# Bijlage A. Communicatie en Participatie - Gemeente Uithoorn

## 1. Communicatiedoelen

| | |
|---|---|
| **Duidelijkheid & verwachtings-management** | Uitleggen waarom we deze visie maken en met Uithoorn & De Kwakel vooruitkijken naar 2050, hoe het proces verloopt en wanneer mensen kunnen meedoen. Duidelijk maken waarover mensen kunnen meepraten, wat de status van hun inbreng is en wanneer we terugkoppelen. |
| **Breed en divers bereik** | Niet alleen de vaste deelnemers bereiken, maar ook kinderen, jongeren, ondernemers en inwoners die niet vanzelf naar een bijeenkomst komen.<br>Mensen uitnodigen om hun toekomstbeelden, ervaringen en later ook voorkeuren te delen. |
| **Betrokkenheid** | Tussen iedere fase zichtbaar maken wat is opgehaald, wat ermee gebeurt en wat de volgende stap is. |
| **Terugkoppeling** | Zorgen dat project, gemeente en raad herkenbaar en in dezelfde lijn communiceren. |
| **Consistentie** | |

## 2. Kernboodschap

Uithoorn & De Kwakel kijken vooruit naar 2050. De visie ontstaat stap voor stap: met de inbreng van mensen die hier wonen en werken, met kennis over trends&ontwikkelingen, en met keuzes van de gemeenteraad.

**Centrale vraag: Wat is jouw droom voor Uithoorn & De Kwakel in 2050?**

## 3. Doelgroepen en bestuurlijke betrokkenheid

| | |
|---|---|
| **Brede samenleving** | Inwoners & ondernemers, maatschappelijke organisaties - verschillende leeftijden en achtergronden |
| **Specifieke doelgroepen** | kinderen en jongeren, ouderen, ondernemers, maatschappelijke organisaties en inwoners die niet vanzelf deelnemen; per fase bepalen we welke groepen extra aandacht vragen. |
| **Gerichte deelnemers** | Groepen en deskundigen die passen bij de inhoudelijke vraag van een specifieke fase |
| **Gemeenteraad** | De raad is opdrachtgever/kadersteller en is vooral in de eerste brede participatiefase actief zichtbaar als luisteraar en aanjager van deelname. De ambtelijke organisatie organiseert en faciliteert de participatie. Raadsleden gaan in gesprek met inwoners, stellen open vragen en luisteren, zonder eigen standpunten of oplossingen in te brengen. Daarna komt de raad op eigen bestuurlijke momenten weer in positie. |

De uitgangspunten, fasering en bestuurlijke betrokkenheid worden hiermee vastgelegd. De concrete middelenmix en uitvoering worden per fase door Team Communicatie en het projectteam uitgewerkt binnen deze kaders.

## 4. Communicatielijn: ‘Thuis in Uithoorn & De Kwakel’

**Thuis in Uithoorn & De Kwakel** is de herkenbare communicatielijn rond de Strategische visie Gemeente Uithoorn 2050. Niet één campagne op één moment, maar een verhaal dat gedurende het hele traject kan meegroeien. Steeds staat dezelfde gedachte centraal: hoe ziet ons thuis er in 2050 uit? Daarom beginnen we niet met beleidskeuzes, maar met dromen, verhalen en toekomstbeelden van mensen die hier wonen, werken, opgroeien en ondernemen.

Die verhalen krijgen op verschillende manieren een gezicht: via portretten, de Droomboom, activiteiten in buurten en online. Naarmate het traject verder komt, verandert ook de communicatie: van breed dromen naar gerichter meedenken en keuzes bespreken. Ondertussen blijven we steeds teruggeven wat we horen en wat ermee gebeurt.

‘Droom’ nodigt uit om vrij vooruit te kijken, zonder de verwachting te wekken dat iedere ingebrachte gedachte één-op-één wordt uitgevoerd. De lijn kan gedurende het hele traject terugkomen en steeds worden gevuld met nieuwe mensen, plekken en verhalen.




**Portretten - dromen krijgen een gezicht**
Echte inwoners, ondernemers, jongeren, sporters en vrijwilligers delen één persoonlijke droom voor 2050.




**Droomboom - participatie komt naar je toe**
Een verplaatsbare plek voor droomkaarten en digitale reacties, op verschillende locaties in Uithoorn en De Kwakel.



**Kinderen en jongeren**
Op school en via jongerenkanalen: tekenen, korte gesprekken en verhalen over hoe hun thuis er in 2050 uit zou moeten zien.



**Mogelijke activatie later**
Een selectie van dromen kan later mogelijk blijvend zichtbaar worden. Dit is een idee om nader te onderzoeken, geen vast onderdeel.

NB. Illustratieve richting geen vastgestelde middelenmix. De voorbeelden hieronder laten zien hoe de herkenbare publiekslijn eruit kan zien. De conceptafbeeldinge zijn eerdere voorbeelden; in de definitieve uitwerking gebruiken we consequent ‘droom’ en ‘Droomboom’.

# 5. Participatiereis: van breed dromen naar besluitvorming

Dereislaat desamenhang zien tussen publiekscommunicatie, formeleparticipatieenbestuurlijke momenten. Tussen iedere fase wordt de opbrengst zichtbaar teruggeven.



## FASE 1 - VOORBEREIDING (SEP-OKT '26)

**Samenleving:**
Nog niet inhoudelijk participeren; uitleggen dat het traject start.

**Communicatie:**
Basisboodschap, projectpagina en herkenbare lijn voorbereiden.

**Formeel:**
PvA en kaders vaststellen, sessies en doelgroepen voorbereiden.

**Raad:**
Opdrachtgever/ Werkgroep raadscommunicatie vooraf geinformeerd.

## FASE 2 - BREED DROMEN (OKT-DEC '26)

**Samenleving:**
Dromen, zorgen, kansen en toekomstbeelden breed ophalen.

**Communicatie:**
Vooraf duidelijk maken: wat vragen we, wat gebeurt er met de inbreng en wanneer koppelen we terug?

**Formeel:**
17 nov externe trends; 14 dec participatie trends & hartenkreten.

**Raad:**
Bij: aftrap en participatie actief zichtbaar; luistert, gaat in gesprek en stimuleert deelname. De ambtelijke organisatie faciliteert.

**TERUGKOPPELING:**
Na breed ophalen:
Dit droomt Uithoorn & De Kwakel: welke onderwerpen, zorgen en kansen horen we?

## FASE 3 - VERDIEPEN & VOORKEUREN (JAN-MRT '27)

**Samenleving:**
Thema's verdiepen en voorkeuren bij richting ophalen.

**Communicatie:**
Eerste opbrengst teruggeven, gerichte uitnodigingen, enquête waar passend.

**Formeel:**
19 jan strategische vragen; 2 + 18 feb antwoordopties; 2 mrt voorkeuren.

**Raad:**
toehoorder bij participatie over voorkeuren; in april reageert de raad op de tussenstand.

**TERUGKOPPELING:**
Na verdiepen / voorkeuren:
Dit zijn de belangrijkste thema's en voorkeursrichtingen die uit de gesprekken en enquete komen.

## FASE 4 - CONCRETISEREN (APR-JUN '27)

**Samenleving:**
Gericht reageren op keuzes, doelen en rol van de gemeente.

**Communicatie:**
Uitleggen hoe eerdere input is vertaald, gericht werven en teruggeven.

**Formeel:**
13 april raadsbijeenkomst; 25 mei doelen & rollen; 10 juni indicatoren.

**Raad:**
Raad reageert in april op de tussenstand en geeft aandachtspunten mee; geen standaardrol in participatiesessies.

**TERUGKOPPELING:**
Toehoorder bij participatie over doelen en rollen; ontvangt daarna terugkoppeling over de inhoudelijke afronding.

## FASE 5 - AFRONDEN & BESLUITEN (JUL-OKT '27)

**Samenleving:**
Geen nieuwe brede ronde, laten zien waar het traject is uitgekomen.

**Communicatie:**
Eindproduct toegankelijk maken, na vaststelling publiekslancering.

**Formeel:**
7 sep afpoetsen eindproduct; oktober vaststelling gemeenteraad.

**Raad:**
Formele besluitvorming gemeenteraad.

**TERUGKOPPELING:**
Na besluitvorming:
Dit is de vastgestelde visie - en zo is de inbreng uit het traject daarin teruggekomen.

Tussen de stappen worden inhoudelijke tussenresultaten afgestemd met de werkgroep Strategische Visie