

GEMEENTE HILVERSUM
POSTBUS 9900
1201 GM HILVERSUM

BEZOEKADRES:
RAADHUIS
DUDOKPARK 1
TELEFOONNUMMER: 14 035
WWW.HILVERSUM.NL

Aan de gemeenteraad
cc college van B en W
cc pers

DATUM 18 februari 2022
ZAAKNUMMER 1084380
BEHANDELD DOOR Michael van Riet Paap
TELEFOON (035) 629 2966
UW KENMERK
BIJLAGEN 1
BETREFT Addendum tussenrapportage Omgevingsvisie: betrekken
ondervertegenwoordigde doelgroepen

Geachte raads- en commissieleden,

Op 2 maart 2022 behandelt u in de raadscommissie het raadsvoorstel *Tussenrapportage participatie Omgevingsvisie*. In dit raadsvoorstel geven we een beeld van de groepen die in de eerste stap van het participatietraject van de Omgevingsvisie zijn betrokken. We wisten tot aan het moment van het opmaken van de tussenstand in november 2021 ruim 4000 mensen te bereiken. 4000 mensen die hun gedachten, meningen en ideeën over de toekomst van Hilversum hebben gegeven.

In het raadsvoorstel benoemen wij ook de groepen die in het participatietraject tot dan toe ondervertegenwoordigd waren: jongvolwassenen (18-25 jaar), jonge gezinnen (met kinderen van 0-12 jaar) en inwoners met een niet-westerse achtergrond. We trokken deze conclusie met name omdat deze groepen veelal ontbraken tijdens de 8 wijkgesprekken (265 deelnemers) en weinig tussen de bezoekers aan het Atelier van de toekomst (150 deelnemers) zaten. Omdat uw bestuurlijk Plan van Aanpak voorschrijft dat in het participatietraject alle Hilversumse belanghebbenden dienen te worden betrokken, hebben we in januari en februari 2022 een aantal activiteiten georganiseerd om deze doelgroepen alsnog aan het woord te laten. De kosten voor de activiteiten om ondervertegenwoordigde doelgroepen te betrekken (€7.000) zijn gedekt uit het budget voor de Omgevingsvisie voor 2022.

In deze brief geven we een overzicht van de activiteiten die we voor de ondervertegenwoordigde groepen organiseerden, wie we hebben gesproken en op welke schaal. De inhoudelijke bijdragen zijn door een onafhankelijk schrijfbureau in een verslag opgetekend (bijlage 1). Hiermee hanteren we dezelfde methodiek als eerder in stap 1, waar het verslag ook van dit schrijfbureau afkomstig is. Op www.hilversum2040.nl zijn de volledige gegevens, uitkomsten en verslagen van de activiteiten uit januari en februari toegevoegd.

1. Enquêtes op de markt

Op twee marktdagen, een woensdag en een zaterdag, heeft een team van enquêteurs jong volwassenen (44 in totaal), jonge gezinnen (64 in totaal) en inwoners met een niet-westerse achtergrond (17 in totaal)

aangesproken. In totaal hebben er 142 gesprekken plaatsgevonden (waaronder 17 gesprekken zonder aangegeven categorie) en zijn er evenzoveel enquêtes ingevuld. In meerdere gevallen vonden gesprekken plaats met mensen die in meerdere doelgroepen vielen, bijvoorbeeld jonge gezinnen met een niet-westerse achtergrond. In het verslag van het schrijfbureau zijn die combinaties van doelgroepen cijfermatig exact terug te vinden.

Er was net als tijdens de wijkgesprekken in november opnieuw veel enthousiasme onder de doelgroepen te bemerken om te vertellen wat goed is aan Hilversum en wat er nog beter kan. Door de diverse samenstelling van de groep enquêteurs konden ook mensen die de Nederlandse taal minder goed machtig waren hun ideeën meegeven.

2. Gesprekken met jongvolwassenen en jongeren via Versa

Er zijn met kleine groepen jongeren en jongvolwassenen (5 of 6 per keer) gesprekken gevoerd over de toekomst van Hilversum; met kinderen (10-12 jaar) in wijkcentrum de Kleine Lelie en met jongvolwassenen (tot 32 jaar) bij het Cruyff Court in Noord. Contact hiertoe is gelegd via Versa Welzijn. Positief is dat deze groepen aangeven graag ook in het vervolgtraject betrokken te blijven.

3. Enquêtes via basisscholen naar ouders

Deze specifieke activiteit om jonge gezinnen te bereiken leverde 17 ingevulde reacties op. De goede score op de markt en de wat tegenvallende enquêteresultaten doen vermoeden dat juist het actief benaderen van de drie ondervertegenwoordigde doelgroepen – die waarschijnlijk minder vanzelfsprekend deelnemen aan een participatietraject – en een persoonlijk gesprek voeren, beter werkt dan een enquête uitsturen.

4. Contact met ondernemers en maatschappelijke organisaties

Deze groepen hoorden niet tot de ondervertegenwoordigde doelgroepen in stap 1, maar ondernemers en maatschappelijke organisaties krijgen in stap 2 van het participatietraject (zie bijlage 2 – plan van aanpak stap 2 participatie Omgevingsvisie) in de zogenaamde ‘weken van de Omgevingsvisie’ wel veel ruimte om hun bijdrage aan de Omgevingsvisie te leveren. Om te zorgen dat deze partijen klaar staan om mee te doen zijn er met verschillende organisaties introducerende gesprekken gevoerd, te weten: de Kindergemeenteraad, het Klimaatmanifest, de belangenorganisatie die zich bezighouden met een groen Hilversum, cultuurverenigingen, sportbesturen en de fietsersbond. Er is ook nog een enquête naar alle Hilversumse ondernemers uitgegaan, waarbij ook al werd uitgevraagd wat zij van goed en te verbeteren vinden aan Hilversum. Hier kwamen 37 reacties op binnen.

Conclusie over betrekken ondervertegenwoordigde groepen

De intentie van deze inhaalslag is geweest de ondervertegenwoordigde groepen te betrekken voordat de tweede stap van het participatietraject in maart 2022 aanvangt. Gegeven de contactbeperkende maatregelen rondom corona is dit middels bovenstaande activiteiten goed gelukt. We zullen ervoor zorgen dat deze groepen in ieder geval door ons actief benaderd blijven worden, om zo uiteindelijk een Omgevingsvisie te hebben die met een representatieve dwarsdoorsnede van de Hilversumse samenleving tot stand is gekomen.

Hoogachtend,

Burgemeester en wethouders van Hilversum,
de gemeentesecretaris,

de burgemeester,