Artikel 41 vragen

participatietraject “Hilversum 2040”

9 juni 2021

Beste college van B&W

We zijn blij dat het participatietraject weer is opgestart, onzes inziens had dit al veel eerder gekund.

Dit participatietraject is erg belangrijk voor de Hilversummers. De Hilversummers weten vaak heel goed wat ze willen in de toekomst voor Hilversum. Vandaar ook dat we juist in een vroeg stadium onze vragen stellen want dan is het immers nog mogelijk om aanpassingen te doen.

We denken namelijk dat de huidige insteek niet voldoende is om zoveel mogelijk burgers te bereiken. Daarnaast triggeren en inspireren de communicatiemiddelen niet. Hierdoor slaat u wat ons betreft voor een deel de plank mis. Dit vinden we een gemiste kans omdat het juist nu de tijd is om wel goeie input van de inwoners te krijgen.

Naar aanleiding van bovenstaande zaken hebben we daarom de volgende vragen:

<u>INTRO TEKST WEBSITE</u>

1A - Waarom is deze slogan “Hilversum luistert naar je. Laat je stem horen!” als intro gebruikt? Bent u het met ons eens, gezien de enorme aantal participatie missers, dat dit wellicht niet de juiste intro tekst is aangezien veel mensen hun vertrouwen in de gemeente zijn kwijt geraakt en dit vertrouwen weer langzaam moet worden teruggewonnen door de gemeente?

1B- Waarom staat er bij dezelfde tekst alleen Hilversum en niet gemeente Hilversum? Dit geeft verwarring want wie is Hilversum?

1C – Bent u bereid deze intro tekst aan te passen?

1D – Onderaan de website staat “Deze website is een initiatief van Hilversum” zou u ook bereid zijn deze tekst aan te passen en in plaats daarvan te schrijven gemeente Hilversum?

<u>BEKENDHEID OMGEVINGSWET EN OMGEVINGSVISIE</u>

2A - Is de gemeente zich bewust van het feit dat het grootste deel van de Hilversummers niet eens weet wat de omgevingswet en omgevingsvisie is?

2B – Hoe is de gemeente van plan dit probleem aan te pakken?

2C - Zou het een idee zijn om een uitgebreide informatiebrief hierover rond te sturen en te zorgen dat deze bij iedereen thuisbezorgd wordt. Daarbij natuurlijk rekening houdend met voor iedereen begrijpbaar taalgebruik en dus geen ambtelijke taal want u wilt immers elke Hilversummer bereiken.

PR BORDEN RINGWEG

3A – Bent u het met ons eens dat de PR borden langs de weg niet leesbaar zijn vanuit een rijdende auto?

3B – Denk u dat deze poster het doel bereikt waarvoor het bedoeld is? Zo nee, bent u bereid om te zorgen dat er een poster langs de weg komt die mensen wel aanspreekt, leesbaar is en daardoor dus op het netvlies blijft hangen?

Even een voorbeeld: De posters die we de afgelopen tijd hadden over het rijgedrag waren goed leesbaar, waren pakkend en spraken allerlei doelgroepen aan door zijn helderheid en simpelheid.

3C – Bent u bereid om te kijken naar een andere vorm van PR waarbij veel duidelijker zichtbaar wordt wat u wilt en ook wat u hiervoor nodig heeft van de inwoners.

REGISTRATIE PLATFORM

4 - Waarom moet je je registreren op de site voor het platform? Is dit niet juist drempelverhogend en is dat nou net wat u niet wilt?

DIGIBETEN

5 - Hoe bent u van plan de doelgroep te bereiken en te benaderen die digibeet is ofwel niet handig is met computers en de online-wereld?

KRANT HILVERSUM 2040 – AANTAL SPECIALE EDITIES

6A - Is het een optie om gedurende het proces een aantal speciale edities van een krant te maken en te zorgen dat deze huis aan huis wordt verstuurd om op die manier meer inwoners te bereiken (dus ook de digibeet). Denk bijvoorbeeld aan een krant die begin juli uitkomt, eind september als er informatie is opgehaald, en in latere belangrijke stadia.

6B – Is het dan ook een idee om via deze speciale editie kranten een proactieve rol van de lezer uit te ‘lokken’. Denk bijvoorbeeld aan een halve kleurplaat van Hilversum die verder moet worden afgemaakt, een zin die moet worden afgemaakt, achtergrondinformatie te geven, Hilversummers met een visie portretteren als inspiratie, vraagstukken en stellingen waardoor mensen getriggerd worden, een woordzoeker met woorden die met de toekomst van Hilversum te maken heeft en een prijs die hiermee gewonnen kan worden etc.

WIJK & THEMA BIJEENKOMSTEN

7A- Waarom heeft u ervoor gekozen om alleen wijkbijeenkomsten in de avonden te organiseren? In de avonden zijn er veel mensen die niet bereikt kunnen worden, denk bijvoorbeeld aan ouders met kinderen en ouderen.

7B – Bent u bereid om te zorgen dat er per wijk zowel een ochtend-, middag- als avondbijeenkomst komt? Eventueel verspreid over verschillende dagen.

7C – Bent u bereid om per wijk ook een inloopbijeenkomst te plannen dus niet alleen een ‘afgebakende’ bijeenkomst.

7D – Zijn online (en een paar live) bijeenkomsten de juiste vorm of is dit maar voor een deel handig?

7E – Bent u bereid juist meer de straat op te gaan om zo de interactie met de inwoners aan te gaan. Denk hierbij aan plekken waar sowieso al veel mensen komen om daar op straat en andere openbare plekken het gesprek aan te gaan met de Hilversummer?

7F – Als bovenstaande uitbreidingen niet mogelijk zijn door de personele bezetting bent u dan bereid te zorgen voor extra personele bezetting en/of wijk ambassadeurs die dit tegen een vergoeding kunnen doen?

7G – Is het mogelijk om bij de themabijeenkomsten ook een inloopdag te organiseren. Zodat men zelf kan bepalen wanneer het uitkomt om binnen te lopen dus in de ochtend, middag en avond. Daarnaast een meeting op een manier en moment zoals deze al gepland is.

PIMPEN VRAAGSTUKKEN EN PR

8A – Moet de website qua vormgeving niet 'gepimpt' worden zodat deze meer doelgroepen aanspreekt en zij betrokken raken?

8B – Bent u bereid de vraagstukken anders te brengen? Moet de toekomst niet veel meer gevisualiseerd worden en daarop focussen in de discussie?

8C – Zou u bij de communicatie niet juist meer de Hilversummer inzetten door bijvoorbeeld een foto van een (prominente) Hilversummer met slogans, vragen of statements te plaatsen om zo de Hilversummers te inspireren om zelf over deze vraagstukken na te denken.

Immers wilt u graag informatie ophalen bij de inwoners over hoe zij de toekomst van Hilversum graag zien. Mensen haken af als er alleen maar gemeentelijke termen zoals omgevingsvisie en omgevingswet worden gebruikt. Daarmee motiveer je ze niet om hun visie te delen.

ZICHTBAARHEID EN RESULTATEN

9A – Is het een idee om de zichtbaarheid van de mensen van de gemeente, het bureau en andere mensen die bij het project betrokken zijn te vergroten door hun foto laten zien met daarbij hun naam en contactgegevens. Door zichtbaar te zijn wordt het laagdrempeliger voor de inwoners om contact op te nemen en zich zo meer betrokken te voelen.

9B – Hoe en wat gaat er met de input van de inwoners gebeuren en hoe zorgt u ervoor dat de inwoners deze keer echt een verschil kunnen maken waardoor hun input eens boven aan de wensenlijst komt te staan in plaats van onderop?

We hopen dat u op korte termijn onze vragen wilt en kunt beantwoorden en dat u op korte termijn onze aanpassingen en suggesties meeneemt in het vervolgtraject.

Mirjam Kooloos

LEEFBAAR HILVERSUM
