

Een goed begin

**EEN VERKENNING NAAR SEGMENTATIEMODELLEN GERICHT OP
VOORKEUREN IN BURGERSCHAP EN PARTICIPATIE**

Freek de Meere

Anneke Brock

Maarten Kwakernaak

Een goed begin

EEN VERKENNING NAAR SEGMENTATIEMODELLEN GERICHT OP
VOORKEUREN IN BURGERSCHAP EN PARTICIPATIE

Freek de Meere
Anneke Brock
Maarten Kwakernaak

Utrecht, maart 2020

Inhoud

Samenvatting	3
1 Inleiding	5
2 Burgerparticipatie in beeld	6
2.1 Psychosociale benadering: burgersegmentatie op basis van gedrag en attitudes	6
2.2 Sociodemografische & socio-economische benadering	8
2.3 Tot slot	11
3 Segmentatiemodellen	12
3.1 Citisens-model – Betrokkenheidsprofielen	12
3.2 Mentality model - Burgerschapstijlen	15
3.3 BSR-model van MarketResponse - Leefstijlen	19
4 Bevindingen en aandachtspunten	22
4.1 Inleiding	22
4.2 Onderbouwing van de modellen	22
4.3 Toepassingen bij gemeenten	23
4.4 Meerwaarde van de modellen voor gemeenten	24
4.5 Wat is het resultaat voor de participatie van beoogde groepen?	25
4.6 Aandachtspunten	25
Literatuurlijst	26
Bijlage 1: Methode & zoekstrategie	30
Bijlage 2: Andere modellen	31

Samenvatting

Vanuit een wens om lokale democratie te versterken en burgerparticipatie te stimuleren zijn Nederlandse gemeenten zich gaan verdiepen in verschillende burgerschapsstijlen. Er zijn modellen die op verschillende schaalniveaus binnen een land of gemeente een voorspelling geven welke typen burgers in een gebied wonen. De wijze waarop de typen worden ingedeeld en benoemd verschilt per model. In deze verkenning richten we ons op de vraag welke modellen er voor gemeenten beschikbaar zijn om verschillende stijlen van burgers te onderscheiden en welke ervaringen daarmee zijn opgedaan. We richten ons op de ervaringen met de modellen om burgerparticipatie te versterken.

Burgerparticipatie wordt gedefinieerd als de actieve en vrijwillige betrokkenheid van burgers die zoeken naar invloed op collectieve besluitvorming en beleid. Op deze manier beïnvloeden burgers hun directe of indirecte omgeving. In de literatuur is veel te vinden over de psychosociale aspecten in de motieven om wel of juist niet participeren. In de literatuur wordt verder vooral gekeken naar de verklarende kracht van sociodemografische en socio-economische factoren, zoals gender, leeftijd, opleidingsniveau, etniciteit en inkomen. Er is géén uitgebreide wetenschappelijke literatuur rond burgerparticipatie waarin de relevantie van segmentatiemodellen wordt aangetoond. Tegelijkertijd is het wel duidelijk dat er ruimte is voor en behoefte aan dergelijke modellen. In de modellen worden psychosociale en demografische kenmerken van mensen meegenomen én ze richten zich ook op een relatief onderbelichte groep in de burgerparticipatieliteratuur, namelijk degenen die niet kunnen en willen participeren.

De modellen geven op verschillende schaalniveaus een voorspelling welke typen burgers wonen in een gebied. In elk model betreft het schattingen op basis van geaggregeerde data. De modellen dienen er vooral toe om op een andere manier naar de populatie te kijken. Mensen worden niet getypeerd aan de hand van termen als 'allochtoon' of 'hoger opgeleid', maar worden gecategoriseerd naar hoe ze in het leven staan. Ze zijn bruikbaar in communicatie-uitingen om de inhoud en de toonzetting te bepalen. Daarnaast zijn ze bruikbaar voor het kiezen van een passende participatievorm.

De modellen blijken breed ingezet te worden in Nederlandse gemeenten. Gemeenten passen de modellen toe met als overkoepelende doel om een grotere, meer diverse groep te bereiken, aan te spreken en daardoor beter te betrekken in projecten en beleidsvorming. De noodzaak hiervoor komt naar voren vanuit observaties dat tot nu toe vooral een beperkte groep zich betrokken toont.

Het verschilt per gemeente welke afdelingen gebruikmaken van de modellen, maar het lijkt met name gebruikt te worden door ruimtelijke afdelingen en afdelingen communicatie. In mindere mate wordt het gebruikt door personen die burgerparticipatie onder hun hoede hebben.

De manier waarop gemeenten met de modellen werken loopt uiteen, alsmede de rolverdeling tussen modeleigenaar en gemeente. De modeleigenaren bieden gemeenten in ieder geval inzicht in de samenstelling in segmenten van een geografisch afgebakend gebied. Per model verschilt op welk schaalniveau er gekeken wordt, variërend van CBS-buurniveau tot postcode-6-niveau.

De modeleigenaren bieden vervolgens vaak mogelijkheden aan om tot strategieën te komen hoe burgers te benaderen. Voor participatiestrategieën is vaak verdieping in de lokale context nodig en het ontwikkelen of aanbieden van participatie-instrumenten die passen bij de burgersegmenten die in een wijk te vinden zijn, maar ook passen bij het betreffende thema. Het komt ook voor dat gemeenten zelf aan de slag gaan met de informatie of data die van de modeleigenaren komt.

In de toepassingen komt naar voren dat de thematiek van belang is voor de bruikbaarheid van de modellen. De mate van bereidheid tot participatie van verschillende burgersegmenten verschilt per thema. Een voorbeeld is een toepassing rondom speeltuinenbeleid, waarin naar voren kwam dat jonge gezinnen met kinderen veel meer betrokkenheid toonden bij een bewonersbijeenkomst dan uit het model voorspeld werd. Het thema was doorslaggevend, dit terwijl deze groep normaliter niet vaak deelneemt aan traditionele buurt-bijeenkomsten. Het thema dient te worden bekeken of aanvullend onderzoek nodig is.

In de praktijk zien gemeenten wel meerwaarde in de modellen, maar uiteindelijk spelen ze toch slechts een beperkte rol in daadwerkelijke beleidsvorming of in concrete projecten. Het gebruik van de modellen is daarmee vooral te zien als een extra stap in de beleidsvorming of in een projectproces, die vooral in communicatie doorklinkt: welke boodschap verkondigen wij en welke toonzetting past bij de inwoners? Ze zijn daarmee het begin van het vormen van een participatiestrategie. Zoals één van de modeleigenaren het zelf benoemde: “Het is een geweldig begin. Maar wel pas het begin.”

Voor zover bekend is er geen onderzoek gedaan naar daadwerkelijke beïnvloeding van de mate van participatie van (groepen) inwoners door het gebruik van de segmentatiemodellen. De modellen spelen in participatieprocessen ook niet altijd een centrale rol: het is slechts één van de middelen en biedt vooral handvatten om andere participatiestrategieën te ontwikkelen.

1 Inleiding

De laatste decennia zijn we getuige geweest van een groeiende interesse in burgerparticipatie in Nederland. Academics houden zich bezig met ‘de mate’ van burgerparticipatie, een representatieve opkomst bij verkiezingen, het vertrouwen in publieke instituties en andere signalen van een goed functionerende democratie (Van Houwelingen et al., 2014). Onderzoekers proberen te ontrafelen hoe verschillende (groepen) burgers de traditionele kanalen voor actief burgerschap moeilijker of juist beter weten te benutten. Burgers hebben immers hun eigen voorkeuren in hoe zij betrokken willen en kunnen worden: “Wie burgers wil betrekken moet denken vanuit hun perspectief”, adviseerde de WRR in 2012.

Vanuit een wens om lokale democratie te versterken zijn Nederlandse gemeenten zich gaan verdiepen in verschillende *burgerschapstijlen*. Op lokaal niveau horen hierbij keuzes over vertegenwoordiging, in- en uitsluiting en het moment waarop zij burgers betrekken. Op verschillende manieren proberen gemeenten uit hoe de lokale democratie verschillende groepen burgers op een inclusieve manier kan dienen. Anno 2020 zijn gemeenten nog volop zoekende naar handvatten hiervoor.

In deze verkenning richten we ons op de vraag welke modellen er voor gemeenten beschikbaar zijn om verschillende stijlen van burgers te onderscheiden en welke ervaringen daarmee zijn opgedaan in gemeenten. Het gaat bij de modellen om segmentering van burgers op basis van databestanden met empirische gegevens. Per model kan ‘burgerschapstijl’ anders worden gedefinieerd, maar ze relateren zich op de een of andere wijze aan de participatie van groepen burgers.

Leeswijzer

In het vervolg bespreken we allereerst beknopt de hoofdlijnen uit een search naar segmentering in wetenschappelijke literatuur die zich richt op burgerparticipatie (hoofdstuk 2). In de eerste bijlage staat beschreven hoe we de search hebben verricht.

Vervolgens bespreken we een drietal geselecteerde modellen op hun kenmerken (hoofdstuk 3). In dit hoofdstuk bespreken we ook ervaringen van gemeenten met dergelijke modellen. We sluiten af met een korte bespreking van de mogelijkheden voor gemeenten om gebruik te maken van modellen rondom burgerschap (hoofdstuk 4).

2 Burgerparticipatie in beeld

Burgerparticipatie kan worden gedefinieerd als de actieve en vrijwillige betrokkenheid van burgers die zoeken naar invloed op collectieve besluitvorming en beleid (Ohmer, 2007; Mannarini et al., 2009). Onderzoekers uit verschillende disciplines, voornamelijk psychologen, sociologen en politicologen, hebben geprobeerd om burgerparticipatie te classificeren. Er bestaat over het algemeen consensus over het onderscheid tussen *politieke participatie* en *sociale participatie*. Politieke participatie gaat uit van een politieke leefwereld (Rollero et al., 2009) en uit zich in politiek gedrag als stemmen, lid worden van een politieke partij, het ondertekenen van een petitie of het meedoen aan een staking. Sociale participatie verwijst juist naar de sociale praktijk die minder nauw verbonden is met de invloedswereld van politici, bijvoorbeeld bij vrijwilligerswerk of ondernemingen. Het onderscheid tussen politieke en sociale participatie is later uitgebreid met 'publieke participatie' (Antonini et al., 2015). Publieke participatie verwijst naar een vorm van participatie waarbij burgers hun mening en zorgen kunnen laten horen bij belangrijke besluitvormingsmomenten. Dit gebeurt, anders dan bij politieke participatie, vaak in een ambtelijke setting. In deze verkenning gaan we uit van een brede benadering van participatie. De segmentatie van groepen burgers kan betrekking hebben op sociale, politieke en publieke participatie.

Eerst besteden we aandacht aan wat bekend is over de invloed van psychosociale of attitudele aspecten; motivaties voor waarom burgers wel of juist niet participeren (Verba et al., 1993; Golden, 1998; Marinetto, 2003). Vervolgens geven we inzicht in hoe er in de literatuur naar burgerparticipatie gekeken vanuit demografische factoren, zoals gender, leeftijd, opleidingsniveau, etniciteit en inkomen (Cook, 2007). We sluiten af met een korte beschouwing.

2.1 Psychosociale benadering: burgersegmentatie op basis van gedrag en attitudes

Vernieuwende theoretische modellen segmenteren groepen burgers naar psychosociale kenmerken. De literatuur laat zien dat burgerparticipatie ook begrepen kan worden langs de lijnen van gedrag en attitudes van mensen. Hieronder zetten we verschillende psychosociale benaderingen van burgersegmentatie uiteen.

Gedrag: actief vs. passief

Agger (2012) laat ten eerste zien dat burgers gesegmenteerd worden langs lijnen van actief en passief gedrag. Burgers die actief zijn in participatieprocessen kenmerken zich door de beschikking van verschillende middelen. Deze middelen kunnen relationeel zijn (zoals het bezit van netwerk; Healy, 1998), kennis (de capaciteit om ingewikkelde en grote hoeveelheden teksten te begrijpen), en tijd (Norvig Larsen, 1999). Passieve burgers participeren niet in formele participatieprocessen vanwege de beperkte tijd die beschikbaar is, en ze nemen alleen deel wanneer dit absoluut nodig is (Hooghe & Dejaeghere, 2007; 251-252). Een monitorende burger is bijvoorbeeld iemand die wel bezit over de benodigde vaardigheden, maar bewust kiest voor passiviteit.

Gedrag: Individu vs. collectief

Er bestaan geïndividualiseerde groepen burgers en collectief-georiënteerde burgers (Van Deth, 2009). De geïndividualiseerde burgers zullen geneigd zijn naar participatievormen buiten formele participatie-initiatieven, zoals bij boycotting of 'buycotting' gebeurt. Zij zoeken met name naar manieren om ethische of morele standpunten te delen, wat gefaciliteerd wordt door de opkomst van de mogelijkheid om links te delen via social media. De collectief georiënteerde burgers nemen over het algemeen vaker deel aan formele besluitvorming, maar kunnen ook veel radicaler zijn dan gemiddeld. Individualisten nemen minder vaak deel, maar zijn vaker gematigd in hun beleidsvoorkeuren.

Gedrag: Analoog vs. digitaal vs. hybride

Het theoretisch kader van Lovari et al. (2011) biedt een segmentatie van groepen burgers langs de lijnen van verschillend media- en communicatiegedrag. Deze focus creëert meer begrip voor participatiegedrag van burgers door te kijken naar de specifieke trend van digitalisering. Inwoners kunnen passieve (d.w.z. weinig tot geen gebruik), analoge (d.w.z. gebruik via traditionele mediaplatformen), digitale (d.w.z. gebruik via moderne mediaplatformen) en hybride (d.w.z. mediagebruik via traditionele én moderne mediaplatformen) gebruikers zijn. Er wordt bij mediagebruik een significant effect gevonden voor het type kennis over bepaalde beleidsthema's. Het analoge publiek scoort het hoogst op dit type kennis. De hybride burgers rapporteren de hoogste score op bijdrage aan maatschappelijke discussies. Het onderzoek geeft aan dat het waarschijnlijk is dat hybride burgers het meest actief zijn in dit type discussies, omdat ze zowel aan traditionele als digitale media worden blootgesteld. Ze gebruiken dus twee typen kanalen om hun gedachten of ideeën te voeren.

Attitudes: Flexibiliteit en voorkennis

Onderzoek richt zich ook op verschillende motivaties voor mensen die actief participeren (Comley 2005). Actief gedrag wordt gestuurd door verschillende attitudinale motivaties zoals 'plezier beleven aan discussie', 'financiële vergoedingen', of 'graag een bijdrage willen leveren aan beleid'.

Volgens de studie van Bobbio (2010) bepalen twee verschillende factoren de motivatie voor actieve participatie: de flexibiliteit van de mening over een bepaald thema en de voorkennis. De hypothese die voorafgaat aan deze studie is dat burgers het participatieproces binnenkomen met verschillende 'startposities'. Flexibiliteit heeft hier betrekking op de mate waarin de startpositie gedefinieerd is, dus of de positie vastomlijnd of nog 'zwevend' is. De tweede dimensie, de voorkennis, gaat over het reflecterend vermogen van de participant. Een burger kan meer of juist minder goed in staat zijn om te reflek-

teren op basis van beschikbare informatie: welke voor- en tegenargumenten worden er gebruikt, en door wie? De reflectieve burger is hier dus de burger die in staat is om de gevolgen te overzien buiten de eigen 'bubbel'.

Attitudes: Beleidsvoorkeuren

Van der Meer (2016) benadert psychosociale burgersegmentatie als het gevolg van verschillen in *radicalisme van beleidsvoorkeur* (uitgesproken versus gematigde burgers) en de *richting van beleidsvoorkeur* (ideologisch linkse versus rechtse burgers). Vooral grote verschillen in beleidsvoorkeuren leveren uiteindelijk representatieve problemen op: "*Juist het verband tussen demografische kenmerken en beleidsvoorkeuren is in een ontzuiilde, geïndividualiseerde, geëmancipeerde en complexe samenleving niet vanzelfsprekend. Beter is het daarom om op een directere wijze te onderzoeken in hoeverre er sprake is van participatieve ongelijkheid naar beleidsvoorkeuren.*" Bij de opkomst van burgerparticipatie zien we dus vooral 'ongelijkheid' in de richting van beleidsvoorkeuren, oftewel tussen voor- en tegenstanders: de opkomst is het hoogst onder tegenstanders van instandhouding van sociale voorzieningen, voorstanders van de opvang van asielzoekers, tegenstanders van bezuinigingen op kunst en cultuur en tegenstanders van vrije zondagsopening van winkels. Bij andere vormen van participatie zien we vooral verschillen tussen mensen met gematigde en meer uitgesproken voorkeuren, vooral op het gebied van sociale voorzieningen, huurwoningen, kunst en cultuur en cameratoezicht.

Attitudes: Stille motivaties

Het onderzoek van Gray (2015) kijkt naar categorieën niet-participerende burgers en de verschillende motivaties die hieraan ten grondslag liggen. Dit noemt zij de 'stille' groepen burgers, of stille motivaties. De redenen om niet te participeren variëren hier van een passieve afkeuring van het hele democratische systeem (bewustzijn) tot een sterke, actieve weerstand tegen bepaalde keuzes die 'hogerop' en 'tegen hun wil in'

worden gemaakt. Hoe minder de belangen, prioriteitstelling, intentie en reden om te participeren duidelijk is, hoe actiever de weerstand tegen het democratische systeem wordt. De kern van deze theoretische benadering is dat we erg weinig weten over de normatieve implicaties van 'stille burgers', zonder dat de verschillende attitudes van ontevredenheid die hieraan ten grondslag liggen worden blootgelegd. Stille burgers uiten hun ontevredenheid het vaakst wanneer de overheid radicaal ingrijpt en ze het gevoel hebben geen controle meer te hebben over hun eigen leefwereld. Zulke vervreemding kan leiden tot een verlies van geloof in democratische normen (Hiley, 2006: 75).

2.2 Sociodemografische & socio-economische benadering

Wanneer we kijken naar de wetenschappelijke literatuur, blijkt dat burgerparticipatie meestal wordt gemeten langs de lijnen van individuele, sociodemografische en socio-economische kenmerken zoals opleidingsniveau, inkomensniveau, leeftijd, etnische herkomst, arbeidsmarktpositie en gezondheid (Wilson, 2000). In Hanna Pitkin's bekende omschrijving van representatie spreekt zij over "*making present what is absent*" (Pitkin, 1967: 9) langs sociodemografische lijnen. In de politicologie wordt vaak benadrukt dat wanneer bepaalde minderheidsstemmen niet worden vertegenwoordigd, dit leidt tot een vertekend beeld voor beleidsmakers (Verba et al., 1978). Het klassieke beeld van burgerparticipatie is dat vooral hoogopgeleide, witte, bemiddelde mannen van middelbare leeftijd actief zijn in zowel traditionele als nieuwere vormen van participatie (Van Deth, 2014). Bovens (2011) omschreef dit fenomeen in Nederland ook wel als de 'diplomademocratie', een democratie waarin verdere democratisering uiteindelijk bestaande ongelijkheden reproduceert. Al snel ontstaat de angst dat we burgers met een niet-westerse migratieachtergrond, laagopgeleiden en jongeren links laten liggen. We gaan hieronder verder in op verschillende sociodemografische en socio-economische kenmerken en hoe zij zich verhouden tot burgerparticipatie.

2.2.1 Participatie i.r.t. sociodemografische en socio-economische factoren

Opleidingsniveau

Opleidingsniveau geldt als eerste sterke voorspeller van burgerparticipatie. Diverse studies laten zien dat hoger opgeleiden vaker actief zijn in maatschappelijke en politieke activiteiten zoals stemmen, deelname aan verenigingen of actiegroepen en vrijwilligerswerk (Bakker, Denters & Klok, 2011; Denters, Tonkens, Verhoeven & Bakker, 2013; Gesthuizen, Van der Meer & Scheepers, 2008; Van Houwelingen, Boele & Dekker, 2014). Dit wordt verklaard doordat onderwijs bijdraagt aan het vergroten van maatschappelijke bewustwording, politieke competenties en zelfvertrouwen. Hierdoor zijn burgers meer in staat bij te dragen aan gezamenlijke doelen. Tonkens en Verhoeven (2011) vullen aan dat burgers met een middelbare opleiding juist vaker actief zijn in informele bewonersinitiatieven, in tegenstelling tot meer formele vormen van inspraak of bestuurswerk.

Leeftijd of generatie

Ten tweede blijkt er een verband te bestaan tussen leeftijd of generatie en de mate van burgerparticipatie. Mensen van middelbare leeftijd zijn vaker actief in de buurt dan zowel jongeren als de alleroudsten. Op middelbare leeftijd beschikken mensen over de meeste hulpbronnen in termen van sociaal kapitaal, menselijk kapitaal en gezondheid, wat de kans op participatie verhoogt. Jongeren én ouderen beschikken minder over deze hulpbronnen en participeren daarom minder (Dekker & De Hart, 2009; Van Deth, Montero & Westholm, 2007).

Volgens Sloam (2008) participeren jongeren niet minder vanwege luiheid, maar vanwege vervreemding van de traditionele participatiekanalen. Hij stelt dat jonge mensen zich niet aangetrokken voelen tot formele vormen van participatie, zoals inspraakbijeenkomsten. Ze nemen liever deel aan lossere en minder hiërarchische informele netwerken. Jeugdparticipatie is bovendien meer gericht op thema's die losstaan van de traditionele

democratische kanalen. Jonge mensen uiten zich in alternatieve kanalen zoals boycotts, transnationale bewegingen en het delen van petitie en social media posts. Dit zijn enkele voorbeelden van de toenemende betekenis van informele organisaties, geïndividualiseerde acties en netwerkmobilisatie (Stolle et al., 2005).

Etniciteit

Wat betreft etnische herkomst blijkt uit internationaal onderzoek dat migranten doorgaans minder actief zijn in burgerparticipatie, maar dat het verschil met burgers met een migratieachtergrond verdwijnt als analyses gecorrigeerd worden voor factoren zoals sociaaleconomische status en taalbeheersing (Ishizawa, 2015; Stoll & Wong, 2007).

Ook uit Nederlands onderzoek blijkt dat bewoners met een Nederlandse achtergrond vaker participeren in buurtactiviteiten en vrijwilligerswerk dan bewoners met een migratieachtergrond. In Nederland wordt dit verschil echter niet verklaard door de onderwijs- en inkomensverschillen tussen mensen met of zonder migratieachtergrond (Van Houwelingen, Boele & Dekker, 2014). Bij sommige soorten participatie geldt dit verschil sterker: voor het actief zijn bij een politieke partij zijn de verschillen niet-significant; bij sociale en publieke participatie blijven de verschillen echter significant en substantieel. Culturele factoren kunnen een rol spelen.

Gender

De literatuur over participatie leert ons ook dat mannen vaker participeren dan vrouwen (Kleistra & Walraven, 2014). Als er wordt gekeken naar besturen van maatschappelijke organisaties vormen vrouwen nog altijd de minderheid, zeker in verhouding tot het aantal uitvoerend vrouwelijke vrijwilligers (Metz, 2006). De verschillen tussen man en vrouw ontstaan al op jonge leeftijd; genderongelijkheid kan vrouwen 'wegdrijven' van leiderschapsfuncties en 'duwen' in de richting van meer informele participatie, blijkt uit onderzoek van Gordon (2014). Ouders hebben over het algemeen minder verwach-

tingen van hun dochters als het gaat om politieke of publieke idealen: *"Parents often expect a measure of independence and even defiance from their sons that they do not expect from their daughters. Indeed, parenting patterns can promote boys' independence and autonomy and girls' interdependence, dependence, and/or passivity."* (p. 34).

Type gemeente

Er zijn verschillende studies gedaan naar de impact die "size of locality" of het type gemeente, heeft op de burgerparticipatie van inwoners (Oliver, 2000). Burgerparticipatie is bijvoorbeeld hoger voor inwoners uit dorpen, omdat in deze gemeenten sociale netwerken over het algemeen nauwer zijn (Putnam, 2000). Waar de sociale contacten van een individu minder nauw zijn, hebben ze vaak minder sociale controle, waardoor ze minder in staat zullen zijn te participeren.

Anderzijds krijgen inwoners uit grotere gemeenten meer mogelijkheden om te participeren. In grote steden kunnen netwerken van burgers bijvoorbeeld meer van een heterogene, in plaats van een homogene aard zijn (Van Deth & Martin, 2007). Grote steden kunnen dus ook aantrekkingskracht hebben voor dienstorganisaties dan 'face-to-face' organisaties. Burgers in steden zullen hierdoor sneller geneigd zijn om deel te nemen in meerdere en lossere verbanden.

Buurtkenmerken

Ten slotte, relaterend aan de andere sociodemografische kenmerken, laten groepen inwoners zich verschillend beïnvloeden in hun participatie via buurtkenmerken van hun omgeving. Lokaal onderzoek laat zien dat gedrag van mensen en de uitkomsten daarvan niet alleen worden bepaald door individuele kenmerken, maar ook door de context waarin dit gedrag plaatsvindt – bijvoorbeeld de buurt waarin men leeft (Snel et al., 2018). De theorie over buurtdeprivatie gaat uit van de concentratiethese van Wilson (1996), die stelt dat verschillende soorten buurten andere behoeften hebben als het gaat om burgerparticipatie (Tammaru et al., 2016).

De tweede theorie over buurteffecten gaat over het perspectief van Putnam (2007) over 'schildpadgedrag'. Een zeer etnisch diverse compositie van buurtbewoners zou hier leiden tot behoefte aan andere vormen van (in)formele participatie.

De derde theorie is gebaseerd op het werk van Sampson (2012) en laat zien dat in wijken met een sterke traditie van actieve burgerorganisaties, een specifiek type burgerparticipatie versterkt wordt, vooral in relatie tot formele participatieprocessen. Wanneer er al een uitgebreide infrastructuur voor organisaties aanwezig is, zoals een breed netwerk van (lokale) kranten, projecten en welzijnsinstellingen, lukt het burgers in specifieke wijken zich beter te organiseren. In Nederland is dit perspectief eerder gebruikt om te verklaren waarom sommige achterstandswijken toch relatief veel burgerparticipatie kennen (Specht & Van der Zwaard, 2013).

2.2.2 Indeling groepen naar beschikbaar 'kapitaal'

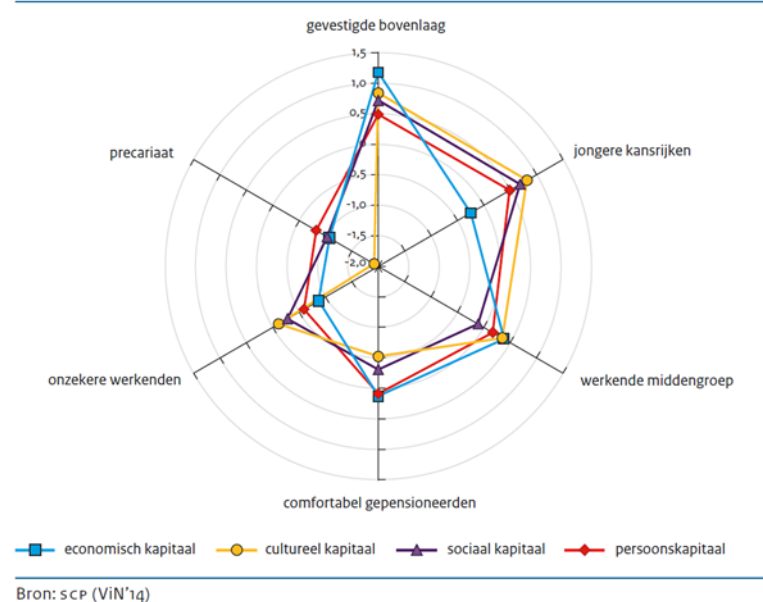
Aan de hand van sociodemografische en socio-economische factoren kunnen indelingen gemaakt worden van groepen burgers. Boelhouwer et al. (2014) van het Sociaal en Cultureel Planbureau (SCP) voerden een analyse uit om zo verschillende sociale groepen in Nederland te identificeren. De bedoeling van het model is het schetsen van een compleet beeld van de samenstelling van de maatschappij en het verband met verschillende vormen van kapitaal. Door de kijken naar bezit van economisch, cultureel, sociaal en persoonskapitaal, kan naar voren komen dat participatie samenhangt met verschillende inkomens- en netwerkgroepen.

De analyse is gebaseerd op het idee dat verschillende soorten kapitaal die mensen kunnen bezitten, elk mogelijkheden en kansen in het leven bepalen (Bourdieu, 1986). Elk van de kapitaalkvormen heeft haar eigen waarde en functie in de samenleving en samen bepalen ze iemands positie op de maatschappelijke ladder. Economisch kapitaal wordt bepaald aan de hand van het huishoudinkomen en het vermogen dat mensen hebben. Sociaal

kapitaal wordt gemeten door de sociale steun die mensen uit hun netwerk ontvangen en de frequentie van contact hebben met familie, vrienden en kennissen. Cultureel kapitaal wordt gemeten aan de hand van het behaalde opleidingsniveau en culturele participatie zoals bezoek aan theater, museum of concert. Persoonskapitaal definieert het SCP (2014) als bron voor omgang met tegenslag. Daarbij spelen drie soorten kapitaal een rol: 1. Fysiek kapitaal, zoals kracht; 2. Mentaal kapitaal, zoals zelfvertrouwen en 3. Esthetisch kapitaal, zoals uitstraling.

Figuur 10.4

Verdeling van de vier kapitaalkvormen over de zes groepen, bevolking van 18 jaar en ouder, 2014 (in indexscores, gemiddelde = 0)



Figuur 1: Bron: Verschillen in Nederland (SCP, 2014)

De data achter het model wordt ontleend aan de enquête *Vershil in Nederland*; iedereen die aan de enquête heeft deelgenomen krijgt via een latente klassenanalyse een bepaalde kans om bij een groep te worden ingedeeld. Voor de gevonden groepen in de analyse is die kans telkens gemiddeld groot (meer dan 80%). De analyse levert zes groepen op langs de lijnen van economisch, cultureel, sociaal en persoonlijk kapitaal (zie figuur).

2.3 Tot slot

Burgerparticipatie kan worden gedefinieerd als de actieve en vrijwillige betrokkenheid van burgers die zoeken naar invloed op collectieve besluitvorming en beleid, om zo de directe of indirecte omgeving te beïnvloeden. In de literatuur is veel te vinden over de psychosociale aspecten in de motieven om wel of juist niet participeren. In de literatuur wordt verder vooral gekeken naar de verklarende kracht van sociodemografische en socio-economische factoren, zoals gender, leeftijd, opleidingsniveau, etniciteit en inkomen. In het verlengde daarvan beschreven we een benadering waarin het economisch, sociaal en cultureel kapitaal van mensen centraal staan in relatie tot de burgerparticipatie.

De search naar burgerparticipatie liet overigens ook zien dat een meerderheid van de studies aandacht besteedt aan actieve burgers. Weinig studies belichten de groepen burgers die graag meer betrokken zouden willen raken, maar simpelweg de tijd of vaardigheden niet hebben; of de burgers die juist wel kunnen participeren, maar toch geen interesse hebben. Als het gaat om het beschrijven van inwoners die niet willen én niet kunnen participeren, de groep 'stille burgers', is de literatuur nog beperkter. Ook zien we in deze literatuurscan dat onderwerpen die binnen burgerparticipatie spelen, betrekking hebben op een kritisch perspectief op eerder, huidig of toekomstig participatiebeleid. Relatief nieuwe ontwikkelingen, zoals de invloed van digitalisering, worden zeer belangrijk geacht voor toekomstig onderzoek.

3 Segmentatiemodellen

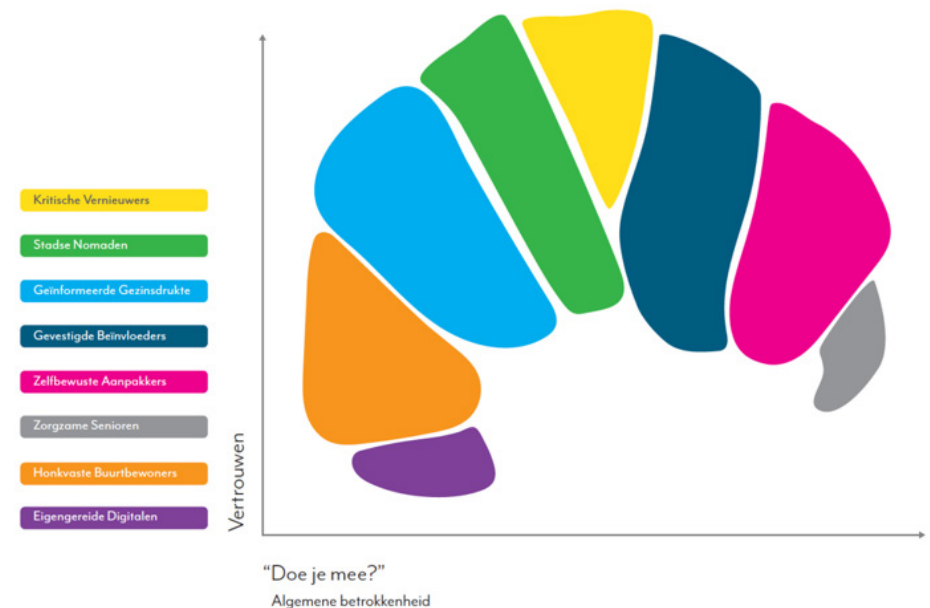
In deze verkenning zijn we op zoek naar modellen die voor gemeenten beschikbaar zijn om verschillende burgerschapsstijlen te onderscheiden. Het gaat bij de modellen om de segmentatie van de bevolking op basis van beschikbare empirische data. Bestaande modellen maken gebruik van vaak omvangrijke databestanden en gedragswetenschappelijke inzichten. Per model kan 'burgerschapsstijl' anders worden gedefinieerd, maar ze relateren zich op de een of andere wijze aan de mogelijke participatie van burgers.

Voor deze verkenning zijn een aantal segmentatiemodellen gevonden die in potentie bruikbaar zijn voor burgerparticipatie of -betrokkenheid. Samen met de opdrachtgever is op basis van de inzichten over het daadwerkelijk gebruik ervan voor burgerparticipatie een selectie gemaakt van drie modellen. Deze dienen als voorbeeld. Dit hoofdstuk bestaat uit een korte beschrijving van deze modellen en enige ervaringen daarmee in gemeenten. In de tweede bijlage worden beknopt nog vier andere modellen beschreven. Deze verkenning biedt overigens geen volledig overzicht van alle bestaande modellen.

We bespreken hieronder allereerst de betrokkenheidsprofielen van Citisens, daarna de burgerschapsstijlen binnen het Mentality-model van Motivaction en tenslotte het BSR-model van MarketResponse. In de beschrijving maken we gebruik van de eigen openbare beschrijvingen door de modellen. Daarnaast zijn we in gesprek gegaan met de modeigenaren. Ook gebruiken we de ervaringen in een aantal gemeenten die we via interviews hebben opgehaald. We noemen deze gemeenten niet. Indien openbare beschrijvingen van toepassing beschikbaar zijn, benoemen we die wel bij naam. De studie heeft hierbij niet het doel om de modellen te vergelijken.

3.1 Citisens-model – Betrokkenheidsprofielen

Citisens ontwikkelde een model om integraal te kijken naar verschillende 'betrokkenheidsprofielen'. Het Citisensmodel geeft inzicht in de diversiteit van voorkeuren rondom betrokkenheid bij de leefomgeving en de mate waarin mensen vertrouwen hebben in de overheid, met name de gemeente.



Figuur 2: Het Citisensmodel, met acht betrokkenheidsprofielen. Bron: Citisens (2020)

Bedoeling

Citisens is voortgekomen uit politiek-bestuurlijk consultancybureau Necker van Naem. Hier kwamen veel vragen binnen over het bereiken van groepen bewoners in gemeenten. Er ontstond steeds meer behoefte aan specifieke informatie over burgerbetrokkenheid: “Gemeenten accepteerden niet langer dat ze altijd met dezelfde, voor hen veelal bekende ‘usual suspects’ aan tafel zaten, om vervolgens beslissingen te nemen voor álle inwoners”. Met de betrokkenheidsprofielen ondersteunt Citisens gemeenten in het bepalen van nieuwe strategieën voor participatie en communicatie. Het model probeert hierbij te helpen door te kijken naar ‘langetermijnbetrokkenheid’ en hoe participatie laagdrempeliger gemaakt kan worden voor specifieke groepen.

Er zijn acht onderscheidende groepen ingedeeld langs kenmerken van betrokkenheid en vertrouwen, aangevuld door inzichten over participatie- en communicatievoorkeuren. Voor ieder postcode-6 gebied kan inzichtelijk gemaakt worden welke groep(en) met welke kenmerken er wonen. Met de inzichten die uit de toepassing van het model voortkomen worden bijvoorbeeld campagnes opgezet om ook ‘unusual suspects’ te bereiken, die normaal gesproken niet of beperkt participeren.

Onderbouwing

De acht betrokkenheidsprofielen van Citisens zijn tot stand gekomen middels een clusteranalyse¹. Hierin is gebruik gemaakt van de volgende databronnen:

- Klantsegmenten van Whize (voorheen Mosaic-model).
- Data van CBS en Kadaster (o.a. over huishoudens en verhuizingen).
- Data uit online stemhulp Mijn Stem.

Bovendien voert Citisens elk jaar een onderzoek uit onder een omvangrijke groep Nederlanders (in 2019 namen 16.000 personen deel aan het Citisens panel). Met de resultaten van dit ‘Staat van Betrokkenheid-onderzoek’ blijft Citisens het model ontwikkelen. “Iedere 2 weken bevraagt Citisens het panel op allerlei inhoudelijke onderwerpen. De segmentatie wordt dus continu verrijkt.” In totaal zijn ruim twintig variabelen toegevoegd die betrekking hebben op de vier domeinen (basiskennmerken) van het model: betrokkenheid, vertrouwen, communicatie en participatie.

In het kader van transparantie geeft Citisens inzicht in de achterliggende data aan gemeenten die gebruikmaken van het Citisensmodel.

Toepassingen

Er zijn volgens Citisens meer dan vijftig gemeenten die het Citisensmodel in verschillende vormen en fasen hebben toegepast. Het product dat Citisens altijd oplevert is de betrokkenheidsanalyse. Er is een vast gedeelte, dat voor alle acht groepen (betrokkenheidsprofielen) inzicht geeft in de vier basiskennmerken betrokkenheid, vertrouwen, communicatie en participatie. Er is ook een flexibel gedeelte, waarbij er voor afgebakende gebieden binnen de gemeente (bijvoorbeeld per CBS-wijk) inzichtelijk wordt gemaakt welke groepen inwoners daar wonen. Dit inzicht wordt weergegeven op een kaart van het gebied, op postcode-6 niveau.

Bij de betrokkenheidsanalyse biedt Citisens ook werksessies aan voor communicatie- en beleidsadviseurs. Hier leren deelnemers de betrokkenheidsprofielen eigen te maken en concreet toe te passen. Er wordt bijvoorbeeld gevraagd: ‘In welk profiel denk je zelf dat onze inwoners vallen?’ Ook werken ze tijdens de training aan een strategie voor een participatievraagstuk dat op dat moment in de gemeente speelt, afgestemd op de profielen.

¹ De betrokkenheidsprofielen zijn tot stand gekomen middels k-means clusteranalyse, een methode voor puntsgewijze clusteranalyse, waarbij het aantal clusters door de onderzoekers gestuurd wordt.

De toepassingen van Citisens vinden vooral plaats op het niveau van gemeenten en wijken, maar kunnen dus inzoomen tot op postcode-6 niveau. Citisens benadrukt dat het om geëxtrapoleerde data gaat die voorspellend van karakter zijn. Soms vraagt de lokale context dat een gemeente meer nodig heeft dan alleen de betrokkenheidsanalyse. In dat geval adviseert Citisens hen inwoners specifiek te bevragen over een onderwerp en/of de uitkomsten aan te vullen met andere, vaak kwalitatieve data. De kaart die aan gemeenten wordt verstrekt geeft alleen het grootste profiel weer per CBS-wijk. Conform de AVG wordt voor gebieden met minder dan 5 huishoudens geen profiel weergegeven op de kaart.

Eén van de onderwerpen waar Citisens nog grip op probeert te krijgen, is de motivatie om *niet* te participeren bij verschillende betrokkenheidsprofielen. Het blijkt moeilijk te achterhalen wat achterliggende belemmeringen voor participatie zijn onder verschillende groepen, buiten de vaak genoemde reden 'geen tijd'. Het panel van Citisens wordt hierop actief bevraagd.

Casus: middelgrote gemeente met kleine kernen

In een middelgrote gemeente is geëxperimenteerd met burgersegmentatie op basis van de betrokkenheidsprofielen van Citisens. Samen met een hogeschool werd onderzocht wat de mogelijkheden zijn van betrokkenheidsprofielen in communicatiestrategieën. Deze gemeente heeft geen onderzoeksafdeling, maar had de ambitie om kwantitatieve data meer te gebruiken en te combineren. Het Citisens-model is toen opgepakt door de medewerkers die zich bezighouden met participatie en communicatie. De communicatieadviseurs en participatiedeskundigen hebben een training gevolgd in het gebruik van de dataset door Citisens en vormen een 'ambassadeursclub'.

In deze gemeente is specifiek gekeken naar een traject over speeltuinenbeleid in een wijk met een gemêleerde bevolking. In het onderzoek werden de betrokkenheidsprofielen toegepast om een communicatiestrategie te bepalen. Daarbij was het van belang om te

belichten welke groep welke media raadpleegt. Uit het onderzoek was moeilijk om te maken of participatie daadwerkelijk is toegenomen door het toepassen van de betrokkenheidsprofielen. Wel bevestigde de pilot hoe profielen zich in de praktijk gedragen, maar dit bleek zeer thema-afhankelijk. De 'geïnformeerde gezinsdrukte' zou volgens de analyse bijvoorbeeld te druk zijn om naar bewonersavonden te komen, maar voor speeltuinen gaat dit niet op: het was een thema waar zij bijzondere waarde aan hechtten. Het onderzoek liet ook zien dat het van belang is de lokale context te bekijken. In het bepalen van de communicatiestrategieën zijn bijvoorbeeld ook lokale media belicht: "Betrokkenheidsprofielen zijn landelijk georiënteerd. Maar lokale media zijn juist belangrijk hier."

Na de pilot zijn de betrokkenheidsprofielen onderdeel geworden van bepaalde adviezen, als onderdeel van een communicatieplan. Vaak wordt er gekozen om de strategie aan te passen op de twee grootste profielen in een wijk of gemeente: het zou teveel extra tijd kosten om voor elke groep een aparte strategie toe te passen. Een betrokkene geeft daarnaast aan dat niet alle namen van de betrokkenheidsprofielen tot de verbeelding spreken: "Ik heb honkvaste buurtbewoners anders genoemd en vertaald naar volksbuurt".

Binnen deze gemeente worden de betrokkenheidsprofielen op meerdere thema's ingezet. Een nieuw thema met verdere toepassingsmogelijkheden is bijvoorbeeld flexibel herbestemmen. Een betrokkene heeft per profiel bekeken welke boodschappen over flexibel herbestemmen passen voor de verschillende profielen. Bij de 'honkvaste buurtbewoners' moet bijvoorbeeld veel concreter worden gecommuniceerd dan bij andere profielen.

Een ander thema bij deze gemeente is het opstellen van dorpsprofielen. Daarbij helpt het Citisens-model in het verbreden van de blik: "Wat de betrokkenheidsprofielen ons leren: we moeten het niet eenduidig oppakken. Per dorp kijken: wie woont daar? En hoe gaan we dan het gesprek aan?"

Andere toepassingen

In de Wibautstraat in Amsterdam heeft Citisens een participatieplan geschreven voor het vergroenen van zowel publieke als private ruimte. Er werd hier gestart met de combinatie van big data en interviews onder ondernemers, bewoners en bezoekers. Er is toen een betrokkenheidsanalyse gedaan om te beoordelen welke segmenten hier groot zijn. Vervolgens is er een plan gemaakt voor het verhogen van participatie bij vergroening.

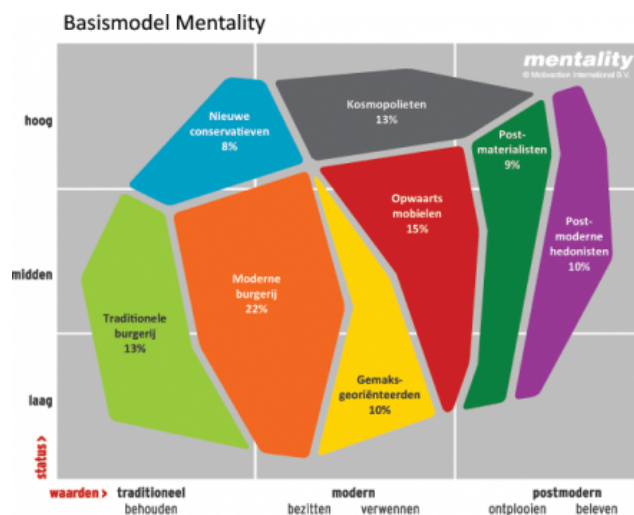
[Meer informatie over dit project.](#)

In Zuidlaren leverde Citisens een actieve bijdrage aan de ontwikkeling van een centrumplan. Uit een betrokkenheidsanalyse van het gebied en een online uitvraag bleek dat er bepaalde groepen inwoners niet betrokken waren bij het proces. Er is toen een plan uitgevoerd om inwoners uit verschillende groepen op diverse manieren te betrekken. Gedurende het proces is steeds bekeken of de betrokkenen een goede afspiegeling van de populatie vormden en zijn de activiteiten daarop aangepast. “Van een online consultatie, een ondernemersatelier, een online participatieplatform, werkateliers voor inwoners tot twee deskundigenpanels. Gaandeweg zijn we blijven toetsen: zitten de juist mensen aan tafel?”. [Meer informatie over dit project.](#)

Citisens geeft tot slot aan te maken te hebben met een nieuwe groep afnemers. Er bestaat namelijk een groeiende vraag naar analyse en advies vanuit de bouwsector, omdat de Omgevingswet meer van hen vraagt op het gebied van participatie. Citisens krijgt dus in toenemende mate ook met private partijen te maken. Gemeenten zijn voor Citisens vooralsnog de belangrijkste partij.

3.2 Mentality model - Burgerschapsstijlen

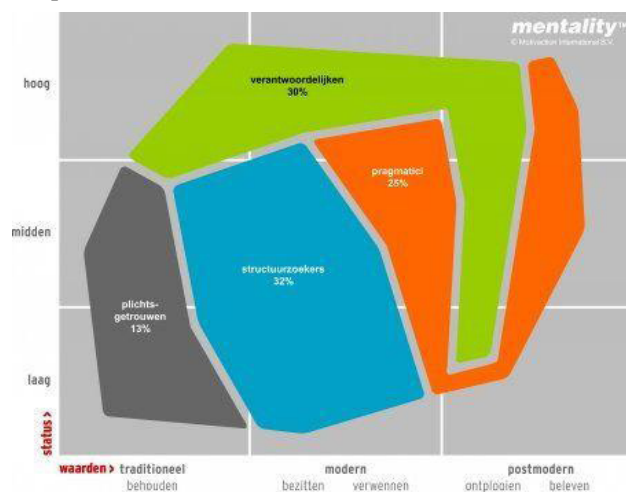
Het Mentality-model van Motivaction gaat uit van een psychosociale benadering, met een focus op waarden en leefstijlen als sturend voor burgerparticipatie. Het model deelt groepen burgers op in acht verschillende groepen ‘levensinstellingen’ of ‘milieus’. Er wordt hier uitgegaan van gemeenschappelijke waarden ten opzichte van werk, vrije tijd en politiek, gelijkwaardige ambities, drijfveren en consumentengedrag. Per groep wordt aangegeven wat de voornaamste sociodemografische kenmerken zijn (bv. ‘weinig hoog-opgeleiden, vaker modaal inkomen’). Op basis van het Mentality-model is door Motivaction een model Burgerschapsstijlen ontwikkeld.



Bedoeling

Op basis van het Mentality-model is Motivaction specifiek gaan kijken naar publieke participatie en hoe verschillende groepen hun eigen invloed inschatten. Groepen gaan door hun eigen politiek zelfvertrouwen (efficacy) vaker of minder vaak stemmen. Motivaction heeft met de Commissie Toekomst Overheidscommunicatie en de WRR vier burgerschapsstijlen ontwikkeld (Motivaction, 2011; WRR, 2012, zie onderste figuur).

Deelnemen is volgens deze toepassing van het Motivaction-model niet alleen een kwestie van willen, maar ook een kwestie van kunnen. In andere woorden, het is niet alleen belangrijk dat burgers het idee hebben dat het lokale systeem open staat en responsief is ten opzichte van burgers, maar dat burgers ook persoonlijk het gevoel hebben competent genoeg te zijn om deel te nemen. De omschrijving van vier burgerschapsstijlen sluit aan bij de politieke competenties en het vertrouwen van burgers, die ook in de Doenvermogenstoets van de WRR (2016) worden toegepast. Deze benadering geeft hiermee handvatten voor de inrichting van klantspecifiek communicatie- en participatiebeleid.



Figuur 3 en 4: Bron: Motivaction, WRR (2016)

Onderbouwing

De inspiratie van het model dateert uit de jaren 70. Sociologen in Duitsland begonnen toen met opdelen van de samenleving in segmenten. Het Mentality-model zelf is geïnspireerd op en voortgekomen uit dergelijke buitenlandse studies. Motivaction heeft ook een vergelijkbaar internationaal model – Glocalities – ontwikkeld dat sinds 2019 is ondergebracht in een zusterbedrijf.

Het model wordt gezien als manier om op een andere manier verder te praten over burgerschap. De indeling is gericht op het op verschillende wijzen van aanspreken van mensen. Het model is gebaseerd op verkennende diepteinterviews en clusteranalyse van data uit eigen (twee)jaarlijks schriftelijk onderzoek met representatieve steekproeven uit de bevolking zonder zelfaanmelding. De aldus verkregen segmenten worden voor opdrachtgevers verrijkt met inzichten uit onderzoeken onder het eigen respondenten-panel (StemPunt) en uit externe data zoals van Whooz en EDM. Naast dit model voert Motivaction ook meer specifieke doelgroepindelingen voor bijvoorbeeld zorggebruikers en mensen met een migratieachtergrond.

Gemeenten kunnen het model (laten) verrijken met externe bestanden, secundaire analyses of kwalitatief onderzoek. Daardoor kan met een relatief klein onderzoek de relatie met de verschillende milieus worden gelegd, waardoor uitspraken gedaan kunnen worden over een grotere groep. Gemeenten ontvangen een kaart en een bestand waar het betreffende gebied met de profielverdeling wordt weergegeven. Alle data wordt geleverd in gemodelleerde vorm. Dit heeft onder andere met privacybescherming te maken van het panel dat de vragenlijsten invult.

Het model blijft zich ontwikkelen: waarden zijn immers verankerd in generaties die onderhevig zijn aan verandering. Dat betekent bijvoorbeeld dat de traditionele burgerij kleiner wordt (de calvinistische 'sobere' moraal verdwijnt onder meer door secularisering). Op termijn zal deze groep daardoor dan ook een steeds meer in omvang afnemen of wellicht zelfs verdwijnen.

Toepassing

Motivaction ontvangt regelmatig vragen over burgerparticipatie binnen verschillende beleidsthema's. Vragen komen vanuit (onderdelen van) gemeenten. Wanneer zij burgers willen betrekken, ervaren gemeenten geregeld dat enkel de usual suspects komen opdagen. Motivaction wordt dan betrokken voor de vraag: hoe bereiken we een grotere diversiteit of een betere afspiegeling van inwoners in de gemeente? De behoefte bij gemeenten zit vooral in de praktische aanpak. Vaak hebben gemeenten ook het idee dat ze hun inwoners sociodemografisch wel kennen, maar het model laat zien dat burgers ook kunnen worden aangesproken op leefstijl: *“We geloven er meer in om mensen aan te spreken op hoe ze in het leven staan, meer dan op hun sociodemografische achtergrond. [...] Het zijn ‘prettige hokjes’. Je komt in een hokje zonder vastomlijnde grenzen.”*

Motivaction helpt met de toepassing op wijken en ook specifiek met ‘kanaalvraagstukken’: welke kanalen bestaan er om de verschillende groepen te bereiken? De minimale variant richt zich op de presentatie van buurtprofielen. In trainingen worden de profielen dan toegelicht en er worden handvatten gegeven voor mogelijke vervolgstappen. De uitgebreidere variant richt zich op aanvullende communicatieconcepten. De totale aanpak ziet er dan als volgt uit:

1. Observatie: er wordt op wijkniveau gekeken wat de verdeling van de profielen is.
2. Vervolgstappen: per profiel wordt een communicatie- en/of participatiestrategie gepresenteerd.
3. Aanvullende analyse: de uitkomsten van de Mentality-vragenlijsten worden gecombineerd met de data van een data-partner (Whoos of EDM).
4. Thema: er kan bijvoorbeeld door een survey additioneel onderzoek worden gedaan op specifieke, gemeentelijke thema's.

De omvang van de gemeente is medebepalend voor hoe wordt omgegaan met het model. Bij grotere gemeenten is fragmentatie in de organisatie groter en werkt Motivaction in

opdracht voor een stadsdeel of een specifiek departement (denk aan energie of vervoer) binnen de gemeente. Expertise op thema's is groter en er is vaak sprake van een eigen onderzoeksafdeling. Bij een kleine gemeente hebben productontwikkelaars eerder te maken met ‘mensen met meerdere petten’; bijvoorbeeld een strategisch communicatieadviseur die ook betrokken is bij het thema energietransitie. Het model vindt dan eerder zijn weg in de hele organisatie.

Een aandachtspunt is dat gebruikers het model soms te letterlijk nemen en zelf onvoldoende naar nuances zoeken binnen de leefstijlen: *“Het blijven versimpelingen van de werkelijkheid. De allereerste functie van het model is ook: ambtenaren bewustmaken dat ‘de burger’ niet bestaat. Er is diversiteit.”* Motivaction stuurt er daarom op aan om workshops te verzorgen, waarin de achtergrond en de (gebruiks)waarde van het model uiteen wordt gezet. Op deze manier kan Motivaction ook meer zicht hebben op hoe er omgegaan wordt met de resultaten.

Casus: een stedelijke gemeente

In een grote gemeente wordt het model van Motivaction regelmatig gebruikt. Soms gebeurt dat in opdrachtvorm bij specifieke thema's, waarbij Motivaction het onderzoek uitvoert en een advies opstelt. De afdeling onderzoek van de gemeente raadpleegt het model soms ook in eigen onderzoek.

Een eerste toepassing vond plaats rondom het thema afvalinzameling: wat voor strategie moet er worden toegepast per wijk wat betreft vergroenen en afvalinzameling? Het bleek voor de gemeente zinvol om vanuit de segmentaties naar de wijken te kijken. Er zijn toen ‘duurzaamheidsstijlen’ opgesteld voor de stad, aan de hand van de burgerschapsstijlen. Hierin werd de verbinding tussen duurzaamheid en burgerschapsstijlen gelegd: hoe kijken de verschillende groepen tegen duurzaamheid aan en welke communicatiestijl, -strategie, toonzetting en mediakanalen passen hierbij? In de vertaling naar diverse strategieën voor participatie was volgens de gemeente wel aanvullende expertise en ervaring op het gebied van afvalinzameling nodig.

De gemeente heeft het model regelmatig toegepast in diverse projecten. Er is bijvoorbeeld gebruikgemaakt van het model bij het opstellen van de stads- en wijkmonitor. In deze analyse worden beschrijvend de kernkwaliteiten per wijk weergegeven aan de hand van de profielen. In een bepaalde wijk wilde de gemeente aandacht besteden aan actief burgerschap onder migrantengroepen. In dit geval werd het als beperking gezien dat migratieachtergrond geen onderdeel is van de profielen. Overigens geeft Motivaction zelf aan dat er wel specificering hierop mogelijk is. Het Mentality-model is verder ook toegepast op het vraagstuk 'Hoe krijg je mensen aan het melden bij vuurwerkoverlast?'. Een betrokkene heeft toen met de afdeling communicatie gezorgd dat de uitingen op social media een mix van groepen aanspraken.

Voor de gemeente is het vooral een instrument waardoor je er attent op wordt gemaakt dat je communicatiestrategieën moet matchen met doelgroepen: wanneer ga je in gesprek, wanneer stuur je een empathische brief, wanneer stuur je een pragmatische brief? *“Het gaat alleen al om het besef dat je niet alleen in je eigen hoofd hoeft te kijken. Er zijn veel collega's die het pand überhaupt niet uitkomen.”*

Een knelpunt in het verleden was dat de herkomst en hoeveelheid van de achterliggende data onduidelijk blijft. Waar de verwachting bij deze gemeente was dat er veel lokale data onder het model zou liggen, bleek na aanvraag dat het met name om geaggregeerde data ging. Een betrokkene noemt dit 'op drijfzand gebaseerd': de data komt niet uit de gemeente zelf. Tegelijkertijd worden de profielen wel herkend: de voorspelling op basis van de geaggregeerde data lijkt dus te kloppen – op zijn minst de grote lijnen. Inmiddels is Motivaction minder afhankelijk van externe datasets en maken ze ook gebruik van eigen data. Met deze nieuwe dataset veranderde de profielsamenstelling van de wijken. Welke veranderingen in indicatoren hieraan ten grondslag hebben gelegen, bleef onduidelijk voor de gemeente.

Ondanks bovenstaande kanttekeningen, vinden de betrokkenen het model een goede manier om meer inzicht te krijgen in de aanwezige groepen in de wijken. Een belangrijke constatering is dat de burgerschapsstijlen uitsluiten dat er wordt gekozen voor één specifieke aanpak. Je komt vrijwel altijd uit op een meervoudige, gelaagde aanpak: *“Als er vier groepen aanwezig zijn, moet je ook vier strategieën inzetten”*.

Opvallend is volgens betrokken ambtenaren ook dat actieve burgers heel positief reageerden op de indeling van de wijk, toen zij de indeling te zien kregen bij een bijeenkomst. Het werd absoluut niet als stigmatiserend ervaren, een zorg die betrokken ambtenaren bij verschillende modellen uitten. Het model lijkt een wijze van segmentatie gevonden te hebben die niet als stigmatiserend of discriminerend wordt ervaren.

Overige toepassingen

In de gemeente Den Haag worden bewoners met behulp van het basismodel van Motivaction anders benaderd als het gaat om vervoerskeuzes. Per groep burgers is een andere mobiliteitsstijl van toepassing, waardoor gedifferentieerd beleid mogelijk wordt gemaakt. Bijvoorbeeld; als bepaald moet worden waar het beste nieuwe laadpalen kunnen worden geplaatst, kan met de factsheets worden bepaald welke groepen elektrisch (willen) rijden en belangstelling hebben voor laadpalen. Vervolgens kan worden gekeken in welke gebieden die burgerschapsstijlen veel voorkomen. De factsheets geven ook aanwijzingen voor effectieve communicatie voor de mobiliteitsstijl.

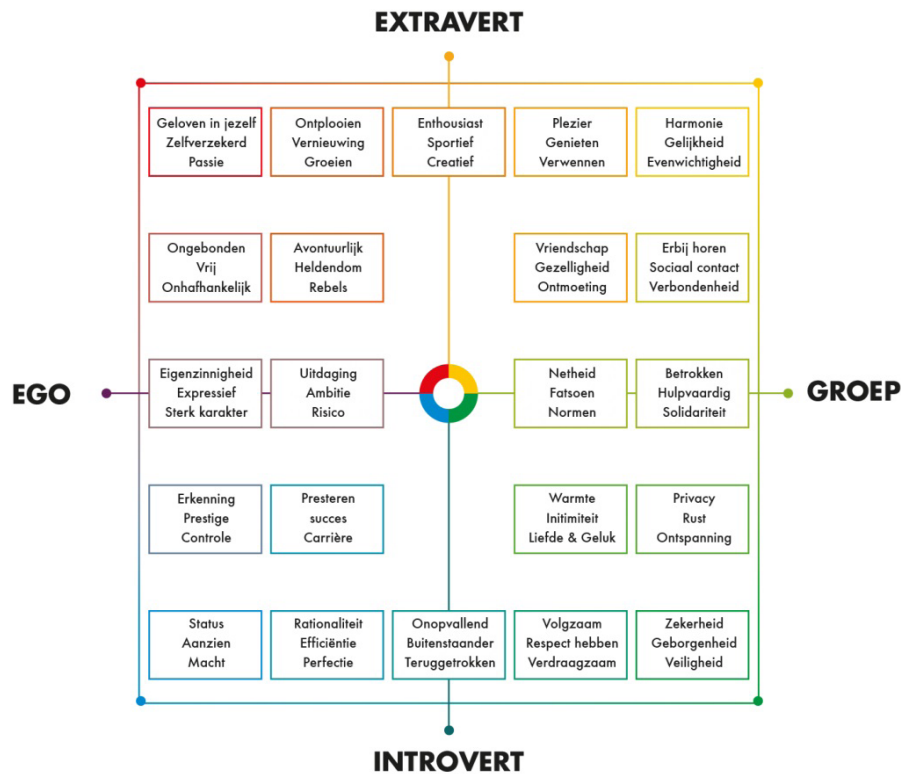
[Meer informatie over dit project.](#)

Een ander recent voorbeeldproject zijn de burgerperspectieven voor de Nationale Omgevingsvisie. In dat rapport wordt inzicht gegeven in hoe Nederlanders met verschillende burgerschapsstijlen aankijken tegen de fysieke leefomgeving en worden acht 'persona's' benoemd op basis van het Mentality-model.

[Meer informatie over dit project](#)

3.3 BSR-model van MarketResponse - Leefstijlen

De basis van het aanbod van MarketResponse wordt gevormd door de Brand Strategy Research Engine (BSR). Hierin worden persoonlijkheidsdefinities in een model gepresenteerd. Op basis van belevingswerelden wordt de samenstelling van de bewoners in alle buurten en wijken inzichtelijk gemaakt.



Figuur 5: MarketResponse

Bedoeling

Het model is gericht op communicatie; de inzet van consumentendata geeft aan hoe je welke groepen moet informeren. Vragen die speelden bij gebruikers waarvoor het model hulp biedt gaan over de inzet van argumenten, de toonzetting en verschillende communicatiekanalen. SmartAgents voerde als basis van het geheel een onderzoek uit naar psychologische behoeften van mensen en ontwikkelde een model voor verschillende groepen, ook wel leefstijlen. Deze leefstijlen bewegen zich langs twee dimensies. De horizontale, sociologische as, richt zich op het onderscheid tussen enerzijds groepsgerichte burgers, en groepen burgers die juist op de eigen persoon gericht zijn. De verticale as, maakt een onderscheid tussen introverte en extraverte burgers. Deze dimensies spreiden zich uit over vier kwadranten.

De communicatierichtingen zijn vervolgens gericht op het creëren van de juiste randvoorwaarden voor een stabiele en diverse burgerparticipatie. Bij meer introverte, op het individu georiënteerde wijkbewoners kan bijvoorbeeld meer worden ingezet op inspraak en deskundigheid. Bij extraverte, groepsgeoriënteerde mensen wordt meer aangestuurd op participatie op basis van toetsen en meedoen. Per groep liggen hier andere waarden aan ten grondslag.

Onderbouwing

De basis van het model is oorspronkelijk gemaakt met een uitgebreid onderzoek. De vier kwadranten worden opgebouwd vanuit de assen ego versus groepen en introvert versus extravert. De kwadranten staan voor vier leefstijlen, harmonie, veiligheid, controle en vrijheid. Zoals in de figuur is te zien worden nog meer stijlen onderscheiden. Uiteindelijk is het cryptisch hoe deze andere stijlen dan de basis 4, in de kwadranten zijn te plotten. Hier wordt geen verder inzicht in gegeven. Wel zijn ze gegrond in een omvangrijke database. Deze wordt gevuld door eigen (panel)onderzoek en er wordt samengewerkt met partijen die gegevens aanleveren. Uiteindelijk zijn de profielen vooral

schattingen op basis van gegevens van meer dan een miljoen mensen. Dat het schattingen zijn, is essentieel in verband met de privacywet: het zijn geen persoonsgegevens.

Binnen specifieke domeinen kunnen in dit model ook andere groepen dan de vier basisgroepen gevonden worden. Deze specificering zoeken ze door domein-specifieke vragen toe te voegen aan de BSR-vragenlijst die gebruikt wordt om de positionering op de twee basis-assen te bepalen: De kracht van deze domein-specifieke segmentaties is dat deze onderscheidend zijn op de vraagstukken die juist voor dit domein interessant zijn. Dit leidt bijvoorbeeld in een project voor acht samenwerkende provincies tot 'de Leefstijlvinder Vakantie & Vrije tijd' (<https://leefstijlvinder.nl>). Deze bestaat uit zeven segmenten. De empirische basis van de totstandkoming van het model blijft voor gemeenten onduidelijk.

De effectiviteit van de benadering is onderzocht in een proefschrift (Van Hattum, 2008). Voor de één miljoen klanten van Eneco werd voor ieder segment een op maat gemaakte postale mailing ontwikkeld. Via een combinatie van uitgebreid marktonderzoek en extrapolatie van deze resultaten naar de totale database van Eneco werd iedere klant in een segment geplaatst. De respons op de mailing steeg behoorlijk ten opzichte van de standaard *one-size-fits-all* mailing.

Toepassing

Tientallen gemeenten werken met de database of het model. BSR ziet meer vragen van gemeenten en fondsen binnenkomen. Oorspronkelijk bestond de vraag veel meer uit marktpartijen. Gemeenten lijken steeds minder geïnteresseerd in de onderbouwing, omdat burgersegmentatie steeds meer onderdeel wordt van het curriculum van studenten in de communicatie en marketing: "Het is gemeengoed geworden". BSR merkt op dat betrokkenen binnen de gemeente vaak niet weten dat ambtenaren op een andere afdeling ook gebruikmaken van het model.

De gemeenten nemen bij de aankoop van BSR altijd ook een workshop af. Daarbij wordt de achtergrond en het gebruik van het model toegelicht. Het model kan uit eigen ervaring soms ook te letterlijk worden genomen. Bijvoorbeeld een conservatief product als het afsluiten van een verzekering moet niet aangevlogen worden vanuit een benadering die 'risico's durven nemen' centraal stelt.

Casus: twee grote gemeenten

In een grote gemeente is het model specifiek toegepast op burgerparticipatie per postcode. De database is een aantal jaar geleden aangekocht voor vier jaar, en het bestand wordt beperkt toegepast. Per beleidsvormingsfase is vastgelegd wat de 'look & feel' moet worden van het communicatieplan. Betrokkenen bij de gemeente geven aan dat het model in wezen een marketinginstrument is. Het model wordt gebruikt voor de communicatie naar buiten en de manier waarop je mensen 'triggert'.

Het model wordt in eerste instantie toegepast om in nieuwe termen over groepen burgers te spreken, zonder stigmatiserende woorden te gebruiken. Een betrokkene worstelt met het feit dat de kleuren in het model door iedereen anders worden geïnterpreteerd. De namen van de segmenten van het model worden in een tweede grote gemeente ook niet gebruikt om naar burgers te communiceren. In de beschrijving van de modellen vindt de betrokkene het model erg lijken op het model van Motivaction, maar de kleuren van BSR worden als minder stigmatiserend ervaren. Een andere betrokkene zegt over het model: "In de wijk gebruik je nooit alléén zo'n model. Het is én: je gebruikt de data naast de kwalitatieve beschrijving van de lokale bevolking zelf. De modellen helpen je hierbij wel om het gesprek te structureren". Het instrument wordt gezien als manier om het denken om te gooien en buiten bestaande hokjes te denken.

Overige toepassingen

Het model wordt in tientallen gemeenten toegepast. Enkele voorbeelden: in de gemeente Den Haag is het model toegepast bij de rapportage 'Wat zoeken mensen in Den Haag?'. Dit is onderzoek naar vrijetijdsbesteding niet alleen van mensen uit Den Haag zelf, maar ook uit de omgeving.

Voor een project van woningcorporatie Ymere zijn huurdertypen onderscheiden. In de gemeente Utrecht is een gesprek gevoerd over de wensen van toekomstige burgers. Voor woningcorporatie Latei is het model toegepast op het meedenken van burgers via WhatsApp-sessies. [Meer informatie over deze projecten.](#)

4 Bevindingen en aandachtspunten

4.1 Inleiding

In deze verkennende studie trachten we inzicht te geven in beschikbare segmentatiemodellen die gericht zijn op burgerschaps- en participatiestijlen. Er is géén uitgebreide wetenschappelijke literatuur rond burgerparticipatie waarin de relevantie van deze modellen wordt aangetoond. Tegelijkertijd is het wel duidelijk dat er ruimte is voor en behoefte aan dergelijke modellen. De sociaalwetenschappelijke waarde en beleidsrelevantie ligt in het bieden van een ‘verstehende’ achtergrond voor onderzoek van opvattingen en gedragingen (P. Dekker, M. Lampert en F. Spangenberg 2004). In de modellen worden psychosociale en demografische kenmerken van mensen meegenomen én ze richten zich ook op een relatief onderbelichte groep in de burgerparticipatieliteratuur, namelijk degenen die niet kunnen en willen participeren.

De modellen geven op verschillende schaalniveaus een voorspelling welke groepen burgers wonen in een gebied. De wijze waarop de groepen worden ingedeeld en benoemd verschilt per model. In elk model betreft het schattingen op basis van geaggregeerde data. De modellen dienen er vooral toe om op een andere manier naar de populatie te kijken. Mensen worden niet getypeerd aan de hand van termen als ‘allochtoon’ of ‘hoger opgeleid’, maar worden gecategoriseerd naar hoe ze in het leven staan. Ze zijn bruikbaar in communicatie-uitingen om de inhoud en de toonzetting te bepalen. Daarnaast zijn ze bruikbaar voor het kiezen van een passende participatievorm.

In het vervolg bespreken we allereerst de onderbouwing van de modellen. Vervolgens gaan we in op aard van de toepassingen bij gemeenten en de ervaren meerwaarde. We staan apart stil bij de resultaten voor de participatie van beoogde groepen. We sluiten af met enkele aanbevelingen die uit deze verkenning voortkomen.

4.2 Onderbouwing van de modellen

We hebben verschillende segmentatiemodellen gevonden in de Nederlandse context. Deze modellen delen soms een onderliggende dataset, maar verschillen in de bedoelingen, segmenten, de onderbouwing en de mate en wijze waarin de modellen in de praktijk zijn toegepast. Het onderwerp burgerschap/participatie heeft per model een andere plek.

Onderbouwing en transparantie

De modellen gaan uit van zowel sociodemografische kenmerken als waardegedreven aspecten. Ze lijken voor een groot deel gemodelleerd te worden vanuit de onderliggende, goed gevulde kwantitatieve datasets. De segmenten binnen de modellen zijn in beginsel gebaseerd op clusteranalyses. Hoe daar precies mee wordt omgegaan ontbreekt in de (openbare) verantwoording. Een positief verschil maakt Kieskompas (beschreven in de bijlage). In feite biedt Kieskompas ook vooral onderzoek, mede op basis van al beschikbare gegevens, terwijl in de hier besproken voorbeelden een model wordt aangeboden. Ook transparant is het onderzoek van het SCP zoals beschreven in het tweede hoofdstuk.

Beperkte transparantie staat een bredere toepassing van de modellen in gemeenten in de weg. Gemeenten geven aan dat toepassing van dergelijke modellen sneller organisatie-breed zou worden opgepakt wanneer er meer zekerheid zou zijn over de onderbouwing. De suggestie werd gedaan om een keurmerk toe te delen aan modellen waarbij de onderbouwing goed zit. Aan de andere kant is voor gemeenten de wetenschappelijke onderbouwing nauwelijks van belang voor verschillende toepassingen, zoals wanneer het wordt gebruikt als inspiratie voor het verwoorden van verschillende soorten brieven.

Theoretische achtergrond

De modellen lijken hun oorspronkelijke theoretische herkomst deels losgelaten te hebben. De analyses laten een segmentatie zien, waaraan de modeleigenaren een eigen naam of kleur geven, zonder dit expliciet te relateren aan de oorspronkelijke theoretische basis. Thematisch wordt aanvullend onderzoek verricht als het model zelf geen uitspraken kan doen over een thema. Voorbeelden zijn toepassingen in de energietransitie en leefstijlen in vakantie en vrije tijd.

Verschillen en overeenkomsten

Hoe de modellen zich tot elkaar verhouden en wat de verschillen zijn past niet binnen de scope van deze verkenning, maar kan onderwerp zijn van vervolgstudie. Wel lijken de modellen goed te letten op de robuustheid; het kan niet zo zijn dat een persoon elke keer een ander profiel toegewezen krijgt. De modellen verschillen in de mate waarin de eigen segmenten vastgehouden worden: voor sommige modellen is de eigen indeling in segmenten een beginpunt van onderzoek, anderen weten van tevoren dat hun indeling in segmenten overeind zal blijven staan.

Aanvullend onderzoek voor lokale context

Onder de verschillende modellen liggen omvangrijke datasets, die gedeeltelijk van externe partijen en gedeeltelijk van de modeleigenaar zelf afkomstig zijn. De modellen geven op verschillende schaalniveaus een voorspelling of inschatting over welke groepen burgers in welke mate in een gebied wonen. In beginsel wordt geen rekening gehouden met de lokale context. Dit betekent dat hoe lager het schaalniveau van de gegevens ligt, hoe kwetsbaarder de modellen kunnen zijn voor de lokale context. De modeleigenaren voeren daarom vaak aanvullend, kwantitatief onderzoek om de segmentatie te verrijken met locatie-specifieke gegevens. De koppeling met eigen data is niet eenvoudig en kan tijdsintensief zijn. Betrokkenheid van de onderzoeksafdeling van een gemeente is hierbij van belang.

4.3 Toepassingen bij gemeenten

Gebruik door gemeenten

De modellen van Motivaction, Citisens en BSR blijken breed ingezet te worden in Nederlandse gemeenten. Gemeenten passen de modellen toe met als overkoepelende doel om een grotere, meer diverse groep te bereiken en betrekken in projecten en beleidsvorming. De noodzaak hiervoor komt naar voren vanuit observaties dat tot nu toe vooral een beperkte groep zich betrokken toont.

Het verschilt per gemeente welke afdelingen gebruikmaken van de modellen, maar het lijkt net name gebruikt te worden door ruimtelijke afdelingen en afdelingen communicatie. In mindere mate wordt het gebruikt door personen die participatie onder hun hoede hebben. Bij gemeenten die zelf onderzoeksafdelingen hebben, spelen ook onderzoekers een rol. Binnen een gemeente waren drie verschillende afdelingen los van elkaar modellen aan het gebruiken: *“Je spreekt nooit echt één taal, omdat je niet van elkaar weet welk model of welke kleuren iemand anders gebruikt.”* Het lijkt erop dat de ambtenaren die vanuit participatie starten actief contact op kunnen nemen met de communicatieafdeling. De kans is groot dat ze daar bekend zijn met één of meerdere modellen.

De manier waarop gemeenten met de modellen werken loopt uiteen, alsmede de rolverdeling tussen modeleigenaar en gemeente. De modeleigenaren bieden gemeenten in ieder geval inzicht in de samenstelling van een geografisch afgebakend gebied in de segmenten. Per model verschilt op welk schaalniveau er gekeken wordt, variërend van CBS-buurtniveau tot postcode-6-niveau.

De modeleigenaren bieden vervolgens vaak mogelijkheden aan om tot participatiestrategieën te komen. Daar is vaak verdieping in de lokale context voor nodig en het ontwikkelen of aanbieden van participatie-instrumenten die passen bij de burgersegmenten die in een wijk te vinden zijn, maar ook passen bij het betreffende thema. Het komt ook voor dat gemeenten zelf aan de slag gaan met de informatie of data die van de modeleigenaren komt.

Thema's voor toepassing

Het valt op dat de toepassingen van de modellen vooral binnen het fysieke domein plaatsvinden: speeltuinen, gebiedsgericht werken, verkeer en de invulling van een winkelgebied zijn voorbeelden van toepassingen van de modellen. Daarnaast zijn er diverse toepassingen op het gebied van duurzaamheid geweest, bijvoorbeeld voor aardgasvrije wijken en afvalinzameling (Programma Aardgasvrije Wijken, 2020). Ook worden ze vaker gebruikt door citymarketing rond vrije tijdsbesteding. Dit zijn thema's die alle groepen burgers vrij direct raken in hun dagelijkse bezigheden en een hoge mate van zichtbaarheid en tastbaarheid kennen.

In de toepassingen komt verder naar voren dat de thematiek van belang is voor de bruikbaarheid van de modellen. De mate van bereidheid tot participatie van verschillende burgersegmenten verschilt per thema. Een voorbeeld is een toepassing rondom speeltuinenbeleid, waarin naar voren kwam dat jonge gezinnen met kinderen veel meer betrokkenheid toonden bij een bewonersbijeenkomst dan uit in model voorspeld werd. Het thema trok deze groep aan, terwijl deze groep normaliter niet vaak deelneemt aan traditionele buurtbijeenkomsten. Per thema dient te worden bekeken of aanvullend onderzoek nodig is.

Communicatie van segmenten naar buiten

Gemeenten vermijden regelmatig de labels die aan segmenten hangen in de communicatie naar buiten. Het idee is dat die verwarring op kunnen roepen. De termen worden ook wel aangepast voor gebruik naar buiten. Bij het gebruik van kleuren is de kans aanwezig dat vanuit verschillende modellen wordt gedacht.

4.4 Meerwaarde van de modellen voor gemeenten

De modellen lijken vooral toegepast te worden om scherp te blijven op de diversiteit van de inwoners van wijken of buurten. Binnen gemeenten is vaak al veel kennis aanwezig over inwoners en de uitkomsten van modellen bieden vaak bevestiging en soms ook nieuwe inzichten. Het helpt met name om minder in sociodemografische hokjes te denken. Soms bestaat er weerstand tegen de modellen, omdat deze juist het hokjes-denken zouden bevorderen: het verdeelt de bevolking immers in verschillende groepen. Met de modellen trachten de modeleigenaren een bruikbare, niet-stigmatiserende en meer op leefstijl gerichte segmentatie te bieden.

In de praktijk zien gemeenten wel meerwaarde in de modellen, maar uiteindelijk spelen ze toch slechts een beperkte rol in daadwerkelijke beleidsvorming of in concrete projecten. Het gebruik van de modellen is daarmee vooral te zien als een extra stap in de beleidsvorming of in een projectproces, die vooral in communicatie doorklinkt: welke boodschap verkondigen wij en welke toonzetting past bij de inwoners?

De modellen geven inzicht in de diversiteit aan groepen in een gebied en bijbehorende participatiebehoefte. Ze zijn daarmee het begin van het vormen van een participatiestrategie. Zoals één van de modeleigenaren het zelf benoemde: *"Het is een geweldig begin. Maar wel pas het begin."* Eén van de betrokken ambtenaren gaf aan dat binnen zijn eigen gezin er al grote diversiteit was in betrokkenheidsprofielen en dat hijzelf eigenlijk met ieder been in een ander profiel stond. Dit is tekenend voor de betekenis van de modellen: de modellen schetsen een eerste beeld, maar de werkelijkheid is natuurlijk veel complexer en gelaagder.

4.5 Wat is het resultaat voor de participatie van beoogde groepen?

Voor zover bekend is er geen onderzoek gedaan naar daadwerkelijke beïnvloeding van de mate van participatie van (groepen) inwoners door het gebruik van de segmentatiemodellen. De modellen spelen in participatieprocessen ook niet altijd een centrale rol: het is slechts één van de stappen en biedt vooral handvatten om andere participatiestrategieën te ontwikkelen.

4.6 Aandachtspunten

1. **Kennisdeling** In deze oriënterende studie zijn gesprekken gevoerd met gemeenten van verschillende grootten (landelijk, kleinstedelijk, grootstedelijk). Binnen stedelijke gemeenten lijkt het gebruik van de modellen gefragmenteerd te zijn in verschillende afdelingen. Ambtenaren geven aan dat zij waarschijnlijk niet op de hoogte zijn van andere toepassingen van de modellen binnen de gemeente. Ook modeleigenaren zien dit. Bovendien lijken gemeenten onderling weinig of geen ervaringen uit te wisselen. Het delen van ervaringen tussen verschillende afdelingen én gemeenten biedt kansen voor verdere toepassing van de modellen.
2. **Kennisdeling rond de meerwaarde voor participatie** Op het gebied van participatie lijkt er meer mogelijk met de modellen dan op dit moment gebeurt. De nadruk in het gebruik van de modellen ligt nu op de inhoud van communicatie-uitingen en de toonzetting daarvan. Het is op basis van de huidige ervaringen niet goed mogelijk te bepalen hoe vruchtbaar de modellen daadwerkelijk zijn voor de keuze van passende participatievormen. Het programma Democratie in Actie zou pilots kunnen helpen starten en verkenningen laten uitvoeren.
3. **Helderheid over de empirische basis** De modeleigenaren zijn niet altijd transparant richting gemeenten over hoe de segmentatie precies tot stand is gekomen. Hoe lager het schaalniveau, hoe sterker de gegevens gebaseerd zijn op niet-lokale gegevens. Ook wanneer databronnen thematisch aangepast worden is het niet altijd helder hoe de clustering plaatsvindt. Openheid hierover geeft meer vertrouwen, biedt meer realistische verwachtingen en laat bovendien het belang van aanvullend onderzoek van de lokale context zien.
4. **Koppeling aan gemeentelijke data** Het is niet altijd goed mogelijk een koppeling te maken met eigen data die de gemeente beschikbaar heeft. Onderzoek laten doen is al snel preciezer, maar ook al snel duurder dan het gebruik van de hier besproken modellen. Als er een afdeling onderzoek in de gemeente aanwezig is, zou deze in een vroeg stadium betrokken moeten worden om de mogelijkheden van koppeling te verkennen en de meerwaarde van eigen onderzoek in te schatten ten opzichte van het gebruik van de modellen.
5. **Weergave van resultaten** De weergave van de segmentatie heeft invloed op de interpretatie. Zo is in sommige toepassingen te zien dat alleen het grootste segment zichtbaar is op een kaart. Terwijl het juist van belang is om de diversiteit te laten zien, wanneer inclusie van verschillende groepen het doel is.
6. **Impact op participatie** De daadwerkelijke invloed van het gebruik van de hier besproken modellen op participatie van (onder-gerepresenteerde) groepen burgers is onbekend terrein. Onderzoek naar de effecten van de modellen op participatie door burgers biedt kansen voor zowel modeleigenaren als gemeenten om de modellen verder te ontwikkelen en realistische verwachtingen te scheppen over meer en betere burgerparticipatie.

Literatuurlijst

- Agger, A. (2012). Towards tailor-made participation: How to involve different types of citizens in participatory governance. *Town Planning Review*, 83(1), 29–45.
- Bakker, J., Denters, S. A., & Klok, P. J. (2011). Welke burger telt mee (r) in de doe-democratie? *B en M: tijdschrift voor beleid, politiek en maatschappij*, 38(4), 402-418.
- Bang, H. (2005). Among everyday makers and expert citizens. *Remaking Governance: Peoples, Politics and the Public phere*, 159-178.
- Bang, H. P. (2010). Everyday makers and expert citizens: active participants in the search for a new governance. *Public management in the postmodern era challenges and prospects*. Edward Elgar, 163-191.
- Benchmark Burgerparticipatie (2012). *Participatie in beeld: Jaarrapport*. Benchmark Burgerparticipatie: Amsterdam.
- Bisello, A., Vettorato, D., Stephens, R., & Elisei, P. (2016). *Smart and sustainable planning for cities and regions*. Springer International Pu.
- Bobbio, L. (2010). Types of deliberation. *Journal of Public Deliberation*, 6(2).
- Boelhouwer, J., Gijsberts, M. & Vrooman, C. (2014). Nederland in Meervoud. In: SCP (2014). *Vershil in Nederland*. Den Haag: SCP.
- Bolton, B., & Thompson, J. (2000). *Entrepreneurs: Talent, Temperament and Technique*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Bovens, M., & Wille, A. (2011). Diplomademocratie. *Over de spanning tussen meritocratie en democratie*.
- Capella, J. N., & Jamieson, K. H. (1997). *Spiral Fo Cynicism: The Press and the Public Good*. Oxford University Press.
- Comley P. (2005). *Understanding the Online Panelist*. Worldwide Panel Research: Developments and Progress, Amsterdam, ESOMAR.
- Converse, P. E. (2006). The nature of belief systems in mass publics (1964). *Critical review*, 18(1-3), 1-74.
- Cook, B. J. (2007). Woodrow Wilson's Ideas About Local Government Reform: A Regime Perspective on the New Push for Citizen Engagement in Public Administration. *Administration & Society*, 39(2), 294-314.
- Couvret, E. & Mulder, S. (2008). *Stijlkeuzes in de handhaving. De rol van waarden bij burgers en bedrijven voor de keuze in handhavingstijl*. Den Haag: Boom Juridische uitgevers. https://hetccv.nl/fileadmin/Bestanden/Onderwerpen/Handhaving_toezicht_naleving/Documenten/Stijlkeuzes_in_de_handhaving/stijlkeuzes-in-de-handhaving.pdf
- Citisens (2018). *Citisens-methode: Betrokkenheid organiseren je zó*. Utrecht: Citisens.
- Dekker, P., Lampert, M. & Spangenberg, F. (2004) 'De politieke onvrede van 2002', in: Bronner, A.E. et al. (red), *Ontwikkelingen in het marktonderzoek (moa-jaarboek 2004)*. Haarlem: De Vrieseborch.
- Dekker, P., & De Hart, J. (2009). Vrijwilligerswerk in meervoud.
- Denters, S. A. H., Tonkens, E. H., Verhoeven, I., & Bakker, J. H. M. (2013). *Burgers maken hun buurt*. Platform31: Amsterdam.
- Van Deth, J. W., Montero, J. R., & Westholm, A. (Eds.). (2007). *Citizenship and involvement in European democracies: A comparative analysis* (Vol. 17). Routledge.
- Van Deth, J. W. (2009). Politische Partizipation. In *Politische Soziologie* (pp. 141-161). VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Van Deth, J. W. (2012). New modes of participation and norms of citizenship: Jan W. van Deth. In *New participatory dimensions in civil society* (pp. 130-153). Routledge.
- Van Deth, J. W. (2014). A conceptual map of political participation. *Acta Politica*, 49(3), 349-367.
- Ekman, J., & Amna, E. (2012). Political participation and civic engagement: Towards a new typology. *Human Affairs*, 22, 283-300.
- Gordon, H. R. (2008). Gendered paths to teenage political participation: Parental power, civic mobility, and youth activism. *Gender & Society*, 22(1), 31-55.
- Healy, .P (1998). Collaborative Planning in a Stakeholder Society. *Town Planning Review* 69(1):1-21.

- Hiley, D. R. (2006). *Doubt and the demands of democratic citizenship*. Cambridge University Press.
- Hooghe, M., & Dejaeghere, Y. (2007). Does the 'monitorial citizen' exist? An empirical investigation into the occurrence of postmodern forms of citizenship in the Nordic countries. *Scandinavian Political Studies*, 30(2), 249-271.
- Van Houwelingen, P., Boele, A., & Dekker, P. (2014). *Burgermacht op eigen kracht?: Een brede verkenning van ontwikkelingen in burgerparticipatie*. Sociaal en Cultureel Planbureau: Den Haag.
- Gesthuizen, M. J. W., van der Meer, T. W. G., & Scheepers, P. L. H. (2008). Verenigd in verscheidenheid.
- Golden, M. M. (1998). Interest groups in the rule-making process: Who participates? Whose voices get heard?. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 8(2), 245-270.
- Gray, S. W. (2015). Mapping silent citizenship: how democratic theory hears citizens' silence and why it matters. *Citizenship Studies*, 19(5), 474-491.
- Hibbing, J. R., & Theiss-Morse, E. (2002). *Stealth democracy: Americans' beliefs about how government should work*. Cambridge University Press.
- van Houwelingen, P., Boele, A., & Dekker, P. (2014). *Burgermacht op eigen kracht?: Een brede verkenning van ontwikkelingen in burgerparticipatie* (Vol. 2014). Sociaal en Cultureel Planbureau: Den Haag.
- I&O Research (2018). *Langer zelfstandig thuiswonen. Welke aspecten zijn van belang om ouderen te activeren. Zodat zij langer zelfstandig thuis kunnen wonen?* Enschede/Amsterdam: I&O Research. https://ioresearch.nl/Portals/0/I%26O%20Research_Langer%20zelfstandig%20thuiswonen_1.pdf
- Ishizawa, H. (2015). Civic participation through volunteerism among youth across immigrant generations. *Sociological Perspectives*, 58(2), 264-285.
- Kleistra, Y., & Walraven, G. (2014). Van eerste overheid naar eerst de burger, maar hoe?. *Bestuurskunde*, 23(4), 54-63.
- Korthagen, I., & Van Keulen, I. (2017). *Online meebeslissen: Lessen uit onderzoek naar digitale burgerparticipatie voor het Europees Parlement*. Rathenau Instituut: Den Haag.
- Koster, M. (2014). Bridging the gap in the Dutch participation society: New spaces of governance, brokers, and informal politics. *Etnofoor*, 26(2), 49-64.
- Li, Y., & Marsh, D. (2008). New forms of political participation: Searching for expert citizens and everyday makers. *British Journal of Political Science*, 38(2), 247-272.
- Lovari, A., Kim, S., Vibber, K., & Kim, J. N. (2011). Digitisation's impacts on publics: Public knowledge and civic conversation. *PRism*, 8(2), 1.
- Norris, Pippa (2011): *Democratic Deficit: Critical Citizens Revisited*. Cambridge: Cambridge University Press
- Norvig Larsen, J. (1999). *Citizen Involvement in Community Revitalisation Projects*. Paper presented at the European Urban Research Association workshop, 'Innovation in Urban Governance', NIBR, Oslo, 22-3 April.
- Leccis, F. (2015, November). Participatory Practices in London Urban Strategies: The Example of Bankside in the Borough of Southwark. In *International conference on Smart and Sustainable Planning for Cities and Regions* (pp. 283-298). Springer, Cham.
- Mannarini, T., & Fedi, A. (2009). Multiple senses of community: The experience and meaning of community. *Journal of Community Psychology*, 37(2), 211-227.
- Mansbridge, J. (2009). A "selection model" of political representation. *Journal of Political Philosophy*, 17(4), 369-398.
- Marinetti, M. (2003). Who wants to be an active citizen? The politics and practice of community involvement. *Sociology*, 37(1), 103-120.
- Martín, I., & Van Deth, J. W. (2007). Political involvement. *Citizenship and involvement in European democracies: A comparative analysis*, 17, 303.
- Mason, F., Roversi, P. F., Audisio, P., Bologna, M. A., Carpaneto, G. M., Antonini, G., ... & Maurizi, E. (2015). Monitoring of insects with public participation (MIPP; EU LIFE project 11 NAT/IT/000252): overview on a citizen science initiative and a monitoring

programme (Insecta: Coleoptera; Lepidoptera; Orthoptera). *Fragmenta entomologica*, 51-52.

Van der Meer, T. (2016). De lokale democratie en het probleem van participatieve ongelijkheid. *Mens & Maatschappij*, 91(4), 357-380.

Metz, J. (2006). De tweeledige werking van intermediairen voor burgerparticipatie.

Michels, A., & De Graaf, L. (2010). Examining citizen participation: Local participatory policy making and democracy. *Local Government Studies*, 36(4), 477-491.

Mulder, S. (2002). Wat leeft er in Nederland? Maatschappelijke trends in 2002 verklaard vanuit NIPO's WIN-model <http://www.tns-nipo.com/pages/persvannipo/pdf/NIPO%20WIN-analyse%20sociale%20trends%202002.pdf>

Ohmer, M. L. (2007). Citizen participation in neighborhood organizations and its relationship to volunteers' self-and collective efficacy and sense of community. *Social Work Research*, 31(2), 109-120.

Oliver, J. E. (2000). City size and civic involvement in metropolitan America. *American Political Science Review* 94, 361-373.

Pitkin, H. F. (1967). *The concept of representation* (Vol. 75). University of California Press.

Programma Aardgasvrije Wijken (2020). *Stappenplan wijkprofielen: Hoe leer je een wijk kennen en hoe maak je een wijkprofiel?* Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties & Rijksdienst voor Ondernemend Nederland: Den Haag.

Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.

Putnam, R. D. (2007). E Pluribus Unum: Diversity and community in the twenty-first century. The 2006 Johan Skytte prize lecture. *Scandinavian Political Studies*, 30(2), 137-174.

Rochira, A., De Simone, E., Mannarini, T., & Salvatore, S. (2019). What Do We Talk About When We Talk About Participation? Sense of Community and Social Representations of Participation. *Europe's Journal of Psychology*, 15(2), 312-328.

Mulder, S. (2002). Wat leeft er in Nederland? Maatschappelijke trends in 2002 verklaard vanuit NIPO's WIN-model <http://www.tns-nipo.com/pages/persvannipo/pdf/NIPO%20WIN-analyse%20sociale%20trends%202002.pdf>

Rokeach, M. (1973). *The Nature of Human Values*. New York: The Free Press.

Rollero, C., Tartaglia, S., DE PICCOLI, N., & Ceccarini, L. (2009). Sociopolitical control and sense of community. A study on political participation.

Sampson, R. J. (2012). Moving and the neighborhood glass ceiling. *Science*, 337(6101), 1464-1465.

Schaal, G.S. (2016). 'E-Democracy'. In: Lembcke, O.W., Ritz, C. & Schaal, G.S. (eds.), *Zeitgenössische Demokratietheorie. Band 2: Empirische Demokratietheorien*. Wiesbaden: Springer VS, p. 279-305.

Schudson, M. (1999). *The good citizen: a history of American civic life*. Cambridge: Harvard University Press.

SCP (2019). *Armoede in kaart*. Sociaal en Cultureel Planbureau: Den Haag.

SCP (2014). *Verschil in Nederland*. Sociaal en Cultureel Planbureau: Den Haag.

Sloam, J. (2008). Teaching democracy: The role of political science education. *The British Journal of Politics and International Relations*, 10(3), 509-524.

Snel, E., Custers, G., & Engbersen, G. (2018). Ongelijkheid in de participatiestad: Stadsbuurten en burgerparticipatie. *MEM*, 93(1), 31-57.

Specht, M., & Zwaard, J. van der (2013). *Betrokken bewoners & betrouwbare overhead. Een literatuurstudie*. Rotterdam: Kenniswerkplaats Leefbare Wijken.

Stoll, M. A., & Wong, J. S. (2007). Immigration and civic participation in a multiracial and multiethnic context. *International Migration Review*, 41(4), 880-908.

Stolle, D., Hooghe, M., & Micheletti, M. (2005). Politics in the supermarket: Political consumerism as a form of political participation. *International political science review*, 26(3), 245-269.

Tammaru, T., Van Ham, M., Marcińczak, S., & Musterd, S. (2015). A multi-factor approach to understanding socio-economic segregation in European capital cities. In *Socio-economic segregation in European capital cities* (pp. 25-53). Routledge.

Thompson, J. L. (2002). The world of the social entrepreneur. *International journal of public sector management*, 15(5), 412-431.

Verba, S., Schlozman, K. L., Brady, H., & Nie, N. H. (1993). Citizen activity: Who participates? What do they say?. *American Political Science Review*, 87(2), 303-318.

Verhoeven, I., & Tonkens, E. (2011). Bewonersinitiatieven: partnerschap tussen burgers en overheid. *Beleid en maatschappij*, 38(4), 419-437.

Warren, M. E. (2017). *How representation enables democratic citizenship*. ECPR General Conference, Oslo, September 6-9.

Wiepking, P. (2009). Aan welk doel zal ik geven?. Donaties aan goede doelen in Nederland. In: *Ontwikkelingen in het marktonderzoek. Jaarboek 2009 MarktOnderzoekAssociatie*.

Wilson, J. (2000). Volunteering. *Annual review of sociology*, 26(1), 215-240.

WRR (2012). *Vertrouwen in burgers*. WRR: Den Haag.

Bijlage 1: Methode & zoekstrategie

Er is gestart met een literatuurscan waarin gekeken is naar internationale en nationale wetenschappelijke literatuur. De zoekopdracht is teruggebracht naar literatuur tussen het jaar 1990 en 2019. In de scan is hoofdzakelijk gezocht naar betrokkenheid, burgerparticipatie en de segmentatie van burgers. Door middel van de literatuurstudie is nagegaan wat er al bekend is over de segmentatie en differentiatie van de participatie van (groepen) burgers. In totaal zijn 1.443 publicaties gevonden, die als scan voor dit onderzoek dienen. Hiervan hadden 121 concreet betrekking op zoektermen van segmentatie en betrokkenheid.

Uit de search bleek dat er erg veel onderzoek is gedaan naar wat burgers motiveert om te participeren, maar erg weinig studies richten zich op toepasbare modellen die burgers segmenteren in groepen. Niet alleen op basis van sociodemografische kenmerken, maar ook op basis van opvattingen en waarden. De search diende om bestaande kennis over het onderzoeksthema in kaart te brengen, deze kennis via dit onderzoek aan te vullen, te bediscussiëren en waar nodig te corrigeren.

Om tot de literatuurstudie te komen is er in eerste instantie gezocht onder algemene termen van “citizen engagement”, “citizen categories”, “citizen participation motivations” en “citizen segmentation”. Vervolgens is de search zich specifiek gaan richten op “models of civic participation”, “representation of citizen participation/engagement”, “patterns of citizen participation/engagement”, “typology of citizen participation/engagement” en “characteristics of citizen participation/engagement”. Hierbij is ook gewisseld met de term “disengagement”, om zo ook te zoeken naar modellen voor niet-participerende burgers. Alle Engelse zoektermen werden steeds vertaald naar het Nederlands, Frans en Spaans.

Engels	Nederlands	Spaans	Frans
Citizen engagement	Betrokkenheid burgers	Compromiso ciudadano	Engagement citoyen
Citizen categories	Burgers categorieën	Catégories de citoyens	Categorías de ciudadanos
Citizen participation motivations	Motivaties burgerparticipatie	Motivaciones de participación ciudadana	Motivations de participation citoyenne
Citizen profiles	Burgerprofielen	perfiles ciudadanos	profils de citoyens
Citizen engagement profiles	Burgerbetrokkenheid profielen	Perfiles de participación ciudadana	Profils d'engagement citoyen
Representation of citizen participation/engagement	Representatie burgerparticipatie/betrokkenheid	Representación de participación / compromiso ciudadano	Représentation de la participation / engagement des citoyens
Typology of citizen participation engagement	Typologie burgerparticipatie/ betrokkenheid	Tipología de participación ciudadana	Typologie de l'engagement citoyen
Characteristics of citizen participation/engagement	Kenmerken/eigenschappen burgerparticipatie/betrokkenheid	Características de la participación / participación ciudadana.	Caractéristiques de la participation / engagement des citoyens

Bijlage 2: Andere modellen

WIN-model (KANTAR)

Het WIN-model van KANTAR is een model dat de Nederlandse samenleving segmenteert en is gebaseerd op waarden en sociodemografische kenmerken. WIN staat voor Waarden in Nederland en het model is ontwikkeld door TNS-NIPO en Reuling Research en later met steun van RIVM geoptimaliseerd. In de ontwikkeling van het model is gebruikgemaakt van het werk van de Amerikaanse onderzoeker Rokeach (1973). Rokeach onderscheidt 36 waarden, bestaande uit eindwaarden (waar streven we naar) en instrumentele waarden (wat hebben we daarvoor nodig). Het waardenmodel plaatst deze waarden in een model tegenover sociodemografische factoren zoals opleiding, leeftijd en inkomen. Zo worden verschillende sociaal-demografische groepen ingedeeld naar welk belang zij hechten aan bepaalde eindwaarden en instrumentele waarden. Per toepassing verschilt welke sociaal-demografische factoren worden meegenomen. Het gaat in ieder geval om opleidingsniveau, inkomen en leeftijd.

Whize-model (Whooz)

Het Whize-model is een doorontwikkeling van het Mosaic-model en is volgens de ontwikkelaars al dertig jaar in ontwikkeling. Het Whize-model is een product van Whooz en is in februari 2019 geïntroduceerd (Whooz, 2019). Het model bestaat uit 11 hoofdsegmenten, waar 59 subsegmenten onder vallen. Het is een segmentatiemodel dat primair gericht is op marketing binnen de commerciële sector. Het is een zeer uitgebreid model, dat ook aandacht heeft voor levensstijl en mentaliteit. Het Whize-model kan daarom ook aanknopingspunten bieden voor participatie. Organisaties of gemeenten kunnen het model gebruiken om de volgende vragen te beantwoorden: (1) welk type burgers zijn er in mijn regio? (2) wat zijn de specifieke behoeften per type burgers? (3) hoe kan ik elk type bereiken?

I&O Waardenmodel

Het Waardenmodel van I&O is een model dat de Nederlandse samenleving segmenteert op het gebied van democratische waarden. Het is gebaseerd op inzichten uit de gedragswetenschappen vanuit de gedachte dat deze inzichten kunnen bijdragen aan het vormgeven van effectief beleid. Centraal staat een spectrum voor enerzijds burgers die open staan voor verandering, tegenover burgers die conservatiever ingesteld zijn. Daarnaast wordt een spectrum gevormd door enerzijds burgers die gericht zijn op de ander ('verder weg'), en anderzijds burgers die opkomen voor wat eigen is, dat wil zeggen zichzelf of naasten ('dichterbij'). Daarnaast worden ook kenmerken als verantwoordelijkheidsgevoel en vertrouwen (t.o.v. overheid en justitie) meegenomen in de profielen. Bij het ontwikkelen van dit model is gebruik gemaakt van inzichten van onder andere Schwartz, Rokeach en Hofstede. Het is ontwikkeld op basis van kwalitatief onderzoek en een online enquête onder 10.000 volwassen Nederlanders. Op basis van factor- en clusteranalyses is I&O tot een afbakening van tien segmenten gekomen.

Kieskompas

Kieskompas doet onderzoek onder Nederlandse kiezers en brengt het stemgedrag en de stemintenties van burgers in beeld. De beschikbare databestanden van Kieskompas stellen hun in staat een beeld te geven of de juiste typen burgers worden gerepresenteerd: worden opvattingen goed vertegenwoordigd, of is er sprake van een zwijgende meerderheid? Mede op basis van waargenomen patronen en trends in de Kieskompas data van de afgelopen jaren wordt per opdracht een uitgebreide enquête opgesteld waarmee verbanden tussen achtergrondkenmerken, psychografische karakteristieken, gevoelens van sociale en economische precariteit en politieke attitudes worden onderzocht. Er wordt niet bij voorbaat uitgegaan van een aantal typen burgers, er wordt per onderwerp onderzocht welke passende typologie empirisch van toepassing is. Daarmee is het niet een model als de andere modellen. Toch is het goed het voorbeeld Kieskompas te noemen omdat zij per onderzoek wel uitgebreid verslag doen van de gebruikte instrumenten, de soort analyses en de samenhang tussen de verschillende variabelen. Dergelijke beschrijvingen worden juist gemist bij het gebruik van de in deze verkenning beschreven modellen.

Colofon

Opdrachtgever	Ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties
Auteurs	Dr. F.B.J. de Meere A.L. Brock, MSc M. Kwakernaak, MSc
Omslag	Ontwerppartners, Breda
Uitgave	Verwey-Jonker Instituut Kromme Nieuwegracht 6 3512 HG Utrecht T (030) 230 07 99 E secr@verwey-jonker.nl I www.verwey-jonker.nl

De publicatie kan gedownload worden via onze website:
<http://www.verwey-jonker.nl>.

ISBN 978-94-6409-000-0

© Verwey-Jonker Instituut, Utrecht 2020.

Het auteursrecht van deze publicatie berust bij het Verwey-Jonker Instituut. Gedeeltelijke overname van teksten is toegestaan, mits daarbij de bron wordt vermeld.

The copyright of this publication rests with the Verwey-Jonker Institute. Partial reproduction of the text is allowed, on condition that the source is mentioned.

Om lokale democratie te versterken en burgerparticipatie te stimuleren verdiepen Nederlandse gemeenten zich in burgerschapsstijlen. Er zijn modellen die op verschillende schaalniveaus binnen een land of gemeente een voorspelling geven welke typen burgers in een gebied wonen. De wijze waarop de typen worden ingedeeld en benoemd, verschilt per model. Voor het programma Democratie in Actie van ministerie van Binnenlandse Zaken en Koninkrijksrelaties hebben we verkend of en hoe gemeenten met deze modellen werken. De modellen blijken breed ingezet te worden in Nederlandse gemeenten. Alleen niet vaak met het oog op het vergroten van de participatie van burgers in de lokale democratie. Ze zijn bruikbaar om de inhoud en de toonzetting te bepalen van communicatie-uitingen. Om op deze manier burgers gericht aan te spreken. Daarnaast kunnen ze worden gebruikt voor het kiezen van een passende participatievorm. De daadwerkelijke beïnvloeding van de mate van participatie van (groepen) inwoners door het gebruik van de segmentatiemodellen is nog onbekend.