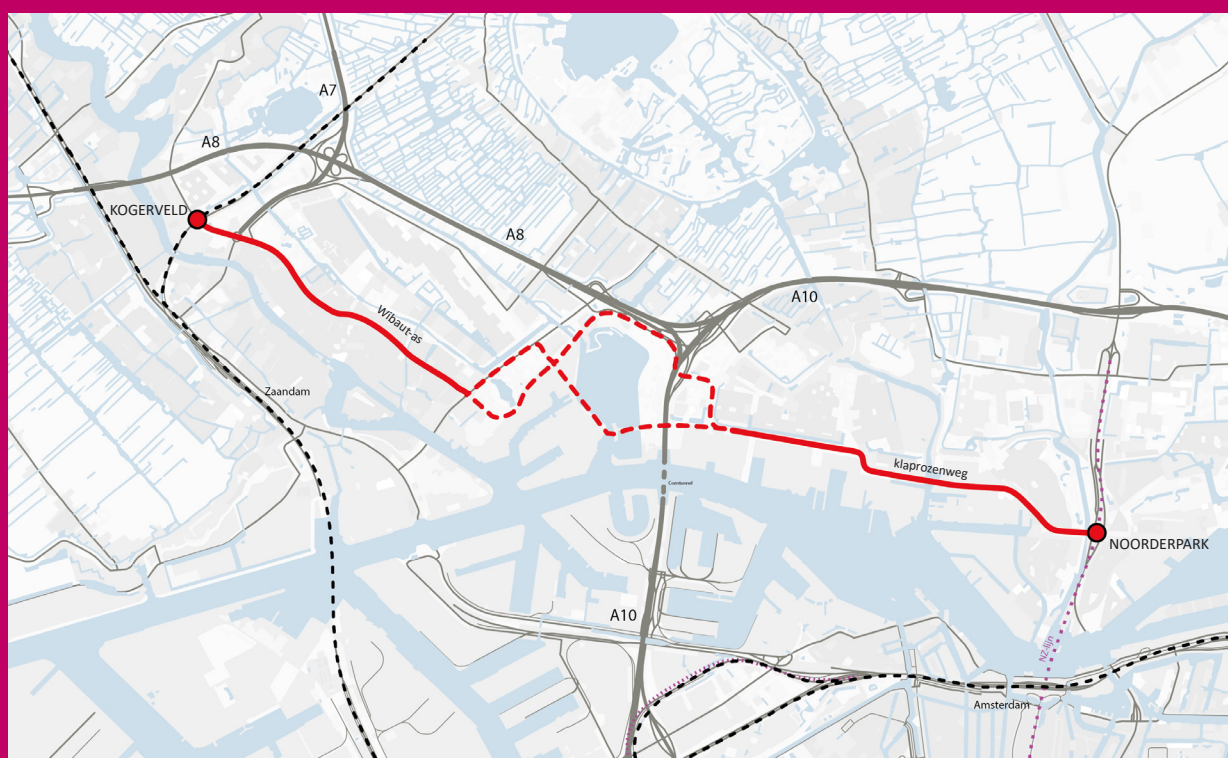


HOV METROBUS ZAANIJ

Communicatieplan & Participatieplan voor Fase B Planstudie



HOV METROBUS ZAANIJ

Communicatieplan & Participatieplan voor Fase B Planstudie

Dit document is opgesteld door:
Bureau Buhrs



Bureau Buhrs
communicatie &
gebiedsmarketing

i.s.m. Projectteam HOV ZaanIJ

HOV ZaanIJ is een project van:



Vervoerregio
Amsterdam

× **Gemeente**
× **Amsterdam**

ZNSTD



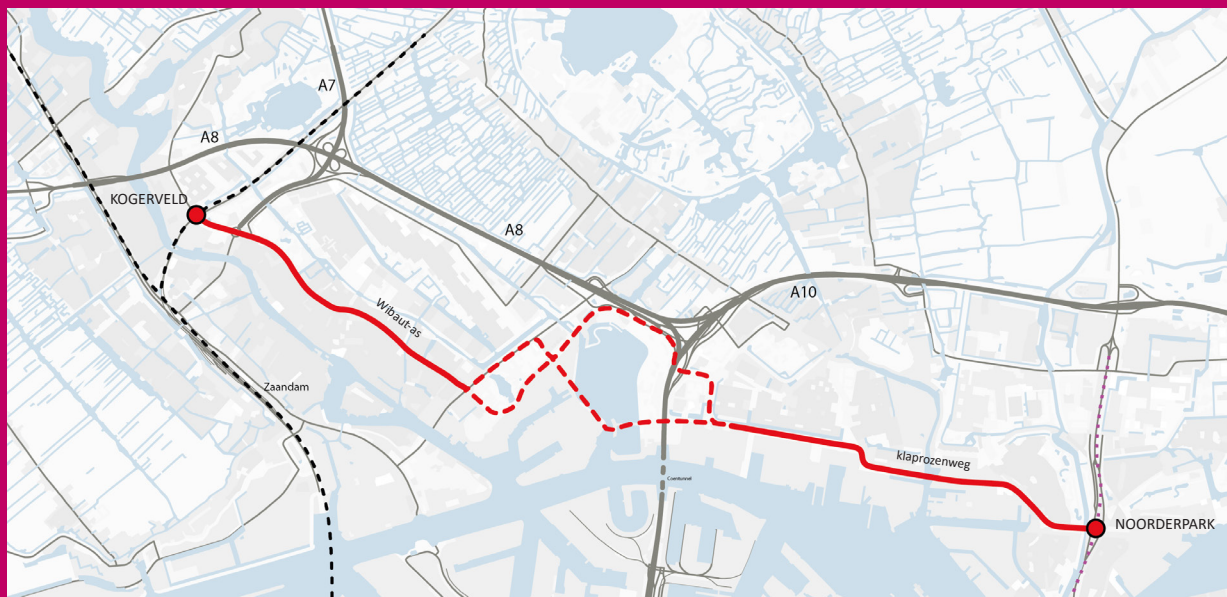
Provincie
Noord-Holland

Concept Oktober 2025

Inhoudsopgave

Inleiding	5
DEEL A. COMMUNICATIEPLAN ‘DICHTERBIJ DAN JE DENKT’	7
1. WAAROM DIT COMMUNICATIEPLAN?	8
2. RICHTING EN UITGANGSPUNTEN	9
3. COMMUNICATIECONCEPT: DICHTERBIJ DAN JE DENKT	10
4. DOELGROEPEN EN BELEVINGSWERELDEN	13
5. COMMUNICATIEMIDDELEN EN -KANALEN	15
6. COMMUNICATIE PER FASE	16
BIJLAGEN	17
DEEL B. PARTICIPATIEPLAN ‘SAMEN IN GESPREK’	21
1. WAAROM DIT PARTICIPATIEPLAN?	22
2. PROJECTFASES EN -PLANNING	25
3. DOELEN EN DOELGROEPEN	26
4. PARTICIPATIESTRATEGIE	27
5. AANPAK: PARTICIPATIE TIJDENS DE PLANSTUDIEFASE	31
6. TERUGKOPPELING EN OPBRENGSTEN	35
BIJLAGEN	36

De route van de MetroBus ZaanIJ in de ZaanIJ-corridor

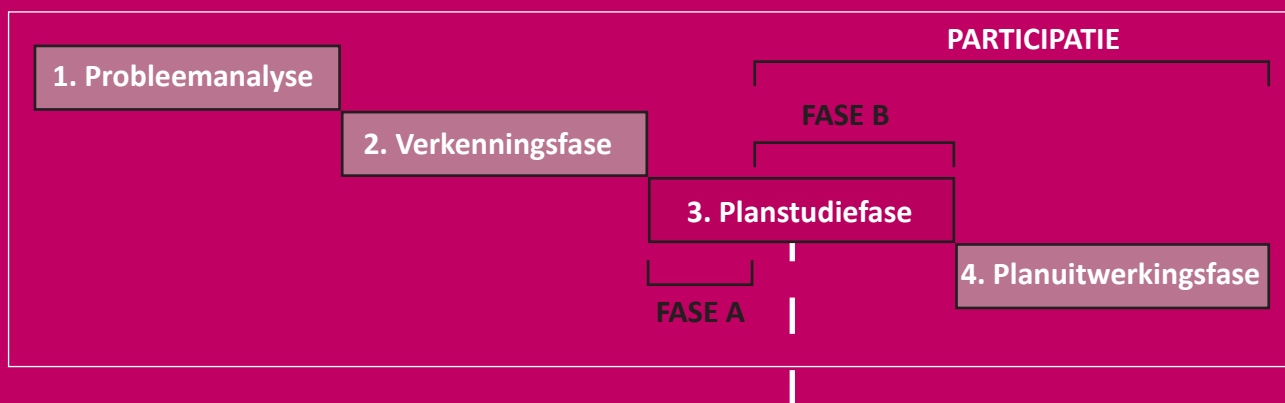


Het beoogde tracé van de MetroBus ZaanIJ

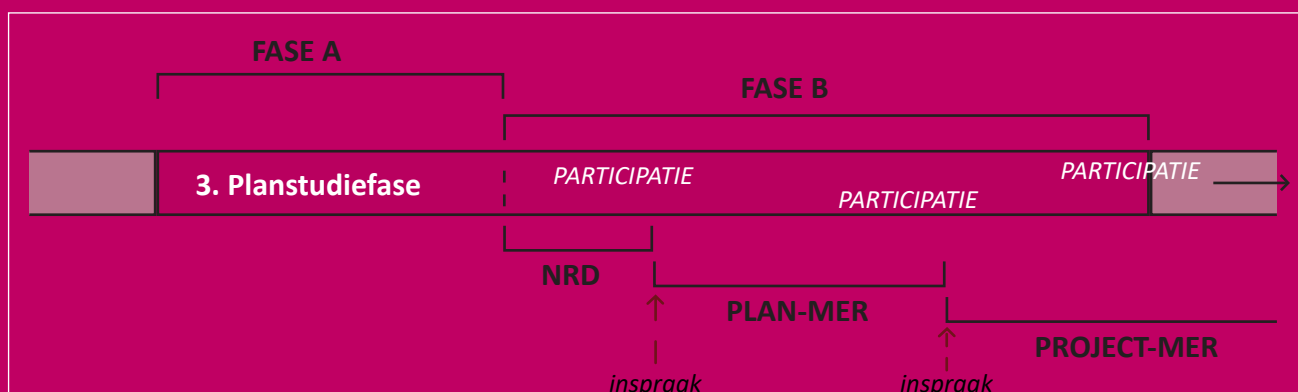


Tracévarianten

De hoofdfases van het project MetroBus ZaanIJ i.r.t. participatie



De onderdelen van fase B van de planstudie



INLEIDING

Amsterdam en Zaanstad groeien in hoog tempo naar elkaar toe. Nieuwe woningen, toenemende bedrijvigheid en meer toerisme zorgen voor een fors groeiend aantal mensen dat zich dagelijks verplaatst tussen de Amsterdam-Noord, de noordelijke IJ-oeveren en Zaandam-oost. De huidige OV-verbindingen kunnen deze groei op termijn naar verwachting niet opvangen.

Om de groei op te kunnen vangen is een systeemsprong nodig, passend bij de lokale omstandigheden en de te verwachten toename aan gebruikers van het openbaar vervoer. De oplossing hiervoor is de toepassing van de MetroBus op een stedelijke as langs bestaande buurten en nieuwe wijken met hoge dichtheden. De MetroBus is een vorm van hoogwaardig openbaar vervoer (HOV), geïnspireerd op succesvolle Bus Rapid Transit-systemen uit het buitenland. De MetroBus is een comfortabel, vlot en elektrisch voertuig die eruitziet als een tram, maar rijdt op banden in plaats van spoor, met een hoge frequentie. De metroBus rijdt over eigen rijbanen en biedt een snelle, comfortabele en betrouwbare verbinding tussen Amsterdam-Noord en Zaanstad.

De Vervoerregio Amsterdam werkt in dit project nauw samen met de gemeenten Amsterdam en Zaanstad en de provincie Noord-Holland. De partners bundelen hun krachten om er voor te zorgen dat in de toekomst de ZaanIJ-regio goed bereikbaar is en blijft met hoogwaardig openbaar vervoer.

De huidige fase van onderzoek en planvorming

De planstudiefase die het project nu doorloopt, vormt een cruciale stap in de voorbereiding op deze nieuwe verbinding. In deze fase wordt het voorkeursalternatief verder onderzocht en onderbouwd. Tegelijkertijd worden het bestuurlijk besluit en de dialoog met de omgeving voorbereid. Dat vraagt om duidelijke communicatie en goed georganiseerde participatie. Want de MetroBus raakt de leefomgeving van tienduizenden mensen én is zomaar dichterbij dan je denkt: in tijd, in de buurt en in het gesprek. Daarom is dit document opgesteld en het beschrijft hoe dat gesprek gevoerd wordt en hoe er over wordt gecommuniceerd.

Aanpak

Dit document is opgesteld op basis van gesprekken met het projectteam, interviews met communicatieadviseurs van de betrokken overheden en externe stakeholders, werksessies en ervaringen uit vergelijkbare projecten. Het is een werkdocument: flexibel genoeg om bij te sturen waar nodig en stevig genoeg om richting te geven.

Onderlinge samenwerking

De communicatie en participatie over de MetroBus wordt als één geheel georganiseerd in samenwerking met de projectpartners. Dit gebeurt via wekelijkse overleggen, werksessies bij belangrijke mijlpalen en gezamenlijke communicatie-overleggen voor grote publicaties. Zo wordt gestuurd op een succesvolle uitvoering van fase B van de planstudie. Monitoring en evaluatie van de communicatie gebeurt op hoofdlijnen met focus op wat er werkelijk telt zoals websiteverkeer, sociale media-interactie en kwalitatieve feedback van bewoners en partners.

Leeswijzer

Dit document bestaat uit twee delen:

Deel A: Communicatie

Deel A beschrijft de inzet voor duidelijke, herkenbare en toegankelijke communicatie over MetroBus ZaanIJ. Dit deel bevat het communicatieplan: van strategie, kernboodschap tot doelgroepen, middelen en organisatie.

Deel B: Participatie

Deel B beschrijft hoe bewoners, ondernemers en andere belanghebbenden betrokken worden bij de keuzes die nog gemaakt worden. Dit deel beschrijft de participatiestrategie en -aanpak: met doelen, fasering, werkvormen, afstemming en terugkoppeling.

Samen vormen deze onderdelen de basis voor de communicatie en de participatie voor de MetroBus ZaanIJ. Ze volgen de fasering en de mijlpalen uit het Plan van Aanpak Planstudiefase HOV ZaanIJ en geven daar invulling aan met concrete acties, middelen en verhalen.

DEEL A
COMMUNICATIEPLAN

‘DICHTERBIJ DAN JE DENKT’

HOV Metrobus ZaanIJ
Concept Oktober 2025

1. WAAROM DIT COMMUNICATIEPLAN?

Dit plan legt de basis voor de communicatie voor MetroBus ZaanIJ. Een plan dat richting geeft, keuzes onderbouwt en zorgt voor samenhang. Het biedt handvatten om de juiste middelen in te zetten, de juiste toon te treffen en communicatie goed af te stemmen op participatie en omgevingsmanagement.

Communicatie is in dit project meer dan informatie delen: het is een manier om mensen mee te nemen, te betrekken en uit te nodigen om te participeren. Niet alleen vertellen wat er gebeurt, maar ook waarom het gebeurt en wat dat voor mensen betekent.

Kaders en context: in welke fase bevindt het project zich?

MetroBus ZaanIJ staat aan de vooravond van belangrijke keuzes. Er wordt gestudeerd op de inpassing van een MetroBus ZaanIJ op inhoudelijk, ruimtelijk, technisch én maatschappelijk vlak. Tegelijkertijd wordt de besluitvorming voorbereid. De communicatie volgt drie sporen:

- Het inhoudelijke proces van onderzoeken en ontwerp;
- Het bestuurlijke traject;
- Het communicatie- en participatietraject richting omgeving en stakeholders.

Na afronding van fase A van de planstudie verschuift de focus. Dan start de communicatie met informatie over het project en de participatie. Bij het begin van fase B van de planstudie start de participatie over het inpassingsvraagstuk. Daarna volgen afweging, besluitvorming en terugkoppeling. De communicatie beweegt in dit ritme mee met een heldere boodschap, een herkenbaar verhaal, effectieve middelen en de ondersteuning van de participatie.

Samenhang met participatie en omgevingsmanagement

Goede communicatie staat niet op zichzelf, maar vormt samen met participatie en omgevingsmanagement één geheel. Participatie biedt ruimte voor meepraten en mate van invloed, zodat belanghebbenden daadwerkelijk hun stem kunnen laten horen. Omgevingsmanagement richt zich op het onderhouden van relaties met stakeholders en sleutelfiguren, en omvat ook omgevingscommunicatie: het tijdig, transparant en begrijpelijk informeren van de bredere omgeving en samenleving. Zo wordt niet alleen gezorgd voor verbinding en vertrouwen, maar ook voor draagvlak en wederzijds begrip. Communicatie ondersteunt en versterkt dit proces door helder uit te leggen wat er gebeurt, het gesprek mogelijk te maken en terug te koppelen wat er met de inbreng wordt gedaan.

2. RICHTING EN UITGANGSPUNTEN

Doel van de communicatie

Het doel is samenhangende, toegankelijke communicatie over het project HOV MetroBus ZaanIJ: bouwen aan begrip, vertrouwen en betrokkenheid. Belanghebbenden langs de route én in de regio weten wat het project inhoudt en waarom het nodig is. Ze worden geïnformeerd over het belang van de MetroBus, de route én de impact voor de fysieke omgeving. De communicatie over MetroBus ZaanIJ zorgt voor communicatie die:

- Mensen informeert én betreft;
- Vertrouwen opbouwt door openheid en terugkoppeling;
- Mensen helpt te begrijpen wat MetroBus ZaanIJ is, waarom het nodig is en wat het voor hén betekent.

De communicatie draagt zo bij aan inhoudelijke onderbouwing, begrip en het betrekken van belanghebbenden.

De basis van de communicatie

De communicatie is altijd:

- **Begrijpelijk** : in taal die mensen snappen;
- **Tijdig** : op het juiste moment;
- **Herkenbaar** : met een vaste lijn in vorm en toon.

Niet alles hoeft af te zijn om iets te kunnen zeggen. Het verhaal wordt in stappen verteld, maakt keuzes inzichtelijk en is goed afgestemd met partners. De communicatie is visueel, mensgericht en respectvol.

De vier kernwaarden van MetroBus ZaanIJ

Onderstaande kernwaarden komen overal in terug:

- **Verbindend** : buurten, belangen en partners worden verbonden;
- **Duurzaam** : de communicatie gaat over oplossingen voor de lange termijn;
- **Betrouwbaar** : maakt waar wat gezegd wordt en laat zien wat gedaan is;
- **Inclusief** : iedereen kan het project volgen en begrijpen.

Strategische uitgangspunten

De communicatie is gebaseerd op echte verhalen en herkenbare plekken: bewoners, reizigers en ondernemers komen aan het woord. Het project wordt zichtbaar via haltes, routes en locaties die mensen kennen en die aansluiten bij de leefwereld in Amsterdam-Noord en Zaanstad. Het is belangrijk dat alle partners vanuit één lijn communiceren om een krachtig en consistent verhaal te vertellen met oog voor de verbinding met andere ontwikkelingen in het gebied.

Richtlijnen voor toegankelijkheid en inclusiviteit

Alle communicatie voldoet aan de landelijke normen voor digitale toegankelijkheid (WCAG). De communicatie zet in op eenvoudige taal, sterke visuele ondersteuning en vertalingen waar nodig. Speciale aandacht gaat uit naar doelgroepen met lage taalvaardigheid of beperkte digitale vaardigheden. Inclusiviteit is geen bijzaak, maar een voorwaarde om als overheid geloofwaardig te communiceren. Zeker in projecten met letterlijk en figuurlijk zo'n grote impact en met zoveel verschillende doelgroepen 'langs de lijn'.

Samenhang met participatie

De communicatie bereidt de participatie voor met heldere, begrijpelijke informatie. Uitnodigingen voor de participatie zijn aantrekkelijk en laagdrempelig. Na afloop wordt zichtbaar wat er aan input is opgehaald, wat ermee is gedaan en hoe dat is verwerkt.

3. COMMUNICATIECONCEPT: DICHTERBIJ DAN JE DENKT

MetroBus ZaanIJ verbindt wijken, steden en mensen. Dat komt allemaal dichterbij. Wat kan je allemaal in 30 minuten bereiken? Met het communicatieconcept Dichterbij dan je denkt wordt zichtbaar dat dit project niet abstract is, maar heel concreet voor bewoners, reizigers en ondernemers.

De komst van de MetroBus is ook in tijd dichterbij dan veel mensen denken. Er komen voorbereidingen aan, ingrepen in de openbare ruimte en uiteindelijk: verandering van routes. De route wordt toegelicht én er wordt uitgelegd wat de impact voor de fysieke omgeving is.

De reis wordt tastbaar via herkenbare beelden, verhalen van echte mensen en een heldere boodschap. Zo raakt de doelgroep betrokken vanaf het begin.

Doel van het concept

Het doel is dat mensen gaan voelen: dit raakt mij. Niet alleen straks, maar nu al. De MetroBus verandert hoe zij zich verplaatsen en wat ze binnen handbereik hebben. Het verhaal komt tot leven via:

Communicatiemiddelen:

- **Verhalen van bewoners**

Korte video's en quotes over hoe hun omgeving en reis verandert.

- **Interactieve routekaarten**

Fysiek en online laten zien wat er binnen 30 minuten bereikbaar wordt.

- **Socialmediacampagne**

#Mijn30Minuten: bewoners delen hun route en toekomstbeeld.

Participatie en beleving:

- **Wandel- en fietsexpedities**

Samen de route verkennen en ervaren.

- **Challenges**

‘Hoe ver kom jij in 30 minuten?’

- **Fotoreportages van routes**

Visueel en persoonlijk: Visuele verhalen van de nieuwe verbindingen.

- **Gesprekken met bewoners en reizigers**

Wat leeft er echt?

Fysieke zichtbaarheid:

- **Infopunten**

Op stations, in buurthuizen, bij sportclubs.

- **Mobiele experience-tours**

Beleef de MetroBus op locatie.

- **VR-ervaringen**

Laat mensen virtueel hun toekomstige reis maken of hun omgeving zien.

Kernboodschap MetroBus

De kernboodschap is opgebouwd uit losse, onderling verwisselbare blokken. Elk blok is zelfstandig inzetbaar, afhankelijk van doelgroep en communicatiemoment.

a. De regio groeit, het OV groeit mee: met een MetroBus

Tussen Amsterdam-Noord en Zaanstad reizen steeds meer mensen. Door nieuwe woningen, toenemende bedrijvigheid en meer toerisme blijft de komende jaren het aantal mensen groeien. De huidige OV-verbinding, waaronder buslijn 391, kan deze groei niet opvangen. Ook niet met de inzet van langere bussen op de langere termijn. Daarom wordt de MetroBus ZaanIJ ingezet. Deze zorgt voor een extra alternatief op de auto en voorkomt dat de wegen te vol raken. Dat klinkt misschien ver weg, maar daar werken we nu al aan.

b. Alles makkelijker bereikbaar.

De MetroBus rijdt de route tussen station Noorderpark en NS station Kogerveld via de Klaprozenweg, Cornelis Douwesweg in Amsterdam en de Wibaut-as in Zaanstad. De MetroBus rijdt een stuk vaker dan de huidige bus, kan veel meer mensen vervoeren en biedt meer gemak. Met de MetroBus kunnen reizigers zich dus makkelijker en sneller verplaatsen. Zo breng de MetroBus werk, school, winkels en vrije tijd dichterbij dan je denkt.

c. De MetroBus is duurzaam en betrouwbaar.

De MetroBus is een nieuwe manier van reizen. Hij biedt het gemak van een tram, is flexibel als een bus en rijdt net zo vaak als een metro. Bovendien is hij elektrisch en dus uitstootvrij. Zo past hij goed bij de toekomst van het vervoer in de regio.

d. We bereiden alles stap voor stap voor.

We zorgen ervoor dat meer mensen met de bus kunnen reizen. We doen dat in twee stappen:

- *Op kortere termijn rijden er grotere bussen met meer zitplaatsen.*
- *Op de langere termijn rijdt de MetroBus ZaanIJ.*

Zo zorgen we dat steeds meer mensen comfortabel en snel met de bus kunnen.

e. Samen keuzes maken.

We onderzoeken wat werkt in de praktijk en we informeren én nodigen bewoners, reizigers en ondernemers uit om mee te denken.

f. Dichterbij dan je denkt, ook voor [buurtnaam xxx].

Binnenkort verandert er iets in uw buurt. MetroBus ZaanIJ zorgt straks voor een snellere verbinding naar werk, school, familie of recreatie. Wat u straks allemaal in 30 minuten kunt bereiken, zal u verrassen. Maar: ook de werkzaamheden komen dichterbij dan u misschien denkt.

g. Denk mee over de MetroBus.

De MetroBus is dichterbij dan je denkt: qua route en qua timing. En de komst van de MetroBus verandert jouw buurt op sommige plekken. Daarom willen we weten wat jij belangrijk vindt. Jouw ideeën helpen ons verder. Deel jouw ideeën met ons!

Bij de afsluitende alinea “Denk mee over de MetroBus” kan het effect worden versterkt door die visueel te benadrukken of vorm te geven als call-to-action. Dit kan door bijvoorbeeld een kader, vetgedrukte titel, icoon of QR-code. Zo wordt de uitnodiging tot participatie duidelijker zichtbaar en voelen mensen zich eerder aangesproken om echt te reageren of mee te doen.

Eén boodschap, verschillende verhalen

Er komt één heldere kernboodschap over de MetroBus die toegespitst kan worden op verschillende doelgroepen en momenten. Deze boodschap vormt de basis van het message house: een vaste kapstok die richting geeft, maar ook ruimte laat om aan te sluiten op wat mensen belangrijk vinden. Soms is het belangrijk om vanuit het concept te schrijven, maar op andere momenten moet de communicatie juist concreet en informatief zijn. De boodschap wordt aangescherpt afhankelijk van de fase van project, het onderwerp en het tracé. Dat heeft tot doel om belanghebbenden te betrekken bij de inpassing en niet de MetroBus zelf.

De modulaire opbouw van de boodschap maakt het mogelijk om snel te schakelen tussen verschillende vormen: van webtekst tot presentatie, van straatgesprek tot beleidsnotitie. Zo blijft de boodschap herkenbaar, maar altijd relevant.

Verbonden met de omgeving

MetroBus ZaanIJ is geen op zichzelf staand project. Het raakt aan andere ontwikkelingen in het gebied en versterkt die ook. Denk aan Haven-Stad, Buiksloterham, NDSM, de Achtersluispol-der, De Fietsroute ZaanIJ en de Melkwegverbinding. Voor bewoners en ondernemers wordt zo duidelijk dat het bij elkaar hoort en dat de MetroBus zorgt voor een betere bereikbaarheid, een leefbare omgeving en nieuwe kansen. Ook voor bestuurders en beleidsmakers is dit van belang: zij zien hoe de MetroBus bijdraagt aan bredere ambities zoals woningbouw, mobiliteit, duurzaamheid en stedelijke ontwikkeling. De MetroBus is onderdeel van het grotere verhaal: een regio waarin wonen, werken en reizen slimmer met elkaar verbonden zijn. 4. DOEL

4. GROEPEN EN BELEVINGSWERELDEN

De MetroBus ZaanIJ raakt veel verschillende mensen en organisaties (zie de stakeholdersanalyse in Bijlage A). Daarom wordt er in de communicatie onderscheid gemaakt tussen twee hoofddoelgroepen, met elk hun eigen vragen, belangen en voorkeuren. Toon, timing en mid-delen worden hierop afgestemd, zodat iedereen zich herkent in het verhaal, op het juiste moment en via het juiste kanaal.

Indeling in twee hoofdgroepen

A. Bedrijven en maatschappelijk middenveld

Denk aan ondernemers, scholen, maatschappelijke organisaties, grondeigenaren en gebieds-ontwikkelaars. Zij hebben vaak directe belangen bij bereikbaarheid, ruimtelijke ontwikkeling en de inrichting van de omgeving. Voor deze groep komt er maatwerk via branches, netwer-ken, persoonlijke gesprekken en gerichte bijeenkomsten.

B. Inwoners en reizigers

Dit is de meest diverse groep: mensen die in het gebied wonen, werken of zich verplaatsen. Zij willen vooral weten: wat betekent dit voor mij, mijn buurt, mijn reis, mijn kind?

Voor deze groep komt er toegankelijke, visuele en laagdrempelige communicatie. We gaan naar hen toe, maken de informatie begrijpelijk en wisselen af in vorm: digitaal én fysiek, infor-meel én inhoudelijk.

De communicatie wordt afgestemd op elke doelgroep met een passende toon, vorm en in-houd:

- Voor de communicatie met bewoners worden herkenbare beelden, eenvoudige taal en voor-beelden uit het dagelijks leven ingezet om te laten zien wat er verandert in hún buurt en op hún route.
- Voor ondernemers en ontwikkelaars draait het om bereikbaarheid, kansen voor hun vesti-ging of gebied, en het inpassen van de MetroBus in economische ontwikkelingen.

Inzicht in leefstijlen: communicatie op basis van BSR-methode

Om de communicatie goed aan te laten sluiten op de leefwereld van bewoners wordt de BSR-methode ingezet. Deze methode deelt mensen in op basis van waarden, motivatie en gedragsvoorkeur, niet alleen op leeftijd of opleiding. Langs de MetroBus-route vind je onderstaande vier leefstijlen:

- Blauw (controleerend): houdt van structuur, duidelijkheid, overzicht en feiten;
- Geel (harmonieus): zoekt sociale verbinding, veiligheid en gezamenlijke doelen;
- Groen (beschermend): hecht aan vertrouwdsheid, eenvoud en begrijpelijke uitleg;
- Rood (creatief): denkt in beelden, houdt van ruimte, inspiratie en participatie.



Door per buurt te werken met deze inzichten wordt de communicatie effectiever en relevanter. De aanpak is geen truc, maar een manier om serieus te nemen wat mensen beweegt. Hieronder staan de gegevens die op dit moment bekend zijn, maar moeten nog specifiek worden gemaakt:

- Zaanstad: geel 36%, groen 30,1%, blauw 20,9% en rood 13% (2023).
- Amsterdam Noord (West): geel 28,9%, groen 28,1%, blauw 23,2% en rood 19,8%.
- Amsterdam Oud Noord: geel 25,6% groen 25,2%, blauw 22,4% en rood 26,8%.

5. COMMUNICATIEMIDDELEN EN -KANALEN

Structurele middelen en kanalen

De communicatie moet zichtbaar, begrijpelijk en voelbaar zijn: digitaal én fysiek. Daarom komt er een duidelijke basis die continu beschikbaar is, die met regelmaat en een menselijke toon wordt geüpdatet, via:

- Website Vervoerregio Amsterdam: actueel, overzichtelijk, begrijpelijk;
- Digitale nieuwsbrieven: gericht op verschillende doelgroepen. Kort en beeldend voor bewoners, uitgebreider voor partners;
- Social media: inzet van vaste formats voor video, beeld, infographics en korte updates.

Fysieke middelen

Langs de route van de MetroBus verandert de omgeving. Dat wordt tastbaar met infopanelen, tijdelijke 'halteplekken', visualisaties en kaartmateriaal om het project tastbaar te maken. Bijeenkomsten worden vormgegeven als toegankelijke inloopmomenten of themagesprekken. De uitnodigingen zijn laagdrempelig en de setting nodigt uit tot vragen en gesprek. In woonwijken komen er straatinterviews, pop-ups en 'praat-haltes': interventies die nieuwsgierigheid wekken en mensen meenemen in het verhaal.

Online middelen

De digitale communicatie wordt versterkt met formats die aansluiten bij het medium. Op LinkedIn komen korte updates gericht op professionals, voor bredere platforms storytelling en video. Podcasts en beeldverhalen laten zien hoe bewoners en ondernemers naar de MetroBus kijken. Het wordt een combinatie van eigen content met tools voor interactie, zoals polls, flitspeilingen en korte vragenlijsten. Dit zorgt voor feedback, signalen en verhalen. Online communicatie is binnen deze mix niet ondersteunend, maar een volwaardig kanaal binnen de strategie.

Participatie als communicatiemiddel

Participatie wordt zichtbaar gemaakt. Letterlijk. Door visuele terugblikken, quotes uit gesprekken, en online terugkoppeling. Zo voelt meedenken niet als 'achter gesloten deuren', maar als onderdeel van het publieke gesprek.

Toolkit voor projectpartners

Partners zijn medevertellers van het verhaal. Zij worden hierin ondersteund door een toolkit met o.a.:

- Visuals;
- Standaardteksten;
- Q&A's;
- Formats voor social media.

Zo wordt het verhaal herkenbaar met ruimte voor lokale kleur.

6. COMMUNICATIE PER FASE

Communicatie ná besluitvorming: van voorkeurskeuze naar uitvoering

Na afronding van fase A van de planstudie:

- Uitleg over wat er besloten is;
- De MetroBus ZaanIJ verder toelichten;
- Het gesprek over de volgende stappen gaat van start;
- Iedereen wordt uitgenodigd om mee te denken over de verdere uitwerkingen.

De publieks- en omgevingscommunicatie wordt stapsgewijs opgebouwd. Eind 2025 komt er brede informatie over de uitkomst van het proces en het waarom van de gemaakte keuzes. Begin 2026 start een intensieve fase van participatie over het ontwerp van de inpassing in buurten en op specifieke knelpunten. De communicatie komt er dan zo uit te zien:

1. Terugblik en uitleg

Wat is het voorkeursalternatief? Hoe is het tot stand gekomen?

Via webcontent, nieuwsbrieven, samenvatting, sociale media en pers.

2. Start campagne

Een publiekscampagne start om het gesprek over de inrichting van de MetroBus op gang te brengen. Deze campagne legt uit wat er wel en niet vaststaat en nodigt uit om mee te denken over wat nog open ligt. Hoe stakeholders betrokken worden bij de participatie staat beschreven in het participatieplan.

3. Lokale en thematische participatie

Belanghebbenden krijgen de ruimte om gericht mee te praten en hun inzichten te delen. Communicatie ondersteunt deze momenten met gerichte uitnodigingen, duidelijke informatie en visuele hulpmiddelen. Voor ieder participatieonderdeel komt er verslaglegging en terugkoppeling.

Aansluiting bij projectplanning en besluitvorming

De communicatiemomenten zijn afgestemd op de voortgang van het project en de inhoudelijke mogelijkheden voor participatie. Er is een centrale planning opgesteld waarin besluitvorming, ontwerpstappen, communicatie en participatiecycli samenkomen (zie Bijlage B). Deze planning wordt gedeeld met partners, zodat communicatie beter op elkaar afgestemd kan worden. Zoveel mogelijk worden met andere (raakvlak-)projecten en trajecten in de regio gekoppeld en afgestemd om versnippering te voorkomen.

BIJLAGEN

A. Stakeholdersanalyse MetroBus ZaanIJ (ZaanIJ corridor)

1. Partners

Gemeente Amsterdam, Gemeente Zaanstad, Provincie Noord-Holland, Vervoerregio Amsterdam, ProRail, NS, Rijkswaterstaat, GVB, Havenbedrijf Amsterdam, Metropoolregio Amsterdam (MRA), Zaans Mobiliteitsplan-partners

2. Overheden

Rijksoverheid (o.a. ministerie van IenW en BZK), Omgevingsdienst Noordzeekanaalgebied, Hoogheemraadschap Hollands Noorderkwartier, Veiligheidsregio Zaanstreek-Waterland, buurgemeenten (bijv. Oostzaan, Wormerland)

3. Netbeheerders en kabels & leidingen

Alliander, TenneT, PWN, Vattenfall, Liander, Waternet, KPN, VodafoneZiggo

4. Vervoerders

GVB, Connexion (streekvervoer), NS, vervoerders over water (bijv. ponten), taxiorganisaties, lokale initiatieven zoals deelvervoer

5. Maatschappelijke & belangenorganisaties

Milieudefensie Zaanstreek, Fietzersbond, Wijkplatforms Amsterdam Noord en Zaanstad, bewonersbelangenverenigingen, Mobiliteitspact Zaanstreek, natuurorganisaties zoals Natuurmonumenten, Amsterdam Noord Toegankelijk, ROVER, Voetgangersvereniging, Pact Zaandam Oost

6. Onderwijsinstellingen

Hogeschool van Amsterdam, ROC van Amsterdam, ROC Horizon College Zaanstreek, basisscholen en middelbare scholen in Noord en Zaanstad

7. Maatschappelijke voorzieningen

Kunstcentrum Zaanstad, de Tolhuistuin, sportverenigingen in Amsterdam Noord en Zaanstad, buurtcentra, bibliotheken, sociaal werkorganisaties, BovenIJ Ziekenhuis en Zaans Medisch Centrum

8. Gebiedsontwikkelingen

Haven-Stad, Hamerkwartier, NDSM-gebied, Inverdan (Zaanstad), Hembrugterrein, Achtersluispolder, Buiksloterham, Aanpak Verkeersdruk Thorbeckeweg N516, Zaandam Centrum Oost, Kogerveldwijk

9. Raakvlakprojecten

Sprong over het IJ, oeververbindingen Amsterdam, verkenning nieuwe stations Zaanlijn, MIRT-verkenningen Noord-Holland

10. Bewonersorganisaties

Wijkraad Volewijck, buurtplatforms zoals Tuindorp, bewonersvereniging Zaandam Oost, participatiegroepen bij gebiedsontwikkeling, Red Amsterdam Noord (RAM)

11. Bedrijven

ORAM, Veban, De Corner (Ondernemers Netwerk), bedrijvenvereniging Noordzeekanaalgebied, lokale bedrijventerreinen, BIZ'en (Bedrijven Investeringszones), ontwikkelaars, hotels (bijv. in NDSM en Zaanstad), OVZZ

12. Grondeigenaren

Gemeente Amsterdam, Gemeente Zaanstad, NS Vastgoed, private ontwikkelaars, woningcorporaties, Port of Amsterdam

13. Reizigers/bezoekers

Forenzen tussen Amsterdam en Zaanstad, scholieren en studenten, toeristen (bijv. Zaanse Schans), OV-gebruikers Noord/Zuidlijn

15. Bewoners

Inwoners op de ZaanIJ-corridor, bewoners langs spoor, stations en bouwlocaties, toekomstige bewoners via woningbouwprojecten.

16. Vakwereld (pers)

Platform31, CROW, SKG, De Orkaan, Zaanstad Nieuws, Zaans stadsblad en media zoals Het Parool en Noordhollands Dagblad, vakbladen gebiedsontwikkeling en mobiliteit

B. Communicatie HOV MetroBus ZaanIJ

Doel	Activiteiten / Communicatiemomenten	Opmerkingen
Bestuurlijke besluitvorming (BO 29 oktober)	Publicatie en uitleg voorkeursalternatief via website en nieuwsbrief	Heldere publieksversie besluit, publieksvragen Q&A
Vorbereiding communicatie en campagne	Ontwikkeling kernboodschap, communicatiestrategie- en concept	Afstemming met communicatieteam partners
	Oplevering projectwebpagina's (structuur en eerste inhoud)	Concept gereed voor input eind juni
	Interne <u>toolkit</u> (Q&A, tekstformats, kernboodschap)	O.a. voor communicatieadviseurs VRA, Amsterdam, Zaanstad
Positionering en besluitvorbereiding	Inhoudelijke aanscherping <u>webteksten</u> en <u>evt</u> beeldtaal en visualisaties ontwikkelen	Rond participatie / inpassing / tracékeuzes
	Interne communicatie: presentatie aan bestuurders en projectteams	Voor draagvlak en afstemming partners
	Eerste ontwerp publiekscampagne 2026	Concepten: slogan, campagnebeeld, formats
	Interne afstemming over communicatielijn post-besluit	Input voor voorbereiding januari-campagne
Vorbereiding publieke campagne en participatie	Ontwikkeling uitnodigingen, communicatiemiddelen, participatieformats	Beeldmateriaal, haltepakketten, kaarten
	Persbericht en update nieuwsbrief over <u>Eindejaarsmoment: '30 minuten reis'</u> vervolg	
Lancering campagne 'Vooruit met de verbinding'	Start publiekscampagne (online + offline)	Introductie project aan brede publiek
	Informatie over wat <u>wél</u> / niet vaststaat	Via website, animatie en <u>social media</u>
	Eerste lokale communicatie (wijken langs tracé)	Aankondiging participatie per deelgebied
Participatie ontwerp/inpassing traject	Inloopbijeenkomsten, themasessies, buurtsafari's	Wijkgericht, doelgroepgericht, ook digitaal
	Terugkoppeling opbrengsten per ronde	Verslagen, beeldverslagen, interviews bewoners
Vervolg communicatie en participatie	Verdieping op thema's (overlast, overstaplocaties, landschap)	Meer thematisch dan gebiedsgericht
	Start voorbereiding voor volgende projectfase	Samenwerking met inhoudelijke teams

Legenda doeltypes:

Vorbereiding = inrichten middelen, formats, afstemmen

Positionering = draagvlak creëren, verhaal bouwen

Publiekscampagne = introductie project in omgeving

Participatie = dialoog en input ophalen

DEEL B
PARTICIPATIEPLAN

‘SAMEN IN GESPREK’

HOV Metrobus ZaanIJ
Concept Oktober 2025

1. WAAROM DIT PARTICIPATIEPLAN?

Dit participatieplan vormt de basis voor de aanpak van participatie rondom het project HOV MetroBus ZaanIJ. Het biedt houvast bij het inzetten van middelen en activiteiten, en bij de afstemming met communicatie en omgevingsmanagement. Het doel is om participatie zorgvuldig vorm te geven, zodat mensen actief betrokken worden en het besluit- en planvormingsproces goed wordt ondersteund. Participatie is belangrijk omdat het zorgt voor betere besluiten. Door de omgeving goed te betrekken ontstaat vertrouwen, een gevoel van eigenaarschap en een beeld van samen bouwen aan de toekomst.

Doel van participatie

Participatie zorgt ervoor dat iedereen die rondom de route van de nieuwe MetroBus woont, werkt of reist, de mogelijkheid krijgt om mee te denken over de plannen, ideeën in te brengen en zijn of haar mening kan delen. Het doel van participatie is om met de ideeën en zorgen van alle betrokkenen niet alleen de plannen te verrijken, maar ook om dit mee te wegen bij het maken van beslissingen. Op deze manier kan participatie helpen om betere keuzes te maken die passen bij de behoeften van de omgeving. Daarbij vermindert goede participatie weerstand en daardoor vertraging in (bijvoorbeeld) besluitvorming. Dit project doorloopt meerdere (besluitvormings- en uitvoerings)fasen. Elke fase biedt kansen voor participatie en het is belangrijk om die goed op elkaar af te stemmen. Tijdens de huidige fase, de planstudiefase, worden bij het begin van fase B bewoners, ondernemers en andere belanghebbenden in de omgeving voor het eerst betrokken bij de plannen.

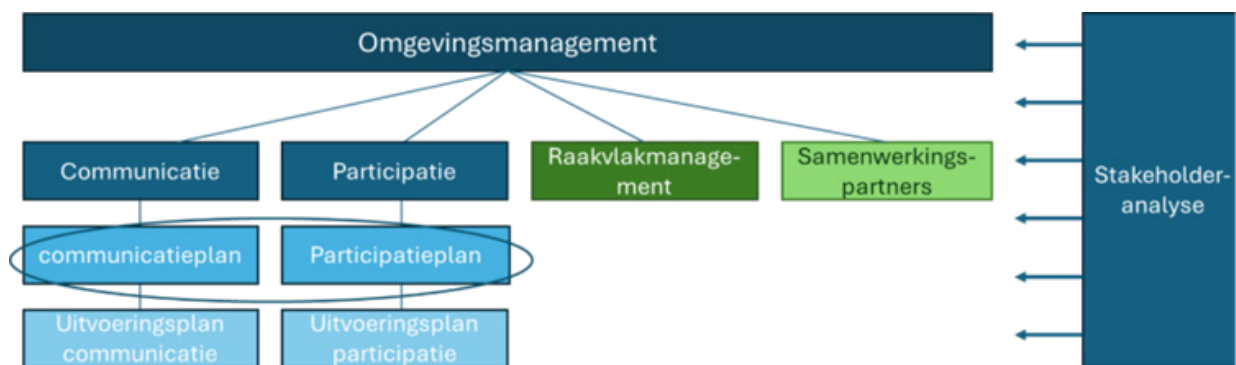
Samen in gesprek: werken aan een goede relatie met de omgeving

MetroBus ZaanIJ is meer dan een technisch project. Het raakt mensen: bewoners, reizigers, ondernemers, overheden en andere betrokkenen. Daarom is het belangrijk om goed te blijven luisteren, duidelijk te communiceren en samen te werken met iedereen die met het project te maken heeft. Dit is onderdeel van het omgevingsmanagement en de manier waarop we in gesprek blijven met de omgeving. We zien omgevingsmanagement als een doorlopende dialoog met de wereld om het project heen. Het gaat om informeren, betrekken, afstemmen en samenwerken. Daarvoor brengen we vier onderdelen bij elkaar:

- | | |
|--------------------------------------|--|
| 1. Communicatie: | helder informeren en de juiste toon treffen; |
| 2. Participatie: | mensen actief betrekken bij keuzes en plannen; |
| 3. Raakvlakmanagement: | zorgen voor goede afstemming met andere projecten, organisaties en ontwikkelingen; |
| 4. Samenwerking met partners: | goede afstemming bij voortgang project. |

Deze onderdelen vullen elkaar aan en versterken elkaar. Zo ontstaat er een goede verbinding tussen het project en de omgeving.

Dit participatieplan sluit aan op de communicatiestrategie, waarin staat beschreven hoe en wanneer belanghebbenden worden geïnformeerd over het project. Communicatie en participatie zijn sterk met elkaar verbonden. Communicatie motiveert mensen om mee te denken en maakt duidelijk waarom hun stem telt. Zo wordt de participatie laagdrempelig, uitnodigend én effectief. Samen werken we aan een MetroBus die niet alleen goed rijdt, maar ook past bij de wensen en behoeften van de omgeving.



Figuur 1. Relatie tussen omgevingsmanagement, communicatie, participatie, raakvlakmanagement, samenwerkingspartners en stakeholderanalyse.

De aanpak is gebaseerd op een stakeholderanalyse: een overzicht van alle betrokkenen, hun belangen en verwachtingen. Deze analyse is opgenomen in het communicatieplan. Op basis daarvan worden communicatie en participatie afgestemd, met aandacht voor de juiste toon, timing en relevante raakvlakken. Ook zijn communicatieadviseurs van betrokken partijen en andere stakeholders geraadpleegd ter voorbereiding van dit plan (zie Bijlage A en B).

Inspraak

Naast participatie blijft inspraak bestaan, als procedure voorafgaand aan de besluitvorming met ter inzagelegging van de beleidsdocumenten, inspraakmomenten en zienswijzen. Inspraak wordt voorgeschreven vanuit de MER-procedure (Milieu Effecten Rapportage) en is een verplicht onderdeel binnen dit project. Op de onderstaande momenten in de MER-procedure bestaat de mogelijkheid zienswijzen in te dienen:

- Op het concept Notitie Reikwijdte en Detailniveau (NRD);
- Voorkeursbesluit en bijbehorende producten.

Bij het begin van Fase B wordt de NRD geschreven. De inspraak vindt plaats na afronding van dit document. Reacties kunnen schriftelijk worden gegeven of tijdens bijeenkomsten worden gedeeld. Alle inspraak moet worden vastgelegd in Nota van Beantwoording en teruggekoppeld zodat duidelijk is hoe de inspraakreactie wordt meegenomen in de besluitvorming.

De NRD en de zienswijzen zijn input voor de MER.

Inspraakprocedure NRD en MER

Voor de Notitie Reikwijdte en Detailniveau (NRD) en het ontwerp-Milieueffectrapport (MER) geldt een zorgvuldige en transparante inspraakprocedure. De procedure omvat de volgende stappen:

1. Vrijgeven van de stukken

Nadat de NRD en het ontwerp-MER zijn vastgesteld, worden de documenten openbaar gemaakt. Zij worden digitaal beschikbaar gesteld via de projectwebsite en officiële publicatiekanalen, en liggen daarnaast fysiek ter inzage op aangewezen locaties.

2. Ter inzage leggen

De documenten liggen gedurende de wettelijke termijn van zes weken ter inzage. De start van de inzageperiode wordt vooraf bekendgemaakt via de website, nieuwsbrieven en persberichten, zodat belanghebbenden weten hoe en waar de stukken te raadplegen zijn.

3. Verzamelen van zienswijzen

Tijdens de inzagetermijn kunnen belanghebbenden zienswijzen indienen. Dit kan schriftelijk (per post of digitaal) en mondeling tijdens bijeenkomsten. Hiervoor worden informatie- en inspraaksessies georganiseerd, waar zowel vragen gesteld als zorgen en suggesties gedeeld kunnen worden.

4. Opstellen Nota van Beantwoording

Alle ontvangen zienswijzen worden gebundeld en geanalyseerd. De reacties worden vastgelegd in een Nota van Beantwoording, waarin per thema of onderwerp wordt beschreven hoe de ingebrachte punten zijn behandeld en welke aanpassingen of keuzes naar aanleiding van de zienswijzen zijn gemaakt.

5. Publicatie en terugkoppeling

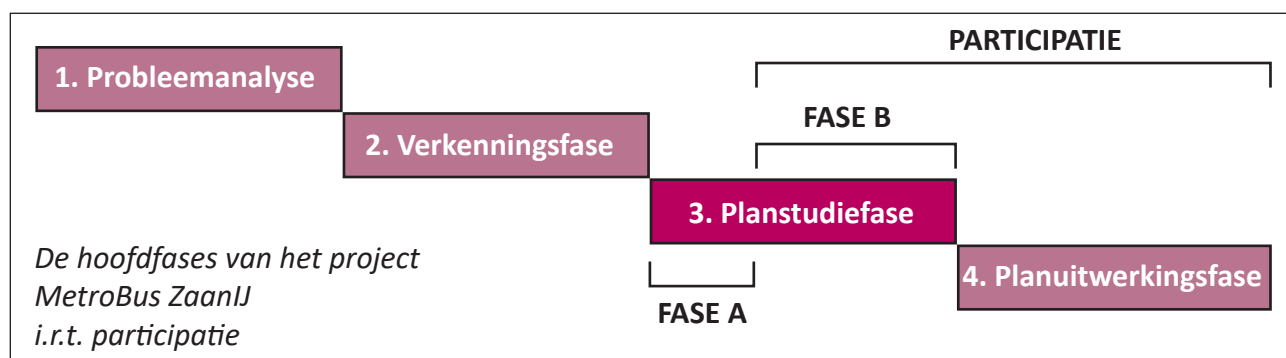
De Nota van Beantwoording en eventuele aangepaste stukken worden opnieuw gepubliceerd. Via communicatiekanalen wordt zichtbaar gemaakt hoe de inbreng van belanghebbenden concreet heeft doorgewerkt in de besluitvorming.

2. PROJECTFASES EN -PLANNING

Bij dit project hanteert de VRA de volgende hoofdfasen:

Probleemanalyse	Onderzoek naar hoe het hoogwaardig openbaar vervoer (HOV) in de ZaanIJ-corridor ervoor staat en hoe het zich in de toekomst ontwikkelt. De uitkomst is dat vanaf 2026-2028 capaciteitsproblemen kunnen ontstaan.
Verkenningfase	Vergelijkingsonderzoek naar drie vormen van Hoogwaardig Openbaar Vervoer: metro, tram en MetroBus). Hieruit bleek dat de MetroBus de beste en snelste oplossing is om vanaf 2028 het toenemende aantal reizigers op dit traject te vervoeren.
Planstudiefase A en B	In deze huidige periode wordt er toegewerkt naar het projectbesluit en onderzocht hoe de MetroBus er precies uit kan komen te zien en waar hij gaat rijden. Deze fase bestaat uit 2 delen (A en B). De participatie vindt plaats tijdens de planvorming van de NRD.
Planuitwerkingsfase of voorbereidingsfase	De participatie wordt voortgezet volgens de strategie. Na vaststelling van het projectbesluit moeten de gemeenten Amsterdam en Zaanstad hun omgevingsplannen wijzigen. In deze fase hebben de gemeenten een motiveringsplicht voor de participatie.

Tijdens de eerste twee fases heeft nog geen participatie met reizigers en bewoners plaatsgevonden, wel met stakeholders. Tot nu toe zijn uitkomsten en besluiten op basis van expertise genomen. Het project bevindt zich nu in de planstudiefase en in deze fase start ook de participatie met reizigers en bewoners (vanaf fase B van de Planstudie) omdat de haalbaarheid van het project dichterbij komt.



Het participatietraject voor HOV MetroBus ZaanIJ is zo vormgegeven dat het naadloos aansluit op de plan- en besluitvorming en de inspraak. Participatie is geen losstaand proces, maar een integraal onderdeel van de planontwikkeling. Ook is er zorgvuldig gekeken naar de relevante verordeningen en beleidskaders van de gemeenten Zaanstad, Amsterdam en de Vervoerregio Amsterdam (nog vast te stellen).

In Bijlage C staat het overzicht van alle relevante documenten. Afhankelijk van het type besluit en de fase binnen het project zijn deze verordeningen wel of niet van toepassing. Voor iedere fase schrijven we een apart participatie-uitvoeringsplan die op deze strategie is gebaseerd en de inzichten uit de vorige fase meeneemt.

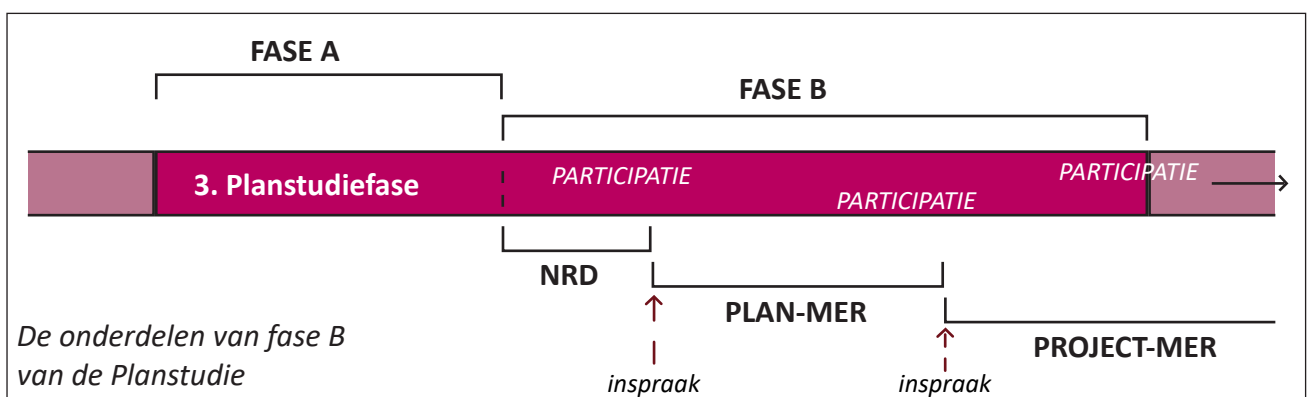
In de volgende paragraaf wordt er op de tweede helft (fase B) van de planstudiefase ingezoomd.

Planstudiefase B

In deze periode worden de verschillende stappen doorlopen die nodig zijn voor het projectbesluit en eventueel het wijzigen van de omgevingsplannen. Belangrijk onderdeel is de milieueffectrapportage (MER), die in drie fasen wordt uitgewerkt:

- De Notitie Reikwijdte en Detailniveau (NRD)
- het Plan-MER
- het Project-MER

Rond elk van deze mijlpalen vindt participatie plaats.



3. DOELGROEPEN

De route loopt door veel verschillende bestaande buurten, gebieden die stevig aan het verdichten zijn o.a. met nieuwe woningen, werkgebieden en een omvangrijk groengebied (NoorderIJ-plas). Niet alleen verschillen de gebieden onderling sterk, maar ook de belangen van de verschillende stakeholders. Er zijn drie doelgroepen voor de participatie:

1. Bedrijven en maatschappelijk middenveld

Ondernemers, onderwijsinstellingen, ziekenhuis, maatschappelijke organisaties (zoals reizigersorganisaties), grondeigenaren, gebiedsontwikkelaars langs de route.

2. Inwoners

Zowel individueel als georganiseerd, bestaande buurten en wijken en in ontwikkeling.

3. Reizigers

Een hele diverse groep van mensen die wonen in bestaande en nieuwe buurten, werknemers en toeristen.

Om aan te sluiten bij deze variëteit aan stakeholders, moeten in de participatie gerichte methoden worden gevonden. Het is belangrijk om de barrières om te participeren (waar mogelijk) weg te nemen, zodat zo veel mogelijk mensen kunnen participeren. Deze barrières wor-

4. PARTICIPATIESTRATEGIE

In dit hoofdstuk staan de strategische keuzes, de participatie-onderwerpen en de participatieruimten beschreven.

Strategische keuzes: participatie in lijn met communicatiekernwaarden

De participatieaanpak voor MetroBus ZaanIJ is gebaseerd op de kernwaarden uit het communicatieplan: verbindend, duurzaam, betrouwbaar en inclusief. Deze waarden vormen het fundament voor de manier waarop bewoners, ondernemers en anderen worden betrokkenen bij het project. Zo worden er een aantal bewuste strategische keuzes genomen die bijdragen aan het realiseren van de participatiedoelstellingen.

Verbindend: participatie organiseren vanuit de buurt

Participatie krijgt letterlijk een plek in de wijk. Er wordt aangesloten bij bestaande netwerken, gebruikmakend van locaties die mensen kennen en waar nodig de straat opgegaan. We doen dit niet eenmalig, maar op meerdere momenten in het proces. Net zoals de MetroBus straks 'dichtbij huis' stopt, moet participatie ook dichtbij en laagdrempelig aanvoelen.

Duurzaam: communicatie over de lange termijn

Communicatie en participatie gebeurt met het oog op de toekomst. De MetroBus is een oplossing voor de langere termijn, dus dat vraagt om gesprekken over wat belangrijk is voor de leefomgeving van morgen. In participatiegesprekken zoeken we naar verbinding tussen korte termijnzorgen en lange termijnkansen.

Betrouwbaar: zichtbaar en consequent in aanpak

Afspraken worden nagekomen, ook als het gaat om participatie. Het is duidelijk wat mensen kunnen verwachten en hoe hun inbreng wordt verwerkt. Alles wat wordt opgehaald, wordt zorgvuldig vastgelegd en teruggekoppeld op een manier die begrijpelijk is en vertrouwen geeft.

Inclusief: fysiek én online

Digitale en fysieke participatievormen worden gecombineerd, zodat mensen op een manier die bij hen past kunnen deelnemen. Denk aan inloophmomenten, wijkgesprekken, co-creatie-sessies, wandelingen en online polls. Niet iedereen heeft tijd of zin om naar een bijeenkomst te komen; daarom zijn er verschillen in vorm en toon.

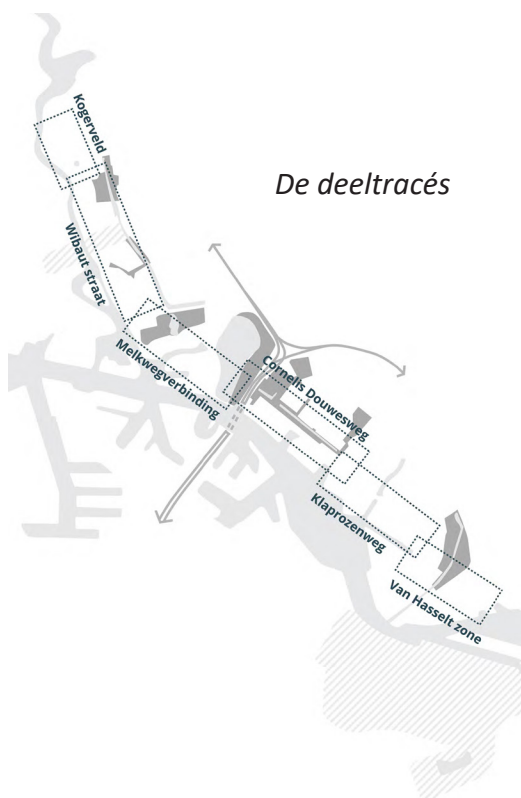
Doelgroepgericht en gebied-specifiek werken

De aanpak is afgestemd op de verschillende doelgroepen en gebieden langs de route. Bewoners hebben andere vragen en wensen dan ondernemers. Daarom sluit de participatie aan bij belevingswerelden, passen onze toon aan en gebruiken middelen die passen bij de plek én de mensen. Zo wordt de participatie effectief én betekenisvol.

De ca. 15 km. lange route voor de MetroBus is opgedeeld in 6 delen, ook wel tracés genoemd, die onderling sterk verschillen. Daar waar de deeltracés elkaar raken of overlappen is er sprake van een extra uitdaging, omdat meerdere vraagstukken samenkomen. Dat is van invloed op de inpassing en de participatie. De participatie sluit aan op de projectstructuur. Voor het ophalen en terugkoppelen van input worden zes deelgebieden gehanteerd. Elk deeltracé krijgt een eigen aanpak, afgestemd op de specifieke vraagstukken, betrokken partijen en de dynamiek van het gebied. Zo blijft de participatie herkenbaar en relevant binnen het bredere project.

Participatie-onderwerpen

De participatie wordt in de komende periode specifiek en concreet ingevuld op basis van de informatie die beschikbaar komt over de route en de inpassing van de MetroBus. Dat er een MetroBus gaat komen is uitgangspunt voor de planstudie. De precieze route en de manier waarop het wordt ingepast staat nog niet vast. In fase A van de planstudie is hierop al flink gestudeerd. In onderstaande tabel staan bijvoorbeeld onderwerpen waarover het gesprek kan gaan voor de verschillende deeltracés.

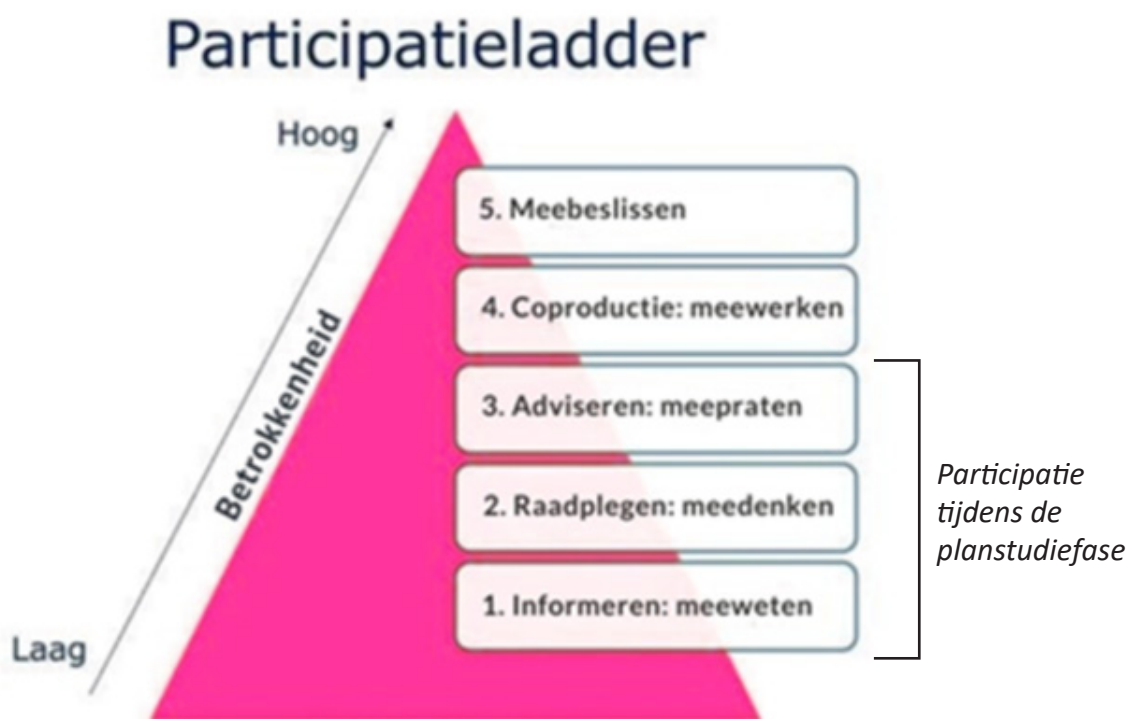


Overkoepelend		
Inpassing, frequenties, prijzen, (fiets)parkeerplekken, proces		
1. Kogerveld • Spoorviaduct • Bereikbaarheid kernpunten zoals ZMC en station Kogerveld • Eindpunt • Sloopactiviteit • Verkeersontsluiting • Oversteken	2. Wibaut-as • Verdwijnen ventwegen • Peperstraat • Overlast i.v.m. funderingen • Sloopactiviteiten • Verkeerveiligheid en -drukke • Thorbeckeweg	3. Melkwegverbinding • Aantasting natuur Zaan IJ-plas • Oversteek Thorbeckeweg • Brug over het kanaal • Effect op bedrijven • Verkeer vrachtwagens Sluispolderweg • Hoogspanningskabels van Tennet • Sociale veiligheid in het groen
4. Cornelis Douwesweg • Verlies aan natuur • Sociale veiligheid in het groen • Westbrug • Afstand tussen haltes • Sloopactiviteiten	5. Klaprozenweg Verkeersveiligheid • Ontwikkeling i.v.m. huidige busbaan • Ruimte voor fietsers en voetgangers • Relatie metrobus tot huidig busverkeer • Ontwikkeling Klaprozenbuurt	6. Van Hasseltzone • Veilige overstap bij Noorderpark • Oostbrug • Mosplein • Hoogteverschillen • Ruimte voor auto's en fietsers • Verdeling haltes

Tijdens de bijeenkomsten kunnen deelnemers input kunnen leveren op zaken die buiten de scope van dit project vallen. Denk daarbij aan vragen over ander OV of nieuwbouw. Deze zullen we in overleg met de betrokken partijen op de juiste plek adresseren.

Participatieruimten

De participatieruimten zijn gebaseerd op het participatiebeleid van de Vervoerregio Amsterdam. In de planstudiefase ligt de nadruk op informeren, raadplegen en adviseren. Dit is voor dit project op één lijn gebracht met het beleid van de gemeente Zaanstad en de gemeente Amsterdam. Dit is hieronder uitgewerkt in de toelichting over de treden op de zogenaamde participatieladder. Deze keuze betekent dat belanghebbenden tijdig op de hoogte worden gebracht, hun meningen en ideeën opgehaald en hen de mogelijkheid wordt geven om richting te geven aan keuzes. Voor dit stadium past dit goed, omdat de plannen nog in ontwikkeling zijn en er vooral behoefte is aan brede input en draagvlak. In latere, meer uitvoerende fasen kan de participatie worden verdiept. Daarbij wordt samen met betrokkenen en raakvlakprojecten gewerkt aan de uitwerking van de onderdelen.



Trede 1. Informeren: meeweten

Het eerste niveau van participatie binnen het ZaanIJ-project is informeren en meeweten. Dit

sluit aan bij het beleid van de gemeente Zaanstad (Altijd: meeweten), de gemeente Amsterdam (Informeren) en de Vervoerregio, die allen uitgaan van het belang dat betrokkenen altijd goed en toegankelijk worden geïnformeerd. De nadruk ligt op het helder overbrengen van feitelijke informatie, zodat bewoners, reizigers, ondernemers en maatschappelijke organisaties weten waar het project over gaat en zich bewust zijn van de context.

Binnen het MetroBus ZaanIJ-project betekent dit dat betrokkenen duidelijke uitleg krijgen over de inhoud van de verbinding, de noodzaak van de overgang naar een MetroBus-systeem en de voordelen voor bereikbaarheid en leefbaarheid in de regio. Tegelijkertijd wordt ruimte geboden om eerste signalen, zorgen en suggesties vanuit de omgeving op te halen. Zo gaat het niet alleen om kennisoverdracht, maar ook om inzicht in wat er leeft in buurten langs de corridor.

De belangrijkste participatiedoelen zijn het verkrijgen van inzicht in kansen en aandachtspunten, het vergroten van betrokkenheid en enthousiasme, en het versterken van begrip en acceptatie voor de uiteindelijke besluitvorming. Werkvormen zijn onder andere informatieavonden, presentaties en gesprekken met stakeholders. Daarbij is het van belang om niet alleen centrale bijeenkomsten te organiseren, maar ook actief naar belanghebbenden toe te gaan om de drempel tot deelname laag te houden.

Trede 2. Raadplegen: meedenken

Het tweede niveau van participatie binnen het ZaanIJ-project omvat raadplegen en meedenken. Hierbij wordt de omgeving actief gevraagd om meningen, opvattingen en visies te delen over onderdelen van de ZaanIJ-verbinding. Het gaat om thema's en keuzes die in een later stadium concreet worden gemaakt, zoals de route, haltes of de inrichting van stationsomgevingen.

Deze aanpak sluit aan bij de beleidslijnen van zowel Amsterdam, Zaanstad als de Vervoerregio. In Amsterdam wordt dit Meedenken (raadplegen en adviseren) genoemd: Amsterdammers krijgen de ruimte om ideeën of suggesties te doen die worden gebruikt in de planvorming. Zaanstad benoemt dit als Afhankelijk van de situatie: + meedenken, waarbij ervaringen en adviezen zorgvuldig worden meegenomen. De Vervoerregio ziet meedenken als een manier om lokale kennis en perspectieven in te brengen voor betere keuzes.

Binnen het project gebeurt dit via werkvormen zoals enquêtes, werksessies en inloopbijeenkomsten, zowel fysiek als digitaal. Cruciaal is dat de resultaten altijd worden teruggekoppeld, zodat deelnemers zien dat hun inbreng serieus wordt genomen. De doelen van deze trede zijn het gezamenlijk verzamelen van informatie, het ontdekken van extra kansen en het benutten van lokale kennis om tot beter gedragen oplossingen te komen.

Trede 3. Adviseren: meepraten (afhankelijk van

Het derde niveau van participatie binnen het ZaanIJ-project richt zich op adviseren en mee-

praten. Op deze trede krijgen deelnemers een meer inhoudelijke en verantwoordelijke rol. Zij worden betrokken in overlegstructuren en hebben de mogelijkheid om gezamenlijk een onderbouwd advies uit te brengen over specifieke onderdelen van de ZaanIJ-verbinding.

Deelname vraagt een duidelijke tijdsinvestering en verantwoordelijkheid van de deelnemers, die optreden als adviseurs. Hun adviezen worden serieus meegenomen door de Vervoerregio. Wanneer een advies niet of slechts gedeeltelijk wordt overgenomen, wordt dit altijd uitvoerig beargumenteerd richting de deelnemers. Voor zowel de gemeente Zaanstad als de gemeente Amsterdam sluit deze trede aan bij het verdiepend meedenken zoals benoemd in hun beleid.

Werkvormen die hier passend zijn, zijn onder andere adviesraden, werkgroepen, werkateliers of expertpanels. De participatiedoelen zijn het benutten van kennis en expertise om de kwaliteit van de plannen te verhogen, het creëren van breed gedragen adviezen en het vergroten van transparantie door duidelijk te laten zien hoe inbreng daadwerkelijk een rol speelt in de besluitvorming.

5. AANPAK: PARTICIPATIE TIJDENS DE PLANSTUDIEFASE

In dit hoofdstuk staat de aanpak beschreven. De participatie verloopt in duidelijke stappen:

- 1. Ophalen:** via gesprekken, bijeenkomsten en digitale kanalen worden ideeën, zorgen en alternatieven van belanghebbenden verzameld.
- 2. Verwerken:** de input wordt verzameld, vastgelegd en waar relevant verwerkt in het onderzoek en de besluitvorming.
- 3. Terugkoppelen:** laten zien hoe opmerkingen en suggesties hun weerslag vinden in de plan- en besluitvorming.
- 4. Vastleggen:** alle activiteiten en resultaten worden gedocumenteerd in verslagen, die onderdeel vormen van de beslisinformatie.

Zo wordt geborgd dat participatie geen eenmalig moment is, maar een doorlopend proces van ophalen, verwerken en teruggeven.

Participatieaanpak tijdens planstudiefase B

Tijdens planstudiefase B (de NRD-fase en de gehele MER-procedure) zetten we een reeks participatieactiviteiten in. Deze activiteiten zijn bedoeld om belanghebbenden, van omwonenden en ondernemers tot maatschappelijke organisaties, vroegtijdig te betrekken bij de planvorming. Door participatie breed in te richten, zorgen we ervoor dat alle relevante inzichten, zorgen en ideeën op tafel komen en zorgvuldig kunnen worden meegenomen.

De activiteiten die we inzetten, zijn gericht op:

- **Gehele tracé (iedereen):** brede bijeenkomsten en informatiesessies om alle belanghebbenden te informeren en te betrekken.
- **Gehele tracé (ondernemers en maatschappelijk middenveld):** gerichte bijeenkomsten en gesprekken met bedrijven, belangenverenigingen en maatschappelijke organisaties om specifieke kennis en zorgen op te halen.
- **Deeltracés:** gebiedsgerichte overleggen om lokale knelpunten, wensen en kansen in beeld te brengen.
- **Eindverslag:** alle opgehaalde informatie en de wijze waarop dit is verwerkt, wordt vastgelegd en teruggekoppeld.

Voor alle activiteiten geldt steeds een bewuste keuze:

- Welke doelgroepen worden betrokken;
- Wat het doel van de participatie is;
- Welke middelen en vormen worden ingezet;
- Waarover mensen kunnen meepraten;
- Welke mate van invloed zij hebben.

Participatieactiviteiten per doelgroep

Doelgroep 1: Bedrijven en maatschappelijk middenveld

De eerste doelgroep omvat ondernemers, scholen, maatschappelijke organisaties, grondeigenaren en gebiedsontwikkelaars, zoals beschreven in de stakeholderanalyse. Deze partijen hebben vaak een directe invloed op en belang bij de ontwikkelingen in de ZaanIJ-corridor.

Middelen en vormen

- **Website:** digitale informatievoorziening en updates.
- **Online vragenlijst:** laagdrempelig middel om ervaringen, zorgen en kansen op te halen.
- **Bijeenkomst:** sessie(s) waar ondernemers en organisaties in gesprek gaan over kansen, knelpunten en hun rol in de ontwikkeling.

Doelgroep 2: Bewoners en reizigers

De tweede doelgroep bestaat uit bewoners en gebruikers van het gebied. Dit betreft zowel huidige bewoners als toekomstige bewoners, maar ook reizigers en bezoekers van de regio. Binnen deze doelgroep onderscheiden we drie groepen:

1. **Bewoners:** inwoners langs de ZaanIJ-corridor, in de nabijheid van spoor, stations en bouwlocaties, en toekomstige bewoners die via woningbouwprojecten met het gebied verbonden raken.

2. **Bewonersorganisaties:** vertegenwoordigers van de wijkraad Volewijk, buurtplatforms zoals Tuindorp, bewonersverenigingen zoals die in Zaandam Oost, participatiegroepen bij gebiedsontwikkeling en belangenorganisaties zoals Red Amsterdam Noord (RAN).
3. **Reizigers en bezoekers:** forenzen tussen Amsterdam en Zaanstad, scholieren en studenten, toeristen (bijvoorbeeld richting de Zaanse Schans) en gebruikers van het openbaar vervoer, waaronder de Noord/Zuidlijn.

Middelen en vormen

- **Online vragenlijst:** om breed en laagdrempelig meningen en zorgen te verzamelen.
- **Werksessies per deeltracé:** interactieve bijeenkomsten waarin bewoners en reizigers mee kunnen denken en hun lokale kennis kunnen inbrengen.
- **Optioneel: wandelingen (“Ontdek jouw 30-minutenbuurt”):** informele setting waarin deelnemers hun omgeving verkennen en kansen en knelpunten direct ter plekke bespreekbaar maken.
- **Terugkoppel- en verrijkingsbijeenkomsten:** momenten waarop de resultaten van de participatie gedeeld worden en gezamenlijk verder kunnen worden aangescherpt.

Participatieactiviteiten NRD

In onderstaande tabel staat het volledige overzicht van de middelen per doelgroep en gebied tijdens de participatie tijdens de NRD-fase.

Gebied	Doelgroep	Activiteit
Gehele tracé	Iedereen	Online vragenlijst
Gehele tracé	Iedereen	Digitale sessie
Gehele <u>tracée</u>	Ondernemers/maatschappelijk middenveld	Fysieke bijeenkomsten
6 <u>deeltracées</u>	Bewoners en reizigers	Werksessie
6 <u>deeltracées</u>	Bewoners en reizigers	Optioneel: wandelingen
Amsterdam/ Zaanstad	Bewoners en reizigers	Toetsen/verrijken/terugkoppeling
Eindverslag	Iedereen	

Verdere participatie

Tijdens de planstudiefase doen we naast participatie voor de NRD ook participatie tijdens de periode dat er aan de MER wordt gewerkt. De uitkomsten van de participatie voor de NRD wordt gebruikt om de participatie tijdens de MER in te vullen en vorm te geven. Dit wordt later dus verder geconcretiseerd.

Na afronding van planstudiefase volgt:

- **Planuitwerkingsfase:** de plannen worden verder uitgewerkt en concreet gemaakt. Participatie richt zich hier vooral op het toetsen van ontwerpen, maatregelen en uitvoeringskeuzes.

Na de planvormingsfasen komt de uitvoering en realisatie:

- **Realisatiefase:** tijdens de uitvoering van de plannen ligt de nadruk op communicatie en afstemming met de omgeving, vooral rond bereikbaarheid, hinder en planning.
- **Beheerfase:** na oplevering blijft er ruimte voor participatie, bijvoorbeeld bij monitoring van effecten en het oplossen van eventuele knelpunten.

Ook hiervoor geldt: de participatie in deze latere fasen bouwt voort op wat eerder is opgehaald. Dat betekent dat keuzes en inzet mede worden bepaald door de opbrengst van eerdere participatie. Telkens laten zien welke signalen en ideeën zijn meegenomen is van belang, hoe deze zijn verwerkt en welke invloed zij hebben gehad op de uiteindelijke besluitvorming.

Randvoorwaarden participatie

Voor een effectief participatieproces zijn enkele randvoorwaarden belangrijk. Allereerst is een heldere rolverdeling binnen het projectteam essentieel, zodat voor alle betrokkenen duidelijk is wie verantwoordelijk is voor de organisatie, de inhoud en de terugkoppeling. Bij de activiteiten zijn altijd projectleden met inhoudelijke kennis aanwezig en waar passend ook directieleden, zodat vragen goed kunnen worden beantwoord en besluiten op het juiste niveau kunnen worden toegelicht.

Daarnaast wordt gezorgd voor voldoende budget om participatieactiviteiten en communicatiemiddelen professioneel en toegankelijk te organiseren. Ook is er per fase van het project voldoende voorbereidingstijd nodig om activiteiten zorgvuldig te plannen en uit te voeren. Ten slotte is een duidelijke terugkoppeling over wat er met de opgehaalde input gebeurt onmisbaar. Dit zorgt voor transparantie, vergroot het vertrouwen en maakt zichtbaar welke bijdrage participatie heeft geleverd aan de besluitvorming.

6. TERUGKOPPELING EN OPBRENGSTEN

Participatie wordt extra waardevol als deelnemers terugzien wat er met hun input gebeurt. Daarom gaat er veel aandacht uit naar het zorgvuldig vastleggen, terugkoppelen én benutten van wat er is opgehaald. Helder zijn over hoe reacties, ideeën en zorgen worden verwerkt en wat dit oplevert voor het project.

Terugkoppelen van opbrengsten

Het terugkoppelen van resultaten en opbrengsten geldt als een vast uitgangspunt gedurende het hele participatieproces van het ZaanIJ-project. In iedere fase, van planstudie tot realisatie, wordt ervoor gezorgd dat belanghebbenden inzicht krijgen in hoe hun inbreng is verwerkt en welke invloed deze heeft gehad. Dit betekent dat tijdens de eerste werksessies veel input wordt opgehaald, waarna in vervolgsessies de aangepaste plannen worden teruggekoppeld, getoetst en verder ingevuld. Deze aanpak zorgt ervoor dat de omgeving stap voor stap kan volgen hoe de plannen zich ontwikkelen en waar hun bijdrage verschil maakt.

Bijvoorbeeld: In de eerste werksessie wordt brede input verzameld en in de terugkoppelsessie worden de aangepaste plannen gepresenteerd, getoetst en verder ingevuld. Met de input uit beide avonden worden de plannen verrijkt. Van elke bijeenkomst maken we een helder en toegankelijk verslag. Deze verslagen worden op de projectwebsite gepubliceerd en delen we via nieuwsbrieven en sociale media zodat alle belanghebbenden de informatie eenvoudig kunnen terugvinden. Daarnaast worden belanghebbenden gedurende het hele project actief geïnformeerd over de voortgang en belangrijke mijlpalen.

Op deze manier is er een open en transparant proces ingericht waarin deelnemers ervaren dat hun bijdrage serieus genomen voelt. Dit geldt ook wanneer niet alle suggesties of wensen volledig kunnen worden overgenomen: door duidelijk te laten zien welke afwegingen zijn gemaakt, blijft het vertrouwen in het proces behouden.

BIJLAGEN

A. Verslag interviews communicatieadviseurs

Inleiding

Ter voorbereiding op het communicatie- en participatieplan zijn er gesprekken geweest met de communicatieadviseurs van de betrokken partijen (gemeente Amsterdam, gemeente Zaanstad en Vervoerregio Amsterdam).

Doel van de interviews was om voor de verschillende gebieden informatie op te halen over:

- Hoe thema's rondom openbaar vervoer (OV) leven
- Welke belangen er spelen
- Welke stakeholders van belang kunnen zijn
- Of er raakvlakprojecten zijn
- Do's en don'ts bij communicatie en participatie uit eerdere ervaringen
- Mogelijkheid tot inzet bestaande communicatiemiddelen
- Mate van gewenste betrokkenheid en rol van de adviseurs

In dit verslag volgt een overzicht van de besproken onderwerpen en resultaten.

1. Hoe leeft het thema ov?

In Amsterdam-Noord ligt het thema OV ver af van de mensen die in de bestaande wijken wonen. Er is sprake van vervoersarmoede vanwege het beperkte ov-aanbod. De komst van de Noord-Zuid metrolijn heeft dit niet erg verbeterd: de nadruk ligt hierbij op het van en naar Noord reizen, maar binnen stadsdeel Noord is het ov-aanbod nog steeds mager. Daarbij heerst ook het gevoel onder oude bewoners dat stadsdeel Noord lang genegeerd is. De harde groei van het stadsdeel heeft geleid tot gentrificatie. Inwoners die er al lang wonen voelen zich achtergesteld ten opzichte van de nieuwe bewoners. Er zijn grote verschillen tussen de verschillende delen van Noord.

In Zaanstad spelen vooral problemen met de betrouwbaarheid een rol bij OV. Inwoners hebben met name een negatief beeld van de betrouwbaarheid van het busvervoer. Er is wel behoefte aan meer/nieuwe verbindingen als gevolg van de woningbouw (nu en in de toekomst). Het is verder onduidelijk of er sprake is van vervoersarmoede of andere sentimenten.

Voor zowel Amsterdam als Zaanstad geldt dat de MetroBus nog niet speelt bij inwoners, door een laag kennisniveau over het project en geringe communicatie.

2. Raakvlakprojecten

Vanuit Amsterdam:

- Veel gebiedsontwikkeling O.a. Buiksloterham, Klaprozenbuurt, NDSM)
- Johan van Hasselt-zone
- Fietsroute Dam tot Dam
- Komst windmolens op het IJ
- Groenstructuur

Vanuit Zaanstad:

- Gebiedsontwikkeling Achtersluispolder
- Asielopvang Achtersluispolder
- Sloop- nieuwbouw in Poelenburg
- Avant Thorbeckweg N516
- Guisweg

Vanuit de Vervoerregio Amsterdam:

- Doortrekken Noord-Zuidlijn

3. Stakeholders

Vanuit Amsterdam:

- Red Amsterdam Noord (RAN)
- Aanpak Noord
- Groengroep
- Forenzen
- Bewoners Amsterdam Noord
- VEBAN
- Amsterdam Noord Toegankelijk
- De Fietzersbond
- ROVER
- Voetgangersvereniging
- Cliëntenbelang
- BovenIJ Ziekenhuis

Vanuit Zaanstad:

- Pact Zaandam Oost

Vanuit de Vervoerregio Amsterdam:

- VEBAN
- ROVER
- OVZZ
- Red Amsterdam Noord
- Pact Zaanstad Oost

4. Communicatie & participatie: Do's & don'ts

Amsterdam-Noord

In Amsterdam-Noord woont een heel diverse groep mensen. Een deel is laaggeletterd en heeft een lage sociaaleconomische status.

De communicatie moet concreet en in eenvoudig taalgebruik zijn (keep it short and simple). Daarbij duidelijk aangeven wat het voor de inwoners betekent en wat het voordeel voor hen is (what's in it for me?). Hierbij ook goed de verwachtingen managen; duidelijk aangeven waarover geparticipeerd kan worden. Wees transparant.

Om zoveel mogelijk mensen te bereiken helpt het om een mix van online en fysieke middelen in te zetten, zoals bewonersbrieven, face-to-face gesprekken/bijeenkomsten of het inzetten van sleutelfiguren uit de wijk. Het is belangrijk dat mensen zich gezien voelen. Ook mensen op tijd kennis laten maken met de plannen.

Ook kan het handig zijn om bij bestaande evenementen aan te haken, zoals informatiemarkten (meer informatie ophalen via gebiedsmakelaars of afdeling GenO).

Zaandam

In Zaandam woont een heel diverse groep mensen. Er wonen veel mensen met een anderstalige achtergrond, maar ook lager- en hoogopgeleiden. Dit vraagt om een gedifferentieerde aanpak.

Ook hier is het belangrijk om gebruik te maken van verschillende kanalen om mensen te bereiken. Een combinatie van fysieke bijeenkomsten en online webinars kan bijvoorbeeld een optie zijn. Een persoonlijke benadering werkt vaak goed bij de anderstaligen. Ook goed naar de demografie van de locatie kijken om een inschatting te maken voor opkomst e.d.

In een eerder project bij de Aanpak Thorbeckeweg is een VR-simulatie gebruikt om stakeholders beeldend mee te nemen in de plannen. Dit was erg succesvol.

Vervoerregio Amsterdam

Het is goed om een message house te bouwen met gespecificeerde boodschappen voor de verschillende stakeholders. Het gebied dat ZaanIJ beslaat is divers.

Verder is participatie nog vrij nieuw voor de Vervoerregio Amsterdam. Wel goede ervaringen ook met de VR-simulatie bij de Guisweg. Inloopspreekuren op locatie werkten hier ook goed.

5. inzet bestaande Communicatiemiddelen

Partij/Gebied	Middelen
Gemeente Amsterdam	• www.amsterdam.nl • de amsterdam app. • H-A-H blad HaVoIJ • H-A-H blad Nieuwsblad Amsterdam Noord • Sociale mediakanalen gemeente • H-A-H-blad Noord Amsterdams Nieuwsblad • H-A-H-blad Nieuwsblad Tuindorp Oostzaan
Gemeente Zaanstad	Corporate middelen gemeente Zaanstad • www.zaanstad.nl • Zaanstad Journaal (wekelijkse gemeentepagina's in h-a-h-blad Zaans Stadsblad) • Social media @gemeente Zaanstad (Facebook en Instagram), X zetten we vooral in op titel van bestuurders • Digitale nieuwsbrief (verschijnt wekelijks) Zaanstad Nieuws Middelen van projecten in omgeving HOVZaanIJ gebied • Nieuwsbrief Achtersluispolder (gebiedsontwikkeling) • Nieuwsbrief PACT Oost
Vervoerregio Amsterdam	• Webpagina op vervoerregio.nl • Nieuwsbrief

B. Verslag interviews belangengroepen

Inleiding

Ter voorbereiding op het communicatie- en participatieplan hebben wij gesproken met de grootste belangengroepen voor bewoners en ondernemers uit zowel Amsterdam als Zaanstad (Red Amsterdam Noord (RAN), VEBAN, Pact Zaanstad Oost, Ondernemersvereniging Zaanstad Zuid (OVZZ)).

Doel van de interviews was:

- Kennismaken
- Project HOV MetroBus ZaanIJ toelichten
- Ophalen hoe thema's rondom openbaar vervoer (OV) leven
- Belangen van de stakeholders helder krijgen
- Doel en insteek communicatie en participatie toelichten
- Plan van aanpak toetsen
- Rakende projecten en ontwikkelingen ophalen

1. Beleving problematiek & belangen

In Zaanstad speelt de problematiek vooral aan de kant van de Achtersluispolder, niet aan de andere zijde bij Zuiderhout. Ook vanuit Amsterdam zijn er zorgen over de bereikbaarheid van Noord door middel van ov. Hier is sprake van vervoersarmoede.

Over het algemeen is een goede ov-verbinding gunstig voor de ondernemers en bewoners. Bereikbaarheid is voor mensen heel belangrijk. Niet alleen qua ov-vervoermiddelen, maar ook bij de infrastructuur er omheen zoals fietsenstallingen, deelfietsen, etc. Er is veel verkeersdrukte dus hier zijn oplossingen voor nodig.

2. Communicatie en participatie

Het is lastig om het publiek te betrekken bij plannen die zo ver in de toekomst liggen. Zij zijn hier nog niet mee bezig. Ook anderstaligheid en laaggeletterdheid kan een probleem vormen bij de communicatie en participatie. Daarnaast zijn sommige mensen participatie-moe. Het kan effectief zijn om een kleinere groep betrokkenen te vormen en daar het gesprek mee te voeren, gelet op selectiviteit en bias.

Zaandam

In de communicatie is het vooral belangrijk te laten zien welk voordeel mensen bij de Metro-Bus hebben: betrouwbaar, beschikbaar en aansluiting op het onderliggende ov-netwerk.

Vanuit Zaanstad wordt verwacht dat er veel ophef gaat ontstaan over de ingetekende verbinding over het industrieterrein. Daarom alleen communiceren wat nog bespreekbaar is of wat al is afgesproken. Zodat er zo min mogelijk ruis ontstaat.

Vanuit OVZZ ligt de communicatiebehoefte vooral op aansluiting met andere lopende projecten, zoals Thorbeckeweg. Er is ook participatiebehoefte over de inpassing van de route.

Een idee is om aan te sluiten bij bestaande (participatie)momenten van de belangenverenigingen. Pact Zaandam Oost organiseert bijvoorbeeld al regelmatig momenten met bewoners. Hierbij aansluiten vraagt minder inspanning van de bewoners dan extra momenten organiseren. Ook goed kijken wie je bij welke fase in het project betreft. OVZZ kan een rol spelen bij het bereiken van de ongeveer 200 aangesloten ondernemers in Zaandam Zuid.

Amsterdam

RAN helpt graag mee met de visie rondom participatie. Duidelijk aangeven wanneer en waarom er geparticipeerd wordt, en waarom bepaalde keuzes al gemaakt zijn zonder communicatie en/of participatie erover.

VEBAN is graag betrokken bij verdere planvorming en onderschrijft het belang van het project.

3. Raakvlakprojecten en ontwikkelingen

Algemeen

Ontwikkelingen voor woningbouw moet aansluiten bij de planning voor ZaanIJ-verbinding (bijvoorbeeld over capaciteit). Ook ligt de overstap naar minder auto en meer ov gevoelig.

Zaandam

- Kogerveld
- Woningbouwversneling
- Parkeerdruk Poelenburg

C. Overzicht participatiebeleid, kaders en richtlijnen van betrokken overheden

Overzicht participatiebeleid en bijbehorende kaders, richtlijnen van de overheden die zijn betrokken bij HOV MetroBus ZaanIJ.

Overheid	Participatiebeleid, kaders, richtlijnen	Datum
Vervoerregio Amsterdam	CONCEPT participatieverordening CONCEPT projectafwegingskader participatie VRA	
Provincie Noord-Holland	Inspraakverordening provincie Noord-Holland	2005
	Uitgangspunten voor participatie in Noord-Holland (aanvulling op inspraakverordening uit 2005)	Juli 2022
	Gewijzigde Werkwijze burgerparticipatie Noord-Holland	Juli 2022
Gemeente Amsterdam	Algemene inspraakverordening	2016
	Beleidskader participatie	September 2021
	Concept participatieverordening	2024
Gemeente Zaanstad	Visie Lokale Democratie en Participatie	2025

