

Terugkoppeling inbreng Burgerjury 4 op 04-10-2016

De leden van de Burgerjury kwamen op 4 oktober voor de vierde keer bij elkaar om het beleid van de gemeente Rotterdam te beoordelen. Deze keer gingen zij samen in gesprek over de thema's 'Zorg & Welzijn dichtbij' en 'Citymarketing'.

Via de gebruikelijke digitale stemronde met stellingen/vragen en rondetafelgesprekken maakte de Burgerjury haar mening bekend. Met de verkregen input zijn de betrokken afdelingen vervolgens aan de slag gegaan. In dit document staat een samenvatting van de resultaten.

Top drie thema Zorg en Welzijn dichtbij

1. Zorg voor meer bekendheid van de VraagWijzer en wijkteams.
2. Verbeter de leesbaarheid en toegankelijkheid van de website.
3. Leg actief contact maar houd rekening met privacy.

Top drie thema Citymarketing

1. Waak voor 'Amsterdamse toestanden'.
2. Maak voorzieningen gebruiksvriendelijker voor bezoekers.
3. Meer aandacht voor kunst en cultuur in de citymarketing.

Zorg en Welzijn dichtbij

1. Zorg voor meer bekendheid van de VraagWijzer en wijkteams.

Een grote meerderheid van de Burgerjury benoemde het belang van meer bekendheid geven aan de VraagWijzer en de Wijkteams. Op 19 december 2016 is mede daarom de publiekscampagne gestart met als doel Rotterdammers bekend te maken met de weg naar de gemeente bij zorgvragen. Deze campagne loopt geheel 2017 door.

2. Verbeter de leesbaarheid en toegankelijkheid van de website.

De Burgerjury vindt dat de leesbaarheid en de informatie op de website www.rotterdam.nl/zorgdichtbij beter kan. Ook de zoekfunctie kan beter. Inmiddels is de website vernieuwd en de leesbaarheid verbeterd. De digitale zorgkaart is sinds december operationeel op de website en er is een online chatfunctie toegevoegd. Van de zorgkaart is ook een papieren versie per gebied beschikbaar.

3. Leg actief contact maar houd rekening met privacy.

Bij het wijkteam benoemde de Burgerjury het belang van actief contact leggen en terughoudendheid wat betreft privacy. De afgelopen maanden heeft het wijkteam veel huisartsen bezocht en werkafspraken gemaakt. Verder bespreken we met medewerkers van het wijkteam actief het nut en noodzaak van uitvragen. Wanneer doe je het wel en wanneer niet? Het is niet altijd wenselijk om mensen het hemd van het lijf te vragen. De uitspraken van de Burgerjury maakt ons bewust van het effect van ongevraagd doorvragen met een juiste intentie.

Citymarketing

1. Waak voor 'Amsterdamse toestanden'.

Het merendeel van de Burgerjury gaf aan een positieve energie te ervaren in de stad: niet-bewoners zien nu ook hoe bijzonder deze stad is en het aantal toeristen neemt toe. Dit zorgt ook voor een mate van waakzaamheid: Rotterdam moet niet overspoelt worden door toeristen. Op basis van dit signaal hebben we samen met Rotterdam Partners de meest recente data van de bezoekersstromen onder de loep genomen. Momenteel is er geen reden om ons zorgen te maken. We blijven hier alert op monitoren, zodat we op tijd kunnen ingrijpen als de toeristenstroom te groot wordt.

2. Maak voorzieningen gebruiksvriendelijker voor bezoekers.

De Burgerjury is trots op de toegenomen hoeveelheid (internationale) bezoekers aan de stad. Om deze bezoekers goed te ontvangen, moeten de voorzieningen wel op peil zijn. De Burgerjury gaf aan dat verschillende voorzieningen voor bezoekers gebruiksvriendelijker kunnen (minder ingewikkeld, goede prijzen, meertalig etc.). We zijn in gesprek gegaan met verschillende partners (RET, Stadsbeheer, Rotterdam Tourist Information en Platform Gastvrij Rotterdam) zodat gebruiksvriendelijkheid meer prioriteit krijgt. Momenteel zijn onder andere de volgende ontwikkelingen gaande:

- Bijna alle informatie bij het OV en parkeren is inmiddels meertalig.
- Advies voor verbeteren en vertalen bewegwijzering wordt opgesteld.

3. Meer aandacht voor kunst en cultuur in de citymarketing.

Kunst en cultuur in Rotterdam verdient het om meer in de spotlights te staan volgens de Burgerjury. Ze zien het aanbod kunst en cultuur graag terug in de citymarketing.

Momenteel zijn we in gesprek met International Advisory Board experts Cultuur (IABx). In het voorjaar brengt IABx een advies uit hoe Rotterdam cultuur sterker kan benutten in de citymarketing. In dit traject wordt het enthousiasme van de Burgerjury meegenomen.

Verder brengt Rotterdam Partners sinds het najaar van 2016 de Art Rotterdam Flyer uit. Hierop staat het actuele kunst- en culturaanbod voor bezoekers van de stad. De flyer wordt twee keer per jaar geactualiseerd.