om niet mee te doen aan een coproductie door een gebrek aan vertrouwen in de gemeente of andere organisatoren? 4. Welke klachten hoort u voornamelijk over participatietrajecten?
Communicatie	Resultaat-bekendheid	2. In uw ervaring in welke mate zijn inwoners bekend met de resultaten uit hun deelname in coproducties?
	Communicatie-achteraf	5a. Heeft u ervaring met communiceren achteraf van coproducties/ participatietrajecten? 5b. In uw ervaring heeft deze communicatie positieve of negatieve effecten op het vertrouwen en de participatiewilligheid van inwoners.
	Informatie overdraagbaarheid	7. In uw ervaring hoe zou men het best geïnformeerd kunnen worden over de resultaten van een participatietraject?
Persoonlijke aanpak	Persoonlijke ervaring	3. Hoe helpt uw ervaring om mensen mee te doen aan participatietrajecten?
	Intentie van rol	6. U bent meerdere malen genoemd als de reden waardoor men afwist van een participatietraject. Is dit zo gegroeid of is dit expres zo opgezet?
	Familiariteit	8. In u ervaring, hoeveel helpt familiariteit in het verzamelen van en activeren van deelnemers voor coproducties/ participatietrajecten?
Generaliseerbaarheid	Andere doelgroep	9. In welke mate merkt u of heeft u in het verleden gemerkt dat deze persoonlijke methoden inzetbaar zijn op andere doelgroepen dan de ouderen?

Naar aanleiding van de andere interviews is er besloten toch een extra interview te houden. Door tijdsrestricties aan beide zijden is er gekozen om dit schriftelijk te doen. Hierbij is de focus gelegd op eigen ervaringen en observaties vanuit iemand die veel ervaring heeft in de sector. Hiernaast kwam er uit de andere gesprekken dat familiariteit en bereikbaarheid van groot belang zouden zijn. Hier zijn ook een aantal vragen op toegespijst.

3.5 Data-verwerking

De interviews zijn op verschillende manieren opgenomen. De online-interviews zijn door Microsoft teams zelf getranscribeerd en daarna aangepast waar nodig. De interviews op locatie zijn opgenomen met een dictafoon applicatie op de telefoon. Vervolgens is dit afhankelijk van de opname kwaliteit handmatig overgenomen, of met de dicteer functie van Microsoft Word overgenomen. Na afloop van dit proces is er gebruik gemaakt van een thematische analyse. Hier is voor gekozen om de terugkerende thema's uit het interview te kunnen halen. Sommige nuances kunnen in deze techniek verloren raken. Dit wordt echter voor dit onderzoek acceptabel geacht door de exploratieve toon van dit onderzoek. Omdat het onderzoek dus plaatsvindt in een gebied dat tot nu toe beperkt onderzocht is, kunnen latere onderzoeken zich focussen op de nuances. Voor nu wordt het belangrijker geacht de hoofdlijnen mee te kunnen nemen. Met deze hoofdlijnen kan dan toegewerkt worden naar werkbare beleidsadviezen.

Onderzoeksverloop

In aanloop naar de interviews is er vanuit de participanten de vraag gekomen om de vragen van tevoren in te zien of een begrippenlijstje te ontvangen. Ik heb ervoor gekozen om dit niet te doen. Deze keuze is gemaakt, omdat het met het oog op transparantie beter is wanneer het van tevoren onduidelijk is voor een deelnemer wat de vragen worden. Sociaal wenselijke antwoorden worden dan onwaarschijnlijker. Ter compensatie zijn de deelnemers aangemoedigd om bij het incidenteel gebruik van jargon of andere onduidelijkheden in de vragen juist door te vragen om zo de sterkste antwoorden te kunnen vinden.

3.6 Reflectie

Het onderzoek heeft een sterke interne validiteit. Door de toevoeging van de non-participant wordt er gesproken met een divers palet aan mensen bij wie de motivaties goed geobserveerd kan worden. De interviews zijn een uitermate geschikt middel om dit soort psychologisch-praktische vraagstukken te beantwoorden. De vragen in de interviews zijn er dan ook op gefocust om de communicatiefactoren te identificeren die kunnen bijdragen aan het vertrouwen en daarmee de motivatie om mee te doen aan coproducties bij de participant. Ook zijn er vragen gefocust op het elimineren van externe en confounding variabelen meegenomen in het onderzoek.

De vraag is wél in hoeverre de geobserveerde groepen representatief zijn voor ieders motivatie. De representativiteit van de groep kan een probleem vormen. De onderzochte coproductiegroep bleek voornamelijk ouder (60+) en van blanke etniciteit. Dit is niet de gemiddelde samenstelling van de gebieden waarin deze coproducties plaats vinden. De reden hiertoe wordt verder toegelicht in de resultaten van het onderzoek. De externe validiteit is minder sterk door de afwezigheid van minderheden of andere, mogelijk de overheid wantrouwende, groepen.

De betrouwbaarheid bij inductief kwalitatief onderzoek is minder groot. Dit is echter acceptabel. Het doel van dit onderzoek is juist een theorie op te stellen welke later met kwantitatieve methoden zou kunnen worden getest. Een ander onderzoek zal dan dus laten blijken of de onderzoeksresultaten betrouwbaar zijn. De onderzoeksopzet valt te herhalen. Het is echter zeer mogelijk dat door de lokale aard van coproducties de neutrale communicatie en motivatiefactoren te veel beïnvloed worden door lokale problemen en dat deze hier en in herhaalde studies van invloed zullen zijn. Dit is echter niet erg, omdat deze lokale problemen net als culturele invloeden altijd per locatie in acht moeten worden genomen om zo de neutrale antwoorden te vinden.

Hoofdstuk 4: Analyse

De hierop volgende onderzoeksresultaten zijn verzameld in vijf interviews, twee observatiemomenten en een aantal toegestuurde documenten naar aanleiding van de interviews. De analyse wordt gedaan aan de hand van een thematische analyse van de interviews met de inwoners, de gemeentemedewerker en de community builder. De meegenomen thema's; Intrinsieke-, extrinsieke motivaties en psychologische factoren. Deze zijn terug te vinden in hoofdstuk 2.5. Communicatie is bij elk thema betrokken. De vragen aan de projectleider zijn zo gemaakt zodat hij zo'n goed mogelijk beeld kan schetsen van hoe er wordt geanticipeerd op inwoners, hoe hun zorgen en klachten worden weggenomen en welke restricties hij zelf heeft in zijn uitvoering. Het interview met de community builder is gefocust op het zoeken van een oplossing. Door de vele problemen opgebracht tijdens de interviews kan slecht een selectie behandeld worden in dit onderzoek.

4.1 De verwachtingen van de inwoners

Intrinsieke motivaties

Betrokkenheid:

Betrokkenheid wordt door alle respondenten getoond. Deze betrokkenheid vertaalt zich helaas niet tot actief resultaat-zoekend gedrag. Communicatie hoeft niet aangepast te worden op of iemand al betrokken is of niet. Er is namelijk niet duidelijk of er verschillende snelheden zijn in het betrokkenheid verliezen. Zaak is dat beide deelnemers, niet uit zichzelf opgezocht hadden wat er was gebeurd met hun input. Betrokkenheid motiveert dus niet direct tot opzoeken van resultaten na afloop van het project.

Altruïsme;

Puur altruïsme wordt niet teruggevonden in de interviews. Wel beschrijft deelnemer drie hoe hij deels meedoet voor zijn kinderen. Het blijft dan ook onduidelijk in hoeverre altruïsme van invloed kan zijn op communicatie.

Vertrouwen in de gemeente en de resultaten:

Uit de gesprekken met de inwoners blijkt dat er niet veel vertrouwen is in de effectiviteit van hun input. De houding van de bewoners valt misschien het best te beschrijven met "eerst zien, dan geloven". Respondent één gaat hierop in, wanneer hij over de koffieshop vertelt die in de buurt zou komen; "(...) Jullie eigen regel is de gewetenregel, binnen een schaal van 500 meter mag er zoiets niet komen. Bij scholen mag er zoiets niet komen en bij evenementen zoals de Uithof zelf, schaatsbaan en dergelijke. Dat is allemaal binnen 500 meter. Terwijl er een hele industriewijk achter zit, kerkentuinen, daar woont niemand." Dit laatste is van groot belang om een verklaring te geven voor het lage vertrouwen in de omgeving. De gemeente schendt haar eigen regels en geeft daar geen inspraak op, maar wil wel inspraak verzamelen over de Uithof. Dit viel ook te merken tijdens het eerste observatiemoment. Het duurde lang voordat de coproductie zelf op gang was, omdat veel participanten hun ongenoegen wilden laten merken. Met het toestaan van de koffieshop heeft de gemeente dus veel vertrouwen verspild. De communicatie wordt beïnvloed door het vertrouwen. Door het gebrek aan vertrouwen

heeft men bewijs nodig voordat ze geloven dat ze gehoord worden. Dit is niet mogelijk zonder effectieve communicatie.

Gemak

Opvallend tijdens het eerste observatiemoment was dat er geen rekening gehouden was met etenstijden. De groep, bestaande uit voornamelijk deelnemers van gevorderde leeftijd, had hier moeite mee. Dit lieten zij dan ook zeker merken na afloop. Tijdens het tweede observatiemoment was er eten geregeld en hier was de sfeer dan ook een stuk meer ontspannen. Het zou dus kunnen dat een deel van de op momenten grimmige sfeer tijdens het eerste observatiemoment kwam door honger van de deelnemers. Met de focus op de communicatie achteraf komt er heel duidelijk naar voren dat men het initiatief vanuit de gemeente verwacht. Zo zegt deelnemer 4 “(...) ik verwacht op een gegeven moment of via “placeholder community-builder” of wie dan ook feedback te krijgen.” Hij toont dus een afwachtende houding richting de gemeente. Dit is ook een vorm van gemak, het gemak van het verkrijgen van de resultaten. Ook anderen laten deze afwachtende houding zien. Deelnemer één zegt bijvoorbeeld “Ik weet niet in hoeverre ze ons persoonlijk kunnen contacteren. Anders via een folder in deze strook en berichtgeving in het algemeen.” Al vindt hij wel dat hier ook moeite voor mag worden gedaan door de inwoner.

Vertrouwen in onszelf

Gebrek aan vertrouwen in eigen kwaliteiten was bij de deelnemers niet te merken, wel gaven ze aan dat ze op sommige gebieden mogelijk wat extra hulp nodig zouden hebben. Zo zegt deelnemer vier “Tot op zekere hoogte. Kijk, ik kan financieel niet beredeneren natuurlijk.” Deelnemer één spreekt wel over de bewoners van zijn flat die niet kwamen; “Nou dat laatste” (niet serieus genomen voelen) “is eigenlijk wat je het meest hoort”. Dus vertrouwen in kwaliteiten speelt in mindere mate mee. Communicatie hoeft hier dus ook maar zeer beperkt rekening mee te houden.

Personal Salience

Veiligheidsgevoel speelt ook een rol. Zo zegt deelnemer één bijvoorbeeld in de context van de koffieshop; “Want nou gaan dadelijk die jongens, (...) die gaan met de auto hier op de parkeerplaats staan. Vandaar die slagboom zo aan de orde is. (...) Want daar zijn we bang voor, (...) Dat je hier s ’avonds op de parkeerplaats vier, vijf auto’s ziet staan.” Dit activeert dus de deelnemer zijn personal salience. Doordat zijn veiligheidsgevoel wordt aangetast, voelt hij zich gemotiveerder om mee te doen aan het project in De Uithof. Personal salience kan beide geactiveerd worden door goede en slechte communicatie. Wanneer er zoals bij de koffieshop niet wordt gecommuniceerd tot een laat moment motiveert dit mensen erg, dit zal alleen niet de bedoeling zijn van gemeente.

Extrinsieke motivaties

culturele verwachtingen en groepsdruk

Beide deelnemers hebben in gemeen dat zij zich verplicht voelen om mee te doen aan dit soort projecten, ook als ze geen vertrouwen hebben in de uitkomsten. Deelnemer één zegt bijvoorbeeld “maar die gaan dan niet stemmen. (...) En ik ben zo van als je niet gaat stemmen moet je je mond houden. Nou dat heb ik dus ook met die avond. (...) Als dadelijk allemaal anders gaat of misgaat en ik ben er niet bij geweest en ze gaan een zwembad bouwen. Ja dan moet ik me mond houden.” Zoals in de intrinsieke motivatie

besproken deelt de non-deelnemer dit betrokken gevoel tot zijn omgeving. Deze plicht kan een vorm zijn van groepsdruk of culturele verwachtingen. Zo heeft deelnemer één het over hoe hij zich ergert aan mensen die wel klagen, maar niet naar avonden komen omdat hij voelt dat dit het tegenovergestelde is van wat je zou moeten doen. Hij ervaart dus druk om mee te doen aan dit soort projecten en verwacht dit ook van anderen.

social salience

Zo zegt de non-deelnemer; “Ik denk dat ik een heel betrokken persoon ben, (...) Ik heb natuurlijk ook kinderen, dat speelt misschien ook wel een rol. Dat ik best wel wil weten wat voor ontwikkelingen er zijn in mijn buurt “. Zijn social salience richt zich in dit geval op zijn gezin. Bij de deelnemers werd dit gevoel niet expliciet erkent. Dit kan echter ook doordat de gevorderde leeftijd van de deelnemers de kans op aanwezigheid van een robuuste sociale cirkel verkleint.

Psychologische basisvoorzieningen

De enige tot nu toe onbehandelde basisbehoefte is autonomie. Deelnemer één zegt over de participatieavond: “Want we hebben die avond natuurlijk heel veel gehoord en kunnen zien op voorbeelden. Ik zou graag zien wat ze er uiteindelijk mee doen. Want ik heb het idee dat dit de formaliteit is die ze moeten, dit gaat allemaal in een bovenste la en die komt er niet meer uit.” Dit zou ingaan tegen het principe van psychological reactance. Hij voelt misschien niet dat zijn antwoorden worden beïnvloed, maar hij voelt zich zeker niet serieus genomen en dus bespeeld omdat hij gebruikt zou worden om het te doen lijken alsof er rekening wordt gehouden met de wensen van omwonenden. Dit gevoel schendt het vertrouwen tussen de gemeente en de deelnemer. Als er dus niet gecommuniceerd wordt om kenbaar te maken wat er gedaan wordt met de input zal hij zich mogelijk niet meer aanmelden voor een volgende keer. Al is dit in het geval van deelnemer één niet het geval omdat hij nog steeds de plicht voelt om mee te doen.

4.2 De verwachtingen van de gemeente

Organisatorische stoorfactoren

De gemeentemedewerker vertelde dat de geobserveerde vijandigheid bij het participatiemoment in De Uithof niet gebruikelijk is. Hij zegt daar het volgende over: “De bijeenkomst in de inhoud waar jij bij was, dat ik in één keer voor het blok werd gegoooid (...) Nou, daar merk je aan. Mensen zijn ontevreden over allemaal dingen die ze horen en die gebeuren en die zij niet zien zitten, los van het feit dat het in het beleid past of wat dan ook. En dan kun je leuke bijeenkomsten verzinnen wat je wil. Maar als je op dat moment niet met een aanvaardbare reactie komt in een plenaire setting.. daarom doen we het nooit in plenaire settings” Ook hij ervaarde dus de hostiliteit gedurende de avond. Over de koffieshop zegt hij later. “... Daarna hebben die mensen niks meer gehoord en dan kun je voorstellen, de koffieshop was nog geheim, en wat moeten we nou hiermee? Ja, wat moeten we daar nou mee intern of extern? Omdat het geheim moest blijven, konden we extern nog helemaal geen verhalen over die koffieshop vertellen. Maar die mensen waren heel lang niet geïnformeerd en waren heel onzeker.” De projectleider vervolgt “Ik ben een soort netwerkmanager. En een trechter van buiten naar binnen en van boven naar beneden. Een college, of een directeur roept “koffieshop even voorrang”. Terwijl ik van onder uit mijn project die andere dingen krijg. Want we

willen die koffieshop niet.” De politiek drijft dus een soort kloof tussen het gemeenteapparaat en de inwoners met dit soort opdrachten, terwijl ze juist willen dat er meer vertrouwen gekweekt wordt onderling.

Verrassend genoeg weten veel gemeentemedewerkers ook niet van elkaar wanneer projecten overlappen. Zo stelt de ambtenaar “Probleem twee is het veelkoppige monster. De gemeente heeft stadsdelen, heeft projecten zoals ik doe, heeft projecten op sociaaleconomische sfeer en het wijkopbouwerk. De gemeente heeft een afdeling die nieuwe contracten moet maken voor de volkstuinen. Nou, die vrienden van De Uithof (...) die waren heel erg bang dat dat één op één te maken had met mijn project, terwijl ik in mijn hoofd bezig was met die nieuwe contracten. (...) Het gevolg daarvan is, je kunt nooit weten wat alle afdelingen van de gemeente doen en hoe ze bezig zijn in De Uithof.” Als reactie op de situatie op het eerste observatiemoment waarbij bewoners al hun ontevredenheden gingen vertellen, zei een gemeentemedewerker in een informeel gesprek en ik paraphraseer; “Ja, maar wie zou diegene moeten trainen, zodat ze mensen kunnen doorverwijzen naar de juiste afdelingen voor hun klachten. Dat weet niemand.” Dit is dus een groot probleem, als er binnen de gemeente niet eens genoeg duidelijkheid is om iemand te kunnen trainen om inwoners te begeleiden in hun contact met het gemeentelijk apparaat. Hoe kan dit dan wel worden verwacht van de inwoners van een gebied?

Inspelen op motivatiefactoren

De projectleider verwees voor meeste vragen over communicatie na afloop van de coproductie door naar specialisten die helaas niet mee konden doen aan dit onderzoek. Wel erkende hij dat er momenteel en in het verleden een expliciete poging is gedaan om alle documenten leesbaar te houden voor alle doelgroepen. Ook probeert hij er in eigen communicatie gedurende het project rekening mee te houden. In de schriftelijke vragen vertelt hij hier over; “Eenvoudige taal gebruiken, geduld hebben, met gemeentecollega’s samenwerken om mensen met veel geduld uit te leggen hoe de gemeente werkt en waarom (...) en als mensen andere vragen hebben, niet zeggen dat ‘je daar niet van bent’ maar actief helpen/ doorverwijzen.” Wat betreft gemak wordt er voornamelijk gelet op werktijden en locatie. “Het gaat vaak om zoveel mogelijk mensen bereiken. Dan kies je voor ruimte in de buurt van de doelgroep en meestal kiezen we dan een dagdeel dat de middag en de avond overlapt. Geen avonden met wedstrijden van Oranje en doorgaans alleen dinsdagen tot vrijdagen. Natuurlijk altijd een toegankelijke ruimte. (...) en wat ook belangrijk is zowel digitaal als analoog.”

Aanspreekbaarheid

De projectleider geeft in het interview aan dat hij altijd bereid wil zijn om in gesprek te gaan, zodat mensen zich juist serieus genomen voelen. Al zijn er intern veel meningsverschillen; “Je hebt ook projectleiders en die laten alle participatie over aan het bureau van beleidsmedewerkers die rondlopen. Door ook het teamgebeuren te benadrukken voordat je participatieavond hebt en daar goed in te organiseren, dus mensen te brieven over de do’s and don’ts. We brieven veel, bereiden veel voor.” Op die manier zou iedereen zo veel mogelijk vragen kunnen beantwoorden. Overwegingen kunnen dus afhangen van de ambtenaren zelf.

Communicatie

De projectleider stelt ook dat communicatie door de gemeente Den Haag op een overkoepelend niveau gedaan wordt; “Waar ik denk dat we voor een heel groot deel redenen hebben om het niet zo uitgebreid te noemen als wat we net zeiden vooraf. Maar dat je op overkoepelend niveau misschien kan werken aan het vertrouwensherstel. Als je verbeteringen aanbrengt in communicatie. Maar als je dat alleen projectwys doet zal dat niet helpen, dat moet breder zijn, Dat moet op Zuidwest- Niveau zijn en daar zijn namelijk *naam placeholder, *naam placeholder en *naam placeholder mee bezig.” Ook verwees hij later per mail naar het handboek participatie van de gemeente Den Haag (Voorstel van het college inzake participatieverordening en handboek participatie, 2024). In artikel 3.1 staat een duidelijk stappenplan voor participatietrajecten. Hierin staat in het stappenplan op stap 5d dat deelnemers geïnformeerd worden over de beslissing en een link zullen ontvangen naar het verslag van de participatie op de website. Over de communicatie zegt de projectleider “Dat participatierapport gaan we niet bij diezelfde duizenden mensen ook weer in de brievenbus doen. Dus daarmee is het vinden en aanzoeken van de doelgroep met communicatie achteraf. Dat doen we dus in de praktijk niet. Wij vertrouwen wel heel erg op de gemeenteraad. Want die krijgen natuurlijk een participatierapport als bijlage.” Dit verklaart een deel van de terughoudende communicatie na afloop van de participatietrajecten. De gemeente gaat ervan uit dat de communicatie voornamelijk door de gemeenteraad wordt gedaan in de behandeling van het initiatiefvoorstel. Het doel is en blijft dus duidelijk een participatieverslag opstellen. Vertrouwen lijkt hierbij in enige mate uit het zicht te zijn geraakt. Om vertrouwensherstel te realiseren zal communicatie achteraf een cruciaal onderdeel moeten vormen van het proces. Dit maakt toekomstige participatieprojecten alleen maar effectiever. Dit omdat meer vertrouwen leidt tot meer deelnemers waardoor het geschetste beeld beter de werkelijkheid representeert.

4.3 De community-builder

Eigen ervaring tijdens het organiseren van participatietrajecten

De community builder geeft in de beantwoording van de vragenlijst aan dat toen er in de Haag Wonen flat achter-de-deur gesprekken plaatsvonden, waarbij het doel verduurzaming was, wel 80% van de bewoners heeft meegewerkt. Dit is dus veel effectiever dan de tactiek van het project in De Uithof. Bewoners worden na afloop in groepsverband geïnformeerd over de uitkomsten. Dit wordt dan bijvoorbeeld gedaan tijdens de koffie in de ochtend of tijdens een recreatiemoment. De community builder verteld hoe in haar ervaring de persoonlijke connectie bestaande uit verbinding, tijd, en aandacht geven aan betrokkenen hen motiveert tot meedoen in het belang van hun omgeving. Hierbij geeft ze het voorbeeld “Een bloemetje of een fruitmand als iemand ziek is of in moeilijke tijden, een bedankje voor een goede daad voor een bewoner of het verwelkomen van een nieuwe bewoner.” Hiernaast zijn snelle resultaten ook van belang. Het gaat dan voornamelijk over de “quick-wins”. “Quick-wins” zijn dan de makkelijk op te lossen problemen of voorstellen. Hierdoor merken deelnemers dat ze serieus genomen worden. Dit creëert lange termijn vertrouwen om de grotere projecten aan te kunnen pakken. Waar nodig betrek externe partners bij het proces. Dit lijkt echter vanuit socio-economische overwegingen een stap te ver voor de gemeente. Als laatste is de populatie, die door een coproductie project zoals De Uithof bediend wordt, vele malen groter dan de populatie van één wooncomplex. Het is daarentegen zeker mogelijk voor de overheid om

een meer open houding in te nemen naar de populatie. Door persoonlijke aandacht, al dan niet op een oppervlakkige manier, toe te passen en op een mens-centrale wijze te werken, kunnen grote verschillen worden gemaakt op het gebied van de vertrouwensrelatie met de deelnemers. De overheid zou van de community-builder dus kunnen leren om op eigen initiatief meer toenadering te zoeken tot de deelnemers.

De familiariteit van de community-builder kan in deze situatie ook volgens haar niet onderschat worden. Door haar gefocuste werkzaamheden op een beperkt gebied staat ze met iedereen in goed contact. Dit helpt haar om nieuwe projecten aan te kaarten en de bewoners te motiveren tot meedoen. Dit niveau van familiariteit is niet haalbaar voor de gemeente Den Haag. De vraag is of dit nodig is. Door actief samen te werken met bestaande community-builders kunnen specifieke delen van de stad al gemotiveerd worden. Om de rest van de stad te kunnen bereiken zal er een bepaalde mate van bereikbaarheid gevormd moeten vormen.

Klachten

Wanneer de community-builder klachten hoort gaat dit vaak over niet toereikende resultaten, de onzichtbaarheid van gegeven input en de afwezigheid van terugkoppeling. Treffend is dat dit ook blijkt uit de gesprekken met de deelnemers. Zowel deelnemer 1 als deelnemer 4 hebben aangegeven dat zij verwachten dat er niks wordt gedaan met de input. Dit is de eerder besproken houding van “eerst zien, dan geloven”. Deze houding is zeer mogelijk veroorzaakt door eerder opgedane ervaringen of getuigenschriften van andere.

Eigen ervaring met communicatie na participatietrajecten

Als eindproduct presenteert de community-builder de resultaten op bijvoorbeeld een eindfeest of op een lokale drukke plek zoals een prikbord. Hier ervaart de community-builder ook positieve reacties op; “Bewoners voelen zich gehoord en betrokken omdat het resultaat daadwerkelijk zichtbaar in hun input is uitgevoerd.” Deze strategie steekt af tegen de strategie van de gemeente Den Haag waarbij mensen zelf het beleidsresultaat mogen opzoeken. Omdat dat vertrouwen verspild is, moet de gemeente nu grotere moeite doen om dat vertrouwen te herstellen. Communiceren dat er nu wél wat gebeurt met de input zal dus cruciaal zijn om een nieuwe intentie te laten zien. Een minder kostende oplossing waar zij gebruik van maakt, is de nieuwsbrief. De effectiviteit van dit middel wordt ook door zowel de deelnemers als de non-deelnemer beaamt. Een simpele email met uitleg zou ook al werken. De projectleider vertelt hierover dat deze mogelijkheid aanwezig is, toch hebben beide deelnemers dit niet ontdekt. Ook in de observatie is de mogelijkheid hiertoe niet gezien. Dit zou dus iets duidelijker beschikbaar mogen worden gesteld.

Hoofdstuk 5: Conclusie

Dit onderzoek begon met de vraag "welke communicatie factoren motiveren deelnemers van coproductie projecten om na afloop van het traject de resultaten op te zoeken?" Met deze vraag is dit onderzoek uitgegaan van een bepaalde welwillendheid van inwoners om resultaten op te zoeken. Zo zou tenslotte hun vertrouwen hersteld kunnen worden. Gedurende dit onderzoek is achterhaald dat dit dezelfde fundamentele fout is die de Gemeente Den Haag ook heeft gemaakt. De inwoners van Den Haag Zuidwest zijn zo

vaak teleurgesteld, dat zij niet zelf meer resultaten willen opzoeken. Zij hebben in het verleden al moeite gedaan om de gemeente te helpen zonder resultaat. Als de gemeente het vertrouwen wil herstellen, zal de gemeente hier dus het voortouw in moeten nemen. Omdat inwoners niet te motiveren zijn tot het zelf opzoeken van resultaten is het dus ook niet mogelijk om hier een model voor te ontwikkelen zoals de ambitie was van dit verlag. Het verschil in aanpak tussen een private organisatie als Haag Wonen en de gemeente Den Haag illustreert hierin het potentieel van het goed gebruik van een middel als coproductie. De gemeente zelf zal nieuwe communicatiekanalen moeten creëren waarbij op een begrijpelijke en lage-inzet-vragende manier de resultaten worden gedeeld met deelnemers en omstanders. Dit zal echter een investering vragen vanuit de gemeente. Hierom worden de hier opvolgende beleidsvoorstellen gedaan waarbij één de minste investering verlangt.

1) nieuwsbrief in leesbare taal en een eenvoudig abonneertraject;

In dit scenario zou de gemeente zorgen voor een in leesbare taal geschreven update in nieuwsbrieven of bijvoorbeeld een lokale krant. Deze nieuwsbrief zou direct verspreid worden naar de deelnemers van de participatie. Het bestaan van de nieuwsbrief moet duidelijk worden aangegeven door gebruik te maken van aandachtstrekkende banners ,met een QR code voor inschrijvingen erop, tijdens de participatieavonden Dit voorstel is gebaseerd op de reacties van de deelnemers waarin zij vermelde dat zij het prima vonden om hun emailadressen in te leveren om dan updates per email te ontvangen.

2) verplaatsing participatiegroepen naar locaties in de directe omgeving van onderzoeksobject.

De participatie organiserende groep voeren vanaf nu hun werkzaamheden zo dicht mogelijk bij de uitvoeringslocatie uit. Bij de Uithof kan er bijvoorbeeld gedacht worden om een paar containergebouwen te gebruiken zodat zij die interesse hebben in de Uithof ook makkelijk naar binnen kunnen lopen om hun mening te geven. Dit voorstel is gebaseerd op het gevoel van ongehoordheid wat de deelnemers geuit hebben

3) verwijdering politieke wispelturigheid uit participatietrajecten door deze verantwoordelijkheid terug te halen naar de raad.

Het terugbrengen van de aanstellende taak, waaronder beide het aanstellen en het doel stellende karakter wordt bedoeld, naar de gemeenteraad. Dit kan wel op aanvraag van de Wethouder. Door een beslissing van de raad te vereisen wordt het lastiger om te wisselen van intentie, daarmee worden de doelen stand vaster en wordt het proces van participatie verkort. Dit voorstel is gebaseerd op de opmerking van de medewerker dat het project in De Uithof meerdere malen vertraging op gelopen heeft door de aanwezigheid van veranderende doelen vanuit de wethouder en het idee van de deelnemers dat de projecten veel te lang duren om hun aandacht vast te houden.

4) creëren van een laagdrempelige coördinatiefunctie (AI of menselijk) om vragen vanuit het publiek effectief te kunnen coördineren en daar opvolgend behandelen.

Het implementeren van een nieuwe functie om inwonervragen te coördineren of het ontwerpen van een AI tool hiervoor is een poging om het gevoel van “van het kastje naar de muur sturen” van deelnemers te bestrijden. Dit door één persoon in staat te stellen om de juiste personen te vinden in een bepaalde situatie. Al deze voorstellen zijn

gemaakt, met het in acht nemen van de minimale inzet om ofwel te participeren ofwel de resultaten op te zoeken.

Door één of meerdere van deze voorstellen te implementeren kan de gemeente Den Haag door stappen te maken in post- participatie communicatie, toewerken naar effectievere coproductie en daarmee een hernieuwd vertrouwen creëren. Het antwoord op de onderzoeksvraag is dus; De inwoners van Den Haag Zuidwest vallen momenteel niet te motiveren om zelfstandig resultaten op te zoeken. Zij verwachten een actieve houding van de gemeente. Zij zijn best bereid te helpen, maar dan moet eerst het initiatief uit de gemeente blijken. De assumptie waar dit onderzoek op gebaseerd was, was incorrect. Toch heeft dit onderzoek door het stellen van vervolgvragen voorstellen kunnen doen om de participatie en daarmee het vertrouwensherstel te verbeteren door middel van communicatie na afloop van de trajecten. In methodologische zin zijn er een aantal beperkingen aan dit onderzoek. De kleine populatie zorgt voor lage globalisatie capaciteit. Deze resultaten moeten daarom in de toekomst op een deductieve en kwantitatieve methode getest worden. Ook is de representatie binnen het onderzoek vrij selectief. Door de keuze van deze casus waren de respondenten voornamelijk ouder dan tachtig en met pensioen. Dit kan invloed gehad hebben op de resultaten. Dit is echter wel de groep die het meest gebruik maakte van coproductie in de Uithof. Communicatie na deelname kan niet onderzocht worden zonder deelname. Deze groep is dus representatief voor de casus en waarschijnlijk de algehele participatie populatie. Om zeker te weten dat deze voorstellen ook in andere groepen werken, moeten er andere casussen bestudeerd worden met anders opgebouwde populaties.

Literatuurlijst:

1. Alford, J. (1998), A Public Management Road Less Travelled: Clients as Co-producers of Public Services. *Australian Journal of Public Administration*, 57: 128-137. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8500.1998.tb01568.x>
2. Anuradha Joshi & Mick Moore (2004) Institutionalised Co-production: Unorthodox Public Service Delivery in Challenging Environments, *Journal of Development Studies*, 40:4, 31-49, DOI: 10.1080/00220380410001673184
3. Ariely, G. (2013). Public administration and citizen satisfaction with democracy: cross-national evidence. *International Review of Administrative Sciences*, 79(4), 747-766. <https://doi.org/10.1177/0020852313501432>
4. Bendapudi, N., & Leone, R. P. (2003). Psychological Implications of Customer Participation in Co-Production. *Journal of Marketing*, 67(1), 14-28. <https://doi.org/10.1509/jmkg.67.1.14.18592> (Original work published 2003)
5. Ben-Ari, E. (1990). A Bureaucrat in Every Japanese Kitchen? On Cultural Assumptions and Coproduction. *Administration & Society*, 21(4), 472-492. <https://doi-org.ezproxy.leidenuniv.nl/10.1177/009539979002100405> (Original work published 1990)
6. Brandsen, T. en Honingh, M. (2018) Definitions of Co-Production and Co-creation. In Brandsen, T., Steen, T. & Verschuere, B. (Red.) *Co-Production and Co-Creation: engaging citizens in public* (pp. 9-17). New York, Verenigde Staten; Routledge.
7. Brudney, J. L., & England, R. E. (1983). Toward a Definition of the Coproduction Concept. *Public Administration Review*, 43(1), 59–65. <https://doi.org/10.2307/975300>
8. Busser, J. A., & Carruthers, C. P. (2010). Youth sport volunteer coach motivation. *Managing leisure*, 15(1-2), 128-139.
9. Cho, W., & Melisa, W. D. (2021). Citizen Coproduction and Social Media Communication: Delivering a Municipal Government's Urban Services through Digital Participation. *Administrative Sciences*, 11(2), 59. <https://doi.org/10.3390/admsci11020059>
10. Centraal Bureau voor Statistiek (2024a) *minste vertrouwen in tweede kamer in 10 jaar tijd*. Opgezocht op 23-02-2025) <https://www.cbs.nl/nl-nl/nieuws/2023/19/minste-vertrouwen-in-tweede-kamer-in-10-jaar-tijd>
11. Craig SC, Niemi RG, Silver GE (1990) Political efficacy and trust: A report on the NES pilot study items. *Political Behavior* 12(3): 289–314. [Crossref](#).
12. Deci, E. L., & Ryan, R. M. (2000). The “What” and “Why” of Goal Pursuits: Human Needs and the Self-Determination of Behavior. *Psychological Inquiry*, 11(4), 227–268. https://doi.org/10.1207/S15327965PLI1104_01
13. Eijk, C. J. A. van, & Cuppen, E. (2022). Coproducteren in een complex belangenspeelveld: dilemma's voor de gemeentelijke overheidsprofessional. *Bestuurskunde*, 31(3), 3-15. doi:10.5553/Bk/092733872022031003001
14. Eijk, C. J. A. van, & Gasco, M. (2018). Unravelling the co-producers: who are they and what motivations do they have?. In *Co-production and co-creation* (pp. 63-76). Routledge.
15. Eijk, C. J. A. van, & Steen, T. (2016). Why engage in co-production of public services? Mixing theory and empirical evidence. *International Review of Administrative Sciences*, 82(1), 28-46. <https://doi.org/10.1177/0020852314566007>

16. Fledderus, J. (2015). Building trust through public service co-production. *International Journal of Public Sector Management*, 28(7), 550-565.
17. Fledderus, J. (2018) The effects of Co-production on Trust. In Brandsen, T., Steen, T. & Verschuere, B. (Red.) *Co-Production and Co-Creation: engaging citizens in public* (pp. 258-265). New York, Verenigde Staten; Routledge.
18. Fledderus, Joost, and Marlies Honingh. "Why people co-produce within activation services: the necessity of motivation and trust—an investigation of selection biases in a municipal activation programme in the Netherlands." *International Review of Administrative Sciences* 82.1 (2016): 69-87.
19. Gemeente Den Haag. (2023, April 25). *Structuurvisie Den Haag Zuidwest 2040: Groen, stedelijk en vitaal Zuidwest*. Retrieved from the municipal website
20. Haumann, T., Güntürkün, P., Schons, L. M., & Wieseke, J. (2015). Engaging Customers in Coproduction Processes: How Value-Enhancing and Intensity-Reducing Communication Strategies Mitigate the Negative Effects of Coproduction Intensity. *Journal of Marketing*, 79(6), 17-33.
<https://doi.org/10.1509/jm.14.0357>
21. Hermans, S.Th.M. (2024, 20 December). Kabinetsaanpak Klimaatbeleid [Kamerbrief] Geraadpleegd van <https://zoek.officielebekendmakingen.nl/kst-32813-1463.html>
22. Hu, Yue and Chen, Ziyi and Sun, Yufei, Beyond Righteousness: Experimental Evidence on Extrinsic Motivation in Public Service Co-Production (September 03, 2023). Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=5040372> or <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.5040372>
23. Joost Fledderus (2015): Does User Co-Production of Public Service Delivery Increase Satisfaction and Trust? Evidence From a Vignette Experiment, *International Journal of Public Administration*, DOI: 10.1080/01900692.2014.952825
24. Lang, S., Maarek, P. J., & Wolfsfeld, G. (2003). Local Political Communication And Citizen Participation. In *Political Communication in a New Era* (1st ed., pp. 171–192). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9780203986592-13>
25. Levine, C. H., & Fisher, G. (1984). Citizenship and Service Delivery: The Promise of Coproduction. *Public Administration Review*, 44, 178–189.
<https://doi.org/10.2307/975559>
26. MacGregor, S., Cooper, A., Coombs, A., & DeLuca, C. (2020). A scoping review of co-production between researchers and journalists in research communication. *Heliyon*, 6(9).
27. Parks, R.B., Baker, P.C., Kiser, L., Oakerson, R., Ostrom, E., Ostrom, V., Percy, S.L., Vandivort, M.B., Whitaker, G.P. and Wilson, R. (1981), CONSUMERS AS COPRODUCERS OF PUBLIC SERVICES: SOME ECONOMIC AND INSTITUTIONAL CONSIDERATIONS. *Policy Studies Journal*, 9: 1001-1011. <https://doi.org/10.1111/j.1541-0072.1981.tb01208.x>
28. Pestoff, V. (2012). Co-production and Third Sector Social Services in Europe: Some Concepts and Evidence. *Voluntas (Manchester, England)*, 23(4), 1102–1118.
<https://doi.org/10.1007/s11266-012-9308-7>
29. Puksas, A. (2020). The implication of motivation and role of user expectations in the co-production of public services.

30. Projecten.denhaag.nl (2025, 29 april). "Recreatief natuurgebied De Uithof". <https://projecten.denhaag.nl/project/natuurgebied-de-uithof-aantrekkelijker-maken/>
31. Rasilaand, B. N., Mudau M, J. (07.01.2023) *Citizen participation in local government: the importance of effective communication in rural development*. International journal of community development.
32. Regio Deal Den Haag Zuid-West. (2023). *Analyse brede welvaart en maatschappelijke uitdagingen in Den Haag Zuid-West* [Policy report]. Elke Regio Telt. Binnen de rapportage wordt expliciet gesteld: "Het vertrouwen in de overheid is laag. Veel mensen in Zuid-West voelen zich geen onderdeel (meer) van de samenleving."
33. Russel Hardin in Braithwaite, V., & Levi, M. (Eds.). (1998). *Trust and governance*. Russell Sage Foundation. (Chapter one) (p.9-27)
34. Verhoeven I (2009) Burgers tegen beleid. Een analyse van dynamiek in politieke betrokkenheid. Amsterdam: Aksant
35. Verschuere, B., Brandsen, T. & Pestoff, V. Co-production: The State of the Art in Research and the Future Agenda. *Voluntas* **23**, 1083–1101 (2012). <https://doi.org/10.1007/s11266-012-9307-8>
36. Verschuere, B., Steen, T., Van Eijk, C., & Verhaeghe, T. (2014). Motivations for coproduction of public services: Empirical evidence from a comparative case study. In *IIAS Conference on Coproduction*.
37. Voorstel van het college inzake participatieverordening en handboek participatie. (2024). In <https://denhaag.raadsinformatie.nl> (Nr. 319848). Geraadpleegd op 17 juni 2025, van https://denhaag.raadsinformatie.nl/document/15002824/1?connection_type=17&connection_id=11392781
38. Whitaker, G. P. (1980). Coproduction: Citizen Participation in Service Delivery. *Public Administration Review*, *40*(3), 240–246. <https://doi.org/10.2307/975377>

Appendix A: Coderingstabel bewoners

*Schuine tekst betreft deelnemer 4, rechte tekst deelnemer 3.

Thema	Subthema	Directe code	Voorbeeld
Betrokken	Betrokken tot de omgeving	Sterk betrokken tot de omgeving	<i>“Nou, het... probleem af.” (p.1-2)</i>
Vertrouwen	Afwezigheid van vertrouwen	- Afwezigheid van vertrouwen voor lange termijn investering - Afwezigheid van vertrouwen richting ambtenaren	<i>“Wat mij...onderhoud niets” (p.3)</i> <i>“Kijk, er... leiding bij” (p.3)</i>
	Geen vertrouwen in als gelijke behandeld worden.	Minderwaardigheids-complex	<i>“Nou, tot... laten tellen” (p.4)</i>
Sociale verandering	Verandering samenleving	De bewoners zijn minder gemotiveerd	<i>“Vroeger hadden... beetje over” (p.4)</i>
		Individualisering samenleving	<i>“Nou, de ... ik veel” (p.5)</i>
		Achter gelaten	<i>“Dan is.... Erg klein” (p.13)</i>
Negeren	Ongehoord worden	Ongehoord gevoel	<i>“Ja, geen gehoor vinden” (p.4)</i>
		Mist persoonlijk contact	<i>“Nou, ik... een avontuurtje” (p.14)</i>
		Genegeerd	<i>“en ik... te weten” (p.9)</i>
		Ongeloof onhaalbaarheid	<i>“en hoe... betrekken” (P.5-6)</i>
Motivatie	Intrinsieke motivatie	Plichtsgevoel	<i>“Nou, ik... gevolg heeft” (p.5)</i>
		Vrijwilligersmotivatie	<i>“Ja, maar... zijn er” (p.2)</i>
		Ideologie	<i>“Ja, ja ... je kan. (p.3)</i>
		Interesse	<i>“Ja, vaak... zeg maar” (p.4)</i>
		Veiligheid	<i>“Goeie vraag... aan is” (p.5)</i>
	Afwezigheid motivatie	Desinteresse	<i>“Dat zou... zijn totaliteit” (p.5)</i>
Verwachting	Communicatie	Communicatie vanuit gemeente	<i>“En dat... nummer 1” (p.5)</i>
		(on)bereikbaarheid	<i>“Volgens mij... de stadsdeeldirecteur”</i>
		Overzichtelijkheid	<i>“Nou dat... zo verder” (p.8)</i>
		Leesbaarheid	<i>“Misschien is... ik hier’ (p.6)</i>
		Combinatie echt/	<i>“Nou eigenlijk...</i>

		online	vertegenwoordigt is”
		Zichtbaarheid	“Dus echt... ze niet” (p.11)
		Delen dagresultaten	“Een soort... daarmee doen” (p.12)
	Negatieve communicatie	Politieke antwoorden	“Die daar... ik bedoel?” (p.8)
		Context nodig	“Maar dan.. niet uit” (p.12)
	Beleid	(in)consistentie	“Nou ja... daarvan doordrongen” (p.5)
		Pro-actieve houding gemeente	“Maar aan.. mogen verwachten”)(p.7)
	Medemens	Negatief mensbeeld	“Van de...zijn manier” (p. 11)
	Afwachtende houding	Richting gemeente	“Nee. Heb... te krijgen (p.13)
	Snelheid	Mag duren	“Ik heb... Afgerond is” (p.15)
Oplossingen	Hulp van buiten	Tussenpersoon ingeschakeld	“Als ik... naar Ernie” (p.11)
Tijd	Levensinrichting	Redelijke ruimte	“Ja, ik... te doen”(p.2)
Probleem	Organisatieleer	Verzuilde gemeente	“We gaan... wel antwoorden” (p.6)
	Tijdsbepaling	Doelgroep afhankelijk	“maar goed... actiever op”(p.11)

Appendix B: Gemeente codering

Thema	Subthema	Directe code	quote
Problemen	Procedureel	Complexiteit	“Ja, in.. het midden” (p.5)
	Coördinatie	Interne communicatie	Of het... niet, toch? (p.5)
	Duur traject	Lang	“Ik ben.. het wordt” (p.7)
	Politieke leiding	Wispelturig beleid	“Dat is... dit heten” (p.7)
	Structureel	Onduidelijkheid	“Dat wil... jouw wethouder (p.7)
		Interne spanningen	“Dat kan.. buitenwereld is” (p.7)
		Het veel koppige monster	“Dat is..je daar” (p.11)
	Financieel	Kostelijk	“Wel knetterduur.. en geld” (p.9)

