

Aandacht voor doelgroepen bij integrale planning

Bij de nieuwe beleids- en beheerscyclus kan een bestuur het beleid integraal plannen. Dankzij het planlastendecreet is een apart plan voor sport, integratie of cultuur niet meer nodig. Maar hoe vermijd je dat etnisch-culturele minderheden, jongeren of senioren ondersneeuwen in het strategisch meerjarenplan? Het OCMW en de gemeente Geel hebben hier ervaring mee.

TEKST JOKE VANREPELEN

Geel is een pilotproject in de nieuwe beleids- en beheerscyclus. De lokale overheden daar grijpen deze kans aan om hun beleid op een integrale manier te plannen. De prioritaire lijnen van de verschillende sectoren bundelen de stad en het OCMW in hun gezamenlijk strategisch meerjarenplan. Hiervoor zetten ze een intensief participatietraject op met beleidsmakers, diensten en inwoners. Dit gebeurde bij de opmaak van het strategisch plan 2007-2012 en het wordt herhaald voor het strategisch plan 2013-2018.

Het eerste participatietraject startte in 2006, na de verkiezingen. Voor het strategisch plan 2013-2018 zet Geel het traject volgend voorjaar al in gang. Zo kan het nieuw verkozen bestuur direct aan de slag met de resultaten.

Voor het strategisch plan 2007-2012 schreven het schepencollege, het managementteam en de communicatieambtenaar een missie voor Geel. Ze selecteerden acht beleidsthema's waarop het strategisch plan werd gestoeld. Personeelsleden en inwoners konden daar tijdens een participatietraject over discussiëren.

In een eerste fase werden de personeelsleden en beleidsmakers van zowel de stad als het OCMW uitgenodigd deel te nemen aan gemengde focusgroepen. Het ideale moment voor doelgroepmedewerkers om de aandacht te vestigen op specifieke behoeften van hun doelgroep. In een tweede fase bogen acht focusgroepen van burgers zich over het toekomstig beleid van Geel. Sleutelfiguren, verenigingen en doelgroepmedewerkers

stonden in voor een vertegenwoordiging van de diverse doelgroepen. Memori, een onderzoeks- en expertisecentrum van de Lessius Hogeschool Mechelen, waakte erover dat tijdens de gesprekken zowel jong als oud, zowel laag- als hooggeschoold zijn stem liet horen. Eén

focusgroep benadrukte het belang voor integratie, wat meegenomen werd in de strategische planning.

De conclusies van de focusgroepen wezen verschillende richtingen uit. Een representatieve enquête bij de Geelse bevolking en het stads- en OCMW-personeel bracht verheldering. Gele-naren duiden hun beleidsprioriteiten aan en gaven aanbeve-

“Voor het strategisch plan 2013-2018 zet Geel het participatietraject volgend voorjaar al in gang. Zo kan het nieuw verkozen bestuur direct aan de slag met de resultaten.

6 tips

1 Stimuleer de doelgroep om deel te nemen aan lokale beleidsparticipatie.

Als doelgroepmedewerker stimuleert u de doelgroep om te participeren aan een wijkraad, een inspraakvergadering of een adviesraad. U kunt vertrouwenspersonen en verenigingen inzetten om de doelgroep naar deze initiatieven toe te leiden. Kijk even na of de participatiemethodiek aansluit bij de kenmerken van uw doelgroep.

De VVSG verzamelt methodieken van beleidsparticipatie die aangepast zijn aan moeilijk bereikbare doelgroepen. De resultaten vindt u dit najaar op www.vvsg.be.

2 Bouw expertise over de doelgroep op.

Wijkagenten, buurtwerkers, straathoekwerkers, maatschappelijk werkers, vrijwilligers... zijn de handen en voeten van het lokale bestuur. Zij ontvangen de ongefilterde signalen van de doelgroep. Luister naar hun ervaringen en probeer een vertaalslag naar het beleid te maken.

3 Ondersteun collega's met expertise over de doelgroep.

Deel uw expertise over de doelgroep met collega's die thema's als wonen, werken of vrije tijd opvolgen. Vaak worden zij met uitdagingen geconfronteerd die betrekking hebben op uw doelgroep. Omgekeerd

missen zij dan soms weer informatie waardoor hun doelstellingen of acties minder kans op slagen hebben.

4 Koppel doelgroepacties aan strategische doelstellingen.

Probeer de acties die op een bepaalde doelgroep gericht zijn vast te haken aan het strategisch meerjarenplan. De strategische doelstellingen zullen zich waarschijnlijk niet expliciet op specifieke doelgroepen richten, omdat ze voor alle burgers bedoeld zijn. Specifieke aandacht voor een doelgroep kan wel een plaats krijgen in de jaarlijkse actieplannen.

lingen. De dienst Samenlevingsopbouw maakte de enquête begrijpelijk en stimuleerde kansengroepen om hun stem te laten horen.

Aan de leden van de adviesraden werd gevraagd niet deel te nemen aan de focusgroepen. Deze waren voorbehouden aan niet-experts. De adviesraden gaven via een parallel inspraaktraject hun mening over twee beleidsdomeinen.

Het college, het vast bureau en de managementteams van de stad en het OCMW verwerkten de conclusies van de focusgroepen, de enquête en de adviesraden. Ideeën werden afgewogen tegen de financiële ruimte, de haalbaarheid en de eerder geplande investeringen. Op die manier kwamen de beleidsmakers tot dertien breed gedragen doelstellingen, gebundeld in

het strategisch meerjarenplan. Dit plan vormde een leidraad voor beleidsmakers om knopen door te hakken en budget toe te wijzen. Het was een richtlijn voor personeelsleden om aan een dienstverlening van goede kwaliteit te werken. En tegelijk was het een middel om met de inwoners te communiceren over wat ze van hun bestuur kunnen verwachten.

Met de nieuwe legislatuur in zicht is de Geelse werkwijze echt een inspiratiebron. Daarnaast zijn er andere manieren om de aandacht voor doelgroepen te waarborgen in de strategische meerjarenplanning. ■

Joke Vanreppelen is VVSG-stafmedewerker diversiteit en lokaal sociaal beleid

5 Heb aandacht voor de doelgroep tijdens de volledige planningscyclus.

Als doelgroepmedewerker is het uw verantwoordelijkheid dat de specifieke behoeften van de doelgroep meegenomen worden bij de omgevingsanalyse. Weet met welke knelpunten de doelgroep geconfronteerd wordt en welke

acties hierop een antwoord bieden. Zo bent u voorbereid tijdens de fase van de actieplanning. Vergeet tot slot niet bij de (tussentijdse) evaluatie na te gaan welk effect het lokale beleid had op de doelgroep.

De VVSG schreef een publicatie over de doelgroep etnisch-culturele minder-

heden. Die kan zowel bij de opmaak van de omgevingsanalyse als bij de actieplanning een hulpmiddel zijn. U kunt deze publicatie gratis downloaden op www.vvsg.be.

6 Reserveer budget voor specifieke acties naar de doelgroep.

advertentie

Het klikt al jaren tussen ons!



Nog altijd zin om samen met ons uw strategische puzzels te vervolledigen? Maak gerust gebruik van onze uitgediepte kennis en ervaring op het vlak van **regionale en lokale economie, centrumbeheer, detailhandel, toerisme en leisure** en **citymarketing**.

U en WES... dat blijft klikken!



Klare Kijk
door Onderzoek
en Advies

Neem contact met:

Rik De Keyser T +32 50 36 71 02
Bestuurder-directeur rik.dekeyser@wes.be

Hans Desmytere T +32 50 36 71 23
Adjunct-directeur hans.desmytere@wes.be

Pascal Steeland T +32 50 36 71 47
Senior consultant retail pascal.steeland@wes.be

Baron Ruzettelaan 33 · BE-8310 Assebroek-Brugge · info@wes.be · www.wes.be