

Gemeenteraad Vlissingen
Postbus 3000
4380 GV VLISSINGEN

UW BRIEF VAN

UW KENMERK

ONS KENMERK

DATUM

BEHANDELD DOOR

BEZOEKADRES

1260524 / 1260529

2 december 2020

E. van Boxtel-Bouter

Paul Krugerstraat 1

TELEFOON

0118-487000

BIJLAGEN

Rapportage
Strategische visie

ONDERWERP

RIB Participatie-aanpak strategische visie

Geachte raadsleden,

In de raadsinformatiebrief van september hebben we u bijgepraat over de vernieuwde participatieaanpak voor de strategische visie en de planning voor deze aanpak. Meer specifiek hebben we u geïnformeerd over de intensieve samenwerking met het project citymarketing en de drie fases die we in deze eerste participatieronde onderscheiden: breed ontdekken, verdiepend ontdekken en ontdekkingen samenvatten. Inmiddels hebben we de fase breed ontdekken afgesloten en zijn de voorbereidingen voor de verdiepende fase in volle gang. In deze raadsinformatiebrief vindt u de resultaten van de fase breed ontdekken en vertellen we hoe we de fase verdiepend ontdekken voor ons zien. Uiteraard hebben we ook deze fase afgestemd op de nu geldende coronaregels.

Breed ontdekken, de aanpak

In de fase 'breed ontdekken' hebben inwoners, ondernemers, bezoekers, verenigingen, inwoners van Walcheren en studenten anoniem laten weten hoe zij de toekomst van de gemeente Vlissingen zien. Het centrale middel in deze fase was een digitale vragenlijst. Deze vragenlijst bevat vragen voor de strategische visie en voor citymarketing. Met roadshow (zie kader), flitspeilingen en projectenpagina hebben we niet alleen input opgehaald, maar bovendien de aandacht op de vragenlijst gevestigd. In de wijken waar de honkvaste buurtbewoners wonen, zijn we bovendien met een verkorte vragenlijst langs de deur geweest. Helaas is een deel van de roadshow door de aangescherpte coronamaatregelen en een storm op een van de geplande dagen in het water gevallen.

Breed ontdekken, de resultaten

Toch hebben we veel mensen bereikt. Zo hebben 1833 mensen de vragenlijst ingevuld, hebben 91 mensen actief meegedaan aan de roadshow en hebben 83 mensen de verkorte vragenlijst tijdens de deur-aan-deur gesprekken ingevuld. De vragenlijst, roadshow en deur-aan-deur gesprekken laten eenzelfde beeld zien. In deze brief nemen we u graag mee in de conclusies die onderzoeksbureau Citisens op basis van de vragenlijst heeft getrokken. In de bijlage van deze mail vindt u het volledige onderzoeksrapport. Zo kunt u de resultaten nog eens rustig nalezen.

Ligging aan zee

De ligging aan de zee is van groot belang voor Vlissingen. Voor ruim driekwart van de inwoners is dat een van de belangrijkste redenen om in Vlissingen te wonen. Inwoners zijn over het algemeen ook tevreden over hun woonplaats. De zee, met de boulevard en de mooie omgeving is wat veel invullers trots maakt. Ook voor mensen die (nog) niet in Vlissingen wonen is de zee belangrijk. Op de vraag 'Waar moet Vlissingen in 2040 om bekend staan op Walcheren' gaan de reacties vooral over een groene, gezellige kuststad.

Vlissingen in de toekomst

Voor de toekomst van Vlissingen konden invullers aangeven welke thema's ze belangrijk vonden. Ieder thema werd door een meerderheid van de invullers als belangrijk of zeer belangrijk aangemerkt. 93% van de invullers vindt het thema landschap en natuur belangrijk of zeer belangrijk. Daarbij gaat het invullers vooral om ruimte voor groen en natuur. Onderwijs en gezondheid & welzijn worden beide door 88% van de invullers belangrijk of zeer belangrijk gevonden. Bij het thema onderwijs vinden invullers de diversiteit in het aanbod van HBO en MBO belangrijk. Bij gezondheid en welzijn zien invullers graag een veilige en schone leefomgeving. Toerisme en recreatie werd door 'slechts' 61% belangrijk of zeer belangrijk gevonden.

Ondernemers, verenigingen en studenten

Het valt op dat ondernemers geen duidelijke mening hebben over het vestigingsklimaat in Vlissingen. 42% van de ondernemers heeft meer klanten of afnemers nodig in de toekomst. Daarnaast ziet ruim een derde van de ondernemers graag een stimulans voor innovatie of juist voor startende ondernemers. Ook leden van verenigingen hebben niet een duidelijke, eensgezinde visie op de situatie voor verenigingen in Vlissingen. Wel is er een duidelijke meerderheid die betere faciliteiten, zoals gebouwen, nodig vindt voor de toekomst. Daarnaast ziet ruim vier op de tien verenigingsleden graag een stimulans om financieel gezond te zijn. Voor studenten zijn vier zaken vooral belangrijk om na hun studie te blijven in Vlissingen: het woningaanbod, mogelijkheden om te werken, een mooie leefomgeving en goede faciliteiten in de binnenstad.

Betrokken inwoners

De vragenlijst, deur-aan-deurgesprekken en de roadshow hebben niet alleen input voor de strategische visie opgeleverd, het heeft ook duidelijk gemaakt dat veel inwoners graag betrokken blijven bij het opstellen van de toekomstvisie. In totaal heeft 69% aangegeven betrokken te willen blijven. Zo willen 1182 inwoners graag op de hoogte worden gehouden over de totstandkoming van de strategische visie en willen 501 invullers graag verder meepraten over de toekomstvisie. Daarmee hebben we een mooi adressenbestand om nu en in de toekomst met de inwoners, ondernemers en verenigingen verder te praten over de strategische visie en andere onderwerpen.

Verdiepend ontdekken

Dat verder praten over de strategische visie gaan we als eerste doen tijdens de fase verdiepend ontdekken. In deze fase gaan we met kleinere groepen thema's verder uitwerken. In de vorige raadsinformatiebrief heeft u kunnen lezen welke middelen we daarvoor in gedachten hadden. Door de aangescherpte coronamaatregelen vallen een aantal voorgenomen middelen helaas af. Het gaat hierbij om de picknicktafelgesprekken, de speeddates met de ondernemers en de video van de verenigingen. Ook de verdiepende sessies die we samen met citymarketing wilden organiseren moeten we anders vormgeven. We willen al deze middelen vervangen door een online festival. Inmiddels zijn de voorbereidingen voor dit festival in volle gang. Omdat we opnieuw anders aan de slag gaan dan gepland, hebben we iets meer tijd nodig om de fase verdiepend ontdekken voor te bereiden. Dit heeft echter geen effect op de verdere planning van het project.

Online festival

Maar wat is precies een online festival? Tijdens het online festival kunnen geïnteresseerden online op een leuke en prikkelende manier meedenken over de toekomst. Eigenlijk is het festival te zien als digitale versie van een minicongres. Mensen kunnen zich voor een of meerdere workshops opgeven. Deze workshops vinden dan alleen niet in een zaaltje plaats maar online. Natuurlijk doen we ons best om ook deze online workshops op een leuke, interessante manier vorm te geven. De inhoud van de workshops bepalen we op basis van de resultaten van de vragenlijst, de roadshow en de deur-aan-deurgesprekken. Zo praten we verder over onderwerpen die van belang zijn. Het festival zal op twee avonden worden gehouden: 7 en 8 december. De uitnodigingen worden in week 48 worden verzonden. Dan is er op www.vlissingen2040.nl ook een website te vinden waar mensen zich gemakkelijk kunnen opgeven.

Iedereen krijgt de mogelijkheid om aan drie workshops mee te doen. Om ervoor te zorgen dat een echt gesprek mogelijk is, kunnen maximaal 20 mensen zich inschrijven voor een workshop. Als we merken dat er meer interesse is voor een bepaalde workshop, gaan we bekijken op welke datum we deze workshop eventueel nog een keer kunnen geven. Omdat de voorbereidingen in volle gang zijn, kunnen we nog geen definitief lijstje met workshops geven. Om een beeld te geven van de onderwerpen waar we aan denken, delen we toch graag het voorlopige lijstje met workshops:

- Een bloeiend verenigingsleven;
- Wonen en leven;
- Recreëren;
- Gezond leven;
- Natuur en klimaat;
- Ondernemen en studeren;
- Wilde dromen.

Daarnaast worden tijdens het festival de verdiepende sessies voor citymarketing gehouden. Zo blijven we samen optrekken.

Betrekken jongeren

In de fase verdiepend ontdekken gaan we ook met jongeren in gesprek over de toekomst. Dat doen we via de scholen. Inmiddels hebben we een leuke en eigentijdse les bedacht om de kinderen uit de groepen 7 en 8 mee te laten denken over de toekomst. Deze les is ontwikkeld in samenwerking met IMC-basis. Tijdens de les maken de leerlingen een fictieve Instagrampost bij een foto van Vlissingen. In deze post staat hoe de gefotografeerde plek er in 2040 uitziet. De Instagramposts kunnen wij vervolgens gebruiken als input voor de strategische visie. Per groep gaan drie leerlingen bovendien met de burgemeester in gesprek over de toekomst van de stad. We zijn begonnen op de Ravensteinschool en hebben inmiddels de andere basisscholen aangeschreven. Ook met de middelbare scholen is contact over het betrekken van de leerlingen. Zij overleggen op dit moment of zij een les over de toekomstvisie in deze bijzondere tijd ingepast krijgen.


Uw betrokkenheid

In de verdiepende fase stond ook een bijeenkomst met de gemeenteraad gepland op 3 november. Door onvoldoende animo is deze bijeenkomst helaas komen te vervallen. Als we een eerste versie van de strategische keuzes voor de stad hebben opgesteld, plannen we graag weer een bijeenkomst. We vinden het belangrijk om de strategische keuzes samen met u te maken.

De volgende bijeenkomst zal in februari of maart plaatsvinden. We hopen u daar te zien en spreken.

Hoogachtend,

burgemeester en wethouders van Vlissingen,
de secretaris, de burgemeester,



mr. drs. ing. M. van Vliet



drs. A.R.B. van den Tillaar