



Urgentieagenda voor IJsselstein

Stefan de Bruijn & Frits Huffnagel, juni 2019

Proces

Opdracht: bundel concrete ideeën waarmee IJsselstein in versnelling kan worden gebracht en die op draagvlak van de stad kunnen rekenen.

April: bewonerspeiling onder alle huishoudens: 1509 deelnemers

April/mei: 36 achtergrondinterviews met bewoners, ondernemers en politici

Mei: 3 bewonersavonden over samenwerking, wonen en binnenstad/ondernemen

Urgentieagenda voor IJsselstein

4 hoofdacties, 40 actiepunten

Actie 1: IJsselstein aantrekkelijker maken doe je samen

Actie 2: Ga bouwen, ga aan de slag

Actie 3: Investeer in een levendige binnenstad

Actie 4: Zet IJsselstein steviger op de kaart

Actie 1: IJsselstein aantrekkelijker maken doe je samen

1. Ideeën, suggesties en feedback van bewoners en ondernemers zijn gratis advies voor de gemeente. Ga er ook op die manier mee om. Creëer meedoen@ijsselstein.nl als ideeënbox.
2. Bewoners en ondernemers melden dat de gemeente en RMN vaak niet antwoorden op meldingen en suggesties. Dat kan niet. Maak afspraken dat bewoners en ondernemers altijd een reactie krijgen. Bewoners en ondernemers kunnen het melden op meedoen@ijsselstein.nl als ze toch geen reactie krijgen.

Actie 1: IJsselstein aantrekkelijker maken doe je samen

3. Organiseer bij elk belangrijk onderwerp een inwonersavond vóóordat een visie, plan etc. wordt geschreven. Beperk dit tot maximaal één avond per maand om het behapbaar te maken.
4. De nieuwe gemeentelijke website is onoverzichtelijk. Richt de website opnieuw in, waarbij 'Meedoen' centraal komt te staan.
5. Nodig alle inwoners en ondernemers uit om deel te nemen aan het digitale panel.

Actie 1: IJsselstein aantrekkelijker maken doe je samen

6. Bewoners en ondernemers zijn het overzicht kwijt in de vele trajecten die liepen en lopen. Creëer op www.ijsselstein.nl/meedoen een helder overzicht van de lopende trajecten en inspraak en de voortgang daarvan.

7. Vertel als gemeente wat je doet, anders is niemand het ermee eens. Laat als gemeente online de voortgang zien bij de belangrijkste onderwerpen. Nu bestaat vaak het idee dat weinig gebeurt met plannen en ideeën.

Actie 1: IJsselstein aantrekkelijker maken doe je samen

8. Creëer een pagina op de website van de gemeente waar de voortgang van deze Urgentieagenda is te zien.

9. Inwoners en ondernemers hebben behoefte aan uitvoering en actie in plaats van 'weer nieuwe visies'. Bij elke nieuwe visie moet worden beargumenteerd waarom een nieuwe visie nodig is en waarom niet direct een concreet actieplan kan worden gemaakt.

Actie 1: IJsselstein aantrekkelijker maken doe je samen

10. De gemeente heeft veel gedelegeerd waardoor de gemeente op grotere afstand is komen te staan van bewoners en ondernemers. Dit is een onwenselijke situatie. Delegeren betekent niet dat de gemeente niet meer verantwoordelijk is. Ook bij parkeerbeheer, het onderhoud en sociaal beleid moet de gemeente weer het eerste aanspreekpunt zijn. Maak als gemeente met RMN, Parkeerservice, Pulse etc. aanvullende afspraken over een actievere rol voor de gemeente. Als aanspreekpunt bij suggesties en klachten en als eindverantwoordelijke voor de samenwerking met bewoners en ondernemers.

Actie 1: IJsselstein aantrekkelijker maken doe je samen

11. Participatie in de wijk wordt gestimuleerd door mensen zelf te laten beslissen over wat er nodig is en waar geld aan moet worden uitgegeven. Geef bewoners en ondernemers een wijkbudget en coördineer dit rechtstreeks vanuit de gemeente, zodat er rechtstreeks contact is tussen gemeente, ondernemers en bewoners.

12. Bewoners willen een grotere rol voor de gemeente, een kleinere voor Pulse. Hierbij hoort dat opnieuw naar taken en het budget dient te worden gekeken.

Actie 1: IJsselstein aantrekkelijker maken doe je samen

13. Aan de bewonerspeiling hebben veel bewoners deelgenomen en de bewonersavonden zijn goed bezocht. Wel was de gemiddelde leeftijd relatief hoog. Betrek ook jongeren bij de gemeente. Maak hierover afspraken met sportverenigingen, scholen en de horeca.

14. Na de mislukte ambtelijke fusie met Montfoort liggen nieuwe fusieplannen niet voor de hand. Samenwerking is wel belangrijk. Ga met de omliggende gemeenten opnieuw in gesprek en bespreek hoe je elkaar kunt helpen, om te beginnen op het terrein van bouwen en wonen.

Actie 1: IJsselstein aantrekkelijker maken doe je samen

15. Betaal als gemeente facturen altijd binnen 30 dagen.

Actie 2: Ga bouwen, ga aan de slag

16. Ga bouwen!!! De locatie zuid-zuid, tot aan de Lek, heeft het meeste draagvlak. Werk de plannen zo snel mogelijk uit en realiseer hier vooral woningen voor jongeren en ouderen.

17. Bouw niet conservatief, maar vooruitstrevend, zodat de nieuwe woonwijk niet een typische, saaie Vinexlocatie wordt.

18. Verplaats Roba naar het bedrijventerrein De Kroon en bouw op de locatie van Roba koopwoningen waardoor dit plan financieel haalbaar is. Daarbij staan alle varianten open: hoogbouw, dure woningen en een mix daarvan.

Actie 2: Ga bouwen, ga aan de slag

19. Benut ook het gebied rondom de Gerbrandytoren (“Zendmast Lopik”) als nieuwe locatie voor bedrijven. Dat is zeker nodig als Roba naar De Kroon wordt verplaatst.

20. Het woningtekort is een probleem van alle politieke partijen, van links tot rechts, van landelijk tot lokaal. College en de voltallige raad moeten de krachten bundelen om samen met de provincie de komst van nieuwe woningen mogelijk te maken. Brede politieke steun is nodig om de nieuwe locaties te realiseren. Trek gezamenlijk op en laat hierin het College het voortouw nemen.

Actie 2: Ga bouwen, ga aan de slag

21. Het krijgen van een sociale huurwoning is nu een lot uit de loterij. Van belang is een ongedeelde stad. Bij de nieuwbouwopgave moet 30% sociale huur zijn. Dit is een gemiddelde voor alle projecten voor de komende tien jaar. Niet elk project hoeft exact dit percentage te hebben.

22. Vergrijzing is geen probleem. Het is een maatschappelijke ontwikkeling waarin IJsselstein niet voor- of achterop loopt. Houd bij het ontwikkelen van woningen volop rekening met vergrijzing. Dat kan door het ontwikkelen van seniorenwoningen, generatiewoningen, door woningen flexibel in te delen en door woningen geschikt te maken voor ouderen.

Actie 2: Ga bouwen, ga aan de slag

23. Bij een kindvriendelijke stad horen ook goede speelvoorzieningen. Plaats de voorzieningen juist in kinderrijke buurten in plaats van centraal grotere speeltuinen.

24. Om de woningnood onder jongeren op te lossen is het van belang op korte termijn tijdelijke containerwoningen te plaatsen, die in elk geval blijven totdat het tekort aan jongerenwoningen is opgelost.

25. Bij een aantrekkelijke stad horen een goed onderhouden en schone openbare ruimte. De besparing op het onderhoud is volgens veel bewoners en ondernemers doorgeslagen, waardoor de stad er in elk geval niet zo goed meer bij ligt als in het verleden. Dat is een ergernis voor velen. Maak met RMN afspraken om het onderhoud en het schoonmaken van de stad weer op het oude peil te brengen.

Actie 2: Ga bouwen, ga aan de slag

26. Verschillende bewoners willen graag groen in de stad adopteren en willen een bijdrage leveren aan het onderhoud. Creëer daarvoor de mogelijkheid.

27. IJsselstein wil een 'inclusieve stad' zijn, een stad waarin het voor iedereen prettig is om te wonen. Ongeacht leeftijd, seksuele geaardheid, religie en afkomst. Voer een jaarlijkse bewonerspeiling uit, waarbij ook wordt gekeken of de verschillende groepen zich prettig voelen bij het wonen in IJsselstein.

Actie 2: Ga bouwen, ga aan de slag

28. Schaf de hondenbelasting af. Dat is in lijn met wat veel andere gemeenten al hebben gedaan. Een hond is vaak ook een oplossing tegen eenzaamheid.

29. Nut veel beter uit dat IJsselstein bereikbaar is over het water. Dat kan door aanlegplaatsen aan de IJssel, aan de Lek en bij de binnenstad.

30. Er is weinig draagvlak voor windmolens in IJsselstein. Stimuleer daarom verduurzaming vooral door bijvoorbeeld zonnepanelen te (laten) plaatsen, waarvoor aanzienlijk meer draagvlak bestaat.

Actie 3: Investeer in een levendige binnenstad

31. Erken dat de binnenstad de huiskamer van de stad is. Zorg ervoor dat het MKB zich bij grote voorkeur juist in de binnenstad vestigt.

32. Leer van andere gemeenten. Woerden en Nieuwegein hebben al laten zien wat de toegevoegde waarde van een binnenstadmanager is. Stel een ondernemende verbinder aan die vraag en aanbod van winkels en panden bij elkaar brengt. Hij/zij voert namens de gemeente de regie en krijgt als opdracht mee om samen met (bestaande en nieuwe) ondernemers en bewoners te zorgen voor een levendige binnenstad en het aanpakken van leegstand.

Actie 3: Investeer in een levendige binnenstad

33. Ga in overleg met de grote vastgoedeigenaren over het structureel aanpakken en voorkomen van leegstand. Kijk ook naar de mogelijkheden van meer wonen boven winkels.

34. Om de binnenstad aantrekkelijk te maken helpt het wanneer alle winkeliers op zondag open zijn. Ook is het van belang om activiteiten over de hele week te spreiden. Dit is aan de BIZ IJsselstein/binnenstad om te realiseren.

Actie 3: Investeer in een levendige binnenstad

35. Ook de industrie verdient aandacht en ruimte. Door de groei van de stad zit industrie in IJsselstein niet meer op de meest gewenste plek. Bij de industrie zelf is er soms behoefte aan een nieuwe locatie of uitbreiding. Pak dit moment (zie ook actie 16 en 17).

36. Schaf betaald parkeren voor bezoekers in de parkeergarages af voor de eerste 24 uur, verhoog de straattarieven om dit te financieren en zorg ervoor dat de parkeervergunningtarieven in de garages voor bewoners lager zijn dan op straat.

37. De bewegwijzering naar parkeergarages en de binnenstad is nu niet duidelijk genoeg. Zorg voor heldere bewegwijzering.

Actie 4: Zet IJsselstein steviger op de kaart

38. De kost gaat voor de baat uit. Wil IJsselstein meer bezoekers trekken, dan moeten daar middelen voor worden vrijgemaakt. Dat is een gezamenlijk verantwoordelijkheid van de gemeente en ondernemers. BIZ en de gemeente moeten samen om tafel en het budget verhogen.

Actie 4: Zet IJsselstein steviger op de kaart

39. De aanwezige stadstrots kan ook worden benut door bewoners meer en vaker te laten kopen bij IJsselsteinse ondernemers. Zet een campagne 'Koop lokaal' op, om winkelen in IJsselstein te promoten. Te veel bewoners kopen hun producten buiten IJsselstein of via internet, vaak omdat dit gemakkelijker is. Vraag in een campagne aandacht voor het belang om weer lokaal te kopen, zodat de binnenstad levendig blijft. De gemeente dient zelf het goede voorbeeld te geven. Uitgangspunt is dat de gemeente lokaal inkoopt. Het zijn immers de lokale ondernemers die op de reclameborden van de sportverenigingen staan en die het cement zijn van alle grote events.

Actie 4: Zet IJsselstein steviger op de kaart

40. Zet bij het aanscherpen van de stadspromotie in elk geval in de schijnwerpers: de historische binnenstad, het hoogwaardige aanbod aan culturele voorzieningen (Fulcotheater, museum en de molen), de recreatiemogelijkheden (wandelen, groen, water) en het brede aanbod aan horecavoorzieningen.



CASTROCOMMUNICATIE
onafhankelijk • helder • vrolijk