

Communicatie- en participatieplan Modernisering parkeren Gooise Meren

Communicatie- participatieplan

Versie 2.0

Datum 24 juli 2024

Kerngegevens

"Parkeren is een vak, geen twee vakken".

Zo doen we het in Gooise Meren:

- We betrekken belanghebbenden op tijd.*
- We geven de mensen die het raakt gelegenheid om mee te kunnen doen.*
- We luisteren en onderzoeken wat er speelt.*
- We communiceren duidelijk en zorgvuldig over de inhoud, het proces en de uitkomst.*
- Vooraf stellen we duidelijke participatiekaders. Die leggen we vast in dit document.*
- Hierdoor managen we verwachtingen over het doel en de mate van invloed.*

Projectleider	Maciek Jablonski
Afdeling	M&O
Datum	24 juli 2024
Behandeling	Bij voorstel parkeerbeleid
Auteur	Rina van den Boogaard/ Alice van Gerner, team Communicatie
Opdrachtgever	Yvonne Goverts
Zaaknummer	865942

Inhoudsopgave

1	Waarom in gesprek?	4
1.1	De opgave	4
1.2	Aanleiding	4
1.3	Uitgangspunten	4
1.4	Motie	5
2	Omgeving	6
2.1	Wie	6
2.2	Betrokkenheid	6
2.3	Krachtenveld	Fout! Bladwijzer niet gedefinieerd.
2.4	Benadering	8
2.5	Communicatiewaarden	8
3	Communicatie en participatie	9
3.1	Wat betekent dit voor de communicatie- en participatieaanpak?	9
3.2	Strategie	10
3.3	Hoofddoel: zorgvuldige en tijdige communicatie	10
3.4	Er was al participatie bij het opstellen van de mobiliteitsvisie en parkeervisie	11
3.5	Afbakening: wat doen we later?	11
3.6	Eindresultaat voor communicatie en participatie	11
4	Het verhaal	12
5	Aanpak	14
5.1	Toegankelijk en benaderbaar	14
5.2	Brede communicatie	14
5.3	Wat doen we nog meer?	14
5.4	Planning op hoofdlijnen	15

1 Waarom in gesprek?

1.1 De opgave

Het moderniseren van de parkeerketen en het actualiseren van ons parkeerbeleid heeft een impact op de omgeving. Het is voor het succes van het project belangrijk dat de omgeving goed geïnformeerd is over, en waar mogelijk betrokken wordt bij, het proces. In dit plan staat hoe we de communicatie en participatie gaan invullen.

1.2 Aanleiding

Bereikbaarheid is een belangrijke voorwaarde voor prettig wonen, werken en recreëren in de Gooise Meren. Wij willen dat mensen zich goed en veilig kunnen verplaatsen. Soms zijn stevige keuzes nodig om dat waar te maken. Om leefbaarheid en bereikbaarheid in evenwicht te houden zetten we in op schonere, slimmere en andere mobiliteit. Dat betekent dat we lopen en fietsen voorop zetten en werken aan een kwaliteitsimpuls van het openbaar vervoer. Ook de auto is én blijft belangrijk voor het reizen van A naar B.

Onze mobiliteit gaat de komende jaren veranderen. Hoe we parkeren in Gooise Meren organiseren heeft daar veel invloed op. Een reis met de auto begint en eindigt namelijk met parkeren en is daarmee een vast onderdeel van hoe mensen zich verplaatsen. Waar, wanneer en tegen welke kosten geparkeerd kan worden is dus een belangrijk sturingsinstrument. In de 'Mobiliteits- en Parkeervisie Gooise Meren 2040' is al duidelijk richting gegeven aan hoe de komende jaren met parkeren wordt omgegaan in de Gooise Meren.

1.3 Uitgangspunten

Parkeren is geen doel op zich, maar ondersteunend aan onze ambities om een goed en gezond woon-, leef- en werkklimaat in Gooise Meren te behouden en te vergroten waar het kan. Al deze ambities leggen een claim op dezelfde ruimte. We moeten dus zorgvuldig en creatief met die ruimte omgaan. Auto's staan het overgrote deel van de tijd stil. Al die stilstaande auto's leggen beslag op de ruimte en verminderen zo de leefbaarheid. De uitdaging is om steeds de goede balans te vinden en te houden.

De auto heeft daarbij niet vanzelfsprekend meer het eerste recht op een plek in de openbare ruimte. Dat betekent dat andere functies voorrang kunnen krijgen die bijdragen aan onze ambities. Zoals verblijven, spelen, ontmoeten en groen. Al met al gaat de kwaliteit van leven in Gooise Meren boven parkeerruimte op straat. Bij het verdelen van de openbare ruimte houden we steeds rekening met de wensen van inwoners, ondernemers en andere belanghebbenden.

Onze uitdaging is het parkeren van verschillende doelgroepen zo te sturen dat de beschikbare (parkeer)ruimte optimaal wordt benut: het afstemmen van vraag en aanbod. Zo wordt de dominantie van de auto teruggedrongen waar het kan. Om slim te kunnen sturen met ons parkeerbeleid moet ook de techniek, dienstverlening en organisatie daarop worden ingericht. De basis moet goed op orde zijn. Dat vraagt uiteindelijk om een modernisering van de volledige parkeerketen in de Gooise Meren: van het kopen van een parkeerkaartje, het aanvragen van een vergunning tot passende en efficiënte vormen van handhaving.

1.4 Motie

Zoals ook in de motie (22-96) daarover al werd aangegeven vraagt het moderniseren van het parkeren soms lokaal maatwerk. Bovendien moet de dienstverlening rondom parkeren meer comfort en gemak met zich meebrengen. Digitalisering van de parkeerketen maakt het makkelijker om te flexibiliseren en aan specifieke doelgroepen speciale rechten of tarieven toe te kennen.

Met dit communicatie- en participatieplan geven we invulling aan het verzoek van de raad om hen tussentijds te informeren over de voortgang van het participatieproces rondom het moderniseren van het parkeerbeleid.

2 Omgeving

Voor het bepalen van de aanpak van communicatie- en participatie is het eerst nodig om overzicht te hebben van alle relevante stakeholders: iedereen die te maken heeft met de modernisering van het parkeren in Gooise Meren. Het kan gaan om organisaties, groepen of personen.

2.1 Wie

Om een zo volledig mogelijk beeld van belanghebbende partijen te krijgen hebben we onze belangrijkste stakeholders in beeld gebracht in een factor C-sessie. Dit is breed ingestoken door het benoemen van de doelgroepen die op de een of andere manier geïnformeerd of betrokken moeten worden bij de modernisering van het parkeren.

2.2 Betrokkenheid

Op basis van de lijst met betrokkenen en belanghebbenden en de kaders voor communicatie en participatie is gekeken in hoeverre we hen kunnen betrekken bij het moderniseren van het parkeren. Kijkend naar de mate van betrokkenheid onderscheiden we zes niveaus:

Participatieladder Koersdocument Gooise Meren

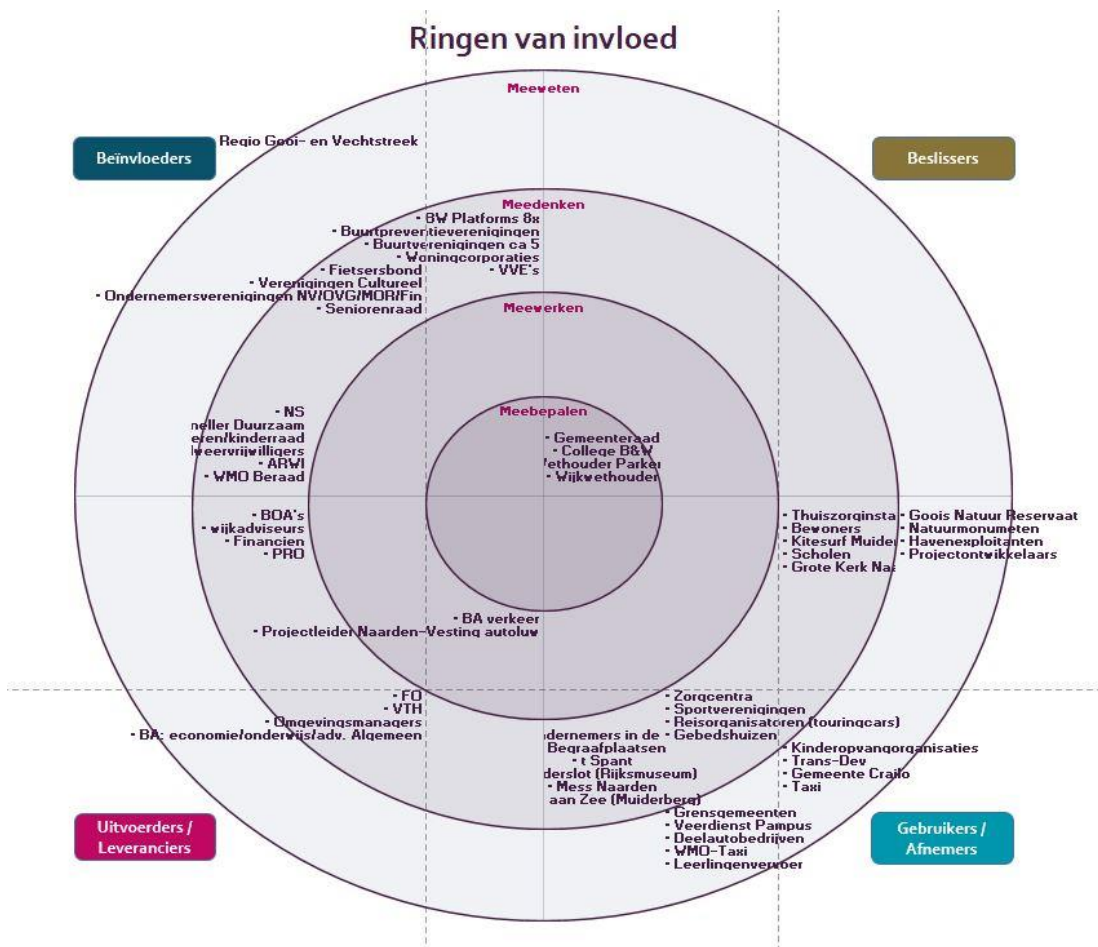


Trede	Mate van invloed	Participatiedoel	Wat is het
Informeren	Geen invloed, alleen informatie.	Bewustwording	Bewustwording van een maatschappelijk vraagstuk.
Raadplegen	Mening geven, college of raad beslist.	Belangen in beeld	Het vergroten van de kwaliteit van beleid of plannen bereiken we door wensen, meningen en ervaringen op te halen.
Adviseren	Voorstellen en ideeën inbrengen, of samen een plan maken. College of raad beslist.	Kwaliteit toevoegen	We zorgen voor inhoudelijke versterking en vergroten het begrip voor elkaars belangen en de gemaakte keuzes, door aan de voorkant ideeën en expertise op te halen en waar dat kan te verwerken.

Coproduceren	De gemeente en betrokkenen benoemen samen een probleem, waarna ze gezamenlijk naar oplossingen zoeken. De gemeente committeert zich bij de besluitvorming door college/raad in principe aan de overeengekomen oplossing.	Eigenaarschap binnen kaders vanuit de gemeente (en/of initiatiefnemers)	Door het inzetten van expertise en het stimuleren van actief burgerschap/eigenaarschap wordt er samengewerkt aan gezamenlijke oplossingen. Denk aan bijvoorbeeld; Het opstellen van een ontwerp of inrichtingsplan in de openbare ruimte
Meebeslissen	De gemeente laat de ontwikkeling van en de besluitvorming over aan de betrokkenen, waarbij de ambtelijke organisatie een adviserende rol heeft. Resultaten uit het proces hebben een bindende werking. De gemeente neemt de resultaten over, mits zij voldoen aan de gestelde kaders	Eigenaarschap en zeggenschap.	We durven waar mogelijk en met heldere afspraken zaken uit handen te geven (zeggenschap). Door zo inwoners zelf verantwoordelijkheid te geven, ontstaat er eigenaarschap. Dit kan bijdragen aan gedragen oplossing, een goede relatie en een groeiend vertrouwen in de overheid.
Zelf organiseren	De gemeente kan een ondersteunende, faciliterende, of helemaal geen rol hebben, afhankelijk van de mogelijkheden en verlangens van alle betrokkenen.	Eigenaarschap, zeggenschap en verantwoordelijkheid voor het resultaat	Het doel is hier eigenaarschap en sturing bij inwoners zelf te laten rusten. Denk aan het meebeslissen over een speelvoorziening en het zelfstandig organiseren van straatfeesten.

Krachtenveld

Het moderniseren van het parkeren, heeft in meer of mindere mate impact op de omgeving. Zowel ruimtelijk als sociaal-maatschappelijk. Deze impact zal per kern verschillen en ook zal ieder individu de impact anders ervaren. In de volgende figuur is aangegeven welke mate van invloed de betrokkenen en belanghebbenden tot nu toe hebben gehad op het thema parkeren.



De figuur laat zien dat er vooral inspanning vanuit de gemeente nodig is om inwoners, ondernemers, belangengroepen en bezoekers (van onze inwoners) te betrekken. Daarbij kiezen we in de basis voor het niveau van **meeweten**. Dit is niveau 'informereren' op onze participatieladder. Waar mogelijk werken we op het niveau van **meedenken**. Dit is niveau 'raadplegen' op onze participatieladder. Daarbij maken we wel onderscheid in onderwerpen binnen het parkeerbeleid, die we uitgebreid(er) gaan bespreken en onderwerpen waar alleen op hoofdlijnen input wordt opgehaald. Participatie is hierin maatwerk.

2.4 Benadering

We willen betrokken stakeholders proactief informeren en raadplegen over het proces en de uitkomsten, zowel qua beleid als ook over praktische zaken rondom de digitalisering van parkeren. Daarom doen we dat al bij en voorafgaand aan het collegebesluit en formaliseren dat bij het raadsbesluit. Zouden we dat pas bij het raadsbesluit doen dan is alles al openbaar. We geven daarbij duidelijk aan dat de raad een finale beslissing neemt en we dan in gesprek gaan. Informatie komt centraal (website) beschikbaar, zodat zij bij interesse zichzelf op de hoogte kunnen stellen van de plannen. Zie voor meer informatie hoofdstuk 4, aanpak.

2.5 Communicatiewaarden

In onze communicatie werken we volgens onze drie communicatie uitgangspunten: begrijpelijk, toegankelijk en betrouwbaar.

3 Communicatie en participatie

Parkeren raakt aan veel verschillende onderwerpen. Het succes van de complexe opgave om het parkeren in Gooise Meren te moderniseren wordt ook bepaald door zorgvuldige communicatie en het creëren van begrip door het waar mogelijk betrekken van de omgeving. Nu investeren in een goede voorbereiding op communicatie en participatie zorgt voor een weloverwogen en doordacht proces.

3.1 Wat betekent dit voor de communicatie- en participatieaanpak?

Deze aanpak vormt een raamwerk voor alle kernen in Gooise Meren, waarvoor het parkeren gemoderniseerd wordt. Het raamwerk biedt ruimte voor maatwerk voor de verschillende kernen. Dit is afhankelijk van de parkeeropgave die per kern speelt. In Bussum en Muiden is het parkeren nu al gereguleerd met betaald parkeren. Het moderniseren van het parkeren heeft hier de grootste impact. Terwijl in Muiderberg en Naarden vooralsnog géén of veel minder sprake is van gereguleerd parkeren. Dat vraagt ook om een andere manier communiceren en participeren.

Onze opgave voor het moderniseren van parkeren bestaat uit verschillende onderdelen die elk vragen om een andere manier van communiceren en participeren:

Bussum & Muiden

Hier is het parkeren nu al gereguleerd en heeft de modernisering van parkeren de meeste impact.

1. Het **informer**en over het digitaliseren van de parkeerketen;
2. Het **informer**en van het wijzigen van de parkeertarieven;
3. Het **raadplegen** van specifieke doelgroepen over aanpassingen van het parkeerbeleid om te komen tot een digitale versie van parkeervergunningen en -abonnementen;
4. Het **raadplegen** van inwoners en ondernemers en andere belanghebbenden over het invoeren van betaald parkeren in vergunning gebieden (fiscalisering) en het aanpassen van reguleringstijden;

Naarden & Muiderberg

5. Het **raadplegen** van de inwoners, ondernemers en andere belanghebbenden uit Muiderberg en Naarden (exclusief Naarden Vesting) over parkeren en wat zij daarin ervaren. Met extra aandacht voor de gebieden waarvan we weten dat het soms schuurt. Dit doen we via een brede enquête en een inloopbijeenkomst. Ook kunnen we hier gesprekken voeren met bewoners- en bedrijvenplatforms.

Naarden Vesting

Voor Naarden-Vesting gaan we géén aparte communicatie en participatie inzetten rondom de modernisering van het parkeren. De gemeente gaat Naarden-Vesting namelijk autoluw maken. Samen met inwoners, ondernemers en andere belanghebbenden worden maatregelen bedacht. Het doel van dit project is te komen tot 1 of meer maatregelen waar de

meeste inwoners, ondernemers en bezoekers achter staan. Parkeren is ook een belangrijk onderwerp van gesprek. Om in de communicatie en participatie de samenhang en verbinding tussen alle ontwikkelingen en deelprojecten te borgen sluiten wij aan bij het project Naarden-Vesting autoluw.

Strategie

Per onderdeel van de opgave verschilt het niveau van betrokkenheid. Onze strategie is om duidelijkheid te geven over de rollen en de ruimte die er is voor invloed. Op deze manier managen we de verwachtingen en zorgen we ervoor dat de gesprekken over de verschillende onderdelen niet door elkaar heen lopen.

- Punt 1 en 2 gaan over **informer**: Er is weinig ruimte voor invloed door inwoners, ondernemers en andere belanghebbenden. De beslissingen zijn aan het college en/of raad. De vergunningen gaan gedigitaliseerd worden. Daarom kiezen we ervoor niet met een heel brede groep of stakeholders in gesprek te gaan. Het gaat hier om goed informeren met heldere communicatie.
- Punt 3 en 4 gaan over **raadplegen**: We willen ophalen wat de verschillende belangen zijn bij de invoering van betaald parkeren (fiscaal parkeren) in de vergunning gebieden en het aanpassen van reguleringstijden. Om zo te komen tot een afgewogen besluit dit wel of niet in te voeren. Ook willen we gericht input ophalen bij stakeholders voor het digitaliseren van huidige parkeerproducten. Daarvoor is een aanpassing van beleid nodig die ook moet aansluiten bij de dagelijkse praktijk.
- Punt 5 gaat ook over **raadplegen**: We willen ons een beeld vormen of en zo ja welke maatregelen in Muiderberg en/of Naarden (exclusief Naarden Vesting) nodig zijn. Hiermee doen we ook recht aan de motie en mogelijk lokaal maatwerk.

3.2 Hoofddoel: zorgvuldige en tijdige communicatie

Er is beperkte ruimte voor inbreng op de tarieven en de modernisering. Voor de invoering van betaald parkeren in vergunninghouder gebieden brengen we de argumenten in beeld om een afweging door het bestuur mogelijk te maken. Het hoofddoel is zorgvuldige en tijdige communicatie over wat er gaat veranderen. Waarin ook wordt toegelicht waarom er weinig ruimte is.

De ruimte die er wel is heeft betrekking op:

- De reguleringstijden. Op dit onderwerp is het mogelijk hier inwoners zoveel mogelijk invloed te geven en kan de stemming van inwoners en ondernemers leidend zijn. We zullen dat in een kennisrijke enquête aan de inwoners uitleggen, waarna zij hun argumenten kunnen delen. We adviseren het college en raad zoveel mogelijk deze uitkomst te volgen omdat er geen reden is dat niet te doen (niveau **adviseren**).
- Betaald parkeren in vergunning gebieden. Hierover halen we argumenten voor en tegen op en leggen deze meteen in een advies aan het college voor (niveau **raadplegen**). We kiezen hiervoor, omdat dit nieuw is en we ook nog niet goed kunnen inschatten welke impact dit precies voor individuele bewoners en ondernemers heeft. Wat we met participatie onderzoeken is, welke impact het invoeren van betaald parkeren in vergunning-gebieden heeft. We brengen dit in beeld met een enquête en een inloopbijeenkomst.

3.3 Er was al participatie bij het opstellen van de mobiliteitsvisie en parkeervisie

Bij het opstellen van de Mobiliteitsvisie en parkeervisie in 2020, waar de parkeervisie uit voortvloeit, is een participatiestrategie opgesteld om belanghebbenden te bereiken. Vanuit deze strategie zijn enerzijds de huidige knelpunten en issues opgehaald. Anderzijds is gepeild hoe betrokkenen staan tegenover ontwikkelingen van mobiliteit in de toekomst. Alle uitgangspunten zijn vanuit diverse belangen per levensloopfase beschouwd, omdat iedere levensloopfase een andere kijk op de uitgangspunten kan geven. Op deze manier is bij het opstellen van deze Mobiliteitsvisie een brede doorsnede van inwoners, ondernemers en belangenorganisaties betrokken. Het participatietraject is destijds opgesplitst in vier fases, duurde ongeveer een jaar en participatie bevond zich op het niveau van meepraten. Dit is gebeurd via enquêtes, inspiratiesessies, bijeenkomsten in de kernen en een waarderingsbijeenkomst.

Op het gebied van parkeren is dus al het één en ander in beeld gebracht dat we betrekken bij de gesprekken en enquêtes die we nu inzetten. We starten met communicatie en participatie dus niet bij nul. Kijkend naar de stakeholders en de gewenste betrokkenheid, zien we dat een groot deel al betrokken is geweest bij het opstellen van de Mobiliteitsvisie. Hier zullen we het contact en de samenwerking voortzetten. Daarnaast zullen we ook andere inwoners, ondernemers betrekken voor een zo breed mogelijke blik.

3.4 Afbakening: wat doen we later?

Aan de randen van gebieden met parkeerregulering is het soms (te) druk met parkeren. Dit speelt vooral in Bussum. Bewoners vragen ons om de parkeerdruk in hun straten aan te pakken. Uitbreiding van parkeerregulering is hiervoor een effectief instrument. Over de eventuele uitbreiding van parkeerregulering gaan we later in gesprek. Vooruitlopend daarop gaan we nu wel samen met ondernemersverenigingen en het wijkplatform kijken hoe dit het beste aan kunnen pakken.

3.5 Eindresultaat voor communicatie en participatie

Met dit communicatie- en participatieplan willen we het volgende bereiken:

- Huidige vergunninghouders zijn op de hoogte van en hebben begrip voor de digitaliseringsslag. Vooral informeren over wat er gaat veranderen. Dat geldt ook voor zover de digitalisering gevolgen heeft voor het parkeren van bezoekers.
- Het ophalen van argumenten en impact van het invoeren van betaald parkeren in gebieden met vergunning parkeren en het wijzigen van reguleringstijden (om te kunnen komen tot een afweging en advies aan college en gemeenteraad).
- Bij de tarief verandering is dat bewustzijn van en begrip voor het verhogen van de parkeertarieven.
- Het gesprek met de inwoners van Muiderberg levert het inzicht op of er maatregelen nodig zijn en welke mogelijkheden er dan zijn.

4 Het verhaal

Het verhaal is de boodschap voor de doelgroepen. Het geeft de rode draad weer en maakt inzichtelijk wat er speelt, wat de aanleiding is en wat dit betekent voor de doelgroepen. We gaan uit van een overkoepelend verhaal. In de verschillende uitingen kunnen daar accentverschuivingen in zitten en ook per doelgroep kan de boodschap iets aangepast worden of kunnen er verschillende elementen uit het kernverhaal worden belicht. De boodschap hoeft niet altijd letterlijk en in zijn geheel te worden overgenomen.

Onze kernboodschap voor het moderniseren van parkeren in Gooise Meren luidt als volgt:

Kernboodschap

In Gooise Meren leven en werken we prettig in een groene en veilige omgeving. Omringd door water, heide, bos en cultureel erfgoed. Dit willen we graag zo houden. Om spelen, ontmoeten, groen en bereikbaarheid in evenwicht te houden richten we ons op schonere, slimmere en een andere manier van bewegen. Waarbij lopen en fietsen meer aandacht krijgt. Dit vraagt ook om met een nieuwe blik naar parkeren te kijken.

Gooise meren is van ons allemaal

Dat betekent dat de openbare ruimte in eerste instantie ook écht van iedereen is. Mensen willen er verblijven, kinderen willen er spelen en bewoners willen er elkaar ontmoeten. Tegelijkertijd willen we ook graag een groene omgeving en meer ruimte voor fietsers en voetgangers. Dat moet allemaal een plek krijgen in dezelfde openbare ruimte. Daarom krijgt de auto niet meer vanzelfsprekend het eerste recht op een plek. Andere functies kunnen voorrang krijgen.

Er is voldoende parkeerplek, maar niet altijd voor de deur

We vinden het belangrijk dat bewoners, ondernemers en bezoekers een parkeerplek kunnen blijven vinden. Op straat, in garages en op parkeerterreinen zijn in principe voldoende parkeerplaatsen. Alleen niet altijd op de plek waar mensen het liefste zouden willen parkeren. Daarom gaan we stimuleren dat de juiste parkeerder op de juiste plek parkeert. We stemmen vraag en aanbod zo goed mogelijk op elkaar af. Door de bestaande parkeerplaatsen efficiënter te gebruiken, ontstaan soms ook kansen om de openbare ruimte anders in te richten.

Helder beleid met ruimte voor maatwerk

Gooise Meren werkt aan één parkeerbeleid dat voor de hele gemeente geldt. Zo is duidelijk waar, wanneer en tegen welke kosten geparkeerd kan worden. Maar we weten ook dat de ene kern de andere niet is. Per kern kijken we naar mogelijkheden voor maatwerk en stemmen onze keuzes daarop af. Daarbij zorgen we voor de juiste balans in het geheel.

Slim en modern parkeerbeleid

Parkeren is continue in ontwikkeling. Daarom gaan we digitaliseren. Nieuwe techniek geeft meer opties om slim te sturen met parkeren. Denk aan het toepassen van verschillende parkeertarieven, het maximeren van het aantal parkeervergunningen per wijk of buurt en het instellen van specifieke regels voor bepaalde groepen parkeerders. Zo kunnen we ons parkeerbeleid beter en gericht afstemmen op wat nodig is voor de toekomst.

Digitaal parkeren biedt meer gebruikersgemak

Digitalisering betekent geen parkeervergunning op papier meer achter de ruit, maar een digitale versie op kenteken. Het aanvragen, verlengen, wijzigen of stopzetten van een parkeervergunning kun je zelf eenvoudig online regelen. Het aanvragen van een parkeervergunning gaat straks veel sneller, omdat er meestal geen tussenkomst van een medewerker van de gemeente meer nodig is en er direct betaald kan worden via iDeal. Wie moeite heeft met het digitaal regelen van zaken, helpt de gemeente persoonlijk.

Met parkeeropbrengsten versterken we onze kernen

De invoering van deze nieuwe techniek kost geld. Daarom gaan de tarieven voor parkeren in Gooise Meren straks omhoog. Met de opbrengsten uit parkeergeld betalen we de modernisering van het parkeren. Zo draagt dit bij aan de bereikbaarheid, leefbaarheid en gastvrijheid van onze kernen.

Rekening houden met elkaar

Keuzes maken is niet altijd makkelijk. We gaan ze niet uit de weg. Waar het kan betrekken we u zo vroeg mogelijk bij de voorbereiding. We hebben oog en oor voor elkaar, want Gooise Meren zijn we samen.

5 Aanpak

In dit hoofdstuk is onze communicatie- en participatieaanpak uitgewerkt in activiteiten en middelen.

5.1 Toegankelijk en benaderbaar

Als gemeente vinden we het belangrijk om toegankelijk benaderbaar te zijn. We staan open voor vragen en ideeën van inwoners. Daarom stellen we een apart mailadres in voor dit project. We maken net als voor de andere projecten in Gooise Meren een projectpagina voor vooral de beleidsmatige onderwerpen, waar we niet uitvoerig over in gesprek gaan. Op deze projectpagina gaan we ook werken met een Q&A die we steeds zullen updaten.

5.2 Brede communicatie

Gedurende de hele looptijd van het project informeren we alle betrokkenen met enige regelmaat over de voortgang. Dit kan via de gemeentepagina's, een nieuwsbrief of de socials. Dit als aanvulling op de projectpagina op de gemeentelijke website. We informeren gericht diegenen die direct te maken hebben met parkeervergunningen. We informeren algemeen met persberichten, berichten op de gemeentepagina, de socials en de projectpagina op de website. Uiteindelijk krijgen veel inwoners te maken met betaald parkeren door parkeren op straat en in de garages.

5.3 Wat doen we nog meer?

Naast de brede communicatie zetten we per kern de volgende communicatiemiddelen in:

Bussum en Muiden

- Voor elke kern organiseren we een inloopbijeenkomst. Afhankelijk van het animo kunnen dat ook meer inloopavonden per kern worden. Alle belanghebbenden kunnen hier terecht voor algemene vragen en opmerkingen over de modernisering van het parkeren. Specifiek vragen we hier om input over het fiscaliseren van de vergunning gebieden.
- Per kern zetten we een kennisrijke enquête uit over (a) het aanpassen van reguleringstijden en (b) het inzichtelijk maken van argumenten voor en tegen het fiscaliseren van vergunning gebieden.
- Over specifieke onderwerpen schakelen we één-op-één met belanghebbenden over de digitalisering van het parkeerbeleid.
- Met bewonersplatforms zoeken we afstemming om tot een aanpak te komen voor de eventuele uitbreiding van parkeerregulering.
- In een later stadium rollen we een communicatiecampagne uit over het digitaliseren van de parkeerketen. De exacte invulling daarvan is nader te bepalen. Dat hangt ook af van de manier waarop we de parkeerketen in Gooise Meren gaan organiseren. Hoe dan ook hebben we in onze communicatie aandacht voor wie minder digitaal vaardig is.

Naarden & Muiderberg

- We organiseren een inloopbijeenkomst om zorgen en oplossingsrichtingen over het parkeren in Muiderberg en Naarden (exclusief Naarden Vesting) op te halen.
- We organiseren een brede enquête.
- Met belangenverenigingen zoeken we proactief contact om ook bij hen input op te halen rondom het thema parkeren.

Vervolg

Op basis van de opbrengsten bekijken we of er nog vervolgstappen nodig zijn.

5.4 Planning op hoofdlijnen

Naar verwachting neemt het college begin 2025 een besluit over het nieuwe parkeerbeleid. Het besluitvormingsproces moet nog nader worden uitgewerkt. Voor sommige delen van het beleid is het de raad die een keuze maakt. Daaraan voorafgaand kent het traject de volgende mijlpalen, met voorlopige planning:

- **Vorbereiding communicatie/participatie (mei – juni)**
Uitwerken kaders, opstellen kernboodschap, ring van invloeden, invullen vorm van participatie, etc.
- **Besluit college over aanpak communicatie/participatie (juli)**
Akkoord te krijgen op de kaders en het te volgen traject. De aanpak wordt ter kennisname gestuurd aan de gemeenteraad.
- **Regelen praktische zaken communicatie (juli-augustus)**
Locaties regelen, uitnodigingen opstellen en versturen, etc.
- **Uitvoering communicatie (september – oktober – november)**
Aantal sessies en exacte planning per kern nader te bepalen.
- **Opstellen definitief advies/beleid (november)**
- **Besluit college (november/december)**
- **Communicatie over het voorgenomen besluit aan inwoners in de vergunningengebieden met uitleg over de stappen (collegebesluit is immers al openbaar)**
- **Besluit raad (maart)**
- **Start communicatie over definitief parkeerbeleid + techniek (na besluitvorming raad)**

Deze communicatieaanpak richt zich op de fase van voorbereiding communicatie en participatie tot het definitief collegebesluit in november/december 2024. Nadat de raad een definitief besluit neemt in maart 2025 start de communicatie over het definitief parkeerbeleid en rondom de techniek.