

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 7 oktober 2021
ZAAKNUMMER 1043629 / 1068369
BEHANDELD DOOR E. Bakker
TELEFOON (035) 629 2085
UW KENMERK -
BIJLAGEN -
BETREFT Beantwoording vragen ex art 41 RvO fractie LH over participatietraject Omgevingsvisie

Geachte raads- en commissieleden,

De fractie van Leefbaar Hilversum heeft op 9 juni 2021 vragen gesteld over het participatietraject Hilversum 2040.

De vragen van Leefbaar Hilversum gaan over de aanpak/insteek voor het participatieproces en de inzet van communicatiemiddelen, die ontwikkeld en ingericht waren door een extern bureau. Door inzet van een extern bureau werd onafhankelijkheid in het participatieproces beoogd. Op 21 juni 2021 hebben wij echter in nauw overleg met betrokken partijen besloten de participatieactiviteiten op te schorten tot na de zomer en de samenwerking met het bureau te beëindigen. De kwaliteit van de reeds geplande activiteiten kon niet worden gegarandeerd. Wij hebben op [21 juni 2021](#) uw raad daarover geïnformeerd en tegelijk een uitstelbericht voor de beantwoording van de artikel 41 vragen van de fractie LH gestuurd. Daarbij hebben wij aangegeven de aanbevelingen die in de vragen zijn gedaan waar mogelijk ter harte te nemen bij de doorstart van het proces.

Inmiddels is het participatieproces doorgestart, op basis van een aanpak die met alle betrokkenen is opgesteld en met hen verder wordt uitgewerkt. Ook hebben zij feedback gegeven op de inzet van communicatiemiddelen. Op 8 september 2021 hebben wij uw raad daarover in een BVS geïnformeerd.

Met deze collegebrief worden de vragen van de fractie LH beantwoord. Het mag duidelijk zijn dat de vragen gaan over een situatie die niet meer actueel is.

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?

De website www.hilversum2040.nl is inmiddels opnieuw opgezet en gevuld. Alle teksten zijn aangepast, waarbij feedback is gevraagd aan deelnemers van de klankbordgroep. De suggesties van de fractie LH zijn daarbij meegenomen.

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.

Vanaf 13 september 2021 ontvangen alle Hilversumse huishoudens een ansichtkaart, die hen aanspoort om ideeën voor de toekomst van Hilversum aan te dragen en die voor meer informatie verwijst naar www.hilversum2040.nl. Het klopt dat de omgevingswet en omgevingsvisie ‘grote’ en technische begrippen zijn. Daarom staat in de communicatie de toekomst van Hilversum centraal. Heldere taal is altijd een vereiste. Door feedback te vragen van de klankbordgroep zijn we daar continu mee bezig.

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.

De leesbaarheid van PR borden is belangrijk. We hebben aan de klankbordgroep feedback gevraagd op ontwerptideeën. Daarbij is ook naar de leesbaarheid en pakkende teksten gekeken.

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?

We praten op de website/het platform over de toekomst van Hilversum en daarvoor willen we weten met wie we in gesprek zijn. De techniek achter de website is specifiek met dit doel gekozen. Dat maakt dat we óf alle gebruikers laten registreren, óf alle gebruikers niet laten registreren. We hebben voor dat eerste gekozen, omdat we bij het eindrapport goed willen kunnen aangeven bij wie de input afkomstig is. Bij de registratie vragen we daarom om een beperkt aantal gegevens. Hierdoor kunnen we bij het verwerken van bijvoorbeeld een enquête gemakkelijk kijken welke groep er welke antwoorden geeft en dat helpt bij het interpreteren van de antwoorden. Bij open antwoorden heeft registreren als voordeel dat er minder snel spam of ongepaste tekst binnenkomt. Op de website leggen we dit ook uit: <https://hilversum2040.nl/nl-NL/pages/faq>.

Tegelijkertijd snappen wij de behoefte van Hilversummers die zich niet willen registreren om ook actief deel te kunnen nemen. ook mogelijkheden om actief deel te kunnen nemen. In ieder geval is de informatie op de website voor iedereen raadpleegbaar, ook zonder registratie. Inmiddels hebben wij ook een mogelijkheid gecreëerd om zonder registratie enquêtes te kunnen invullen. Aan www.hilversum2040.nl is een link toegevoegd die leidt naar een andere site (<https://www.bouwenaanhilversum.nl/enqueteomgevingsvisie2040>) waar de enquête zonder registratie kan worden ingevuld.

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?

Vanaf 13 september 2021 ontvingen alle Hilversumse huishoudens een Ansichtkaart en zetten we een promotieteam in. Verder gebruiken we allerlei offline-media en kanalen van bijvoorbeeld bewonersverenigingen om het participatieproces onder de aandacht te brengen. Verder komen er bijeenkomsten in wijken. Het hebben en gebruiken van een computer is geen vereiste om mee te kunnen doen.

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.

Het zijn goede suggesties. De Ansichtkaart die verspreid is, is een manier om dat te doen.

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.

Het idee om te gaan naar plekken waar mensen zijn, in plaats van mensen naar activiteiten te 'halen' is een van de uitgangspunten van de nieuwe aanpak. In overleg met de doelgroepen (inwoners, ondernemers, verenigingen, maatschappelijke partners) werken we nu een programma met activiteiten uit. We willen als gemeente zoveel mogelijk faciliteren, binnen de financiële middelen die beschikbaar zijn. Dat betekent waarschijnlijk dat we zullen moeten kiezen. Voor inloop voorzien we de inzet van een atelier, dat op meerdere momenten in de week open is.

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.

De website is opnieuw ingericht. Voor het gesprek over de toekomst van Hilversum maken we een gespreksleidraad en verschillende werkvormen die door doelgroepen kunnen worden ingezet. De gemeente faciliteert. Visualisatie is daarbij inderdaad belangrijk. Het klopt dat frisse taal motiveert om mee te doen. Daarom vragen we feedback aan de klankbordgroep.

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 hebben deze suggestie (9a) nog niet uit de klankbordgroep gekregen. Omdat de aanpak nu is: de gemeente faciliteert uw gesprek over de toekomst van Hilversum (in plaats van ‘de gemeente komt met u praten’) is het zaak om ook in beeld niet de verkeerde verwachting te wekken.

Zoals afgesproken in uw plan van aanpak, wordt de opbrengst van de participatie bij u teruggelegd in de vorm van denkrichtingen. Alle inbreng komt transparant op www.hilversum2040.nl. U krijgt van het college een ‘meespraak-notitie’. U neemt vervolgens een besluit over de denkrichting voor de ontwerp-Omgevingsvisie die we in fase 3 van het plan van aanpak gaan maken.

Hoogachtend,
Burgemeester en wethouders van Hilversum,
de gemeentesecretaris, de burgemeester,

W. Groot, ls.

P.I. Broertjes