Oosterdokseiland: de laatste kavel 5b/6

Omgevingscommunicatieplan



BPD start met de ontwikkeling van kavel 5b/6 van het Oosterdokseiland (ODE) in Amsterdam. Dit is de laatste fase van de herontwikkeling van ODE en biedt ruimte aan:

- **kantoren (65.000 m2)**
- **woningen (7.500 m2 / 42 appartementen)**
- **uitbreiding van de parkeergarage (1.450 naar ca. 1.800 parkeerplaatsen)**

Vanwege de centrale ligging van ODE heeft de ontwikkeling van het laatste kavel veel impact op de omgeving. Deze praatplaat geeft de uitgangspunten weer die BPD hanteert voor communicatie met de omgeving.

Communicatiedoelstellingen

Omgevingscommunicatie in brede zin heeft als doel het creëren en behouden van draagvlak onder doelgroepen. Het draagt bij aan een positieve reputatie van het project.

Kennis

Om draagvlak te creëren is het van belang dat doelgroepen goed geïnformeerd worden over de bouwactiviteiten en de planning. Mijlpalen zijn bekend, mensen weet waar ze terecht kunnen met vragen en voor overige informatie. Iedereen in de omgeving die rechtstreeks te maken heeft met de ontwikkelingen op kavel 5b/6 weet tijdig wat er gaande is en wat er gaat gebeuren.

Houding

De doelgroepen hebben een begripvolle houding ten opzichte van de ontwikkeling. Ze zien in dat BPD de overlast van de bouwwerkzaamheden op de directe omgeving erkent en serieus neemt.

Gedrag

De doelgroepen gedragen zich constructief en staan open voor dialoog. Zo nodig trekken zij bij de juiste personen aan de bel bij klachten en vragen.

Kernboodschap omgevingscommunicatie

Doel van de ontwikkeling

We zijn gestart met de finale van de ontwikkeling van ODE. Op de laatste kavel bouwen we een bijzonder en in het oog springend gebouw – dat de hoogstedelijke uitstraling van het eiland versterkt. Met ruimte voor woningen, het hoofdkantoor van Booking.com én openbare voorzieningen voor buurt en stad.

Zorgvuldigheid en veiligheid

De bouwwerkzaamheden vinden plaats op een drukke, centrale plek midden in de stad – met veel bezoekers, bewoners, fietsers, wandelaars, boten en ander verkeer. Dit vraagt om zorgvuldigheid en bovenal veiligheid bij de bouwactiviteiten. BPD, de gemeente en andere betrokken partijen vinden het daarom van essentieel belang dit strikt na te volgen bij de bouw.

Erkennen impact werkzaamheden

De bouwwerkzaamheden en de zorgvuldigheid en veiligheidseisen hebben effect op de omgeving. Denk aan geluid van de bouwplaats, werkverkeer – en de omleiding en de tijdelijke afsluiting van een aantal (langzaam)verkeerroutes. BPD zet zich volop in om de werkzaamheden en effecten ervan zorgvuldig en tijdig te communiceren. En eventuele overlast zoveel mogelijk te voorkomen en terug te dringen. Ook gaat zij graag in gesprek met bewoners, ondernemers, omwonenden en bezoekers over de bouwwerkzaamheden – en eventuele maatregelen tegen overlast.

Beeldconcept

Gebiedscommunicatie

De huisstijl van ODE – zoals nu gebruikt in de communicatiemiddelen – heeft een marketing- en brandingsdoeleinde voor het totale gebied. Deze is ook geschikt om in te blijven zetten voor doeleinden op de bouwplaatsen zelf.

Omgevingscommunicatie

De basis voor de look & feel van de omgevingscommunicatie is die van de huisstijl van ODE. De grafische vormelementen blijven gelijk maar het kleurgebruik is vriendelijker en de beelden zijn echt en mensgericht. Dat sluit aan bij de belevingswereld van de doelgroep.

Strategische uitgangspunten omgevingscommunicatie

Bij alle communicatie over de ontwikkeling van kavel 5b/6 hanteren we de volgende principes:

1. Erken overlast

Laat in je communicatie zien dat je de overlast die omwonenden ervaren van de bouwwerkzaamheden serieus neemt en erkent. Geef doelgroepen de ruimte om hun zorgen te uiten en vraag hen hoe zij geïnformeerd willen worden. Bijvoorbeeld door informatiebijeenkomsten en inloopmomenten op de bouwkeet.

2. Wederkerigheid: voor wat hoort wat

Gebruik het principe van wederkerigheid van Cialdini voor gedragsbeïnvloeding. Als je wilt dat de omgeving zich openstelt voor dialoog en zich constructief gedraagt ten aanzien van ontwikkeling, moet je er iets voor teruggeven. Denk hierbij aan ‘vriendelijke’ verkeersborden bij tijdelijke afsluiting van verkeerroutes. Geef omwonenden voorrang bij bijzondere mijlpalen en betrek ze door hen een kijkje te geven op de bouwplaats.

3. Deel succes

Maak de omgeving deelgenoot van het succes van ODE. Denk hierbij aan de hoogwaardige architectuur en de sfeer van de locatie. Door bijvoorbeeld een meet&greet met de architect, rondleidingen over het terrein en informatiebijeenkomsten.

4. Helder en tijdig

Communiceer in heldere taal en wees duidelijk over planning en werkzaamheden. Zeg het ook als je het niet weet. Het is belangrijk om op tijd te communiceren via de bekende kanalen. Denk hierbij aan een periodieke nieuwsbrief en een actuele projectwebsite.

Georganiseerd voor ongeorganiseerd

De georganiseerde partijen gaan voor de ongeorganiseerde partijen en informeer je als eerste. Denk hierbij bijvoorbeeld aan het gebruikersoverleg Dijksgracht, de besturen van de VVE’s en volkstuinen, en andere georganiseerde actoren in de directe omgeving van de ontwikkeling.

Samenwerking met gemeente

Stem communicatiemiddelen en -boodschappen af met de gemeente. Zet de kennis van de Gemeente Amsterdam over het gebied in en benut bestaande communicatiemiddelen van de gemeente.

5. Intern gaat voor extern

De interne afstemming gaat voor de externe communicatie. Om te voorkomen dat informatie extern eerder bekend is dan bij de interne organisatie.

Doelgroepen

Door de centrale binnenstedelijke ligging van ODE heeft de realisatie van kavel 5b/6 impact op een grote groep van omwonenden en aangrenzende kantoren, ondernemingen en andere gebruikers van ODE, zoals passanten en bezoekers. Om de omgevingscommunicatie zo in te richten dat iedereen op een juiste manier wordt geïnformeerd, maken we onderscheid tussen drie doelgroepen.

1. Omwonenden en aangrenzende ondernemers

ODE

Bewoners ODE
- Koop (duurder segment)
- Huur Ymere en Stadgenoot
- Bewoners Ruyterkade

Impact van ontwikkeling:
- Beperkte bereikbaarheid
- Geluidsoverlast

Kenmerken:
- Begripvol over de ontwikkeling
- Kavel 1, 2 en deels 3 ondervinden vanwege de fysieke afstand minder overlast
- Leefstijl: dynamisch, onafhankelijk en rationeel

Communicatie
- Zakelijk, to the point, alleen noodzakelijke informatie
- Tijdig en helder via reguliere kanalen
- Aanvullend via bewonersbrieven en bijeenkomsten in geval van specifieke onderwerpen

Ondernemers ODE
- Retailers
- Kantoren
- Publieke functies (OBA en Conservatorium)
- Ondernemers Ruyterkade

Impact van ontwikkeling:
- Beperkte bereikbaarheid voor bezoekers, medewerkers en expeditie
- Geluidsoverlast

Kenmerken:
- Conservatorium, OBA en TomTom maken zich de meeste zorgen

Communicatie:
- Zakelijk, to the point, alleen noodzakelijke informatie
- Tijdig en helder via reguliere kanalen
- Met aangrenzende ondernemingen rechtstreeks in contact

DIJKSGRACHT

Bewoners Dijksgracht
- 30 woonboten
- 1 woonhuis

Impact van ontwikkeling:
- Beperkte bereikbaarheid
- Geluidsoverlast
- Leefbaarheid

Kenmerken:
- Georganiseerd in bewonerscollectief en gebruikersoverleg (samen met ondernemers)
- Gebied is onderhevig aan meerdere ontwikkelingen
- Kennen hun weg naar de lokale politiek
- Zien op tegen overlast
- Gebrekkig geïnformeerd in de aanloopfase
- Leefstijl: sociaal gericht, betrokken, bewust, zekerheid.

Communicatie
- Zorgvuldig, no nonsens en persoonlijk
- Persoonlijk contact, creëer voldoende ruimte om zorgen en vragen te delen
- Tijdig en helder via reguliere kanalen

Ondernemers Dijksgracht
- Hanneke's Boom, Mediamatic Klimmuur

Impact van ontwikkeling:
- Beperkte bereikbaarheid voor bezoekers, medewerkers en mogelijk expeditie
- Geluidsoverlast

Kenmerken:
- Tijdelijke overeenkomst voor de locatie
- Georganiseerd in gebruikersoverleg
- Zien op tegen overlast
- Gebrekkig geïnformeerd in aanloopfase

Communicatie:
- Persoonlijk contact
- Tijdig en helder via reguliere kanalen

AANGRENZENDE GEBIEDEN EN ORGANISATIES

Onder meer:
- Marineterrein
- NEMO
- Expeditie Oosterdok
- Prins Hendrikkade (hotels en bewoners)
- Kattenburg
- Wittenburg
- Zouthaven / blauwe loper

Impact van ontwikkeling
- Geluidsoverlast
- Mogelijke omleidingsroutes

Kenmerken:
- Er vinden meerdere ontwikkelingen plaats in de omgeving (bv. PTA, Marineterrein)
- Let ook op hotels in direct omgeving ivm mogelijke geluidsoverlast

Communicatie
- Tijdig en helder via reguliere kanalen
- Aanvullend via bewonersbrieven en bijeenkomsten in geval van specifieke onderwerpen

2. Bezoekers en medewerkers

Onder meer:
- Medewerkers (ca 3.500)
- Bezoekers retail
- Bezoekers publieke functies
- Bezoekers hotel
- Gebruikers (bezoekers) parkeergarage

Impact van ontwikkeling
- Beperkte bereikbaarheid
- Geluidsoverlast

Kenmerken:
- Heel diverse groep
- Internationaal

Communicatie:
- Tijdig en helder via reguliere kanalen
- Informatie in openbare ruimte
- Informeer medewerkers in overleg met werkgevers van ODE
- Communiceer tweetalig (NL/ENG)

3. Passanten

Onder meer:
- Woon-werk verkeer van en naar CS
- Blauwe loper / toeristen
- Vervoersbedrijven

Impact van ontwikkeling
- Mogelijke omleidingsroutes

Kenmerken:
- Heel diverse groep
- Internationaal

Communicatie:
- Tijdig en helder via reguliere kanalen
- Communiceer tweetalig (NL/ENG)
- Persoonlijk contact met vervoersbedrijven

4. Media

Lokale en regionale media zijn
over het algemeen positief over de ontwikkeling op ODE tot nu toe. De ontwikkelingen liggen ook onder een vergrootglas doordat het zo'n impact heeft. De omgeving kan ook contact zoeken met de media.

Omgevingscommunicatieplan ODE kavel 5b/6
Opdrachtgever: BPD
Door: Beaumont Communicatie & Management
September 2017