

100 ideeën, 1 Sloterpas

Op weg naar een Sloterpasconferentie

Plan van Aanpak

Door: Frans Werter, Jan Willem Huurneman en Arja Nobel

31 januari 2012

An aerial photograph of Sloterpas, a large lake in Amsterdam, surrounded by lush green trees and urban development. The water reflects the sky, and a marina with many boats is visible on the right side. The text 'Sloterpas: een bijzondere plek waar iets bijzonders mee gaat gebeuren.' is overlaid in white on the water.

Sloterpas: een bijzondere plek
waar iets bijzonders mee gaat gebeuren.

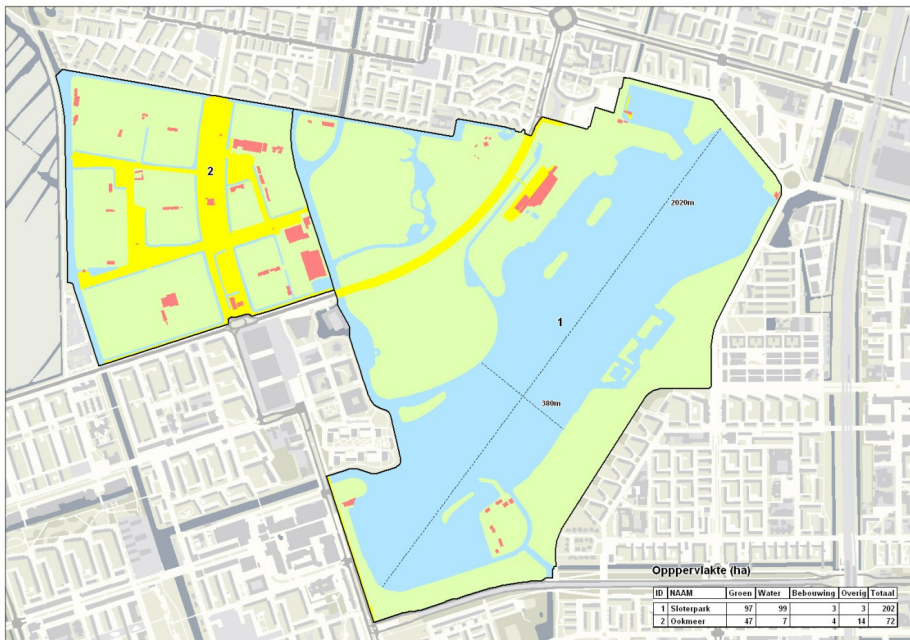
Inhoudsopgave

1. Inleiding	3
2. Doelstellingen	4
3. Randvoorwaarden	4
4. Communicatiestrategie	5
5. Aanpak	7
6. Planning	8
7. Kostenraming	8

1. Inleiding

Er gebeurt van alles rond de Sloterplas. De Sloterplas is in de Structuurvisie voor Amsterdam benoemd tot metropolitane plek. Er zijn festivals en het 'rondje Sloterplas' is een begrip en wordt ook veel gebruikt. Ook komen er voorstellen van ondernemers die iets willen in het Sloterplasgebied. Er is ambitie om meer leven in de brouwerij te brengen en er zijn ideeën. Maar er zijn ook mensen die zich zorgen maken over de toekomst van de Sloterplas.

In het bestuursprogramma van Nieuw-West is opgenomen dat het stadsdeel een Sloterplasconferentie organiseert om met bewoners, ondernemers en deskundigen te denken en te praten over de toekomst van de Sloterplas. Als basis hiervoor wordt de bestuurlijke ambitienotitie van het Sloterplasoverleg "Sloterplas, venster van mogelijkheden" uit 2009 genoemd. Deze ambitienotitie is een product van het Sloterplasoverleg. In het Sloterplasoverleg zaten de drie voormalige stadsdelen, twee woningcorporaties en de centrale stad. Om de plas met omgeving verder te ontwikkelen en ook te kunnen bepalen waar de interventies (verbeteringen in de openbare ruimte die betaald worden uit het Sloterplasfonds) het beste tot hun recht zouden komen, was een gezamenlijke ambitie van belang. Dit werd de ambitienotitie "Sloterplas, venster van mogelijkheden". Deze notitie is in het Sloterplasoverleg, maar ook in de db's van de 3 stadsdelen vastgesteld. De ambitienotitie is niet besproken met de gebruikers en ondernemers van de Sloterplas of met de omwonenden. Dat was aanleiding voor het nieuwe stadsdeelbestuur om in het coalitieakkoord en later in het bestuursprogramma de Sloterplasconferentie op te nemen.



Figuur 1 begrenzing Sloterplas

De Sloterplasconferentie is onderdeel van een proces dat moet leiden tot het vaststellen van een ontwikkelstrategie voor de Sloterplas door de deelraad. De Sloterplasconferentie levert daarvoor de input. De ontwikkelstrategie kan vervolgens vertaald worden in het bestemmingsplan dat voor de Sloterplas nog ontwikkeld moet worden (nu is het AUP uit 1953 nog steeds van kracht). Ook zullen de uitkomsten van de Sloterplasconferentie en de ontwikkelstrategie worden benut als basis voor de structuurvisie Nieuw-West voor de Sloterplas en omgeving. Er zijn daarnaast nog raakvlakken met andere visies in ontwikkeling, zoals de Groenvisie. Daar waar er raakvlakken zijn met de Sloterplas zullen de uitkomsten van de conferentie bij die visies worden ingebracht.

De Sloterplasconferentie is een 'moment' in het bestaan van de Sloterplas. Dit plan van aanpak richt zich specifiek op de Sloterplasconferentie. Niet op het traject dat daarna nog moet volgen voor de ontwikkelstrategie.

2. Doelstellingen

De Sloterplasconferentie moet uitdagen met ideeën te komen voor de versterking van de huidige functies of de toevoeging van (juist onverwachte) nieuwe functies. Het resultaat is een overzicht van kansen en ontwikkelingsideeën die breed gepresenteerd en gedeeld worden, en een afspraak over de wijze waarop het stadsdeel met deze ideeën en mogelijkheden omgaat.

Algemene doelstelling

Het resultaat van de Sloterplasconferentie is:

Het delen van palet van (100) ideeën met kansen voor ontwikkeling, behoud en gebruik van het gebied rond de Sloterplas in een brede diverse groep van bewoners, ondernemers, belangengroepen en geïnteresseerden. De (100) ideeën kunnen op een langere of kortere termijn realiseerbaar zijn; zij kunnen visionair zijn of juist kleine, concrete verbeteringen omvatten; ook kunnen zij 'rijp' (redelijk uitgewerkt) of 'groen' (beschreven in contouren) zijn. De ideeën hebben (het liefst) een 'eigenaar', d.w.z. perso(n)en, organisatie(s) of ondernemer(s) die zich opwerpen als promotor van een idee.

Specifieke doelstellingen

Communicatie is een essentiële voorwaarde voor het bereiken van de algemene doelstelling. De doelstelling voor communicatie is: Het motiveren van personen, ondernemers en organisaties binnen en buiten stadsdeel Nieuw- West om ideeën te ontwikkelen/ in te brengen voor gebruik en verbetering van de Sloterplas.

De doelstellingen voor de conferentie zijn:

- Het genereren en verzamelen van ideeën voor ontwikkelingsmogelijkheden van het Sloterplasgebied (op weg naar 100 ideeën!)
- Het verbinden van personen en/of organisaties met ontwikkelingsideeën
- Het verzamelen van input voor een ontwikkelstrategie Sloterplas en voor de structuurvisie Nieuw-West..

3. Randvoorwaarden

Vastgestelde beleidsnota's/visies

De Sloterplasconferentie wordt benut om met de kennis van nu goed naar de toekomst van de Sloterplas en de gewenste verbeteringen te kijken. Ook al zijn voor de Sloterplas zijn door het stadsdeel (of de voorgangers daarvan) enkele nota's vastgesteld, deze zijn niet bindend voor de Sloterplasconferentie. Dit betekent dat mensen alle ideeën kunnen inbrengen. Later zal worden afgewogen hoe met ideeën om te gaan die waardevol zijn, maar niet passen binnen de vastgestelde rapporten. Het gaat dan om:

- Het ruimtelijk toetsingskader Sloterplas (behorend bij het Masterplan Sloterplas dat niet is vastgesteld), gemeenteraad 2002
- De visie op de Osdorpoever, stadsdeel Osdorp juni 2008
- De ambitienotitie Sloterplas, venster van mogelijkheden, door de db's van de drie stadsdelen 2009/2010.

Door de gemeenteraad is in februari 2011 de structuurvisie 'Amsterdam 2040 economisch sterk en duurzaam' vastgesteld. De Sloterplas is hierin benoemd als metropolitane plek. "Een van de meest omvangrijke groen- en waterprojecten is de Sloterplas en omgeving. Het heeft de potentie een grotere betekenis te hebben als één van de stedelijke park- en recreatiegebieden binnen Amsterdam. Mede

gezien haar strategische ligging op luttele kilometers van de binnenstad. De ambitie bestaat uit de transformatie van de 'naoorlogse nieuwbouwplas' naar een attractieve, goed bezochte stadspas- en park met een goede waterkwaliteit en een duidelijke betekenis voor de hele stad en voor Nieuw-West in het bijzonder. Dit alles onder de gezamenlijke noemer 'levendigheid aan het water.'

Financiën

Het is zwaar weer bij de gemeente Amsterdam en ook in stadsdeel Nieuw-West. Er is weinig financiële ruimte om te investeren in de Sloterpas. Het is dus niet automatisch zo dat verbeteringen die tijdens de Sloterpasconferentie worden bedacht, op korte termijn worden opgepakt. Bij de aanpak van verbeteringen zal ook steeds naar cofinanciering moeten worden gezocht.

4. Communicatiestrategie

Uitgangspunten

De Sloterpasconferentie is een eenmalige activiteit. Daarom is ervoor gekozen dat de communicatie een campagneachtig karakter zal hebben. De communicatie moet geïnteresseerden een handelingsperspectief bieden. We willen daarbij het Sloterpasgevoel communiceren. Onderstaand moodboard (figuur 2) en de mogelijke logo's (figuur 3) geven daarvoor een voorzet. De slogan 'overspoel de Sloterpas met jouw ideeën' verwoordt in een notendop waar we op uit zijn. We willen mensen uitdagen met ideeën te komen, rijp en groen, om te realiseren in het Sloterpasgebied. Ideeën mogen divers en zelfs tegenstrijdig zijn. Het gaat om een palet van mogelijkheden en kansen voor de Sloterpas.



Figuur 2 Moodboard

Doelgroepen

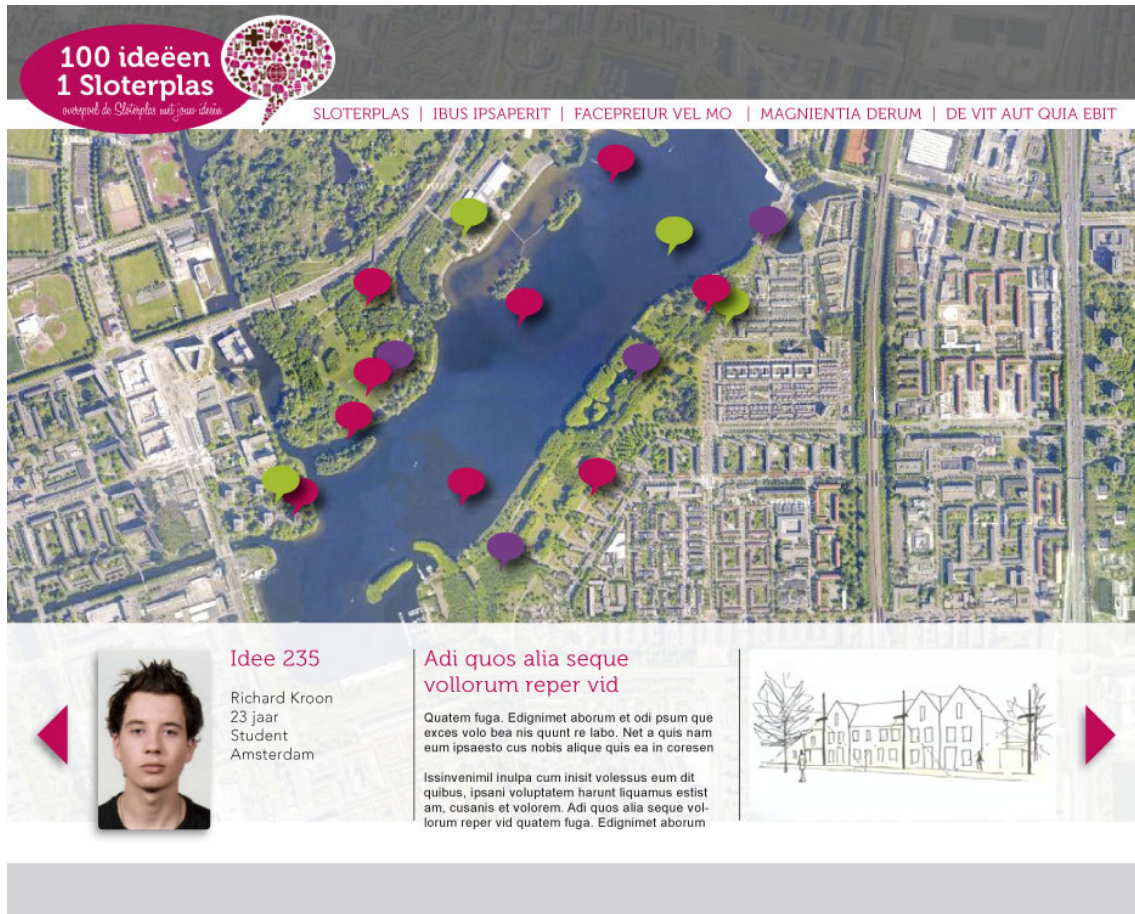
Communicatie richt zich op bewoners van Nieuw West, maar ook op andere Amsterdammers of zelfs geïnteresseerden van buiten Amsterdam, maar ook op ondernemers en projectontwikkelaars. Bij de uitwerking van dit plan van aanpak worden de doelgroepen nader gedefinieerd, als mede de strategie om hen te bereiken.. Er zal vooral breed gecommuniceerd moeten worden.



Figuur 3 Mogelijke logo's

Communicatiemiddelen

In deze tijden van bezuinigingen past het niet om 'groots en meeslepend' te investeren in communicatie. Daarom maken we zoveel mogelijk gebruik van bestaande communicatiekanalen en –middelen en 'free publicity' om potentieel geïnteresseerden te bereiken. Dit kunnen de huis-aan-huisbladen of bestaande nieuwsbrieven zijn, maar ook bijeenkomsten of evenementen die al gepland staan. Zo mogelijk presenteren we ons in bestaande netwerken, van linked-in groups tot bijvoorbeeld creatieve netwerken als de Amsterdamse Innovatie Motor. Een centrale plek krijgt een interactieve, 'stand-alone' website voor de Slotterplasconferentie die na het project ook weer opgeheven wordt. Op de website kunnen bezoekers ideeën posten en letterlijk een plek geven op een luchtfoto van het gebied (zie pag. 10). Ook willen we kunnen onderzoeken of we een 'zwaan-kleef-aan' traject kunnen ontwikkelen waarbij mensen hun ideeën kunnen plaatsen op een lijst die via een sneeuwbal effect uitgroeit tot 100 ideeën. De gedachte is dat de communicatieactiviteiten leiden tot gebruik ('traffic') naar de website waarop alle informatie en ideeën samenkomen. Uiteindelijk loopt het traject uit op een Slotterplasconferentie op één plek waar deelnemers ideeën kunnen presenteren en ontwikkelen, en medestanders kunnen vinden.



Figuur 4 Voorbeeld website met ideeën voor Sloterpark

5. Aanpak

Het project Sloterparkconferentie heeft een aantal stappen:

- Stap 1: voorbereiding
- Stap 2: de aanloop
- Stap 3: de Sloterparkconferentie
- Stap 4: afronding en vervolg

Stap 1: voorbereiding (februari/maart)

Het traject dient degelijk voorbereid te worden. In deze fase vinden de volgende activiteiten plaats:

- instellen van een projectorganisatie
- ontwikkeling van beeldmerk en website
- inventarisatie van doelgroepen voor de conferentie
- inventarisatie van bestaande middelen en activiteiten waarbij aangesloten kan worden
- inventarisatie naar de geschiedenis van de Sloterpark in woord en beeld
- uitwerken van een campagneplan met activiteiten, planning en gedetailleerd budget

Stap 2: de aanloop (maart/april/mei)

In deze fase wordt de campagne officieel gelanceerd. Er zal een publicitair startmoment gekozen worden waarop logo en website officieel gelanceerd worden. Vervolgens wordt het campagneplan uitgerold. Een ieder die wil kan zijn/haar idee voor de Sloterpark op de website plaatsen.

Stap 3: de Sloterplasconferentie (1 juni 2012)

Op vrijdag 1 juni 2012 vindt de officiële Sloterplasconferentie plaats. Hier worden de 100 ideeën ter plekke gepresenteerd. Alle betrokkenen, zoals omwonenden, ondernemers, gebruikers van de Sloterplas en iedereen met ideeën voor de Sloterplas wordt uitgenodigd voor deze conferentie. Iedere belangstellende kan binnenlopen. Nieuwe ideeën kunnen nog ter plekke op de website worden gezet. De ideeën vormen input voor de ontwikkelstrategie. Tijdens de conferentie wordt begrijpelijk gemaakt wat een ontwikkelstrategie is en hoe het pad loopt van ideeën tot ontwikkelstrategie.

Stap 4: afronding en vervolg (juni)

De ideeën die verzameld zijn tijdens de Sloterplasconferentie worden gepresenteerd in een '100 ideeënboek'. Dit boek vormt een belangrijk ingrediënt voor de uitwerking van een ontwikkelstrategie voor het Sloterplasgebied. Het '100 ideeënboek' gaat vergezeld van een notitie waarin het vervolgtraject om te komen tot een ontwikkelstrategie staat aangegeven.

6. Planning

De planning van het traject van de Sloterplasconferentie is als volgt:

	Stap	Planning
0	Besluitvorming Plan van Aanpak (db)	31 januari 2012
1	Stap 1: voorbereiding	februari/maart 2012
2	Stap 2: de aanloop	maart/april/mei 2012
3	Stap 3: de Sloterplasconferentie	30 mei 2012
4	Stap 4: afronding en vervolg	Juni 2012e.v.

7. Kostenraming

De kosten voor het beschreven proces van Sloterplasconferentie worden geschat op € 100.000,- exclusief BTW. De kosten voor het opstellen van de ontwikkelstrategie worden geraamd op € 50.000.