



Raadsbrief

Datum 12 september 2024

Onderwerp Campagneplan voor de aanvulling op de Omgevingsvisie
Versienummer 1

Portefeuillehouder Gerdien Rots

Samenvatting

Het college van burgemeester en wethouders informeert de gemeenteraad over het campagneplan voor de aanvulling op de omgevingsvisie 'Ons Zwolle van Overmorgen'. In de huidige omgevingsvisie voor Zwolle zijn strategische (ruimtelijke) keuzes voor de leefomgeving tot en met het jaar 2030 gemaakt. De gemeente Zwolle werkt nu aan een aanvulling van de omgevingsvisie met keuzes voor na het jaar 2030. Een essentieel onderdeel van deze aanvulling is de participatie: Zwillenaren worden nadrukkelijk uitgenodigd om mee te denken en input te leveren. Er is een campagneplan opgesteld dat beschrijft op welke manier de Zwolse samenleving wordt betrokken. Het campagneplan beschrijft meerdere doelen en bestaat uit meerdere onderdelen. De campagne loopt van maandag 16 september tot en met zaterdag 12 oktober. Het resultaat van de campagne en het participatieproces wordt gebruikt om te komen tot de aanvulling op de omgevingsvisie. De gemeenteraad wordt na afloop van de campagne geïnformeerd over de opbrengsten van de campagne.

Bijlagen

Bijlage 1 - Campagneplan 'Ons Zwolle van Overmorgen'

Openbaarheid

- ☒ Openbaar
☐ Geheim

Wij stellen u voor kennis te nemen van:

Het campagneplan 'Ons Zwolle van Overmorgen' voor de aanvulling op de Omgevingsvisie.



Datum

12 september 2024

Inleiding

De huidige omgevingsvisie voor Zwolle is op 13 september 2021 vastgesteld door de gemeenteraad waarin gemeentelijke ambities zijn vastgelegd voor veel beleidsthema's. Ook zijn strategische (ruimtelijke) keuzes voor de leefomgeving tot en met het jaar 2030 gemaakt. De gemeente Zwolle werkt nu aan een aanvulling van de omgevingsvisie met keuzes voor na het jaar 2030.

In mei 2023 is de bestuurlijke opdracht vastgesteld door het college voor het doen van een aanvulling op de omgevingsvisie. Voor de aanvulling zijn inhoudelijke bouwstenen opgesteld die ter kennisgeving door de gemeenteraad [op 21 mei 2024](#) zijn aangenomen. Net als bij de totstandkoming van de huidige omgevingsvisie, zetten we stevig in op participatie. Dat doen we op basis van de vorig jaar ontwikkelde Zwolse participatiemethode Hanza! Dit is beschreven in het Plan van aanpak participatie voor de aanvulling op de omgevingsvisie dat door de gemeenteraad [op 15 juli 2024 is vastgesteld](#).

De aanvulling op de omgevingsvisie resulteert uiteindelijk in een kaartbeeld met een ruimtelijk ontwikkelperspectief en bijbehorende toelichting. Dit kaartbeeld is niet alleen gebaseerd op de nieuwe scenario's maar ook op de bestaande omgevingsvisie. Het doel is om een geïntegreerde visie te creëren met de huidige omgevingsvisie "Ons Zwolle van Morgen" als basis, aangevuld met de uitkomsten van het programma "Ons Zwolle van Overmorgen".

Een essentieel onderdeel is de participatie van de inwoners van Zwolle. We werken vanuit de Hanza methode en dit programma is een pilot om deze methode toe te passen. Zwolse inwoners worden nadrukkelijk uitgenodigd om mee te denken en input te leveren op basis van verschillende scenario's. Deze scenario's, die sterk van elkaar verschillen, vormen de basis voor discussie en feedback. Het doel is om te achterhalen wat inwoners wel en niet willen, waarbij hun input in het traject wordt meegenomen en verwerkt tot een verzamelscenario: het ruimtelijk ontwikkelperspectief.

Met deze raadsbrief informeren wij u over het campagneplan dat is opgesteld, zoals beschreven staat in het plan van aanpak participatie. Het campagneplan beschrijft op welke manier de Zwolse samenleving wordt betrokken.

Kader

- [Plan van aanpak participatie aanvulling omgevingsvisie – vastgesteld 15 juli 2024](#)
- [Hanza!, vastgesteld april 2023](#)
- [Huidige Omgevingsvisie, vastgesteld september 2021](#)

Kernboodschap

Om voor de aanvulling op de omgevingsvisie de juiste input te ontvangen van de Zwolse inwoners, ondernemers en organisaties, is een campagneplan opgesteld. Het campagneplan beschrijft meerdere doelen en bestaat uit meerdere onderdelen. De campagne loopt van maandag 16 september tot en met zaterdag 12 oktober. Het resultaat van de campagne en het participatieproces wordt gebruikt om te komen tot de aanvulling op de omgevingsvisie.

Toelichting

De campagne voor de aanvulling op de omgevingsvisie van Zwolle heeft verschillende doelen die opeenvolgend werken: informeren, enthousiasmeren, mening geven en het bevorderen (of voeren) van dialoog, zodat we inbreng van inwoners ontvangen:



Datum

12 september 2024

1. Informeren over inhoud en proces: we informeren over zowel inhoud als proces van de aanvulling van de omgevingsvisie. We streven ernaar dat inwoners begrijpen wat er van hen gevraagd wordt en hoe hun input gebruikt zal worden. Duidelijkheid over de specifieke vragen en thema's waarover zij kunnen meedenken, is daarbij cruciaal;
2. Enthousiasmeren en trots opwekken: we willen dat inwoners zich betrokken bij en trots op hun stad voelen en de rol die zij kunnen spelen in de toekomstige ontwikkeling ervan. Door het creëren van een positieve en inspirerende boodschap hopen we inwoners te motiveren om actief deel te nemen en hun visie te delen;
3. Ruimte bieden om ideeën, adviezen, wensen en zorgen in te brengen: eenmaal enthousiast en betrokken, worden de inwoners gestimuleerd om hun ideeën, adviezen, wensen en zorgen actief met ons te delen. Belangrijk daarbij is dat inwoners weten en ervaren dat hun inbreng ertoe doet.
4. Het bevorderen van dialoog en wederkerigheid: het is essentieel dat inwoners zich bewust worden van hun rol in de complexe besluitvormingsprocessen die onze stad en buitengebied beïnvloeden. Door middel van open dialogen kunnen inwoners hun stem laten horen en hun inbreng geven. Dit daagt inwoners uit om verantwoordelijkheid te nemen voor de keuzes die zij maken;
5. Het opbouwen van vertrouwen en benaderbaarheid van de gemeente: Naast de directe doelen, streven we naar het opbouwen van vertrouwen in en de benaderbaarheid van de gemeente als geheel. We willen laten zien dat de gemeente openstaat voor input van inwoners en dat hun bijdragen serieus worden genomen. Het proces moet transparant en begrijpelijk zijn, zodat inwoners begrijpen waarom bepaalde keuzes gemaakt worden en hoe zij hierbij betrokken kunnen zijn.

Het campagneteam heeft gezocht naar een goede boodschap. Een centrale zin die alles moet samenvatten en invulling moet geven aan wat we inwoners mee willen geven. Daar is de volgende campagneboodschap uitgekomen:

“Doe, denk en droom mee over ons Zwolle van (over)morgen! Deel jouw visie voor de toekomst van onze stad en help ons keuzes te maken voor een duurzame en leefbare toekomst. Want samen maken we Zwolle!”

De daadwerkelijke campagne bestaat uit vier onderdelen. Alle vier de onderdelen hebben ze hun eigen doel. Op deze manier denken we de doelgroep het beste te bereiken, de gestelde doelen te dienen én maken we tevens gebruik van bestaande kanalen en middelen van de gemeente Zwolle.

1. De basiscampagne: we maken gebruik van zoveel mogelijk bestaande kanalen van de gemeente. Na de campagne kunnen deze kanalen namelijk nog steeds ingezet worden en kan de campagne overgaan in een doorlopende communicatie met de inwoners van Zwolle;
2. Open Stad: ook voor de aanvulling op de omgevingsvisie gaan we gebruik maken van het platform Open Stad. Inwoners kunnen op verschillende thema's (zoals wonen, duurzaamheid, mobiliteit of economie) online feedback geven;
3. De reizende campagne: de reizende woonkamer is ontworpen als een gastvrije en herkenbare ontmoetingsplek waar inwoners van Zwolle zich thuis voelen. We nodigen mensen uit om open en ontspannen in gesprek te gaan over de toekomst van hun stad. Het gaat hier om kwaliteit: het hoofddoel is niet het bereiken van grote aantallen inwoners, maar juist het gesprek en de nuance;



Datum

12 september 2024

4. Toekomstfestival 2040: Het festival is de afsluiter van de campagne. De plek waar alles samenkomt. Het festival zal worden opgezet als een kleinschalig evenement waar we laten zien wat we hebben opgehaald. Er is volop ruimte om in gesprek te gaan. Maar bovenal willen we mensen zich trots laten voelen dat ze in Zwolle wonen en werken.

Maatschappelijk draagvlak & participatie

Dit campagneplan komt voort uit het eerder vastgestelde plan van aanpak participatie voor de aanvulling op de omgevingsvisie waar het maatschappelijk draagvlak voor de aanvulling op de omgevingsvisie centraal staat. Het plan van aanpak, en daarmee ook dit campagneplan, is opgesteld conform het vastgestelde Hanza!-beleid.

Communicatie

Het hoofddoel is om zoveel mogelijk Zwollenaren te bereiken. Waar de van nature betrokken Zwollenaar sowieso bereikt en geactiveerd zal worden door de diverse middelen die we 'standaard' inzetten in de campagne (krant, social media, posters langs de weg, etc.), zijn sommige groepen lastiger te bereiken. Zij vereisen speciale aandacht. Om ervoor te zorgen dat ook hun perspectieven en behoeften worden meegenomen richt de campagne zich vooral op deze groepen:

- Verhuizers: mensen die momenteel bezig zijn met het zoeken naar een woning binnen Zwolle (doorstromer) of naar Zwolle willen verhuizen (nieuwkomer);
- De toekomstige gebruikers van de omgeving: voornamelijk jongeren tussen 10 en 18 jaar die middelbaar onderwijs volgen, evenals jongvolwassenen van 18 tot 25 jaar die momenteel mbo, hbo of wo onderwijs volgen. Het is van groot belang om hun perspectieven en behoeften te begrijpen, aangezien zij de toekomst van de stad vormen;
- De Blauwvingers: deze groep vertegenwoordigt het kloppende hart van Zwolle, en hun inzet en enthousiasme is van onschatbare waarde voor de toekomst van de stad;
- De beelddenkers: inwoners die niet denken in woorden en teksten maar beelden en verbeelding, veelal de groep inwoners die om verschillende redenen moeite hebben met het lezen van Nederlandse teksten en daarom op een andere manier bereikt moeten worden;
- Bewoners van het buitengebied: deze groep kan een andere achtergrond en behoeften hebben dan stedelijke inwoners, maar hun input is net zo belangrijk. Het is essentieel om hun perspectieven te integreren aangezien de omgevingsvisie de gehele gemeente Zwolle omvat, inclusief het buitengebied.

Voorafgaand en tijdens de campagne maken we gebruik van verschillende kanalen om deze doelgroepen te bereiken. Maar ook na de campagne op zaterdag 12 oktober blijven we de communicatiekanalen gebruiken om te communiceren over opbrengsten, het vervolg en uiteindelijk de aangevulde omgevingsvisie medio 2025.

Financiën

De kosten voor het campagneplan en de uitvoering ervan zijn gedekt uit het budget voor de aanvulling op de omgevingsvisie.

Risico's

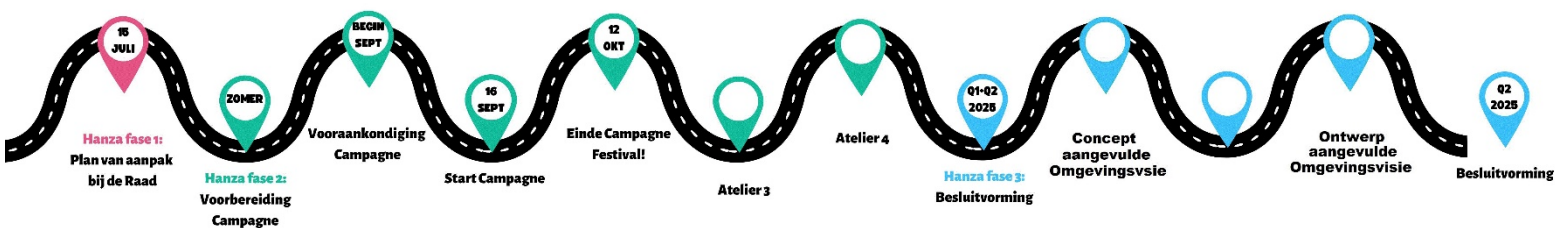
Risico's die worden voorzien voor het uitvoeren van het campagneplan zijn:

Datum 12 september 2024

- Deze campagne heeft als doel zoveel mogelijk input en meningen van de Zwolse inwoner op te halen. We maken hiervoor gebruik van het platform Open Stad. Dit platform is voor iedereen zichtbaar en toegankelijk. Hierdoor is inzichtelijk wat er opgehaald wordt en is daarmee open en transparant. Op deze manier komen alle belangen op tafel. Het gaat in dit proces niet om het creëren van maatschappelijk draagvlak, immers niet iedereen zal tevreden zijn met de keuzes die gemaakt worden. Het gaat erom dat iedereen input kan leveren wanneer hij/zij dat wil. Daarbij voorzien we ook dat er reacties zullen komen die we niet kunnen verwerken omdat ze bijvoorbeeld onvolledig zijn. Uiteindelijk moet de input die gegeven is herkenbaar zijn in het uiteindelijke resultaat, de aangevulde omgevingsvisie. We zullen toelichten welke input gebruikt is en welke input niet en waarom niet.
- We werken vanuit een bestaande omgevingsvisie die we op een aantal thema's gaan aanvullen. Dit betekent dat er al een basis ligt (de huidige omgevingsvisie). Het moet daarom duidelijk zijn waar mensen wel over kunnen meepraten, en welke zaken niet ter discussie staan. Om te voorkomen dat hier onduidelijkheid over ontstaan wordt dit expliciet geadresseerd binnen de vier campagneonderdelen.

Vervolg

De campagne is onderdeel van Hanza! fase 2. Zie *figuur 1 voor de planning*. De gemeenteraad wordt na afloop van de campagne geïnformeerd over de opbrengsten van de campagne. Dit zal in november zijn. De opbrengsten van de campagne worden, samen met de bouwstenen en opbrengsten van de werkateliers, gebruikt voor het uitwerken van een ruimtelijk ontwikkelperspectief over de toekomst van Zwolle. Dit ruimtelijk ontwikkelperspectief is de integrale basis voor de aanvulling op de omgevingsvisie. In fase 3 volgt de besluitvorming hierover met een 'Ontwerp aangevulde omgevingsvisie' en uiteindelijk de definitieve omgevingsvisie 'Ons Zwolle van Overmorgen'. De gemeenteraad wordt in fase 3 uitvoerig betrokken.



Figuur 1. Planning.

Openbaarheid

Deze raadsbrief is openbaar.

Burgemeester en wethouders van Zwolle,



voorstel

Zwolle

Datum 12 september 2024

burgemeester, Peter Snijders

secretaris, Dick Emmer