

# Draagvlak voor een zone 30

## Bundeling inzichten

Inspiratiesessie, 7 februari 2023



# Inhoudstafel

Inhoudstafel .....	2
Inleiding .....	3
Thema 1: Communicatie over zone 30 .....	4
Thema 2: Wat met kritiek? Werk vanuit de noden en behoeften van inwoners .....	7
Thema 3: Gebruik het aanwezige enthousiasme .....	10
Thema 4: Draagvlak via infrastructurele ingrepen .....	11
Bijkomende vragen en vervolgpistes .....	13

# Inleiding

Op 7 februari 2023 vond een fysieke klankbordsessie plaats van de Coalitie van 30 in Sint-Niklaas rond **draagvlakcreatie voor de uitrol van een zone 30 binnen de bebouwde kom**. De sessie bestond uit 2 onderdelen: enerzijds getuigenissen van enkele lokale mandatarissen en een theoretisch kader rond draagvlakcreatie, anderzijds groepsdiscussies voortbouwend op de getuigenissen aangevuld met ervaringen uit de eigen stad, gemeente of sector. Dit verslag focust vooral op de resultaten van de groepsdiscussies, waarin een 30-tal deelnemers op zoek gingen naar succesfactoren, valkuilen en openstaande vragen rond:

1. Communicatie over zone 30
2. Wat met kritiek? Werk vanuit de noden en behoeften van inwoners
3. Gebruik het aanwezige enthousiasme
4. Draagvlak via infrastructurele ingrepen

We hopen dat deze **succesfactoren, valkuilen en openstaande vragen** voor lokale besturen herkenbaar zijn én inspirerend werken voor het creëren van draagvlak voor een zone 30.

Tot slot bundelt dit verslag enkele bijkomende vragen en mogelijke vervolgpistes, die als inspiratie dienen voor toekomstige uitwisseling en onderzoek binnen de Coalitie van 30.

# Thema 1: Communicatie over zone 30

SUCCESFACTOREN	VALKUILEN	OPENSTAANDE VRAGEN
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Een goede voorbereiding en planning van het communicatieluwk is cruciaal.</li> <li>• Reken voldoende tijd in het proces om te luisteren en voorzie extra tijd voor één-op-één gesprekken.</li> <li>• Gebruik bewonersbrieven/infobrochure om bewoners persoonlijk op de hoogte te brengen.</li> <li>• Communiceer de plannen/ideeën op verschillende manieren (via website/infoavond/brochure/via wijkcomité...)</li> <li>• Organiseer campagnes met de wijkcomités. Leg heel duidelijk uit wat de voordelen zijn voor jouw wijk/straat.</li> <li>• Kader het verhaal van zone 30 is een groter verhaal van bv. verkeersveiligheid, leefbaarheid, ontharding én vergroening. Kies het juiste narratief             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Wat willen mensen? Welke middelen zijn er?</li> <li>○ Waar heb jij als burger nood aan?</li> </ul> </li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Goede communicatie vraagt veel tijd (soms over meerdere legislaturen). Er te veel tijd over laten gaan wekt moeheid op.</li> <li>• Belang van een trekker is niet te onderschatten!</li> <li>• Een <i>stand-alone</i> project zonder link met andere thema's heeft vaak geen kans op slagen.</li> <li>• Focus je niet te veel op percentages die draagvlak aantonen op basis van een bevraging. Dat leidt tot discussie en is geen harde maatstaf voor draagvlak want voor interpretatie vatbaar. Voor sommigen is 55% voorstanders veel, voor anderen niet voldoende.</li> <li>• Stel geen 'Ben je voor of tegen'-vragen via een bevraging. Reflecteer eerst over het kader en doelstellingen van het proces, waarbij een bevraging een middel is, en stel daarna de vragen op.</li> <li>• Gebrek aan budget en mankracht.</li> <li>• Draagvlak steunt soms op een gevoelsmatige perceptie. Probeer draagvlak te rationaliseren.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Mobiliteit en communicatie zijn nauw verweven met elkaar, maar vragen een heel andere kennis en capaciteit. Hoe creëer je die interactie? Hoe zorg je ervoor dat er "over het muurtje" van andere diensten gekeken wordt?</li> <li>• Hoe voeg je op een goede manier het 'menselijke' toe aan het verhaal? Zonder té gedetailleerd te gaan naar de individuele belangen?</li> </ul>

SUCCEFACTOREN	VALKUILEN	OPENSTAANDE VRAGEN
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Gebruik dit als startpunt in jouw communicatie: leg uit waar de snelheidsverlaging toe moet dienen</li> <li>● Zoek de juiste communicator. Grote ingrepen hebben een boegbeeld nodig: iemand die vol overtuiging weet waarom er wijzigingen nodig zijn en inwoners daarin meeneemt (schepen van mobiliteit is het beste boegbeeld!)</li> <li>● Gebruik kinderen in communicatie <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Reden 1: Kinderen gebruiken werkt altijd (mensen hebben hier veel sympathie voor)</li> <li>○ Reden 2: Kinderen zijn meer gericht op mensen in plaats van op vervoer.</li> </ul> </li> <li>● Focus in de participatie (informereren, debatavonden, ...) op de WAAROM-vragen: “Waarom vind je dit belangrijk?”; “Wat is je behoefte?”; “Welke probleem ontstaat er wanneer we dit of dat doen?”.</li> <li>● Het kennen van en kunnen verwijzen naar goede voorbeelden die werken in de buurt/ in buurgemeenten is een meerwaarde om plannen visueel en concreet te maken. Gebruik sfeerbeelden.</li> <li>● Integreer de zone 30 in bredere (deel)mobiliteitsplannen om een coherent, strategisch verhaal te brengen naar inwoners, i.p.v. een <i>stand alone</i> maatregel. Of gebruik een mobiliteitsplan als</li> </ul>		

SUCCEFACTOREN	VALKUILEN	OPENSTAANDE VRAGEN
<p>voorafname op de uitrol van een zone 30. Andere ingrepen uit het mobiliteitsplan kunnen fungeren als bliksemafleider.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Bekijk ook het regionale plaatje: de Vervoerregio kan fungeren als aanjager / facilitator voor homogene, ambitieuze gemeentelijke plannen.</li> <li>• Differentieer tussen centrumgebieden en landelijke gebieden. Landelijke gebieden zijn auto-afhankelijker, er is traditioneel minder cohesie want vooral een verblijfplaats en minder functioneel. De doelstellingen en argumenten voor een zone 30 verschillen.</li> <li>• Focus in je communicatie op de <i>gains</i> voor bewoners: wat krijgen ze in de plaats van de verandering? Wat geef je terug aan de buurt? Bv. meer groen, ontmoetingsruimte, verkeersveiligheid, ... En blijf deze <i>gains</i> herhalen.</li> <li>• Durf indien nodig de doelstelling en boodschap te reframe.</li> <li>• Werk met extreme scenario's om zo toe te werken naar realistischere scenario's.</li> <li>• Snel schakelen is de boodschap: goedkeuring en uitvoering in hetzelfde kalenderjaar is wenselijk.</li> <li>• Zorg voor leesbare, duidelijk afgebakende, logische zones 30.</li> </ul>		

# Thema 2: Wat met kritiek? Werk vanuit de noden en behoeften van inwoners

SUCCEFACTOREN	VALKUILEN	OPENSTAANDE VRAGEN
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Blijf steeds dezelfde boodschap herhalen. Wees creatief met je herhaling (bv. zie vb. lolly's zone 30 in Sint-Niklaas)</li> <li>• Kies een boegbeeld (bv. burgemeester of schepen) die een breed draagvlak heeft binnen de stad/gemeente om het voorstel te dragen.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Bv. In Zele is er bewust voor gekozen om de burgemeester als boegbeeld te maken voor de uitrol van de circulatieplannen (wegens de vele kritiek)</li> </ul> </li> <li>• Verwijs bij kritiek naar goede voorbeelden van zones 30 in andere gemeenten. Waarom doen wij dit niet? Vinden wij dit niet belangrijk? Speel op gevoel van klagers.</li> <li>• Weerstand behelst vaak vooral emotionele argumentatie. Toon begrip en speel hierop in. Niet enkel logische argumentatie aanhalen.</li> <li>• Belangrijke gedachte/benadering:</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Een kleine groep vraagt veel energie, probeer niet toe te geven of te verzwakken in jouw voorstel.</li> <li>• Trap niet in de valkuil dat de fysiek aanwezige burgers voor héél de straat spreken. Soms hebben de afwezigen een afwijkende mening.</li> <li>• Mensen die kritiek geven, hebben vaak ook wel een bepaald punt. Negeer hen niet, maar probeer te luisteren.             <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Bij hevige weerstand kan het zijn dat de mensen misschien niet voldoende geïnformeerd waren? Het plaatje was voor hen niet compleet?</li> <li>○ Door naar hun verzuchtingen te luisteren en desnoods een beetje bij te sturen, kan dit probleem opgelost worden.</li> </ul> </li> <li>• Word niet verliefd op de oplossing (zone 30), wees verliefd op het probleem. Ga naar de</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe capteer je de behoeften en noden? Wat zijn hiertoe de (gespreks)technieken?</li> <li>• Hoe breng je verschillende behoeften samen zonder het doel te verliezen?</li> </ul>

SUCCEFACTOREN	VALKUILEN	OPENSTAANDE VRAGEN
<ul style="list-style-type: none"> <li>○ Je krijgt niet iedereen mee van bij de start, maar je neemt wel iedereen mee in het proces!</li> <li>• Zoek de verbinding tussen de ambities van het beleid en de noden en behoeften van inwoners.</li> <li>• Peil naar de onderliggende behoeften wanneer inwoners zich geïnteresseerd tonen voor de plannen.</li> <li>• Vind wijsheid in de weerstand: zij die niet akkoord zijn, worden gedreven door een onderliggende behoefte. Die behoefte identificeren helpt beter te begrijpen wat aan welke nood gewerkt moet worden. En het kan verrassende inzichten geven die de plannen kunnen versterken.</li> <li>• Luister actief. Vertrek niet van het plan dat je voorstelt, maar luister eerlijk en open naar de behoeften die men formuleert.</li> <li>• Een beleidsmaker (politicus) is verkozen op basis van een beleidsprogramma. Hij/zij wordt geacht om dit uit te voeren. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Soms ook niet te veel rekening houden met klagers, maar gewoon doorduwen en een volledige zone 30 invoeren.</li> </ul> </li> <li>• Een methodiek om weerstand te overstijgen, is om verschillende doelgroepen (bv. actiegroepen) samen aan één tafel te zetten om het individueel belang te overstijgen.</li> </ul>	<p>burger met een probleem en niet direct met een oplossing.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Wees waakzaam om niet te duidelijk te maken dat het al beslist beleid is, als er nog niet gepolst is naar hun behoeften.</li> <li>• Bij doorgevoerde beslissing na bevraging, is er nog geen draagvlak. <ul style="list-style-type: none"> <li>○ Bv. 60% stemde voor, 40% stemde tegen. =&gt; Misschien was de bevraging niet goed? Geen ja/nee-vragen gebruiken, maar meer input vragen?</li> </ul> </li> <li>• Voor alles is een tijd</li> <li>• Misschien is het momentum er nu nog niet. Probeer het binnen enkele jaren/in de volgende beleidsperiode nog eens.</li> <li>• We spreken over 'draagvlak', maar dat bestaat eigenlijk niet. Draagvlak is vaak perceptie: de luidste roepers bepalen wat het standpunt van de inwoners is. Is het eigenlijk wel mogelijk om 'draagvlak' te verkrijgen?</li> <li>• Er is geen tijd, capaciteit, middelen om draagvlak te creëren.</li> <li>• Het bestuur verstopt zich achter de participatie ("toen werd dit gezegd"; "ik kan er niet mee door voor we ook hierover participatie organiseren..."; enz.). Dat werkt verlamdend en staat haaks op de behoefte van een dragend boegbeeld.</li> </ul>	



<b>SUCCESFACTOREN</b>	<b>VALKUILEN</b>	<b>OPENSTAANDE VRAGEN</b>
<ul style="list-style-type: none"><li>• Voorzie tijd in de procesplanning voor de evaluatie en durf kritisch te zijn. Als bewoners weten dat er een evaluatie komt en bijsturing mogelijk is, voelt dit aan als een vangnet.</li><li>• Start eerst met (een soort van) participatie of bevraging bij burgers, kom nadien pas af met voorstellen van een studie bureau.</li></ul>		

# Thema 3: Gebruik het aanwezige enthousiasme

SUCCEFACTOREN	VALKUILEN	OPENSTAANDE VRAGEN
<ul style="list-style-type: none"><li>• Betrek de burgers die het idee steunen in je communicatie, maak ze ambassadeur van de wijzigingen, laat ze mee promotie voeren.</li><li>• Gebruik de zone 30 rond schoolomgevingen als hefboom: ze vormen een schitterend startpunt van de 'olievlek' om zone 30 uit te breiden.</li><li>• Gebruik kinderen in communicatie<ul style="list-style-type: none"><li>○ Reden 1: Kinderen gebruiken werkt altijd (mensen hebben hier veel sympathie voor)</li><li>○ Reden 2: Kinderen zijn meer gericht op mensen in plaats van op vervoer.</li></ul></li><li>• Creëer schaarste: begin bij een wijk en toon aan hoe positief de impact is. Mensen willen niet "in de pineutstraat wonen". Het enthousiasme van de ene wijk slaat zo over naar de andere.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Té grote ambities voor het plan werken vaak niet, maar soms is het nodig om te springen. Zoek dat evenwicht actief op.</li><li>• Doe je best alles in één keer? Of faseer je de uitrol? Enthousiastelingen kunnen zich ook tegen je keren als ze merken dat het elders al werd gerealiseerd.</li></ul>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Hoe krijg je de "zwijgende meerderheid" boven water? Het blijft een reflex om vooral in te gaan op de luidste roepers, terwijl zij mogelijks maar een kleine minderheid zijn..</li></ul>

# Thema 4: Draagvlak via infrastructurele ingrepen

SUCCEFACTOREN	VALKUILEN	OPENSTAANDE VRAGEN
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Zet proefopstellingen op het terrein om de maatregelen te testen.</li> <li>• Zorg dat de politie ook mee is, zo gaat handhaving meteen hand in hand met de ingreep.</li> <li>• Focus niet alleen op de snelheidsverlaging, doe het hand in hand met circulatiemaatregelen en herinrichting.</li> <li>• We horen vaak ‘de infrastructuur moet zo ingericht zijn dat het wegbeeld meteen vertelt wat de maximum snelheid is’. Maar ervaring leert dat het eigenlijk niet klopt. Het is geen noodzakelijke voorwaarde op elke locatie!</li> <li>• In sommige gemeenten worden zones 30 gefaseerd uitgerold per wijk / deelgemeente, in andere in één keer. Als het in één keer gebeurt, zorg dan dat alles nauw op elkaar aansluit en het volledige plaatje van tevoren afgestemd is met uitvoeringsdiensten en budgettering. Nadeel van gefaseerd werken</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Té grote ambities voor het plan werken vaak niet, maar soms is het nodig om te springen. Zoek dat evenwicht actief op. Durf als politicus soms je ambitie te laten varen als je van bij de start voelt dat er onvoldoende draagvlak is.</li> <li>• Mobiliteit is geen doel op zich. Het is een middel om andere doelen te bereiken (leefbare buurten, verkeersveiligheid aan scholen, enz.). Mobiliteit mag daarop nooit op zichzelf staan maar moet gekoppeld zijn aan andere beleidsdomeinen (ruimte, sport, ...).</li> <li>• Politie wil wegens beperkte tijd en middelen in sommige gemeenten enkel handhaven als zone 30 ook infrastructureel wordt afgedwongen. Dat kan je ondervangen door politie mee in te schakelen in het hele verhaal van bij de start. Schakel ze niet enkel in voor het handhavingsluit.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Hoe krijg je de “zwijgende meerderheid” boven water? Het blijft een reflex om vooral in te gaan op de luidste roepers, terwijl zij mogelijks maar een kleine minderheid zijn.</li> </ul>

<p>is dat het lang duur vooraleer concrete realisaties zichtbaar zijn voor burger.</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>• Signalisatie en infrastructurele ingrepen gaan vaak hand in hand, maar het ontbreken van infrastructurele inrichting mag geen argument zijn om een zone 30 niet uit te rollen of te handhaven. Anders wordt het een kip-of-ei verhaal.</li></ul>	
--	--	--

# Bijkomende vragen en vervolgpistes

- **Wanneer heb je voldoende draagvlak?** Hoe verhoudt de politiek zich tot draagvlak? Voor de ene politicus is 51 % medestand voldoende, voor de andere niet.
- **Vanaf wanneer zet je door met een beslissing?**
- **Wat met gewestwegen?**
  - Hun focus ligt eerder op doorstroming. Toch zijn er ook veel scholen op deze wegen gelegen.
- **Voor alles is een tijd**
  - Moeten we dit per lokaal bestuur zien of is het eerder op maatschappelijk niveau geen tijd om van de zone 30 de norm te maken binnen de bebouwde kom (met uitzondering van bepaalde assen)?
- **Evaluatie**
  - Hoe meet je de impact van een zone 30 op straatniveau?
  - Hoe pak je de evaluatie van een zone 30 concreet aan?
  - Welke data breng je samen om een ruime(re) evaluatie te kunnen maken?
  - Wat te doen als evaluatie weinig sluitend is, teleurstellend?
  - Wat als blijkt uit de evaluatie dat het niet goed loopt?
- **Bundelen van bestaande *good practices* rond sensibilisering (1) en handhaving (2)**
  - Lokale besturen hoeven het warm water niet uit te vinden.
  - Bv. lolly's, raambordjes, campagnes waarin kinderen figureren.
  - Link leggen tussen sensibilisering (bv. smiley) en handhaving (bv. trajectcontrole)
  - Link tussen educatie en sensibilisering: burgers zijn ervaringsdeskundigen, maar geen verkeersdeskundigen.