Verslaglegging Amsterdamse Bos – woensdag 17 april (expertmeeting 3)
Positionering en verbinden

Start en plenaire gedeelte

5.1,2,e – 5.1,2,e

Het Bos wordt nog steeds gebruikt zoals het ooit bedoeld was. Maar hoe gaan we om met de groei? En hoe zorgen we er voor dat mensen ons weten te vinden? Het Bosplan is het ambitiedocument voor de komende 15 jaar (100-jarig bestaan van het Bos), perspectief. Jacoba Mulder heeft het Amsterdamse Bos 85 jaar geleden ontworpen. Ter ere daarvan is dit jaar de Jacoba Mulder tulp gedoopt.

5.1,2,e – 5.1,2,e

Er zijn meerdere belangrijke groene plekken in de stad; Vondelpark, Westerpark en het Amsterdamse Bos. Ook Artis is aan het ontwikkelen; inzet op (in de video): duurzaam, sociale ontmoetingsplek, samen zorgen voor evenwicht, onderdeel van de natuur.

Belangrijke les: een merk is wat zij zeggen dat het is, niet wat je zelf zegt. De ander bouwt jouw merk. Voor wie bouw je het merk? Dat moet je zelf bepalen; leg die focus. Je positioneert je, maar pin je er niet op vast. Blijft daarin flexibel.

Het Bos volgens 5.1,2,e
De enige plek in adam waar natuur sport recreatie en educatie als 85 jaar te beleven zijn voor een groot publiek.

- Zondag met de hond
- Het grote kinderbad
- Het bloesembos
- De Geitenboerderij
- De sportieve Amsterdammer
- Altijd; ook in de herfst of winter

Succesfactoren:

- Consistent
- Doelgroepsegmentatie
- Actief mediabeleid
- Sterke interne merkbeleving (neem medewerkers mee)
- Iteratief werken; ga uitproberen ga testen.

Het bos is sympathiek. Opvallende activiteiten daarop organiseren. Amsterdammer verbinding laten voelen. Zoek ook buiten de gebaande paden van de presentatie.

Tafel 1 – uitnodigen en meedoen, en sponsoring

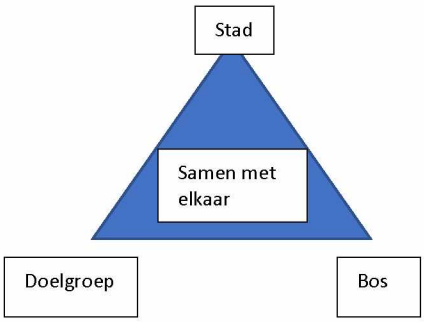
Vraag 1: Hoe kunnen we Amsterdammers/Amstelveners/Belanghebbenden uitnodigen om mee te doen in het Bos?

Vraag 2: En hoe kunnen we omgaan met sponsoring (als we dat doen)?

<u>Tafelkleed – samenvatting</u>

De belangrijkste punten die besproken zijn aan tafel over uitnodigen:

1. Is het wel nodig om mensen uit te nodigen? Waarom de omgeving betrekken
2. Meet wat de behoefte is
3. Gezamenlijk belang achterhalen, gezamenlijke verantwoordelijkheid
4. Aansluiten bij al bestaande events of bestaande events naar het Amsterdamse Bos halen
5. Wie zijn de groepen die je wilt uitnodigen?
6. Hoe verleid je groepen om mee te doen?
7. Belangen versus maatschappelijke betrokkenheid



De belangrijkste punten die besproken zijn aan tafel over sponsoring:

1. Wat hebben we nodig? Geld, mensen, handjes, ideeën?
2. Partners zoeken voor sponsoring
3. Gaat meer om het aangaan van partnerships, sociaal ondernemerschap
4. Voorbeeld: betere OV-verbinding naar het Bos, opnemen met vervoersbedrijven
5. Entree heffen? Gratis events of met een vergoeding?
6. Bepaal doelstellingen wat je wilt met sponsoring en wat je ermee bedoelt
7. Denk aan innovatie: betrekken van organisaties die 'innovatieve' verlichting kunnen plaatsen of laat scholieren van het Technasia meedenken over zaken.

De belangrijkste punten die besproken zijn aan tafel over positionering:

1. Bepalen van positionering van het Bos is heel belangrijk:
    - Wie is het Bos?
    - Wat kan het Bos?
    - Wat wil het Bos?
    - Waarom wil je dat?
    - Bepaal je identiteit
2. Wat wil je als het Bos kunnen aanbieden? Waar wil je bekend om staan en kijk dan welke bedrijven hierop aansluiten.
3. Wat willen we zijn: innovatief, duurzaam, educatie, natuur, maatschappelijk deel
4. Maak gebruik van de kwaliteiten van het Bos
5. Moet de positionering wel aangepast worden?

Tafel 2 – in te zetten communicatiekanalen

Vraag : Welke communicatiekanalen zetten we in?

Tafelkleed – samenvatting

1. Gebruik het Amsterdamse Bos als USP voor gemeente Amsterdam
    a. Het Bos is zeer geschikt voor beeld; foto en film/video
2. Zorg voor goede vindbaarheid op Google/online
3. Maak gebruik van de social media-kanalen van de gemeente Amsterdam
    a. Influencers inzetten
4. Peer-to-peer communicatie: ik vertrouw de mensen om mij heen
5. Zorg voor aanbod met maatschappelijke waarde: bijvoorbeeld zwemles
6. Goede bebording/bewegwijzering in het Bos
7. Communicatie binnen en naar de gemeentelijke organisatie versterken
8. Bouw een community op: zorg er voor dat je ambassadeurs kunt inzetten voor het Bos.
    a. Laat anderen vertellen over het Bos
9. Intern draagvlak creëren om positie te verwerven

Bijlage 1: Uitwerking tafelkleed uitnodigen en sponsoring

Waarom wil je de omgeving betrekken? → Eigenaarschap

Bepaal eerst wie je bent!

- Bepaal waarom je dit wilt?
- Bepaal je doelstellingen
- Zoek naar de juiste fit → samenwerken!
- Sociaal inkopen, neem het mee in aanbestedingen

Willen we nog meer bezoekers trekken?

- Pubers?

Niet helder wat je in het Bos kan doen.

Aansluiten bij bestaande events

- Nieuwjaarsduik (Unox, vegetarische slager)
- Pure Markt
- Amstelveen Marathon
- IFTAR maaltijden (Moskeeen)

Gratis of geld verdienen?

- Gratis geen waarde
- Gratis voor kwetsbare doelgroepen

Delen: eten, muziek, cultuur

Het gaat om duurzaamheid

PR

Gemeenschappelijk belang

- Zoeken en elkaar vinden
- Afhankelijk van doelgroep
    - Welke zijn er
    - Welke wil je (nog meer)?
- Stadsbos
- Doelgroep
- Natuur beleven
- Groepen uitdagen en VERLEIDEN

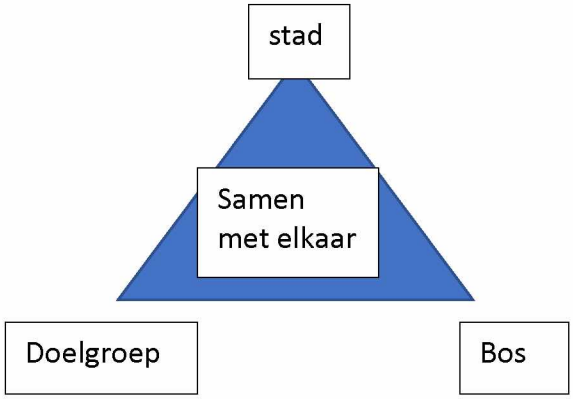
Wat willen we zijn?

- Innovatief
- Duurzaam
- Educatie
- Natuur
- Maatschappelijk deel

Sponsoring

- Schiphol (100 jaar) > 100 euro voor elk vliegtuig
- Zuidas
- Ondernemers in/om Bos
- Laat het niet voelen als sponsoring
- Geen sponsoring maar participanten, sociaal ondernemerschap

Bepaal eerst zelf je positionering! wat ben je/ hoe word je gezien/hoe wil je gezien worden?
Maak gebruik van de positieve positionering. Kwaliteiten van het Bos ('t is lief en fijn allemaal; groen, bos, sport, natuureducatie, kinderen. Samen, (deel)fietsen?
De ander benut jouw merk: wat zeggen ze over je?
Wat is de rol van natuureducatie in het Bos
Bloesem is USP!



Wat kan je er doen?

- Positionering
- Vinden we rust ook goed?
- Hoe ga je om met PPS? → internationale voorbeelden
- Voor Amsterdammer/Amstelvener
- Andersom denken: Wat wil de private partij?

Gemeentelijke wens:

- Maatschappelijke doelen
- Participeren
- Bewoners vanuit een uitkeringssituatie: leren en werken/vrijwilligersuitgangspunt
- Bos moet doelstellingen bepalen, welke eventueel gesponsord kunnen worden

Eerst bedenken wat je wilt zijn
Wat willen we nou? ☺
Meet regelmatig hoe de doelgroep over je denkt
Licenties voor diensten bedenken (bijvoorbeeld voor deelfietsen)
Eerder partnership dan sponsoring
Is het nodig om mensen "uit te nodigen" mee te doen? Er zit al veel druk op het Bos
OV-partners, bereikbaarheid Bos (Sponsoring)
Keuzes maken en kijken naar de kansen
VISIE
Aansluiten op de doelgroep

Bos is belangrijk voor iedereen
Mensen mogen ook wat over hebben voor het Bos, activiteiten in het Bos
Belangen versus maarschappelijk betrokken en verantwoordelijk voelen
Gedeelde belangen
Mogelijkheden om geld te verdienen, is vraag van de wethouder
Culturen en mensen samenbrengen
Gebruikers bevragen

Strategie

- Dit zijn we
- Dit biedden we
- Hier staan we voor
- Branding of positionering, is het belangrijk?

Positionering!

- Is het top of mind hoe over het bos wordt gedacht?
- Voorafgaand: wie ben je?
- Doelstellingen bepalen voor eventueel sponsoring
- Wie willen we zijn?
- Is de positionering nog van deze tijd? Veranderen of zo houden?
- Laat zien wat je wilt uitdragen
- Wat willen anderen van / met het Amsterdamse Bos?
- Wil je dat AB een merk is?
- Trekken toeristen of alleen voor amsterdammers

Park ←----------→AB(stadsbos) ←----------→Bos

Bijlage 2: Uitwerking tafelkleed Communicatiekanalen

Een dag lang het gemeente account overnemen
USP: gratis
Bezoekers maken content
Ambtenaren: ervaar msterdam uitnodigen
Verblijfsruimte met wc
Bewegwijzering
Moestuintjes
Vitaliteit en gezondheid
Statushouders bereiken: informatiemarkt: brengen
5.1.2,e influencers
Aanbod met waarde: zwemles
Meerdere zintuigen prikkelen: filmpjes
USP: barbecues
Statushouders, aansluiten bij elkaar

- Dubbele werking
- Natuur
- Voedselbos
- Activering
- Doe iets basics met deze doelgroep

Sap en mapplekken
Afstand tot arbeidsmarkt en afstand van de samenleving
Zaadje planten bij jonge mensen
BOS IS GRATIS!
Waar zijn sociale en maatschappelijke activeringsplekken gebleven? Vervoer is struikelblok
TUDE 3 komt (bijna) de stadsdelen niet uit > natuurbeleving bij de doelgroepen brengen
Wat moet waarde hebben → fragile afstanden overbruggen

- Zwemles
- Andere sport

Wat is de toegevoegde waarde die je kunt geven? Kanalen

- Echo
- Mug

- Stadspas/aanbiedingen
- Social media
- Goede vindbaarheid Google → begeleiding nodig + ruimte
- Doelgroep
- Politieke steun
- 40.000 → UWV uitkering
- Mensen in beweging krijgen

Doelgroepen

Visie/doel: welke doelgroepen zijn er wil je trekken? →waar bevinden ze zich? (ook online) + wat leeft er onder die doelgroep en daarop inspelen

Inzetten op:

- Communicatiemiddelen
- Activiteiten en evenementen
- Bereikbaarheid
- UITNODIGEN!

Onderzoeken en blijven toetsen en updaten

= Gemeenschappelijk belang

Leuke aandacht (vragen ons):

- Krant Amstrerdam
- Amsterdam.nl

Moestuintjes, als aanzuigende werking richting Bos

Fietsbebording naar en in het Bos is ook een goed communicatiekanaal

Community: mensen spreken elkaar aan als ideaal plaatje

Mankracht nodig voor aantrekken/behouden van community/netwerken

Doelgroepen eerst helden

Analyse van data: waar wordt op gezocht, wat kunnen we verduidelijken/verbeteren

Linken met (gemeentelijk) instagramaccount → jongeren

YouTube filmpjes voor natuuredicatie voor jongeren

Het Bos kan heel veel: USP: maar hoe houd je het leefbaar? Communiceer je dat er heel veel kan?

Neem AB mee in meer uitningen voor Amsterdam als USP

Bos = trots voor Amsterdam

Bos leent zich erg voor beeld film/foto

Statushouders!!!

Bezoekers kunnen de content brengen

Corporate filmpje niet te gelikt

Boswachters meer inzetten! Voor positionering (meer op natuur?)

Livecams

Stadsdelen als Nieuw West meer wijzen en op betrekken bij het bos

Communicatie binnen en naar de gemeentelijke organisatie versterken. Op directieniveau: open staan voor bijzondere doelgroepen/uitkeringsgerechtigden om te participeren

Kosten vervoer is reden om niet naar het Bos te komen

Begeleiding

Bos als plek om vitaler te worden

Bos als opstap naar werk

Hoe beleven mensen het Bos? Onderzoek dat.
En kijk dan hoe je bijvoorbeeld met bewegwijzering dat op kan lossen.
Creëer waarde in het Bos
Zet ambassadeur in.
Laat niet alleen zelf zien hoe goed en groot je bent; laat andere het vertellen.
Stadspas inzetten.
Wat heb je eigenlijk te bieden en welke waarden horen daarbij?

<u>Teksten die niet te lezen zijn</u>

