

# Offerte projectbegeleiding co-creatie

**Dringende versus niet dringende oproepen naar 112**

FOD BiZa  
Directie civiele bescherming

**FOD Biza – Directie Civiele Bescherming**

Eva Burm, Communicatiedienst  
gsm 0475 260 112

**Intensio**

Ilse Rasschaert, Procesbegeleider  
gsm 0473 938 892

Johan Snellinckx, Zaakvoerder  
Gsm 0486 289 954

## Context en vraag

- Eind september 2017 wil de FOD Binnenlandse Zaken het nummer 1722 lanceren voor niet-dringende oproepen naar brandweer.
- Meer dan ¼ van de noodoproepen naar 112 zijn op dit moment geen echte noodoproepen.
- Elke nodeloze oproep kan een (extra) wachttijd betekenen voor mensen die echt dringend hulp nodig hebben van brandweer en/of ambulance.
- Mensen willen wel “juist” bellen, maar weten niet altijd waarvoor ze wel mogen bellen en waarvoor niet.
- De operatoren in de noodcentrales vrezen dat zij meer nodeloze oproepen gaan krijgen als het nummer 1722 gelanceerd wordt, aangezien deze nog steeds door dezelfde operatoren beantwoord zullen moeten worden, zij het met een lagere prioriteit en in sommige gevallen dus hogere wachttijd voor oproepen naar 1722.
- Het project wordt open getrokken naar brandweer én medische situaties, in nauwe samenwerking met o.a. de FOD Volksgezondheid en de brandweerzones.
- Het is de eerste keer dat de FOD BIZA gaat voor een multistakeholder aanpak met participatie van de burger. Het gaat om « mee produceren » en niet noodzakelijk om « mee beslissen ».

### **De belangrijkste doelstellingen van het 112 project zijn :**

- De coproductie van een gedragen, eenduidige lijst/opsomming/definitie waaruit burgers duidelijk kunnen opmaken waarvoor ze naar 112 mogen bellen voor brandweer en dringende medische hulp en waarvoor niet.  
Dit eindproduct mag in eender welke vorm opgeleverd worden, zolang mensen na raadpleging van dit “document” weten wat echt dringend is en wat niet.
- Een voorstel hoe we dit best kunnen aanbrengen bij en communiceren naar ons doelpubliek, de burger.

## Onze visie en plan van aanpak

### Hoe wij de vraag zien

- Het doel van de opdracht is om met alle stakeholders van 112, zowel intern als extern, en dus ook de burger als eindklant, inzicht te brengen in de “urgente” dienstverlening die 112 finaal wel of niet moet kunnen bieden.
- Het proces van participatie is voor ons een 360° realiteit, en start met het proces op zich participatief vorm te geven met jullie als opdrachtgever. In deze is ons voorstel hier een eerste aanzet ter verdere aftoetsing en bespreking met een kerngroep van stakeholders.
- De stakeholder mapping en analyse gebeurt door ons aan de hand van interviews met jullie als opdrachtgevers en met het kernteam.
- De communicatie naar de burger zit vervat in het hele proces en gebeurt bijna op elk moment van het proces, bijvoorbeeld : bij de recrutering/oproep aan burgers om een “kabinet” mee te vormen, aan de hand van interviews tijdens de participatie oefening, bij het opleveren van het eindproduct,... We zorgen hier voor de nodige media aandacht en buzz effecten via samenwerking met vnl. radio en social media.
- We voorzien een dynamisch online gedeelte om de burgers en andere stakeholders te recruter en te bevragen, naast de fysieke participatie in het “burgerkabinet”.
- Een overzicht van de huidige oproepen in categorie en gewicht helpt ons om inzicht te krijgen in de bestaande situatie.
- We laten zoals gevraagd 101 uit de scope van het huidig project. We denken wel dat 101 aan bod zou kunnen komen tijdens het proces, en dus impact (zowel interne als extern) kan hebben op het vervolg.
- We hechten waarde aan en geven aandacht voor de impact die de outcome van dit proces zal hebben op de verdere operationele werking en de relatie tussen administratie, terrein, externe partners en eindklant.

## Projectstructuur

We stellen voor om te werken met een **kernteam** dat beslissingen kan nemen, knopen kan doorhakken, kan afkloppen na elke fase, de voortgang kan helpen bewaken, als klankbord kan fungeren, en dat het aanspreekpunt is van de externe begeleiders.

De samenstelling is uiteraard samen te bekijken, maar we beogen een kernteam dat divers is samengesteld wat betreft terrein/management/politiek/externe partner/eindklant-burger/...

Verantwoordelijkheden:

- Alignerend van de aanpak en de procesarchitectuur
- Stakeholder mapping en analyse mee vorm geven
- Voorbereiden stakeholdermeetings
- Communicatie naar burgers en andere stakeholders mee definiëren
- Eindverantwoordelijke timing
- Eindverantwoordelijke eindproduct
- Ambassadeurs van het eindproduct
- Burgerkabinet kan worden ingezet voor volgende projecten

## Procesarchitectuur

Zoals eerder gesteld vinden we het belangrijk ook de procesarchitectuur samen met de opdrachtgever verder te ontwerpen. Maar we doen hier een eerste ruwe aanzet. We omschrijven eerst een aantal fases en geven mogelijkheden van werkvormen en een indicatie van timing. De budgetindicatie is terug te vinden in deel IV van de prijsopgave.

We identificeren in de opdracht **6 belangrijke fases** :

1. **Intake met opdrachtgever**, ter voorbereiding van het proces : doelstellingen en topic scherp stellen, aanpak/workflow/procesarchitectuur doorspreken, stakeholders voor het kernteam (inclusief burgerpanel) definiëren die worden betrokken in de verschillende fases van het proces, timing bepalen, data-analyse
2. **Stakeholder mapping en analyse** : via interviews/gesprekken komen we tot een volledig inzicht in wie allemaal betrokken partij is en welke rollen de stakeholders respectievelijk gaan spelen.
3. **Recrutering stakeholders en samenstelling burgerpanel** : hier betrekken we de media volop in het proces.
4. **Multi-stakeholder momenten** : we stellen een dubbele aanpak voor, zowel via online platform als via fysieke ontmoetingsmomenten.

5. **Conclusies en impact op de operationele werking** : we bekijken samen met het kernteam wat het eindproduct kan zijn en (her)bedenken de operationele werking waar nodig.
6. **Terugkoppeling en communicatie naar burgers en andere stakeholders** : in functie van de resultaten en het eindproduct zien we wat er nog nodig is in termen van extra communicatie.

## 6 fases in detail

### 1. Intake en voorbereiding proces (2<sup>de</sup> helft augustus 2017)

We stellen voor om te starten in de tweede helft van augustus, gezien we zowel interne als externe stakeholders nodig hebben in ons kernteam en de vakantieperiode hiervoor niet echt ideaal is.

We voorzien een grondige intake met jullie als opdrachtgevers, en vervolgens een eerste moment met het kernteam.

Output:

- scherpstellen doelstelling en topic
- samenstellen/recrutereren van het kernteam
- procesarchitectuur aligneren
- timing bevestigen
- data-analyse van bestaande situatie

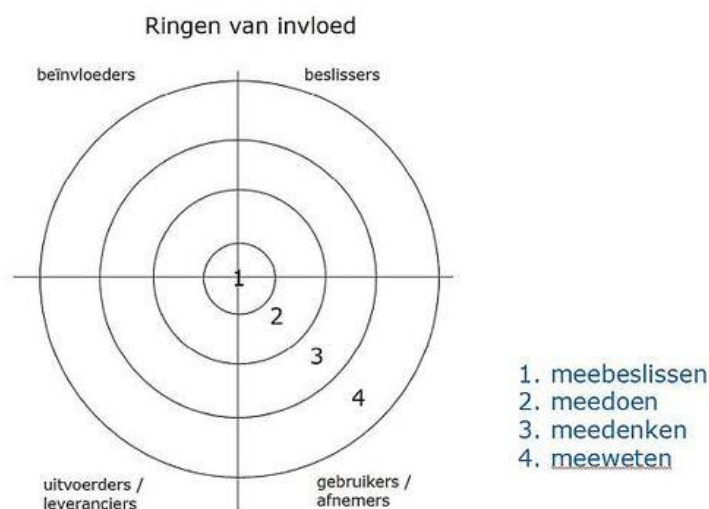
### 2. Stakeholder mapping en analyse (2<sup>de</sup> helft augustus 2017)

Aan de hand van gesprekken en interviews met de betrokkenen komen we tot een dieper inzicht in de stakeholders die dienen meegenomen te worden in het proces.

Wij vullen graag de opgegeven lijst van potentiële stakeholders aan met :

- lokale politieke vertegenwoordigers zoals burgemeesters
- media vertegenwoordigers voor zowel NL als FR landsgedeelte

Op basis van de lijst met stakeholders voeren we een analyse naar de verschillende rollen en invloedssferen aan de hand van volgend model :



Output: visueel inzicht in stakeholders en duidelijke definitie van de rollen ahv de “Ringen van invloed”

### 3. Recrutering stakeholders en samenstelling burgerpanel (Eerste week september 2017)

Dit is een cruciaal moment om een kwalitatieve groep van betrokkenen samen te stellen die later kan dienen voor andere projecten. Zo bijvoorbeeld het burgerpanel!

De kanalen die we op dit moment zien (en verder ter bespreking met het kernteam) zijn :

- Social media
- Radio
- Gemeentes (websites, krantjes, social media)
- Persoonlijke uitnodigingen voor externe partners en interne medewerkers

We hebben begrepen dat de betrokkenheid met het terrein meer mag zijn, en we zien dit project ook als een ideale gelegenheid om de relaties tussen het hoofdbestuur in Brussel en de lokale centrales te versterken.

Output : media aandacht, burgerpanel, groep van stakeholders die worden betrokken in de multi-stakeholder momenten

### 4. Multi-stakeholder momenten (2<sup>de</sup> en 3<sup>de</sup> week september 2017)

We organiseren deze momenten via twee kanalen :

- **Een online platform voor burger en stakeholder bevraging** : dit laat ons toe een eerste inzicht en prioritisering te krijgen op wat wordt gepercipieerd als “dringend” en “niet dringend” door de diverse stakeholders. Hiervoor werken we met HOTSWOT (zie

bijlage) waar de verschillende groepen van stakeholders worden bevraagd via één centrale open vraag. Binnen elke doelgroep kunnen deelnemers van elkaar zien hoe ze staan tegenover elkanders meningen. Het eindproduct hiervan is een rapport per groep van stakeholders, waarmee we verder aan de slag gaan in het kernteam, ter voorbereiding van het multi-stakeholder fysiek moment.

Timing : 1<sup>ste</sup> en 2<sup>de</sup> week september

- **Een fysiek multi-stakeholder moment** : op basis van een aantal criteria uit de HOTSOT analyse, richten we een workshop in met alle betrokkenen rond de tafel. We vertrekken vanuit hun eigen ervaringen om een gedeeld perspectief op de toekomst vorm te geven. Alle stemmen zijn aanwezig in de ruimte : zowel interne als externe stakeholders. We rekenen op een 100 tal deelnemers.

Timing : 3<sup>de</sup> week september

Output: gedeelde visie/toekomstbeeld (= eindproduct) en overzicht van dringende en niet dringende oproepen naar 112

## 5. Conclusies en impact (laatste week september 2017)

Het eindproduct kan verschillende vormen aannemen, in functie van het gevoerde proces. We zijn voorstander van een creatieve werkvorm.

Met het kernteam vertalen we vervolgens de gedeelde visie in termen van impact op de operationele werking van de centrales en andere betrokken diensten.

We stellen een aantal indicatoren op die de “ambassadeursgroep” kunnen helpen om als klankbord met elkaar ervaringen te blijven delen. Het is belangrijk dat de dynamiek blijft en het project met de tijd evolueert.

We hanteren hier voor een deel de Service Design methode.

Output: indicatoren en acties

## 6. Terugkoppeling en communicatie (eerste helft oktober 2017)

Het kernteam kijkt terug op het proces en bekijkt op basis van de behaalde media aandacht welke extra communicatie er nog nodig is om de burgers verder te sensibiliseren.

We kunnen hier inhoudelijk communicatie advies verlenen indien gewenst.

Output: communicatie acties voor laatste kwartaal 2017