Gemeente
Amsterdam

Communicatie en participatie Osdorpplein e.o.

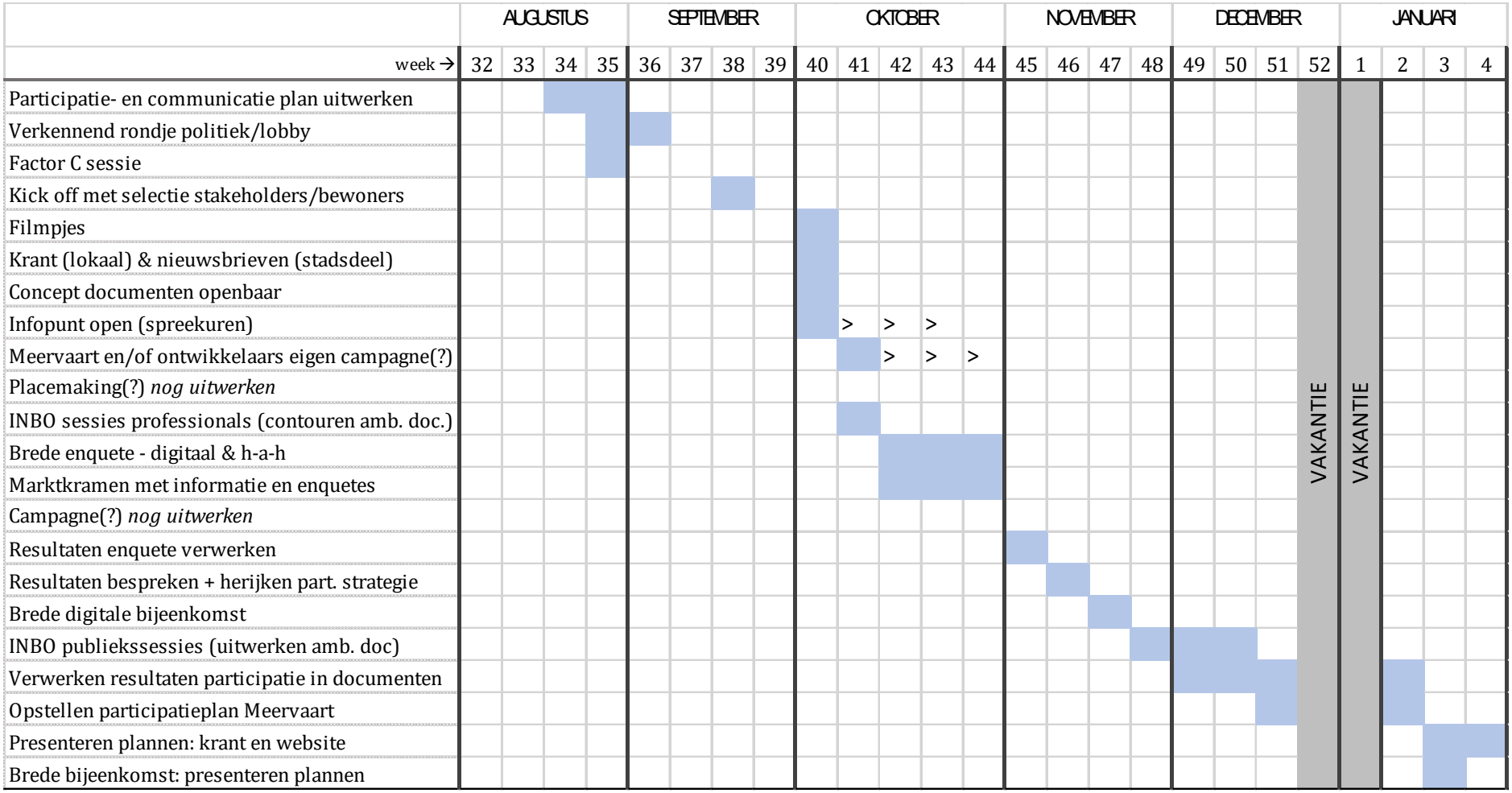
Plan van aanpak

22 augustus 2020

Samenvatting Participatie Osdorpplein

- September: Kick off met selectie stakeholders & bewoners
- Oktober: Breed informeren via film, krant, gesprekken ronde.
    - Meervaart eigen campagne
    - Ontwikkelaars eigen actie?
- 2e helft Oktober: Enquête verspreiden (digitaal, op straat, h-a-h) en verwerken, marktkraampjes.
- Half november: Brede digitale participatiebijeenkomst.
- 2e helft november: Publieksbijeenkomsten voor Ambitiedocument.
- December: Resultaten participatie verwerken.
- Januari: Presenteren plannen en brede participatiebijeenkomst.
- Q1,2 Inspraak.

Planning


AUGUSTUS
SEPTEMBER
OKTOBER
NOVEMBER
DECEMBER
JANUARI
week →
32 33 34 35 36 37 38 39 40 41 42 43 44 45 46 47 48 49 50 51 52 1 2 3 4
Participatie- en communicatie plan uitwerken
Verkennend rondje politiek/lobby
Factor C sessie
Kick off met selectie stakeholders/bewoners
Filmpjes
Krant (lokaal) & nieuwsbrieven (stadsdeel)
Concept documenten openbaar
Infopunt open (spreekuren)
Meervaart en/of ontwikkelaars eigen campagne(?)
Placemaking(?) nog uitwerken
INBO sessies professionals (contouren amb. doc.)
Brede enquete - digitaal & h-a-h
Marktkramen met informatie en enquetes
Campagne(?) nog uitwerken
Resultaten enquete verwerken
Resultaten bespreken + herijken part. strategie
Brede digitale bijeenkomst
INBO publiekssessies (uitwerken amb. doc)
Verwerken resultaten participatie in documenten
Opstellen participatieplan Meervaart
Presenteren plannen: krant en website
Brede bijeenkomst: presenteren plannen
VAKANTIE
VAKANTIE

Participatiedoelstellingen Osdorpplein

- Stakeholders zijn goed **geïnformeerd** over de plannen.
- Het in beeld krijgen en houden van **belangen** van de omgeving in het project.
- Het verkrijgen van zo veel mogelijk **draagvlak** voor het project.
- Het **optimaliseren** van alle ontwikkelingen/projecten door de kennis, ervaring en input van de omgeving van het project.
- Soepele besluitvorming

Specifieke doelstellingen Meervaart

- Het versterken/herstellen van het **vertrouwen** in het vervolg van de participatie.

- Het actief **betrekken** van de omgeving/stakeholders bij de ontwikkeling van de nieuwe Meervaart in fysieke en programmatische zin,
  en bij de **ruimtelijke inpassing** van de nieuwe Meervaart in de omgeving.
  Het ophalen van input voor het **programma van eisen** voor het ontwerp van het gebouw van de nieuwe Meervaart.

- Het zichtbaar maken van de **belangenafweging** voor de politiek bij het nemen van het investeringsbesluit voor fase 2 van Osdorpplein (gepland Q1/2 2021) en het vrijgeven van het investeringskrediet voor de nieuwe Meervaart.

Strategie:
Brede participatie

Het Osdorpplein moet steeds meer het centrum van alle inwoners en bezoekers van Nieuw West (en daarbuiten) worden. Gezien het grote belang van fase 2 Osdorpplein voor heel Nieuw West en Amsterdam trekken we een **grote cirkel van belanghebbenden** rondom Osdorpplein. We willen van zoveel mogelijk bewoners/stakeholders inbreng in de participatie. Zowel lokaal, als regionaal. Vooral Meervaartontwikkeling gaat hele regio aan.

We beginnen daarom door **breed** op te halen, waarna we de verdieping opzoeken door steeds smaller **trechteren**.

Strategie:
Meervaart onderdeel van Osdorpplein

De plannen voor de Oever en de nieuwe Meervaart zijn belangrijk onderdeel van de **bredere ambitie voor Osdorpplein.** Niet alleen direct omwonenden, maar een bredere scope bewoners/stakeholders hebben belang bij de nieuwe Meervaart. Door de plannen voor de Meervaart te presenteren als onderdeel van het grotere geheel benadrukken we de **bredere/lange termijn meerwaarde**.

Uitgangspunt is daarom dat we de Meervaart communiceren als **onderdeel** van de bredere ontwikkeling rondom Osdorpplein. Maar: waar nodig lichten we de Meervaart apart uit.

Strategie:
Activeren doelgroepen

Om een **bredere doelgroep** te bereiken en van zoveel mogelijk mensen de mening te horen, zoeken we ook actief naar doelgroepen die (meestal) niet participeren.

Om specifieke doelgroepen te bereiken hanteren we een **aanpak op maat**, waarbij we gerichte middelen inzetten.

Strategie:
Belangen

Om de belangen van verschillende doelgroepen goed te begrijpen en in kaart te brengen vragen we dóór. We luisteren goed naar de inbreng van stakeholders om tot de **kern van hun belangen** te komen.
Uitgangspunt is om samen tot draagvlak/oplossingen te komen, waarbij we kijken of er ('natuurlijk') wisselgeld is om aan diverse belangen te voldoen.

De belangen die wij in kaart hebben gebracht staan verzameld in bijlage 1.
Overall in proces zullen we deze monitoren en aanpassen waar nodig.

Kernboodschap

Formuleren kernboodschappen via Factor C sessie eind augustus:

- Per doelgroep
- Meervaart/Osdorpplein
- Per fase

Stakeholderanalyse:
Houding stakeholdersgroepen globaal

• Politiek	voor- en tegenstanders
• Cultuur/theater partijen	voorstanders
• Bewoners/omwonenden	voor- en tegenstanders
• Ondernemers/horeca	voorstanders
• Bezoekers	voorstanders
• Groen partijen	tegenstanders
• Sport partijen	neutraal

- *Hier meervaart of Osdorpplein?*

Stakeholderanalyse:
Belangrijkste stakeholders

Zie stakeholdersanalyse Excel

Nog differentiëren naar invloed ed. eind augustus

Plan van aanpak

Augustus/september

- Verkennend overleg met bestuurders/beslissers en stakeholders.
- O.a. politiek/stadsdeel, fracties, ontwikkelaars, Meervaart

- Uitleg over proces
- Motiveren mee te doen (reageren tijdens bijeenkomst, stem te laten horen in de media, etc.)

Half september

Kick-off met groep (ca. 20) stakeholders en bewoners uit vorig participatieproces (vertegenwoordiging, op uitnodiging).

- We geven (bestuurlijk) **uitleg** over het gelopen proces/participatie en de inhoudelijke keuze voor de locatie. Passend binnen bredere investeringen stadsdeel, Osdorpplein.
- Betrokkenen kunnen reageren en vragen stellen (**gehoord worden**).
- Ook presenteren we het geplande **(participatie)proces** en brainstormen hoe nu verder met participatie. Eventueel kunnen we het proces nog aanpassen.
- Tenslotte aan iedereen de oproep om **achterban te activeren** voor een breed participatietraject.

Half september

Kick-off genodigden:

- *Wethouders*
- *Bestuurders*
- *Meervaart*
- *Vrienden van Sloterplas*
- *Ontwikkelaars*
- *Bewoners eerdere participatie (vertegenwoordiging 3-4)*

- *Zie apart voorstel voor inrichting van de avond.*

Begin oktober

- Breed informeren over plannen Osdorpplein incl. fase 2, Meer & Vaart en Meervaart.
  - **Informatief filmpje** met resultaten, plannen en proces vanuit de gemeente, inclusief uitnodiging tot participatie.
  - **Promotioneel filmpje/spotje** met oproep tot participatie.

  Plaatsen op websites, Facebook, Instagram, etc.
  - **Krant** (format vernieuwingskrant) inclusief (eenmalig) h-a-h verspreiding in het hele stadsdeel.
  - Digitaal richten op **hele stadsdeel** : nieuwsbrieven, Amsterdamkrant, kanalen BIZ, Nice Nieuw West

Begin oktober

- (Concept) documenten openbaar maken (ZIJN DIE ER? WELKE?)

- Informatiepunt is open:
  - Inloopspreekuur inroosteren & aankondigen voor vragen proces, inhoud

Begin oktober (liefst, en kan lang(er) doorlopen)

- (Voorstellen doen aan) **Meervaart start 'eigen' campagne**.

  Hiermee goed afstemmen!

  - Benchmark andere steden.
  - Inzet Artiesten, hiphop team, etc.
  - Pleiten voor toplocatie. Nieuw West verdient het!
  - Enquête t.b.v. locatie (input voor digitale bijeenkomst).

- (Voorstel doen aan) **ontwikkelaars** eigen rol met een campagne: pleiten voor Boulevard inclusief Meervaart?

Begin oktober (liefst, en kan lang(er) doorlopen)

- Placemaking (door ontwikkelaars/gebiedsmarketing?) op de oever tijdens participatieproces?
  - Mogelijk evenement gecombineerd met enquêtes afnemen.
  - Thema uitwerken
  - Hiermee goed afstemmen!

Tweede helft oktober

- **Enquête** over Fase 2 Meer & Vaart en Meervaart breed uitzetten in Nieuw West/Amsterdam
  - **Online**:
    - Facebook
    - Instagram
    - Website
    - Digitale nieuwsbrieven, BIZ kanalen, Nice Nieuw-West
    - Mail (specifieke partijen/stakeholders)
  - **Offline**: marktkraampjes & naar de mensen toe

De online/offline enquête wordt in alle communicatiemiddelen breed aangekondigd.

Offline acties

- Marktkraampjes met informatie & enquêtes op verschillende plekken in het stadsdeel.
- Enquêteteams met IPad op pad:
  - huis-aan-huis
  - schoolplein
  - moskee
  - buurthuizen
  - aansluiten op bestaande evenementen
  - etc.

Oktober-november

Thematische workshops met professionals t.b.v. ambitiedocument door INBO. Per workshop wordt vooraf een korte notitie opgesteld met doel, werkvorm, vragen en beoogde uitkomst.

Uit de bijeenkomsten volgen de **contouren** van het ambitiedocument.

- Planning: **5 workshops**, redelijk snel na elkaar. Een aantal workshops kunnen – gezien onderwerpen en deelnemers – mogelijk ook geclusterd worden.
- Workshops zijn o.b.v. **uitnodiging**.

Half November

- Brede **digitale interactieve avond** met presentatie van de plannen, resultaten van de participatie, met polls daarover en discussie.
  - Vanuit de Meervaart (live)
  - Presentaties: Osdorpplein, Meer & Vaart, Meervaart
  - Resultaten enquêtes presenteren & bijv.: interviews met projectleider, wethouder, directeur Meervaart, INBO, vrienden van Sloterplas, bewoners (+ en -), cultuurliefhebbers.
  - Polls met diverse vragen waarop men kan reageren. O.a. over ambitiedocument.
  - Iedereen kan vragen stellen in de chat. Via moderating voorleggen.
  - Verslaglegging, antwoorden op de website
  - Vooruitblik vervolgproces
  - Etc.

Tweede helft november /december

Publieksbijeenkomsten door INBO met bewoners (en professionals) t.b.v. het **ambitiedocument**, waarbij het gaat het over het gebouw, over de inpassing, over de effecten op de omgeving en over de locatie.

- E.e.a. als vervolg op brede digitale bijeenkomst.
- Hierover proactief communiceren en breed uitnodigen
- Uitwerken contouren: half december Ruimtelijk Ambitiedocument gereed

November/december

Iedereen: verwerken resultaten participatie in documenten.

December

- Afhankelijk van uitkomsten verder proces besluitvorming/inspraak bespreken.
- Herijken Participatie-/communicatiestrategie 2021 met daarbij: communicatie rondom besluitvorming, inspraak en terugkoppeling participatie (o.a. januari weer een krant).

- Voor **Meervaart een participatieplan** opstellen voor de komende fasen, meenemen met besluitvorming.

Januari

- Afsluitende avond met presentatie plannen/investeringsbesluit en terugkoppeling en resultaten participatie.
  - Mogelijk fysiek, afhankelijk van situatie rondom Corona.
- Osdorpplein-krant voor terugkoppeling resultaten.
- Doorpakken participatie Meervaart met programmering, look and feel, VO, etc.

Bijlage 1: de belangen op een rij (aanzet)

Belangen:
Participatie en communicatie

- Goede informatievoorziening over de planvorming en uitvoering, in samenhang met communicatie over andere bouwprojecten in de omgeving.
- Een stem van bewoners en omgeving bij planvorming en ontwerp
- Open en eerlijke communicatie met volledige informatie over plannen en proces

Belangen:
Wonen (huidige bewoners)

- Behoud van aantrekkelijk uitzicht (groen, water), aantrekkelijke omgeving
- Rustig wonen; geen geluidoverlast of andere vorm van overlast van de Meervaart
- Behoud van bezonning en privacy
- Behoud waarde van onlangs gedane investeringen en/of erfpachtafkoop
- Veilig wonen

Belangen:
Wonen (nieuwe bewoners)

Belangen:
Ondernemen en verenigingen

- Behoud en continuïteit van onderneming; genoeg bezoekers en aankopen om voldoende omzet te garanderen
- Bereikbaarheid/Bouwput
- Behoud waarde van onlangs gedane investeringen en/of erfpachtafkoop
- Behoud en continuïteit van verenigingen, zoals de scouting

Belangen:
Kunst en Cultuur

- Behoud en waar mogelijk uitbreiding van het kunst en cultuuraanbod
- Schaalvergroting van kunst en cultuuraanbod; voor lokaal én regionaal
- Worteling buurt behouden en verder uitbouwen (talentontwikkeling/educatie)

Belangen:
Recreëren

- Meer te beleven 'om de hoek'
- Meer verblijfswaarde Sloterplas
- Uitbreiding vrijetijdsvoorzieningen voor jongeren en kinderen
- Divers winkelaanbod voor oudere en jongere doelgroepen
- Mogelijkheid behouden om bestaande evenementen te blijven organiseren, zoals Smaakboulevard, 4 mei herdenking, grachtenfestival, themamarkten
- Geen overdaad aan hotels in het gebied

Belangen:
Bereikbaarheid

- Goede bereikbaarheid van het gebied, ook als het drukker wordt
- Veilige fiets- en voetgangerspaden
- De auto gemakkelijk kunnen parkeren
- Veilige oversteekplekken over Meer en Vaart
- Ongehinderde bereikbaarheid en doorvaart voor watersport
- Betere bereikbaarheid met openbaar vervoer (metro, tram, bus) naar centrum Amsterdam en station Lelylaan
- Ontlasten T-splitsing bij Meer en Vaart

Belangen:
Groen, flora en fauna

- Groen behouden en goed beheren
- Behoud van verscheidenheid aan planten en dieren
- Groen om te spelen en sporten, sociaal veilige sportplekken voor kinderen
- Weidsheid en uitzicht Sloterplas behouden
- Respect voor het erfgoed van Van Eesteren

Belangen:
Water

- Waterhuishouding in het gebied op orde (o.a. watercompensatie waar nodig)
- Waterkwaliteit Sloterplas voldoende
- Schoon zwemwater
- Goed toegankelijk zwemwater, veilig voor kinderen

Belangen:
Duurzaamheid en klimaat

- Ontwikkelen op een duurzame manier
- Rainproof
- Aangenaam microklimaat; o.a. het beperken van windvlagen

Belangen:
Bouwwerkzaamheden en uitvoering

- Beperking bouwhinder tijdens bouwwerkzaamheden

  (bereikbaarheid, leefbaarheid, veiligheid)

Belangen:
Financiën

- Verantwoord omgaan met gemeentegeld in crisistijd
- Verantwoorde businesscase