

Eindrapport

Participatie

Omgevingsvisie

Resultaten burgerparticipatie
rondom 5 thema's uit de
Omgevingsvisie

provincie limburg





Inhoud

[Introductie](#)

[Representativiteit](#)

[Thema: economie](#)

[Thema: leefbaarheid](#)

[Thema: mobiliteit](#)

[Thema: energie](#)

[Thema: natuur en landschap](#)

[Afsluitend: Toekomst van Limburg](#)

Introductie

Over het onderzoek

Limburg ziet er nu heel anders uit dan dertig jaar geleden. En er blijven nieuwe ontwikkelingen komen. Om goed in te spelen op de kansen en uitdagingen is een visie nodig die zich richt op de langere termijn (2030 - 2050). Daarom werkt de Provincie op dit moment aan die visie, die de naam Omgevingsvisie draagt.

De Omgevingsvisie geeft richting aan de manieren waarop we Limburg klaar maken voor de toekomst. Er komen allerlei onderwerpen aan bod, zoals wonen, economie, beheer van de leefomgeving en gezondheid. Dat zijn thema's die alle inwoners van Limburg aangaan en grote invloed hebben op hun dagelijkse leven. Daarom heeft Provincie Limburg een campagne uitgezet waarin ze de inwoners uitnodigt om mee te denken over de inhoud en hun mening en visie te delen. Deze campagne droeg de naam **Toekomst van Limburg** en vond plaats vanaf december 2019 tot en met februari 2020.

De campagne werd in samenwerking met digitaal bureau Exitable opgezet en vond zowel online als offline plaats. Online door een digitale campagne, waarbij via inzet van social media (Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram en Snapchat) de inwoner werd bereikt en uitgenodigd om mee te denken via een online flitspeiling. Er werden ook offline ansichtkaarten verspreid op locaties waar veel inwoners van Limburg komen, zoals gemeentehuizen, de Brightlands campussen, filmhuizen, bioscopen en bibliotheken. Deze ansichtkaarten konden ingevuld worden en (analoog, via de post) teruggestuurd worden naar Provincie Limburg. Ook hadden de ansichtkaarten een QR code die gescand kon worden en die de burger direct naar de webpagina limburg.nl/toekomstvanlimburg stuurde. Deze pagina was een verzamelplaats van alle activiteiten die rondom de campagne, zoals een link naar de online flitspeiling en de data en locaties van het Rad van Participatie.

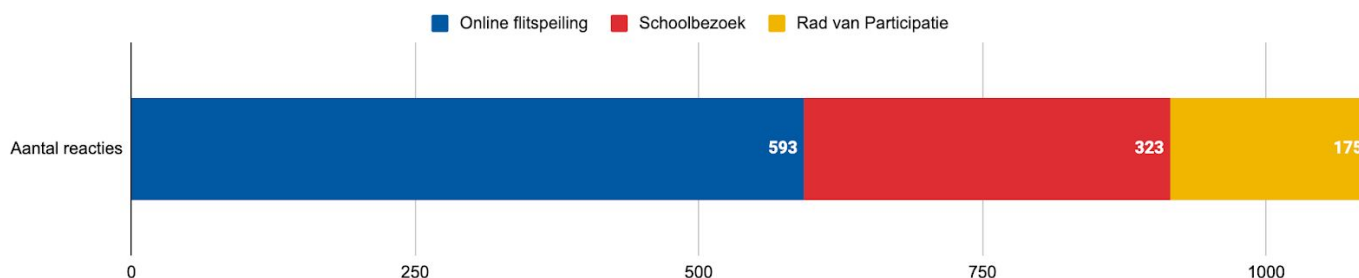
Want Provincie Limburg trok ook fysiek de provincie in. Met het Rad van Participatie werden meerdere locaties bezocht (Heerlen, Sittard, Maastricht en Venlo) om mensen in persoon uit te nodigen hun mening rondom de Omgevingsvisie te delen - **waar 175 personen aan mee hebben gedaan**. Ten slotte bezocht Provincie Limburg scholen om jongeren in persoon



te bevragen over hun visie op Limburg in de toekomst - **via die gastlessen hebben ruim 300 scholieren hun visie en mening gedeeld**. Ten slotte werkte Provincie Limburg internationaal samen met Dear Hunter om ook **euregionaal participatie** rondom de omgevingsvisie te bereiken.

In de looptijd van **3 maanden is de online flitspeiling 593 keer ingevuld**, door personen die minimaal 1 vraag en maximaal de gehele vragenlijst beantwoord hebben. Daarbovenop kwamen nog **tientallen reacties via social media**. In dit rapport hebben we alle reacties gebundeld en per thema geanalyseerd op de meest dominante meningen en visies. Let op: het thema gezondheid & veiligheid is in deze campagne geschaard onder het thema leefbaarheid.

Dit rapport toont dus de rode draad uit die 1.000+ reacties die over verschillende kanalen en middelen verzameld zijn.



Representativiteit

Steekproefgrootte en demografische factoren

Steekproefgrootte

Een onderzoek moet een bepaald percentage van de omvang van de populatie behalen om als representatief gezien te worden. De omvang van de populatie in dit onderzoek betreft alle inwoners van de provincie Limburg, namelijk 1,1 miljoen personen. Om een betrouwbaarheidsniveau van 95% te behalen binnen het onderzoek, hebben we volgens de AOM Steekproefcalculator een steekproefgrootte van 384 personen nodig. Tijdens de participatie campagne hadden we als doel om deze grootte te bereiken via enkel de flitspeiling (dus zonder de input via het Rad van Participatie, schoolbezoek en losse reacties via social media). In werkelijkheid hebben we 593 reacties binnengehaald, waardoor we om en nabij de 98% betrouwbaarheidsniveau zijn uitgekomen.

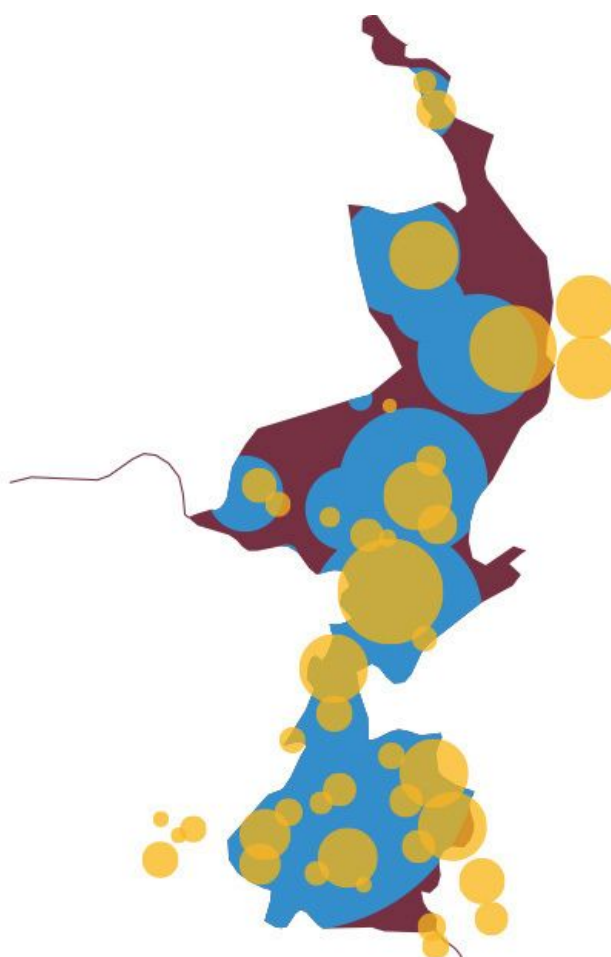
Demografische resultaten

Om de flitspeiling zo laagdrempelig mogelijk te houden, worden er geen persoonlijke gegevens (leeftijd, sekse, woonplaats, politieke voorkeur, etc). gevraagd. Toch kunnen we door de *analytics* van de website en de betaalde social media campagnes te bekijken, een goed beeld geven van de groepen die met de campagne in aanraking zijn gekomen.

Onderstaande cijfers laten de resultaten van de campagne zien gedurende de gehele looptijd.

Geografie

Als we kijken naar de geografische kenmerken van de online bezoekers, kunnen we vaststellen dat het doel om heel Limburg te bereiken goed behaald wordt. Van het bovenste topje tot het onderste staartje hebben we inwoners uit Limburg bereikt:



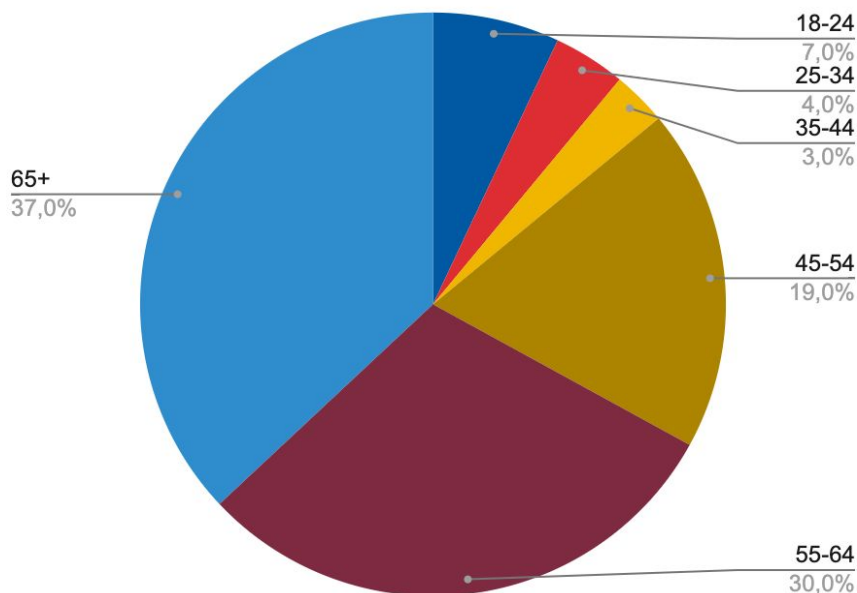


- blauw staat voor de van waaruit mensen de online flitspeiling ingevuld hebben
- geel staat voor alle plekken die Provincie Limburg heeft bereikt via de offline activiteiten, zoals de schoolbezoeken, het Rad van Participatie en internationale samenwerking
- rood staat voor alle plekken die we online hebben bereikt met de campagne en die bereikt zijn via het verspreiden van ansichtkaarten.

Leeftijdsgroepen

In het opstarten van de campagne had Provincie Limburg als doel om ook de niet-gebruikelijke doelgroepen te betrekken. Onder die doelgroepen werden jongeren (18 tot 35 jaar) en ouderen (55+) verstaan - groepen die normaal minder betrokkenheid tonen bij de activiteiten van Provincie Limburg. Daarom hebben we binnen de social media campagnes meer de nadruk gelegd op het bereiken en activeren van die doelgroepen. Dit door het inzetten van advertentiebudget.

Verdeling in leeftijd m.b.t. social betrokkenheid



Ouderen actief online

De betaalde advertenties waren de eerste 2 maanden van de campagne vooral gericht op jongeren en ouderen (55+). Echter zagen we toen een scheefgroei in de oudere doelgroep, die meer dan 60% van alle respondenten vormden. De laatste maand van de campagne

hebben we daarom meer budget gealloceerd op jongeren en de middenmoot, de leeftijdsgroep van 35 - 54 jaar. Echter was dat niet genoeg om de grote groep betrokken ouderen kleiner te maken, want deze doelgroep bleef - ook met kleiner advertentiebudget - het best interacteren met de campagne. Toch zijn alle doelgroepen bereikt.

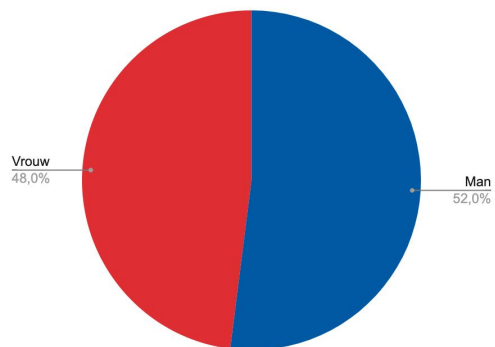
In fysiek gesprek met jongeren

De jongeren bleven online een beetje achter: de leeftijdsgroep 18 - 34 jaar waren voor slechts 11% van het bereik verantwoordelijk. Echter is deze groep tijdens de campagne toch bijzonder goed bereikt. Ruim 300 scholieren hebben tijdens de schoolbezoeken hun mening over de thema's uit de omgevingsvisie gedeeld. Dit zorgt er wel voor dat de verdeling tussen leeftijdsgroepen een stuk evenwichtiger is dan lijkt in de cirkeldiagram, die enkel het online bereik toont.

Geslacht

Gedurende de looptijd van de campagne is de verdeling van betrokken mannen en vrouwen redelijk evenredig verdeeld. Er was iets meer betrokkenheid (doorklikken, reageren, delen, etc.) van mannen dan van vrouwen: 52% tegenover 48%.

Geslacht van online bezoekers





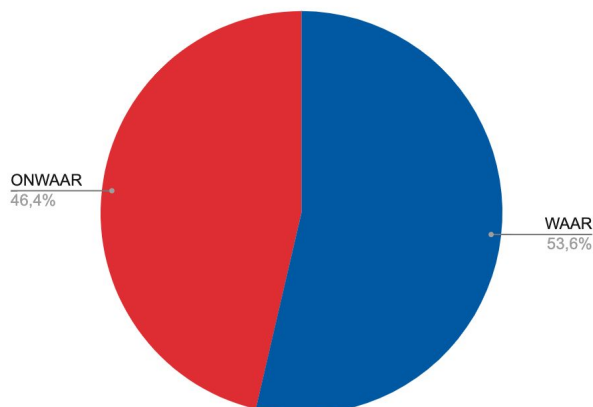
Burgerinput thema Economie

Het thema economie is voor de gemiddelde Limburger geen makkelijk onderwerp. Economie is een ingewikkeld sociaal construct met een lange geschiedenis en veel factoren die afhankelijk zijn van andere keuzes. We hebben geprobeerd om Omgevingsdilemma's uit de Nota Omgevingsdilemma's om te zetten in vijf begrijpelijke vraagstukken voor de inwoner van Limburg. Uit die vijf vraagstukken hebben we volgende resultaten verzameld.

Een verdeelde visie op dagelijkse economische activiteiten

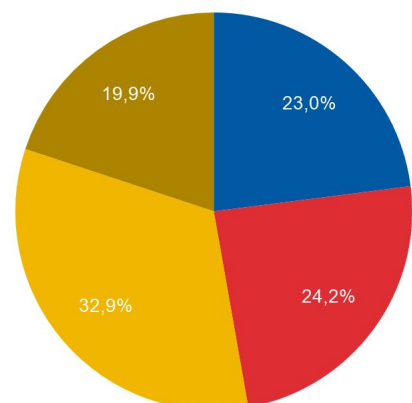
Als het gaat om vraagstukken die dicht bij de dagelijkse activiteiten van de inwoner van Limburg liggen, is de visie van de respondenten erg verdeeld. Zowel bij de vraag of we in de toekomst veel meer thuis gaan werken, als de vraag hoeveel aankopen we over 10 jaar digitaal doen, waren de antwoorden redelijk gelijk verdeeld over de opties.

Is thuiswerken het kantoor van de toekomst?



Hoeveel aankopen doe je over 10 jaar digitaal?

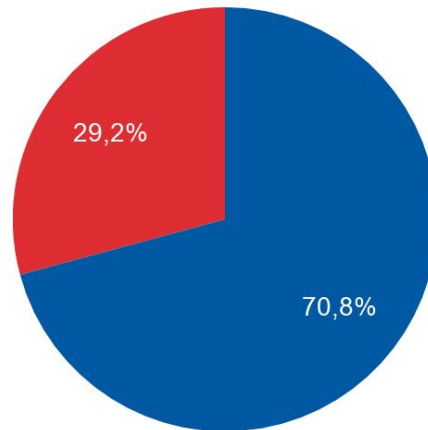
- Zo veel mogelijk
- Bijna niks, ik ga nu en dan liever naar de winkel
- Ongeveer de helft
- Een kwart



Meer consensus op provinciale visie

De vraagstukken die inhoudelijker waren, werden met meer consensus beantwoord. Als het gaat om de economische ambities van de provincies, houden de meeste inwoners het liever wat kleiner.

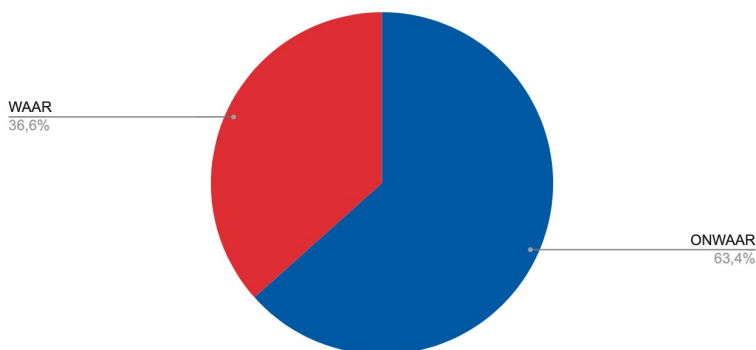
Moet Limburg meer banen hebben en mensen hierheen trekken, of juist het aantal banen afstemmen op de huidige bevolking?



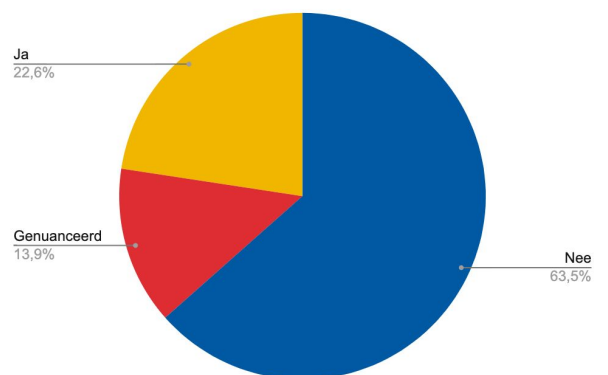
- Het aantal banen afstemmen op het aantal (verwachte) inwoners van Limburg
- Meer banen en daarmee mensen naar Limburg trekken

Een minderheid ziet noodzaak in het aantrekken van grote bedrijven en ook wil de meerderheid liever dat het aantal banen afgestemd wordt op de ingeschatte bevolkingsgrootte, in plaats van nieuwe inwoners naar de provincie te trekken.

Moet Limburg aantrekkelijker worden voor grote bedrijven om zich te vestigen, ook als er dan minder ruimte is voor andere zaken?



Kan de Limburgse economie eindeloos doorgroeien?



Ook op de vraag of de Limburgse economie eindeloos kan doorgroeien, zag de meerderheid van de respondenten geen toekomst. De genuanceerde antwoorden weigerden een ja of nee te geven, maar bleven hangen in een actie reactie. "Het kan wel mits..." en "het kan niet als...".

De grootste drempels voor economische groei waren volgens de respondenten:

1. Risico voor welzijn en leefbaarheid (104 keer benoemd)

“Kapitalisme is eindig. We moeten juist toe naar inclusieve voorzieningen, bijv. basisinkomen en 3/4-daagse werkweek. Dat komt ook weer terug in de economie. Met meer vrije tijd en meer 'woongeluk' krijgen de winkels en voorzieningen ook meer inkomsten.”

2. Bedreiging voor milieu en natuur (83 keer benoemd)

“[M]et oog voor milieu. Ik zou regels opstellen mbt duurzaamheid/cradle2cradle bij nieuwbouw en renovatie van woningen en kantoorpanden. Landschap moet behouden blijven. Ik zou als Limburger vooral prefereren een zo 'groen' mogelijke uitstraling te hebben. Onze natuur is waar we trots op mogen zijn!”

3. Beperkte fysieke ruimte (72 keer benoemd)

“De economie is er om de mensen die er wonen van werk te voorzien en niet andersom. De ruimte die hiervoor nodig is zal in de beschikbare ruimte moeten worden ingepast (bv wil chemelot een nieuwe fabriek huisvesten zal dit misschien op een nieuwe locatie moeten gebeuren bv noord-limburg, daar waar de ruimte beter beschikbaar is).”

En in de peiling, schoolbezoeken en tijdens het Rad van Participatie was vergrijzing en niet genoeg hoogopgeleide inwoners ook een veelgehoorde drempel. Echter werden hier meestal wel direct oplossingen voor aangeboden: zorgen voor goed onderwijs, betaalbare starterswoningen en werkmogelijkheden op niveau, zoals een Brightland Campus.

“Leerlingen gaven aan wel in Limburg te willen blijven wonen, maar toch sterk te overwegen om weg te trekken voor studie en werk. Het hebben van een brede arbeidsmarkt en onderwijsmogelijkheden is een belangrijk aspect om de leerlingen in Limburg te behouden.”

De grootste positieve drives voor groei, of alternatieven voor economische groei, werden als volgt benoemd:

1. De switch naar een meer duurzame economie zoals de donut-economie, circulaire economie, deeleconomie of kenniseconomie (88 keer benoemd)

“Net als de nationale en internationale economie: nee niet op de huidige manier. Wel als we groei anders definiëren en ook ketens circulair maken.”

2. Investeren in huidige voorzieningen en technologische ontwikkelingen, in plaats van het helemaal anders te doen. (76 keer benoemd)

“Zeker is er nog groei mogelijk. Alleen denk ik dat dat niet eindeloos kan doorgaan. Er zit op korte termijn veel potentie in verbeteringen/innovatie in onze basisbehoeften, zorg, onderwijs, milieu. Daar kan iedereen op lange termijn dan van profiteren.”



3. **De kracht van de Euregionale ligging** en winst die te behalen valt in **internationale samenwerkingen** (30 keer benoemd)

“Een economie kan gestimuleerd worden, maar de kracht van deze provincie ligt niet in de industrie of in het aantrekken van grote bedrijven. Juist slimme keuzes brengen de provincie de economie die wij nodig hebben om bij te blijven op nationaal/internationaal niveau, zoals de TEFAF, Maastricht University, de NAVO Basis in Brunssum, de mogelijkheid tot een internationaal treinknooppunt tussen de BeNeLux en Frankrijk en Duitsland.”

Burgerinput thema Leefbaarheid

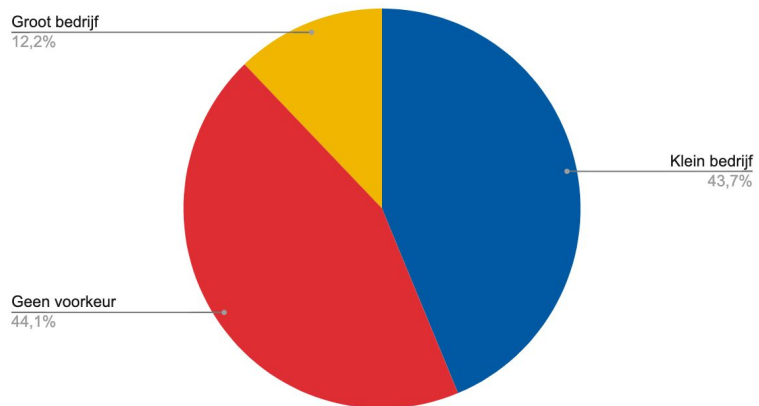
Het thema Leefbaarheid staat natuurlijk het meest dichtbij de dagelijkse realiteit van de Limburgse inwoner. Het omvat onderwerpen als wonen, werken, de voorzieningen in de woonplaats en vrije tijd. In dit thema vatten we ook onderwerpen die voor de gewone burger ook gezien worden als leefbaarheid, zoals gezondheid en veiligheid. Over deze thema's formuleerden we acht vragen: drie over wonen en werken, drie over de voorzieningen in/nabij de eigen woonplaats en twee over recreatie. Uit die vragen haalden we de volgende resultaten.

Let op: ook onder de thema's economie, mobiliteit en landschap en natuur werden vragen gesteld die raakvlakken hebben met het thema leefbaarheid.

Een verdeelde visie op wonen en werken

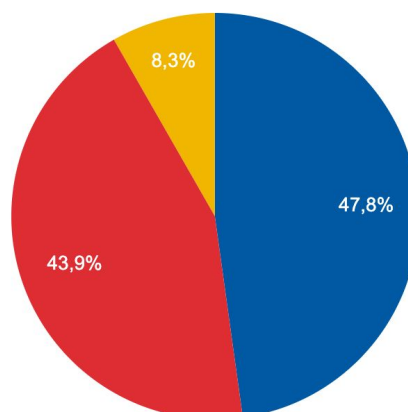
De inwoners van Limburg zijn het er nog niet over eens hoe ze in de toekomst willen of gaan wonen en werken. De meerderheid werkt wel liever voor een klein bedrijf (43,7%) dan een groot bedrijf (12,2%), maar eigenlijk maakt het veel Limburgers weinig uit (44,1% heeft geen voorkeur).

Werk je over 10 jaar liever voor een groot of klein bedrijf?



Hebben mensen over 20 jaar nog steeds een eigen tuin, of hebben we gezamenlijke buitenplaatsen?

- Over 20 jaar heeft iedereen nog steeds zijn eigen tuin of balkon
- Over 20 jaar gebruiken we meer gedeelde plekken, zoals gezamenlijke moestuinen en parken
- Anders



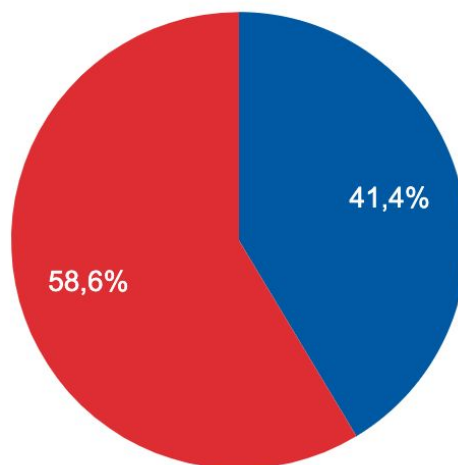
Ook op de vraag hoe we in de toekomst met onze eigen groenvoorzieningen omgaan, gingen de reacties haast gelijk op. Het ene deel (47,8%) vermoedt dat we over twintig jaar nog steeds onze eigen tuintjes hebben, terwijl een ander deel (43,9%) denk dat we

dan meer buiten zijn op gedeelde plekken, zoals gezamenlijke moestuinen en parken. En 8,3% ziet weer een hele andere toekomst voor zich, of wil zich niet conformeren aan een van de twee gegeven opties. Die genuanceerdere reacties zien we bijvoorbeeld terug via social media.

“Er zullen [al]tijd eigen tuinen blijven. Echter door het steeds meer bouwen vanuit de coöperatieve gedachten zullen er meer gemeenschappelijke tuinen ontstaan. Toekomstig delen we niet all[e]n mobiliteit maar ook het groen.”

Op de vraag of er over 10 jaar meer Limburgers in de stad of in het dorp wonen, was een kleine meerderheid te herkennen. 58,6% van de ondervraagden ziet eerder een verschuiving naar de stad voor zich dan naar het dorp. Ook hier is dus geen duidelijke consensus.

Wonen er over 10 jaar meer of minder Limburgers in steden?



● Limburgers wonen over 10 jaar meer in dorpen ● Meer Limburgers wonen in steden

Wel voorkeuren bij voorzieningen

Bij de vragen over voorzieningen en winkelen, was er meer gelijkgestemdheid onder de respondenten. De belangrijkste zaken die uit de vragenlijsten kwamen zijn de liefde die Limburgers hebben voor de natuur in hun omgeving en de wens die ze hebben om die natuur verder uit te breiden. Daarnaast valt op dat de gemiddelde Limburger tevreden is over zijn dorp of stad en graag lokaal inkopen doet - zowel dagelijkse als grotere boodschappen - en dat in de toekomst ook wil blijven doen.

Huidige voorzieningen die behouden moeten worden

In open vragen zien we een grote variëteit aan antwoorden terug, maar als we deze deduceren tot de kern, komt er toch bijzonder veel overlap naar voren. Vier onderwerpen werden vaker dan vijftig keer benoemd.

- 1. Natuur:** het groen in of dichtbij het dorp of de stad (141 keer benoemd)
“Ruimte, veel groen, begrazing van het natuurlandschap door (wilde) paarden en runderen”
- 2. Voorzieningen dichtbij:** winkels, slager, bakkerij, supermarkt maar ook sport en cultuur waren allemaal voorzieningen die inwoners zeer op prijs stelden (65 keer benoemd)
“De historische kern, de gemoedelijkheid, de ruimte en vooral de Limburgse identiteit. Dat er ook voor (sociale) huurders de keuze is om in ons dorp te blijven/gaan wonen, in plaats van verplicht 20 km verderop geplaatst te worden en hier juist mensen van daar plaatsnemen. Dat ook hier in de buurt voorzieningen blijven zodat er hier ook festivals, uitgaan en goed bereikbare steden met bepaalde winkelketens zijn/blijven en niet alleen in de Randstad. Veiligheid op straat en in leefkernen, liefst niet eens zoals nu maar zoals 10 jaar geleden. Genoeg groen om ons heen.”
- 3. Cultuur,** zoals monumentale panden en erfgoed, maar ook evenementen en activiteiten als festivals en dergelijke (61 keer benoemd)
“Natuur, cultureel erfgoed, groen, rust en verbinding in euregio: onze kernwaarden waarmee we ons onderscheiden van andere provincies.”
- 4. Gemeenschapsgevoel,** waarbij de inhoud van gemeenschapsgevoel wel verschilde. De een had het over de ons kent ons cultuur in het dorp, de ander of de fijne multiculturele samenkomst in de stad (53 keer benoemd)
“Voornaamste is de sociale ontmoetingen via sport, cultuur, wonen en werken. Gemeenschapszin is belangrijker dan economisch gewin. Sociale cohesie in de samenleving. Daarvoor zijn diverse onderdelen voor (sic) nodig. Natuur, woonwijken met voldoende ruimte en groen (speelplekken voor de jeugd). Goed onderwijs, sport en cultuur.”

Voorzieningen die in de toekomst gewenst zijn

Ook bij de vraag wat er nu niet in het dorp of de stad is, maar er over 10 jaar wel zou moeten zijn kwam een grote verscheidenheid aan antwoorden - zelfs een stuk meer diversiteit dan bij de vraag wat behouden moest worden. Toch waren er hier ook duidelijke uitschieters in de frequentie waarop bepaalde onderwerpen benoemd werden. Vijf onderwerpen werden zestig keer of vaker aangehaald - dus door minstens 10% van de bruikbare reacties benoemd.

1. **Meer (basis)voorzieningen**, zoals goede infrastructuur, winkels, horeca en supermarkten in de buurt (102 keer benoemd). *“Een groot deel van het groen is al verdwenen, zoals de bomen in de straten en de buitengebieden; dit creëert een aanzienlijk hitte-eiland dat aangepakt zal moeten worden. Verder moet er meer winkelgelegenheid komen om de leefbaarheid te borgen. Tenslotte is het belangrijk dat er zo veel mogelijk kleine huizen (misschien zelf tiny houses) te bouwen voor (alleenstaande) starters die in het dorp willen blijven en tegelijkertijd nog een beetje tuin willen hebben.”*
Dit kwam ook vaak naar voren in de gesprekken die gevoerd werden bij het Rad van Participatie.
“Winkelcentrum: Leegstandswet voor winkelpanden maken om te zorgen dat ze minder lang leeg staan.”
2. **Meer ruimte voor groen en natuur** (92 keer benoemd)
“Respect voor de natuur; mensen moeten echt stoppen met hun afval in de berm/sloten van het buitengebied te dumpen alsof het de normaalste zaak van de wereld is. Bovendien zou ik graag beter openbaar vervoersvoorzieningen zien. Het is nu voor mij praktisch ondoenlijk om met het openbaar vervoer te reizen.”
3. **Betaalbare woongelegenheden**, vooral gericht op starters op de woningmarkt en woonvoorzieningen voor ouderen (87 keer benoemd)
“[M]eer woningen, levensloopbestendig en voor starters”
4. **Betere recreatieve voorzieningen**, van bioscoop tot sportgelegenheid (69 keer benoemd)
“Meer aanbod qua cultuur en s[p]ortgelegenheid. Daarnaast oudere stadsgedeeltes (sic) opknappen naar hedendaagse maatstaven. Denk aan duurzaamheid en zelfvoorzienend zijn qua energie.”
5. **Beter openbaar vervoer**, van standaard OV tot internationale verbindingen en de beschikbaarheid van deelauto's (62 keer benoemd)
“Meer groen, aantrekkelijk leefklimaat voor jong hoogopgeleiden, betere OV verbindingen, meer opties voor deelauto's.”

Andere opmerkelijkheden is de wens van Limburgers om meer ruimte voor water te hebben: de wens voor zwembaden, recreatieve waterplassen, uitbreiden van kanalen of rivieren en meer ruimte voor regenwater kwam 27 keer als onderwerp voorbij.

“Een natuurvijver gevoed door het water van de Gulp. Dit zorgt voor waterbuffering bij zware regenval, recreatiemogelijkheden, biodiversiteit en een nog aantrekkelijker omgeving voor toeristen”

En ook specifiek voorzieningen dichtbij werden regelmatig benoemd: boodschappen dichtbij huis kunnen doen, in de supermarkt of direct bij de boer; meer of betere winkels; meer of

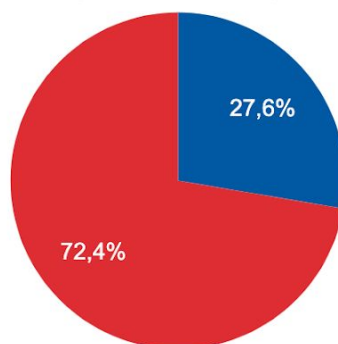
betere horeca; lokaal energie kunnen opwekken en betere fiets- en wandelpaden die de woonplek met andere delen van Limburg verbinden.

“Minder leegstand, meer ruimte voor bestemmingen zoals speciaalzaken. het is belangrijk dat we weer buiten komen, het centrum, de stad, en alles daaromheen moet dit stimuleren door de mensen samen te brengen.”

Zo winkelt Limburg

En die wensen voor voorzieningen zagen we ook terug in onze vragen over het Limburgse shopgedrag nu en in de toekomst. Een overtuigende meerderheid koopt liever dichtbij huis, ook als dat minder diversiteit aan winkels betekent.

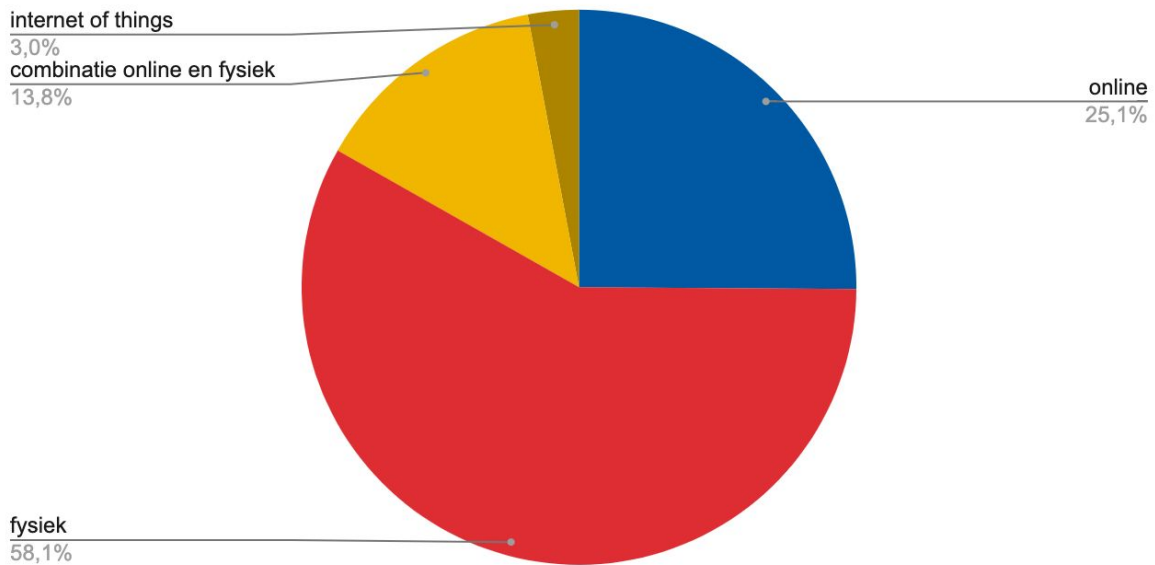
Koop je liever met minder keuze dicht bij huis, of reis je liever wat verder voor meer keuze?



● Ik reis liever wat verder om meer keuze uit winkels te hebben ● Ik koop liever dicht bij en kies dan uit de winkels die er zijn

En ook in de toekomst halen de meeste Limburgers het liefst hun boodschappen bij de supermarkt, boerderijwinkels of kleine lokale aanbieders - op z'n minst gedeeltelijk.

Hoe doe je over 10 jaar je boodschappen?



Wat wel opvalt, is dat de jonge generatie, die via de schoolbezoeken is ondervraagd, hier heel anders tegenover staat.

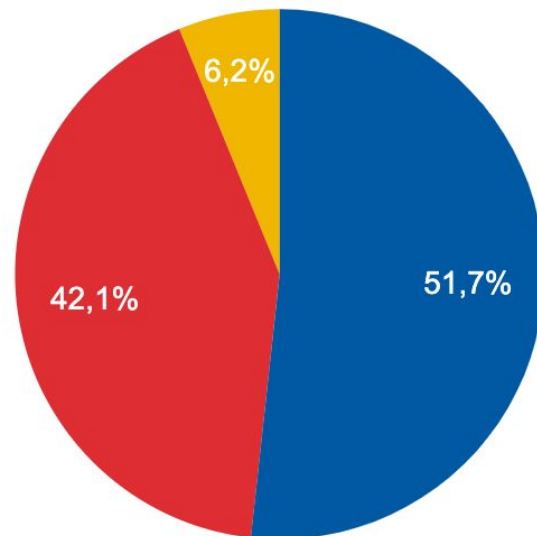
“Supermarkten verliezen hun functie; de drones zullen vanuit een distributiepunt de boodschappen bezorgen.”

Recreatie

Uit de eerdere reacties bleek al dat de gemiddelde Limburger natuur en groen als een belangrijk onderdeel van hun omgeving zien. Die liefde zien we ook in hun ambities voor de toekomst. Meer dan de helft van de ondervraagden denkt over tien jaar meer tijd buiten te besteden.

Spendeer jij over 10 jaar meer vrije tijd binnen of buiten?

- Dan spendeer ik meer vrije tijd buiten
- Ongeveer hetzelfde als ik nu doe
- Dan spendeer ik meer vrije tijd binnen



Dat zien we ook terug in de vraag aan welke activiteit Limburgers meer vrije tijd willen besteden. Veel respondenten (206 personen) zouden meer willen sporten, waarbij ook veel buitensporten benoemd worden (fietsen, mountainbiken, wandelen, paardrijden en hardlopen). Daarnaast wordt tijd buiten, in het groen ook bijzonder vaak benoemd: 156 personen benoemden dit specifiek. De buitensporten zijn hier dan niet eens in meegeteld.

Andere veelvoorkomende thema's waren meer tijd aan sociale activiteiten besteden, zoals met familie en/of vrienden, aan actieve of passieve muziek hobby's en ontspanning.

Burgerinput thema Mobiliteit

Het thema mobiliteit staat dicht bij de gemiddelde Limburger: we reizen naar ons werk of onze opleiding en hebben dagelijks te maken met meerdere manieren van vervoer: fietsen, openbaar vervoer, auto. In de flitspeiling zijn vier vragen opgenomen over het thema mobiliteit, waarmee we de wensen van Limburgers in kaart brachten en hun visie vroegen op mobiliteit in de toekomst. Dit zijn de resultaten.

Voorkeur van Limburg

In een hypothetische wereld, waarin alle mogelijke manieren van vervoer even lang duren, is dit de top 3 vervoersmiddelen van Limburg:

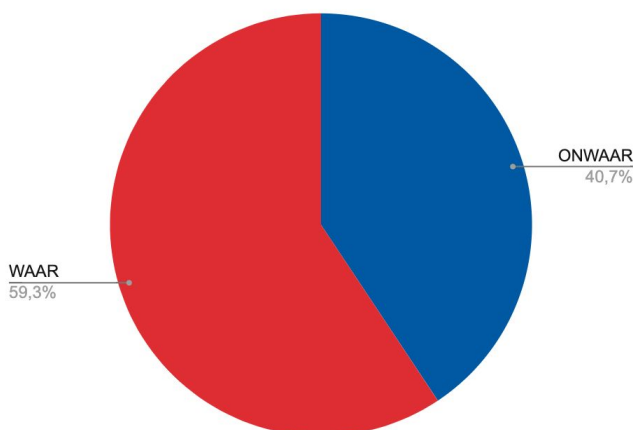
1. **Openbaar vervoer** (191 keer gekozen)
2. **Fiets** (135 keer gekozen)
3. **Auto** (90 keer gekozen)

Toekomst van mobiliteit

Hoewel de auto dus pas op een derde plek staat, is de meerderheid van de Limburgers wel van mening dat ze over 20 jaar nog steeds een eigen auto bezitten.

Op de vragen hoe mensen over twintig jaar naar hun werk reizen, geven veel respondenten aan dat ze graag het openbaar vervoer beter geregeld zouden willen zien, met meer frequentie en meer flexibiliteit en/of vrijheid voor de reiziger.

Heb je over 20 jaar nog een eigen auto?



Daarnaast blijven de mogelijkheden die we nu voor vervoer hebben ook populair in de visie op de toekomst. Veel van de respondenten zagen zichzelf over twintig jaar nog steeds met de fiets (176 keer benoemd), het openbaar vervoer (118 keer benoemd) of de auto (95 keer benoemd) gaan. Bij de auto werd wel regelmatig benoemd dat het dan een deelauto, elektrische auto of auto op waterstof zou zijn.

“Goede vraag! Per elektrische fiets, lightrail, deelauto, shared zelfrijdende auto, bus, op afstand door bijvoorbeeld 'virtual reality' skype afspraken.”

Tot slot stelden we de respondenten te vraag welke nieuwe manieren van vervoer ze voor zich zagen over twintig jaar. Op deze vraag kwam een grote diversiteit aan antwoorden, maar er waren wel een aantal dominante thema's terug te vinden. De drie meest voorkomende visies waren:

- 1. Openbaar vervoer** wordt volgens veel respondenten nog veel groter in de toekomst. Dit werd 145 keer benoemd, waaronder lightrails, hyperloops, gratis OV, nieuwe vormen van OV.
“Minder 'individuele' auto's, meer gedeeld vervoer. Veel efficiënter ov (bussen en treinen die rijden als metro's/trams; elke 10 minuten) op groene stroom of waterstof, droneverkeer, veel meer en bredere fietspaden met snelle fiets(achtige) voertuigen.”
- 2. Deelvervoer**, voornamelijk deelauto's en oproepbaar vervoer. Dit werd 118 keer benoemd.
“Deelauto's, uitgebreider en goedkoper openbaar vervoer. Wellicht voor de grote bedrijven en industrie de werkbladen terug invoeren. Ik denk dat we terug moeten naar 1 auto per gezin. De jeugd moet opgroeien met het fenomeen deelauto. Zodat ze toch makkelijk kunnen komen waar ze willen zonder dat er bij gezinnen 2,3,4 of zelfs 5 auto's voor de deur staan.”
- 3. Zelfrijdend vervoer**, met een kleine overlap met de eerste twee punten (54 keer benoemd)
“Centraal gecoördineerde tra[ff]ic-control, je bent passagier in je eigen auto, jij bepaald waarheen en de auto of openbaar vervoer bepaald hoe, is veel veiliger.”

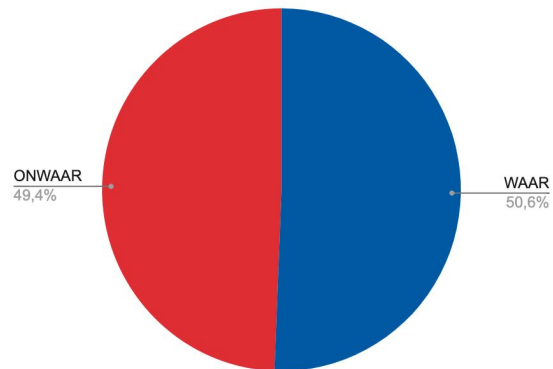
Burgerinput thema Energie

Net als economie, is energie geen heel makkelijk thema voor de gemiddelde Limburger. Toch hebben veel inwoners wel een mening over energie. Om die mening te peilen, hebben we vier vragen gerelateerd aan energie aan de Limburgers voorgelegd. Dit zijn de reacties.

Lokale energie: waarschijnlijk wel, maar niet ten koste van

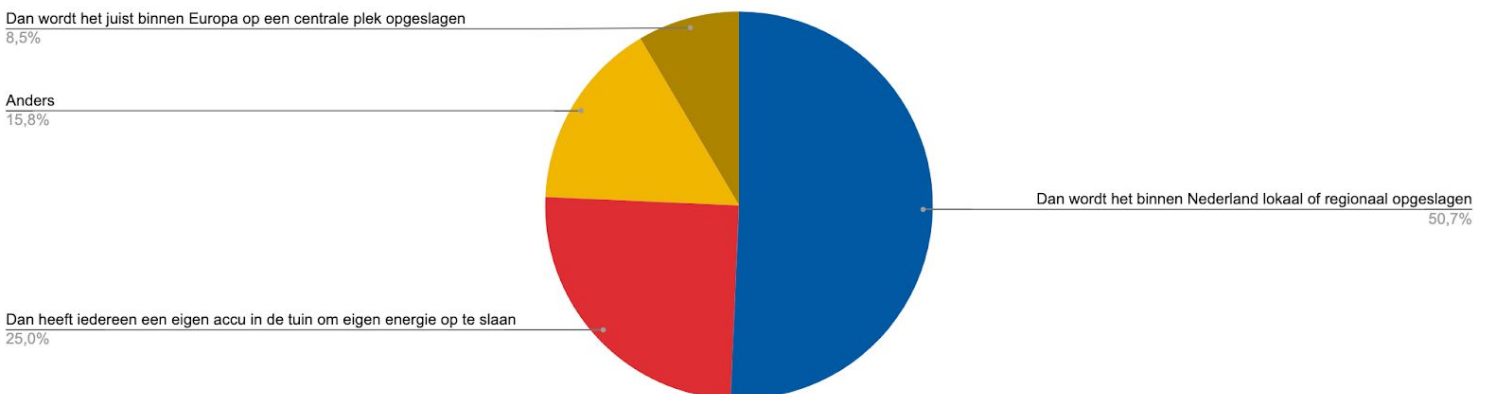
Over de vraag of energie die in Limburg gebruikt wordt ook in Limburg opgewekt moet worden, zijn de respondenten het absoluut niet over eens. Hier gaan de reacties redelijk 50/50 op.

Moet energie die in Limburg gebruikt wordt, ook in Limburg worden opgewekt?



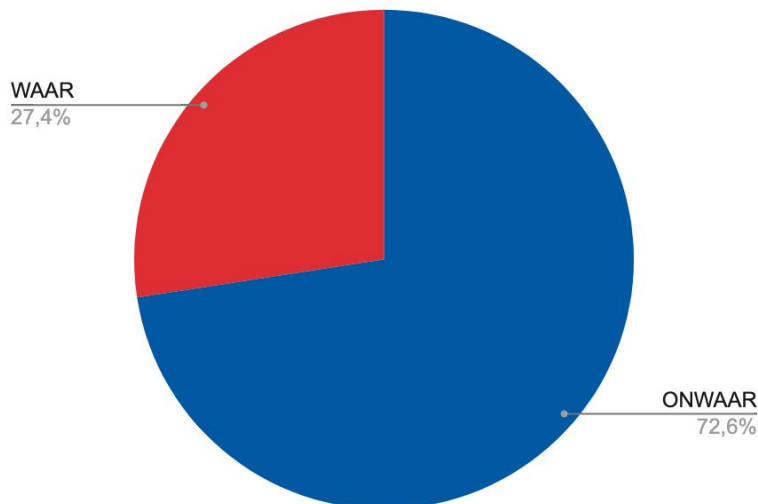
Toch denkt de meerderheid van de respondenten wel dat onze energie in de toekomst lokaal opgeslagen wordt: maar liefst 50,7% denkt dat energie over twintig jaar binnen Nederland of binnen de eigen regio wordt opgeslagen, en 25% denkt zelfs dat mensen hun eigen accu's hebben om energie op te slaan.

Hoe wordt energie over 20 jaar opgeslagen? In je eigen tuin of juist in de Provincie?



Maar hoe die energie ook verwerkt wordt en waar het ook wordt opgeslagen - een overgrote meerderheid van de Limburgers vindt dat energie niet ten koste mag gaan van het landschap: maar liefst 72,6% van de respondenten.

Mag energieopwekking binnen Limburg ten koste gaan van het landschap?



Opvallend is dat de scholieren bij schoolbezoeken dat helemaal niet als storend zien. De jongere generatie staat heel erg open voor nieuwe energievormen: in het opwekken, maar ook in het gebruik, door vervoer elektrisch te maken of op alternatieve, duurzame brandstoffen te laten rijden. Zij voelen absoluut geen weerstand tegen windmolens of zonne-energie parken in velden - terwijl de oudere generatie, die meer aanwezig was binnen de peiling, daar grotere weerstand tegen heeft.

Voorkeur voor type opwekking

Welke manier van opwekken als beste gezien wordt? Daar is een duidelijke winnaar in aan te wijzen, maar toch is ook hier nog verdeeldheid te zien. We zien overigens dat zon, wind en water vaak door dezelfde respondenten benoemd worden.

- 1. Zon** (349 keer benoemd, 138 keer gericht op puur zonnepanelen op daken van woningen, bedrijven, etcetera.)
“Zonnepanelen. Is minst ingrijpend voor de natuur en er zijn nog vele optimalisaties mogelijk (efficiëntie, opslag elektriciteit).”
- 2. Wind** (186 keer benoemd)
“Windenergie, omdat het in Nederland vrij winderig is en dit dus een makkelijke en ideale manier van energie opwekken is.”



3. Kernenergie (100 keer benoemd)

“Kernenergie, als het fout gaat gaat het helaas goed fout, maar de negatieve effecten van (gas-kolencentrales) zijn niet direct merkbaar maar uiteindelijk ook slecht. Uiteraard zon en wind ook prima, maar je gaat zon vangen waar zon is en dat is zuid-europa / sahara. Kolen gingen ze ook ooit in Limburg winnen omdat ze hier makkelijk te winnen waren. Dus middelen effectief inzetten.”

4. Water (water energie of waterkracht werd 52 keer benoemd, waterstof 39 keer)

“Waterradmolens klassiek op beken en kleine rivieren, zoals in Wijlre, kan het rad 24 uur draaien. Behoud van de watermolen en de landschappelijke historische waarde in de omgeving. Doordat watermolens hun rad of raderen laten draaien, komt ook extra zuurstof in het water terecht, goed voor vissen en kwaliteit van schoon water.”

5. Gas (werd 28 keer benoemd)

“Gascentrale voor opvang van pieken en gebruik van wind en zon samen met geowarmte-koelte”

Burgerinput thema Natuur en Landschap

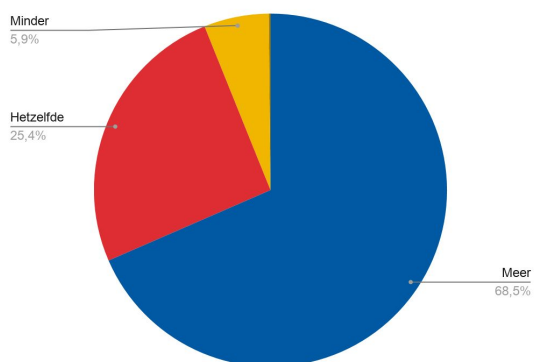
In de vorige thema's werd het al duidelijk: de inwoners van Limburg zijn erg gehecht aan de natuur in hun provincie. Maar we wisten van tevoren natuurlijk niet hoeveel antwoorden rondom natuur en landschap er binnen zouden komen op vragen die eigenlijk gericht waren op andere thema's. Daarom hebben we vijf vragen gericht op de Limburgse omgeving in de flitspeiling geplaatst. Dit zijn de resultaten.

Natuur voorop

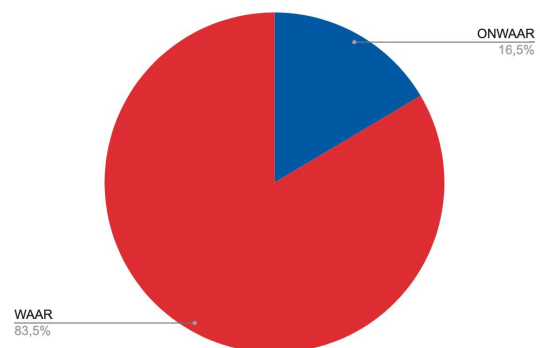
Dat natuur belangrijk is voor de inwoners van Limburg komt eigenlijk in ieder onderdeel van de vragenlijst naar voren. Ook onder het thema dat nadrukkelijk gaat om natuur, zien we een grote consensus in de waarde van natuur.

Een grote meerderheid vindt dat we natuurgebieden in Limburg meer ruimte moeten bieden (68,5) - en anders op z'n minst de natuur moeten behouden (25,4%). Slechts een kleine minderheid is bereid om de natuur in Limburg te verminderen (5,9%). En ook op de vraag of de natuur in Limburg moet blijven als die nu is, ook als dat in de toekomst moeilijk wordt door ontwikkelingen in bijvoorbeeld vervoer, klimaat of wonen vindt het grootste gedeelte van de respondenten (83,5%) dat de natuur van nu behouden moet worden.

Moeten we natuurgebieden in Limburg meer of juist minder ruimte bieden?

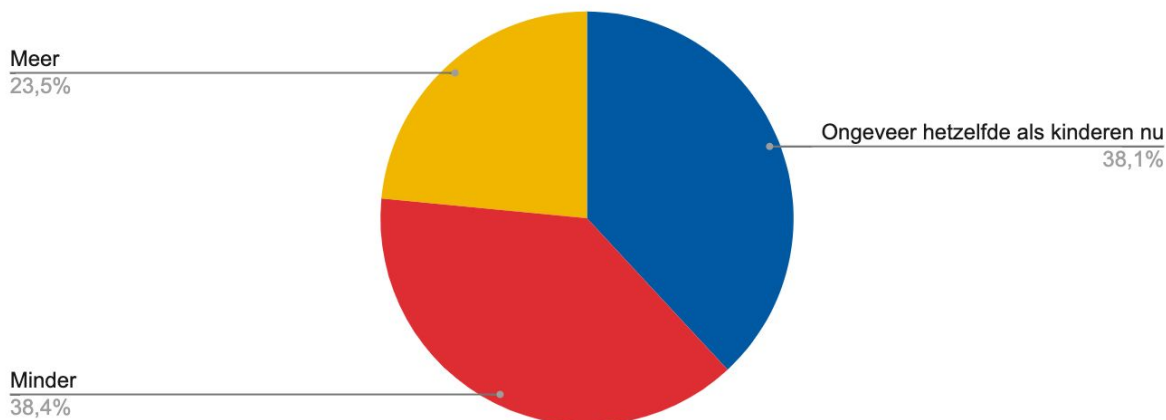


Moet de natuur in Limburg blijven als die nu is, ook als dat in de toekomst moeilijk wordt door ontwikkelingen in bijvoorbeeld vervoer, klimaat of wonen?



Of die natuur vervolgens ook meer gebruikt gaat worden door kinderen - daar is dan meer verdeeldheid over.

Spelen kinderen over 10 jaar juist meer of minder in de natuur?



Ook over wie dit groen moet planten en verzorgen, verschilden de meningen. Dit was een thema dat tijdens het Rad van Participatie geregeld aan bod kwam. De een vond dat de burger zijn rol moest nemen in het onderhouden van de groen, de ander vond dit echt een taak van de gemeente. Ook werd meermaals benoemd dat de agricultuur hier een rol in kan spelen, door over te stappen van monocultuur naar meer diversiteit en/of circulaire landbouw en door meer lokaal te eten.

“Landbouw monocultuur maar dat moet juist niet. Veel weilanden worden omgezet en dat hoort niet bij het cultuurlandschap. Landbouw kleinschaliger. Meer voedselbossen. Consument betrekken bij het produceren van het eten. Meer stadslandbouw en stadstuinen. Woonwijken meer (eetbaar)groen.”

De favoriete stukjes natuur in Limburg

De ene respondent vond het moeilijk kiezen, de andere respondent koos daarom gewoon niet, maar gaf een hele selectie. Toch is het duidelijk wat de absolute trots van Limburg is: het Heuvelland. Een stuk lager op de ranglijst, maar zeker ook vaak genoeg benoemd, volgen meer mooie natuurgebieden. Dit zijn de absolute favorieten stukjes natuur van Limburgers.

“Het [M]jaasdal, Bemelerberg, Meinweg, Roerdal, Weerterbos, Maasduinen, Vlootbeekdal en kleinschalig cultuurlandschap in het algemeen.”

1. **Heuvelland** (157 keer benoemd)
2. **Bossen** (algemeen, niet gespecificeerd 43 keer benoemd)
3. **Meinweg** (38 keer benoemd)
4. **Maasduinen** (32 keer benoemd)



5. De Peel (32 keer benoemd)

Natuur en cultuur moeten behouden worden

Bij de vraag wat in Limburg behouden moeten worden zijn twee thema's dominant: natuur en de (Limburgse) taal en cultuur. **317** van de respondenten noemden specifiek iets rondom natuur en landschap bij hun wens wat in Limburg behouden moest worden. **155** respondenten noemden de (Limburgse) taal en cultuur, waaronder de dialecten, historische gebouwen en tradities als carnaval en schuttersfeesten.

“Dit is best een lastige vraag, want wat maakt Limburg nou Limburg. Voor mij is dat de mogelijkheid om binnen een paar minuten van een stadsomgeving naar een landelijke omgeving te kunnen gaan. De mogelijkheden binnen bereik zijn zo divers. Waar ik ook van geniet zijn de vele eetzaken en voornamelijk het "terrasje pikken". Het bourgondische leven is vooral in de zomer niet te missen met in elk dorp rommelmarkten, [braderieën], (food)festivals en ga maar door. Onze provincie is om van te genieten!”

Andere thema's die vaker voorkwamen waren de goede verdeling tussen stad en buitengebied (26 keer benoemd), de agrarische sector (25 keer benoemd), de bereikbaarheid (17 keer benoemd) en het toerisme (14 keer benoemd) - hoewel er ook reacties waren die juist tegen toerisme waren, of het teruglopen van boerenbedrijven als een mooie kans zien om natuur uit te breiden.

Afsluitend: Toekomst van Limburg

Tijdens dit burgerparticipatie traject nodigden we de inwoners uit om met Provincie Limburg mee te kijken naar de toekomst van Limburg. Het was een traject vol met meningen en visies: sommigen die alleen stoom wilden afblazen op social media, sommigen die boekwerken vol schreven in de flitspeiling.

Het sentiment was wisselend. We kregen zeer positieve en hoopvolle reacties, we kregen ook zeer kritische reacties. De kritische reacties waren vooral op social media aanwezig, maar ook in de flitspeiling zagen we zowel optimistische als pessimistische respondenten voorbij komen. Toch waren er geen reacties in de flitspeiling te vinden die compleet en geheel onzinnig waren. Sommige meningen waren duidelijk bedoeld om enigszins te provoceren, maar ook deze meningen lieten duidelijk een trend zien - zoals zowel positieve als negatieve opmerkingen rondom de agrarische sector en Maastricht Aachen Airport. Ook thema's als werkgelegenheid en woonplekken, vooral voor jongeren en ouderen, kwamen regelmatig voorbij en leeft duidelijk onder de bewoners van Limburg. Vaak wordt bezorgdheid hierover geuit, maar er zijn ook positieve geluiden, bijvoorbeeld over de groeiende kenniseconomie in Limburg.

Ook is de visie op Limburg zoals die is en zou moeten zijn verschillend. De een ziet alles wat niet-Limburgs is ("Hollandse" invloed, migratie, etc.) als negatief, de ander ziet een multicultureel Limburg als de meest ideale toekomst.

Hoewel de meningen soms gigantisch uiteenliepen, is het duidelijk wat de Limburgers bindt. Want op een paar enkelingen na, is het juist de fysieke omgeving die het Limburgse hart verwarmt. Het landschap, de goede verdeling tussen steden, dorpen en boeren - en de historie die nog zichtbaar is in gebouwen en het landschap. Maar vooral het groen. De heuvels, de bossen, de Maas - die kwamen continu terug bij een overgrote meerderheid van de respondenten.

De laatste vraag van de enquête maakten we breed. Zo breed mogelijk. Om al die ideeën, fantasieën en visies die de respondenten gedurende de peiling kregen, nog één keer vrij spel te geven. Voor sommigen bleek die vraag veel te breed, maar bij de meeste antwoorden zagen we een bijzondere kern verschijnen: een kern van hoop of juist angst, maar altijd een teken van liefde voor Limburg. Het Limburg van nu, en het Limburg in de toekomst.

Als je over 20 jaar uit je raam kijkt, wat zie je dan?

Een kleine selectie uit de antwoorden

“Hopelijk nog steeds veel bomen, in een groener, vriendelijker, zorgzaam, minder gejaagd, minder pretpark-achtig Limburg, waar innovatie, bedrijvigheid en kennisontwikkeling gestimuleerd en geholpen worden. Echter niet ten koste van leefbaarheid in de breedste zin des woords.”

“Een Limburg waarin ons grootste kapitaal het (stedelijke) landschap is opgeofferd aan snel economisch gewin. Pas dan merken we met zijn allen helaas wat we zijn kwijtgeraakt. Net zoals met het mijnverleden, alles wat weg en toen kwam pas het besef.”

“Hopelijk een groot voedselbos en een grote moestuin. Waar jong en oud samen zorgen voor lokale voedselvoorziening, sociale cohesie, overdracht van kennis, zinvolle dagbesteding voor wie niet meer kan meedoen in het arbeidsproces.”

“Groene daken, vervoer met veel zonnedaken, wegen met inductiestroom, opwekking zonne-energie op industriële daken. Naast elke auto een boom in de straat. Sportscholen die energie leveren. Verkeer en industrie zuivert lucht, mogelijkheden zijn er al legio.”

“Geen bomen want die storen de 5g masten die om de 100 mtr. Komen te staan en overlast bezorgen nog meer industrieterreinen die het wild verdrijven en mijn natuur vernietigen. Daarom zint eer gij begint, inwoners boven winst! Dat is uw taak!”

“Een mooi limburg, voor de limburgers, waar mensen met minder tevreden zijn, elkaar helpen, welvaart delen, en waar meer ruimte is voor gezonde en originele natuur, en waar toerisme tot de helft is teruggebracht, geen vervuilende industrie meer is, het autogebruik is gehalveerd, de scholen goede leerlingen voortbrengen en waar gezondheidszorg en ouderenzorg goed verzorgd blijft.”

“Een meer versplinterd Limburg, met grotere zones ingericht voor natuur, maar ook grotere steden en gecentreerde bedrijfskernen.”

“Energie productie op ethanol basis afkomstig van landbouwproducten. Productie blijft hard stijgen bij gelijkblijvende kosten. Einde elektrische auto's. Problemen met multinationals wie regeert. Einde globalisering te afhankelijk van de grillen op de wereldmarkt.”

“Geen idee maar als het niet beter wordt dan thans, is deze aarde verloren en voel ik mij schuldig voor mijn dochter maar vooral de kleinkinderen en de rest van de wereld.”

“Veel groen. Ruim opgezette wijken met kleine comfortabele huizen. Stille kleine autootjes die op vraag naar een adres rijden. Mensen wandelen en sporten en werken thuis. Rondom de stad of dorp is er veel natuur. Winkels e.d. zijn geconcentreerd op een speciale locatie. In de wijk kleine koffietentjes, eetcafeetjes waar mensen werken en elkaar ontmoeten. Drones brengen vanuit een lokaal agentschap pakketjes aan de deur, daar is een speciale brievenbus voor. Openbaar vervoer in de stad of dorp gaat ondergronds.”



“Minder korte termijn visie, minder politiek, minder bla bla en beleidsnota’s, meer mensen die buiten kaders willen kijken en denken, die vanuit de mens en de menselijke maat redeneren, meer actie ipv woorden, ego’s en vergaderingen, nutsfuncties bij overheid terug, betere samenwerking nationaal en internationaal, meer digitale veiligheid en inperking commercie op vlak privacy. Een eenvoudiger leven, niet een zo gemakkelijk mogelijk leven.”

“Ik voorzie een grote metropool waarin alle steden gelinkt zijn. Zowel On- als Offline. Waarin reizen van Noord naar Zuid Limburg binnen 10 minuten kan plaatsvinden.”

“Een mooie duurzame, groene provincie Limburg. Zelfvoorzienend. Een unieke plek in Nederland met een stabiele economie waar men graag naartoe komt om te verblijven en recreëren. De landbouw is extensiever en gericht op kringlooplandbouw en/of natuurinclusieve landbouw.”

“Hetzelfde Limburg als het heden, met onze eigen bekende identiteit, niet spiegelend naar Nederlandse maatstaven; autonoom, eigenwijs, zelfstandig, trots op onze cultuur, ons dialect, ons landschap. Bij de tijd maar toch geheel op Limburgse wijze.”

“De overbuurvrouw.”