



Communicatie en participatie met bewoners, bedrijven en supporters

Feyenoord City

3 februari 2017

Inhoud

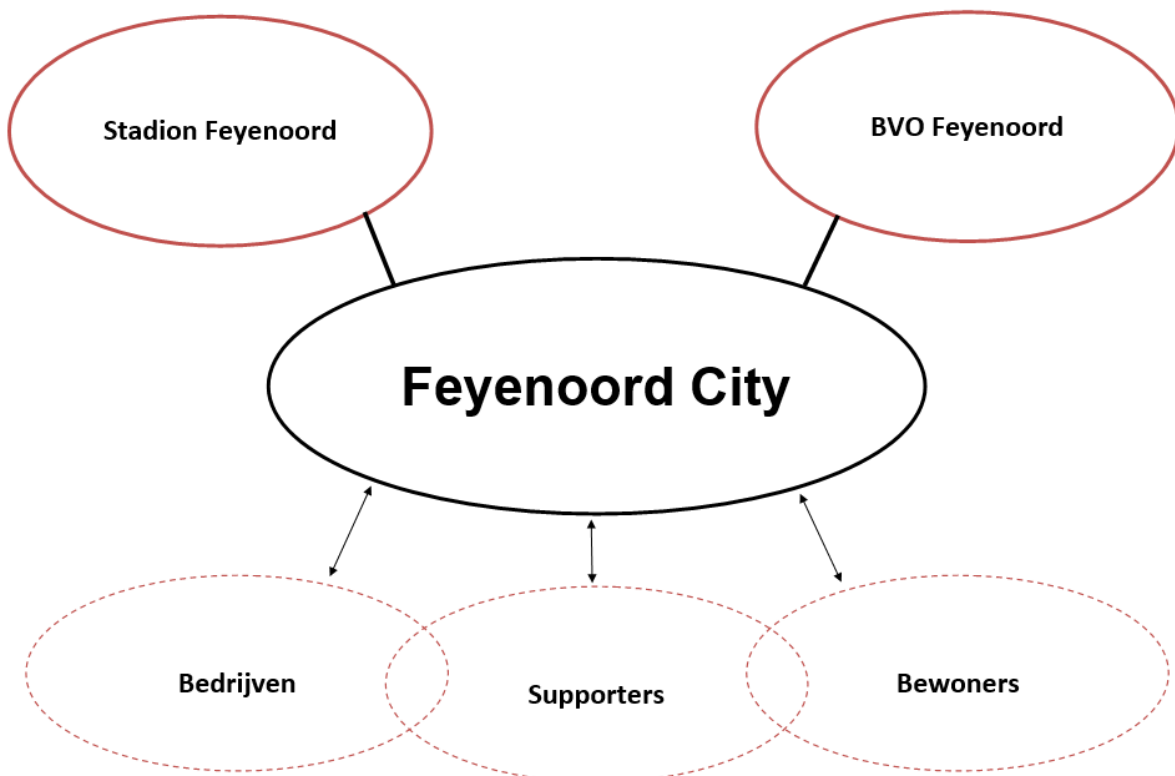
| | |
|-----------------------------------|----|
| 1. Inleiding | 3 |
| 2. Analyse stand van zaken | 4 |
| 3. Stakeholders | 7 |
| 4. Communicatieboodschappen | 8 |
| 5. Communicatiestrategie | 9 |
| 6. Communicatie acties..... | 10 |
| 7. Planning..... | 13 |

1. Inleiding

Feyenoord City is voortgekomen uit de wens van Stadion Feijenoord en de Betaald Voetbal Organisatie Feyenoord Rotterdam om een nieuw stadion te realiseren. Het sluit aan bij de ambitie van Rotterdam om zich sportief en cultureel nog sterker te ontwikkelen tot de top van Europese sportsteden. Feyenoord City helpt deze ambitie te verwezenlijken en te versnellen. Met sport in de volle breedte als de aanjager van alle ontwikkelingen in de haalbaarheidsstudie zal Feyenoord City synoniem staan voor *(sport)performance, healthy living en sports community* voor alle leeftijden, culturen en inkomens. Het verbindt bewoners, bedrijven, wetenschap, onderwijs, ontspanningsvoorzieningen en sport. Feyenoord City is hiermee een broedplaats voor sportgerelateerde innovaties. Feyenoord City bevestigt zo haar ambities als toonaangevend sport- en vrijetijdsgebied, attractieve woonlocatie, economische motor, magneet en duurzaam mobiliteitsknooppunt binnen het plan voor het gebied Stadionpark.

De partijen die het initiatief Feyenoord City dragen, vinden het van cruciaal belang dat omwonenden, omliggende bedrijven en uiteraard de supporters van Feyenoord zich betrokken en gehoord voelen bij de verdere ontwikkelingen. Feyenoord City nodigt deze stakeholders van harte uit om mee te denken en hun inbreng naar voren te brengen.

Feyenoord City onderneemt een serie activiteiten om dit te realiseren, zowel voorafgaand aan het besluit van de gemeenteraad over steun aan het project, als daarna. Dit plan geeft een overzicht van deze activiteiten, die gedurende de verschillende fasen van het project nog verder vorm krijgen. Ook wordt steeds gemonitord of de verschillende communicatieactiviteiten het gewenste effect hebben. Waar nodig worden deze aangepast.



2. Analyse stand van zaken

Eind november 2016 is de haalbaarheidsstudie Feyenoord City gepresenteerd. Het plan kan rekenen op steun van de directies, aandeelhouders en toezichhouders van zowel Stadion Feijenoord als de Betaald Voetbal Organisatie Feyenoord. Het College van Burgemeester en Wethouders van Rotterdam heeft een positieve grondhouding. Deze brede steun is gebaseerd op gedragen en gevalideerde businesscases, de onderliggende ruimtelijke plannen en het uitgebreide sociaal maatschappelijke programma. In deze alinea geven we een beknopte analyse van de stand van zaken en de reacties op het gelanceerde plan.

Algemeen

De informatievoorziening over Feyenoord City aan iedereen is tot op heden beperkt tot de hoofdlijnen. Dit is mede het gevolg van de fase waarin het plan zich bevindt. Vanwege bedrijfseconomische en financiële redenen kan niet alle informatie worden gedeeld. Een deel van de informatie is concurrentiegevoelig of van invloed op toekomstige aankoop- of aanbestedingsprocedures. De reden waarom bepaalde informatie niet gedeeld kan worden, is nog onvoldoende uitgelegd. Dit is een aandachtspunt.

Reacties

De reacties op de plannen waren overwegend positief. Dit blijkt uit een uitgebreide analyse van berichten op o.a. (sociale) media. Uiteraard zijn er ook kritische geluiden en nog veel vragen. Feyenoord City neemt de kritiek ter harte, gaat open de dialoog aan met de omgeving en wil vragen zo goed mogelijk beantwoorden en daarmee het positieve sentiment ten opzichte van Feyenoord City behouden en vergroten.

Omwonenden en omliggende bedrijven

Met omwonenden is meerdere malen overleg geweest. De teneur in de meeste gesprekken was enthousiasme dat dit gebied (eindelijk) de uitstraling en reuring krijgt die lang geleden al beoogd was. Er zijn ook zorgen over verkeer- en parkeeroverlast en mogelijke overlast bij de realisatie van de plannen. Ook zijn er zorgen over het veranderende uitzicht en bouwactiviteiten in de directe woonomgeving. Bewoners ervaren nu ook overlast van de Kuip (parkeren, bereikbaarheid, zwerfvuil). Het bespreken en waar mogelijk aanpakken van deze problemen kan een goed vertrekpunt zijn voor verdere communicatie en participatie.

Voor omliggende bedrijven zijn er soortgelijke aandachtspunten. Ook met hen heeft overleg plaatsgevonden. Ze zijn positief over de aanzuigende werking die het gebied/de plannen nu al hebben op bedrijven en retailketens.

Het gesprek met omwonenden en vertegenwoordigers van de bedrijven gaat over de gehele planontwikkeling van Feyenoord City.

Voor de bedrijven die moeten verplaatsen in verband met de realisatie van Feyenoord City is een separaat communicatietraject gestart; met hen wordt op individuele basis overlegd.

Supporters

Omdat Feyenoord City een vastgoedontwikkeling is waarbinnen het stadion Feyenoord een belangrijk onderdeel vormt, is de betrokkenheid van de supporters bij de planvorming cruciaal.

Vertegenwoordigers van FSV de Feijenoorder zijn geïnformeerd over de planvorming. Met andere individuele, maar invloedrijke supporters is incidenteel, informeel overleg geweest. Verschillende supporters die vragen stelden of kritiek hadden, zijn uitgenodigd voor individuele gesprekken. Dit betreft echter slechts een deel van de supporters. Via een enquête is een eerste stap gemaakt in het betrekken van een grotere groep supporters. Bij vervolgacties wordt nog scherper de aansluiting gezocht met de supporters. Zo zal bijvoorbeeld beter naar vraagstelling en woord- en taalgebruik moeten worden gekeken.

De supporters zijn niet in te delen in duidelijke groepen. De diverse internetfora en Facebookgroepen van Feyenoordsupporters laten een wisselend palet aan meningen zien. De meeste supporters zien dat de ontwikkeling van Feyenoord City een kans is voor voetbalclub Feyenoord om een stap vooruit te maken qua uitstraling, catering, commerciële mogelijkheden en daarmee het spelersbudget structureel te verhogen. Opvallend is dat er op fora een actieve discussie is tussen voor-en tegenstanders.

Bij veel supporters speelt een gevoel van weemoed ten aanzien van De Kuip. Dit gaat om het stadion zelf, en daar binnen vooral om de unieke sfeer en het dichtbij het veld zitten. In de verdere planvorming moet aandacht voor het behoud van deze sfeerelementen.

Zoals hierboven al aangegeven, is de informatievoorziening aan iedereen, dus ook aan de supporters, is tot op heden beperkt tot de hoofdlijnen. Het (nog) niet (kunnen) delen van alle informatie over Feyenoord City en vooral de effecten hiervan op de betaald voetbalorganisatie ("Wat zien we hiervan terug op het veld") kan zorgen voor potentiële spanning in de opinie van supporters ten aanzien van Feyenoord City. Zeker omdat een groep supporters al langer vindt dat zij niet, onvoldoende of onjuist wordt geïnformeerd.

De zorgen en vragen die bij supporters leven, hebben onder meer betrekking op het behouden van de kenmerkende elementen van de Kuip, zoals dichtbij het veld zitten, zichtlijnen en de overhangende tweede ring etc. Daarnaast vinden zij dat Feyenoord City de club aantoonbaar meer spelersbudget op moet leveren ("komen we structureel dicht bij de top van de eredivisie?") en beheersbare financiële risico's. Zij verlangen inzicht in deze zaken. Feyenoord City zal hierop antwoord moeten geven om draagvlak te vergroten.

Sponsoren

De zakelijke supporters van Feyenoord zijn enthousiast over de plannen. Zij verwachten betere voorzieningen in het stadion voor de club.

Bij De Vrienden van Feyenoord is sprake van een zekere voorzichtigheid ten aanzien van de grootte van de benodigde investeringen en de mogelijke risico's die dit op zou kunnen leveren voor de club. Feyenoord City zal hierop antwoord moeten geven.

De aandeelhouders Stadion Feyenoord

De meerderheid van de aandelen is in handen van de Sportclub Feyenoord. Zij zijn positief over de plannen. Ook het overgrote deel van de overige aandeelhouders (VASF) van nv Stadion Feyenoord is positief over de plannen. Zij hebben nog wel vragen onder meer ten aanzien van de financiële risico's.

De Rotterdammer

Feyenoord City vraagt de gemeente Rotterdam te participeren in het aandelenkapitaal; grond in erfpacht uit te geven en te investeren in infrastructuur. Dit verplicht Feyenoord City ook met de Rotterdammer in gesprek te blijven over de plannen.

Samenvattend

Bewoners, bedrijven en supporters willen actief betrokken worden/blijven bij de ontwikkeling van Feyenoord City. Bedrijven en bewoners willen antwoord op vragen rondom bereikbaarheid en parkeren, bouwoverlast en veranderend uitzicht; supporters willen weten hoe het stadion-ontwerp eruitziet, of elementen uit het oude stadion behouden blijven, wat de effecten zijn op de spelersbegroting van Feyenoord. Een deel van de supporters wil verder weten waarom renovatie geen optie is. Ook willen zij weten of er, en zo ja welke, financiële risico's er zijn voor Feyenoord. Supporters willen betrokken worden bij de ontwikkeling van het stadiondeel binnen Feyenoord City.

3. Stakeholders

Onder de Stakeholders verstaan we organisaties, bedrijven, instellingen maar ook individuele personen die een belang hebben of betrokken zijn bij de ontwikkeling van Feyenoord City of daarvan een (direct) effecten ervaren. Hierbij geven we een (grofweg) overzicht van de stakeholders.

Gemeente Rotterdam

- politiek
- ambtelijk

Omwonenden

- direct omwonenden (Veranda)
- aangrenzende wijken (Feyenoord, Sportdorp , Tuindorp-Vreewijk, Tuinenhoven, (Klein)Zomerland, Hillesluis)

Omliggende bedrijven

- bedrijven die verplaatst moeten worden
- overige bedrijven

Supporters

- FSV de Feijenoorder
- Het Legioen
- overige supportersgroepen/individuele supporters
- zakelijke supporters

Zakelijke relaties Feyenoord (bvo en stadion)

- aandeelhouders Stadion Feyenoord
- vrienden van Feyenoord
- sponsoren Feyenoord

Investeerders en financiële instellingen

Inwoners gemeente Rotterdam

Nationaal Programma Rotterdam Zuid

Maatschappelijke en sportorganisaties op Zuid

Professionele stakeholders

- hulpdiensten
- veiligheidsregio
- Nutsbedrijven
- Rijkswaterstaat

(inter)nationale sportorganisaties

4. Communicatieboodschappen

Dit zijn de algemene communicatieboodschappen. Verder in het project worden de boodschappen per doelgroepen verder verfijnd.

- Feyenoord City is een grote private gebiedsontwikkeling waarmee een veelzijdig, levendig en aantrekkelijk gebied in Rotterdam-Zuid wordt gerealiseerd met het nieuwe Feyenoord-stadion als icoon. Feyenoord City ligt in het Stadionpark, in de toekomst hét sporthart van Rotterdam waar je ook prettig kunt wonen, winkelen, uitgaan en ontspannen.
- De ontwikkeling van Feyenoord City is een grote stimulans voor de ontwikkeling van heel Rotterdam-Zuid. Zeker in samenhang met de andere onderdelen van Stadionpark.
- Het project bestaat uit verschillende fases en kent een doorlooptijd van zeker vijftien jaar. Als eerste wordt het gebied rondom het nieuwe stadion ontwikkeld. De eerste wedstrijd van Feyenoord in het nieuwe stadion wordt voorzien in het seizoen 2022/2023. Ook woningen, een hotel, parkeergarages en commerciële functies rond het nieuwe stadion zijn dan gereed. Daarna wordt er met de herontwikkeling van De Kuip gestart.
- Feyenoord City bestaat uit de ontwikkeling van 28 hectare aan sport- en vrijetijdsvoorzieningen, woningen en commercieel vastgoed en bestaat uit vijf gebieden: het nieuwe stadion, de Urban Bridge, de Strip, De Kuip en het Kuip Park.
- Er wordt intensief samengewerkt met de gemeente Rotterdam. Feyenoord City betreft de omgeving (omwonenden en omliggende bedrijven) actief bij de verdere uitwerking van de plannen. Supporters worden actief betrokken bij de ontwikkeling van het stadion. Omgeving en supporters worden serieus genomen en zo moeten zich ook zo voelen.
- Voor de Betaald Voetbal Organisatie Feyenoord betekent de ontwikkeling van Feyenoord City de mogelijkheid blijvend mee te spelen in de top van Nederland. Het spelersbudget zal op termijn verdubbelen.
- Het streven is de kenmerkende elementen van De Kuip in het nieuwe stadion zoveel mogelijk terug te laten komen.
- Feyenoord City kent belangrijke sociaal maatschappelijke componenten.
 - Feyenoord neemt het initiatief tot de oprichting van een multisportclub. Samen met voornamelijk zeven andere sportverenigingen, waaronder de Sportclub Feyenoord. Op Rotterdam-Zuid wordt een programma uitgewerkt om meer mensen te laten bewegen en sporten. Ook worden faciliteiten gedeeld en plannen ontwikkeld voor een attractiever top- en breedtesportklimaat en kruisbestuiving tussen verschillende clubs, sporten en het onderwijs.
 - De ontwikkeling van Feyenoord City creëert honderden werk- en stageplekken voor mensen uit de directe omgeving.

5. Communicatiestrategie

Feyenoord City wil een breed draagvlak voor de plannen creëren en wil aansluiten bij de wensen van de (toekomstige) gebruikers van het gebied en het stadion. Met de communicatie in de eerste fase willen we bereiken dat betrokkenen weten wat de plannen voor Feyenoord City inhouden, waar we ze informatie kunnen vinden over Feyenoord City en weten waar zij terecht kunnen met hun inbreng,

Feyenoord City:

- communiceert vanuit een open houding; actief en tijdig met alle stakeholders.
- deelt beschikbare informatie, data en kennis (met uitzondering van concurrentiegevoelige en financiële informatie).
- geeft inzicht in proces; d.w.z. alle stappen die nodig zijn voordat de eerste delen van Feyenoord City gereed zijn.
- neemt het perspectief van de verschillende stakeholders als uitgangspunt voor communicatie. We brengen de juiste boodschap, in de juiste taal bij de juiste mensen.
- gaat de dialoog aan met de gebruikers van het gebied en van andere stakeholders om gebruik te maken van hun kennis en inzichten.
- heeft oog en respect voor de grote betrokkenheid en emotie rondom en bij De Kuip.

Dit doen we door de inzet van:

- Een open benaderbare houding
- een dynamische website
- actieve monitoring sociale media en webcare
- digitale nieuwsbrief
- filmpjes
- informatie (participatie)bijeenkomsten
- enquêtes
- panels waarin we frequent met verschillende stakeholders de dialoog aangaan
- actieve monitoring en webcare
- financiële participatie van particulieren, bedrijven en instellingen
- proactief mediabeleid.

Feyenoord City is een integraal onderdeel van Stadionpark, dat een eigen communicatie- en positioneringsstrategie kent. Door communicatieboodschappen en –acties op elkaar af te stemmen versterken Feyenoord City en Stadionpark elkaar en kan er gebruik worden gemaakt van elkaars netwerk. Denk bijvoorbeeld aan het – positief – in beeld brengen van de totale opgave van woningbouw voor Zuid, het effect op sportparticipatie op Zuid en andere sociaalmaatschappelijke ontwikkelingen op Zuid. Daarom wordt waar mogelijk de combinatie gezocht.

6. Communicatie acties

Algemeen

Feyenoord City heeft in de afgelopen maanden al overleg gevoerd met tal van stakeholders zoals bewoners, bedrijven, supporters, aandeelhouders en media om draagvlak te verkrijgen voor de plannen. Deze overleggen zullen worden gecontinueerd. Steeds wordt zo open en transparant mogelijk inzage gegeven in de plannen, zoals dit ook al gebeurd is in eerdere overleggen met aandeelhouders, bewoners, bedrijven en supporters. Naar stakeholders wordt teruggekoppeld wat met hun inbreng is gedaan en waarom hier wel of niet iets mee gebeurd is.

Feyenoord City maakt steeds via de eigen website en social media bekend met wie waarom overleg plaatsvindt.

Website

Feyenoord City ontwikkelt een nieuwe website. Op de website wordt zoveel mogelijk informatie over het project bij elkaar gebracht, zowel in tekst, beeld en video. De voortgang van het project en de planning krijgen volop aandacht.

Op de website zal Feyenoord City zoveel mogelijk de feiten en cijfers presenteren waar stakeholders nadrukkelijk om vragen. We zullen de vaak complexe onderdelen begrijpelijk communiceren. Het perspectief, de taal en de woordkeuze van de doelgroep is leidend.

Bezoekers van de website worden in de gelegenheid gesteld feiten aan te dragen die zij graag gecheckt willen hebben, zoals dit nu ook gebeurd door verschillende dagbladen. Deze optie bestaat ook nu al maar is onbekend wordt daardoor slechts beperkt gebruikt.

Digitale Nieuwsbrief

Zodra de website gereed is, wordt regelmatig een digitale nieuwsbrief gestuurd over actuele zaken, waaronder feiten die gecheckt zijn, planning, genomen beslissingen etc. Belangstellenden kunnen zich hier op abonneren.

Filmpjes

In een of meer filmpjes verbinden we, aan de hand van het verhaal van bestaande supporters, de nostalgie en de historie van De Kuip met de plannen voor Feyenoord City. Ook wordt een animatiefilm over het project overwogen.

De filmpjes delen we onder meer op de website en via social media.

Feyenoord City Stakeholder Panels

Om omwonenden, omliggende bedrijven en supporters van Feyenoord optimaal te betrekken bij de planontwikkeling start Feyenoord City met de Feyenoord City Stakeholder Panels.

In deze panels nemen vertegenwoordigers van respectievelijk omwonenden, bedrijven en supporters van Feyenoord zitting. Voor omwonenden en bedrijven gaan wij uit van maximaal 12 deelnemers. Voor de supporters wordt gedacht aan een groep van 25 deelnemers, deels bestaande uit vertegenwoordigers van FSV de Feijenoorder, het Legioen en deels uit individuele supporters.

Onder leiding van het projectbureau Feyenoord City worden de panels betrokken bij mobiliteits- en parkeerplannen, bouwplannen en de varianten voor de m.e.r. (bewoners en bedrijven) en het programma van eisen voor het stadion (supporters). Feyenoord City wil in deze panels leren van de kennis en knowhow van de gebruikers van het gebied en stadion.

We kiezen voor de vorm van panels omdat dit de mogelijkheid biedt dieper op de materie in te gaan en samen te werken aan de beste oplossingen. Om de juiste gespreksonderwerpen en vragen voor te kunnen leggen aan de panels zal gebruikt worden gemaakt van de input uit enquêtes en openbare inloopbijeenkomsten ingezet. Wij stellen in samenspraak met de omgeving en uiteraard de gemeente Rotterdam de juiste werkwijze vast.

Een groep bewoners die in het laatste blok wonen en rechtstreeks op het nieuwe stadion en twee torens uitkijkt, krijgt een aparte positie in het bewonerspanel.

De Feyenoord City Stakeholder Panels krijgen een adviserende stem over in een later stadium nauwkeurig vast te leggen zaken. Het panel zal in ieder geval elk kwartaal fysiek bijeenkomen terwijl er ook digitaal raadpleging plaatsvindt. In bepaalde perioden, bijvoorbeeld bij het opstellen van het programma van eisen, zullen vaker panel-bijeenkomsten plaatsvinden.

Uiteraard koppelt Feyenoord City terug naar de panels wat er met hun inbreng wordt gedaan. De verslagen van de panels worden openbaar gepubliceerd op de website.

Inloopbijeenkomsten, polls, enquêtes

Feyenoord City wil graag weten hoe grote groepen denken over de plannen. Hiervoor zal gebruik worden gemaakt van bijeenkomsten, polls en enquêtes. Deze meer kwantitatieve gegevens die dit oplevert zullen in de panels verder worden uitgediept.

Financiële participatie supporters

De Kuip werd ooit mede mogelijk gemaakt door bijdragen van particulieren, instellingen en bedrijven. Feyenoord City wil dat ook nu mogelijk maken. Onderzocht wordt nog wat de meest geschikte manier is. Uitgangspunt is dat er ruimte moet zijn voor kleine en grote bijdragen. Een van de gedachten is dat er in Feyenoord City een Wall of Fame komt waarin de namen van alle particulieren, bedrijven en instellingen worden opgenomen. Hier volgt een deelplan over.

Media

Media zijn een belangrijk kanaal in de informatievoorziening naar stakeholders. De media volgen de planvorming en de ontwikkelingen kritisch. En terecht. Feyenoord City zet de bestaande proactieve houding naar de media voort.

Monitoring en webcare

Feyenoord City volgt actief alle meningen en suggesties die worden gedaan via website, facebook en andere sociale media. We mengen ons actief in online dialogen door de beschikbare informatie (cijfers, data, rapporten) te delen zodat iedereen in staat is zijn of haar opinie te vormen op basis van dezelfde gegevens.

Formele inspraak

Naast het bovenstaande zal uiteraard, zodra de plannen in een volgende fase komen, de formele inspraak plaatsvinden voor ondermeer de MER-procedure en de bestemmingsplanprocedure. Dit gebeurt in nauw overleg met de gemeente Rotterdam. Hiervoor zullen nadere plannen worden opgesteld.

En verder

Gedurende de gehele realisatie van Feyenoord City zullen we via tal van andere acties en activiteiten communiceren met haar stakeholders. Deze activiteiten zullen steeds zijn afgestemd op de fase die het project ingaat. In alle gevallen geldt dat communicatie gericht is op informeren, dialoog en interactie. Besproken mogelijkheden zijn onder meer: camera's op de bouwplaats, virtual reality tours door het gehele gebied, startevent voor de sociaal maatschappelijke activiteiten op de bouwplaats, de start van de aanleg van de Wall of Fame voor de financiering door particulieren, bedrijven en instellingen, etc. In nauw overleg met de gemeente Rotterdam zal bekeken worden welke activiteiten haalbaar zijn en wie ze zal uitvoeren.

7. Planning

Voorlopige indicatieve planning communicatie activiteiten

| | feb | maa | apr | mei | juni | juli | aug | sep | okt | nov | dec | jan | feb | maa | apr | mei | juni | juli | aug | sep | okt | nov | dec | |
|------------------------------------|-----|-----|-----|-----|------|------|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|-----|------|------|-----|-----|-----|-----|-----|--|
| Website (vanaf eind feburari 2017) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Nieuwsbrief | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Inloopbijeenkomsten | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Enquetes/Poll | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Stakeholder Panels | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Webcare | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Financiele participatie supporters | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Media | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Uitbreiding communciatie-acties | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |