

## Jaarplan 2014 met begroting De Gezonde Stad

*verbinder van bewoners en bedrijven*

Dit is het jaarplan van De Gezonde Stad. Het benoemt de prioriteiten en projecten voor het komende kalenderjaar, en geeft de planning van de activiteiten die De Gezonde Stad in 2014 ontwikkelt.

### De Gezonde Stad

De Gezonde Stad is halverwege 2012 uit het Milieucentrum Amsterdam ontstaan. Deze omslag in strategie en doelgroep kwam voort uit het besef dat de buitenwereld was veranderd. De overheid ziet het niet als haar taak om het voortouw te nemen in een ontwikkeling naar een milieuvriendelijke stad, ze volgt ontwikkelingen in de samenleving. Tegelijkertijd zien we dat bedrijven voor een enorme transitie zorgen: we rijden bijvoorbeeld meer elektrisch, het aandeel lokaal opgewekte energie stijgt, lokale voedselvoorziening heeft nog nooit in zo'n belangstelling gestaan en ook bewoners organiseren zich in toenemende mate buiten de overheid om in collectieven: Amsterdam kent een aantal energiecoöperaties en onnoembaar veel collectieven op het gebied van stadslandbouw.

2013 is het jaar geweest van afstemmen van onze strategie op de behoefte van de buitenwereld: bedrijven en bewoners. We hebben onze zichtbaarheid vergroot, zowel digitaal via de website, de nieuwsbrief, de social media en GezondeStad-app, als in direct contact tijdens bijeenkomsten en gesprekken met bedrijven en bewoners(groepen) en met de pers. Daardoor is ons netwerk uitgebreid en verstevigd. Onze strategie is concreter geworden: verbinding laten zien tussen bedrijven en bewoners in concrete projecten. Voorbeelden uit 2013 daarvan zijn het succesvolle project "Op de Schop" waarin we met bedrijven en bewoners braakliggende terreinen 'terug gaven' aan bewoners die er groene speelplekken voor kinderen, ruimte voor rust en moestuinen van maakten. Een ander voorbeeld is het aanbieden van elektrische oplaadpunten aan bedrijven die deze aan de gevel van hun pand installeerden om zo een extra welkom te bieden aan klanten en bezoekers met een elektrische tweewieler. De Gezonde Stad heeft in 2013 gezorgd voor een (beginnend) netwerk van 40 laadpunten door de hele stad. Op deze successen bouwen we in 2014 voort.

## **MISSIE, VISIE EN DOEL van De Gezonde Stad**

### **Visie**

Amsterdam is een aantrekkelijke stad om in te wonen en in te ondernemen. Deze aantrekkingskracht uit zich in een grote groei van het aantal inwoners (ruim 110.000 de komende 15 jaar) en in bedrijvigheid. Voor al deze Amsterdammers, bewoners, werkenden en bezoekers, is een gezonde stad met een goed klimaat, schone lucht en groene ruimte cruciaal. Bovendien hebben ook bedrijven belang bij een gezonde stad. In ons ideaalbeeld krijgt dit vorm in een duurzaam verkeer- en vervoerssysteem, groen dichterbij bewoners (inventief nieuw groen, Hoofd Groenstructuur en verbinding stad en landschap), vermindering van het gebruik van energie en het vergroten van het deel lokaal hernieuwbaar geproduceerde energie en klimaatneutraal en slimmer (ver)bouwen. Bedrijven hebben de middelen en de daadkracht om deze gezonde stad dichterbij te brengen. In de gezonde stad wordt duurzaam en in balans voorzien in de behoeften van bevolking en bedrijven.

### **Missie**

De Gezonde Stad zet zich in voor maximale positieve milieu-impact op de thema's klimaat, lucht en groen. De Gezonde Stad draagt bij aan het gezonder maken van de stad Amsterdam door het versnellen en zichtbaar maken van duurzame initiatieven van bedrijven en instellingen in de stad, in verbinding met gemeente en Amsterdammers.

### **Doel**

Het praktische doel van De Gezonde Stad is om verbinding te laten zien tussen bewoners en bedrijven in concrete projecten die een bijdrage leveren aan een gezonde stad. Deze projecten leiden tot een significante bijdrage aan positieve milieueffecten op het terrein van klimaatverandering, luchtkwaliteit en groene ruimte en/of laten zien welke nieuwe mogelijkheden er zijn voor een duurzame levensstijl.

De Gezonde Stad beweegt deze partijen hiertoe door kennis van zaken te bieden in de vorm van advies over wat wel en niet werkt en aansluit bij de behoefte van de (gezonde) stad en haar bewoners. Daarnaast biedt De Gezonde Stad promotie van duurzame initiatieven, waarmee bedrijven en instellingen hun resultaten in de stad Amsterdam zichtbaar kunnen maken. Bovendien kunnen we behulpzaam zijn bij contacten met en advies over de lokale overheid om regels zo in te stellen dat juist duurzame initiatieven daar baat bij hebben. Ter ondersteuning daaraan bouwt DGS een sterk, consistent en geloofwaardig merk op.

### **Maatschappelijk-economische situatie**

De Gezonde Stad werkt ondanks de crisis door aan een gezonde stad en merkt dat bedrijven ook in deze tijd inzetten op duurzame initiatieven. We merken wel dat er minder geld en prioriteit bij bedrijven is om te investeren. In 2014 kiest De Gezonde Stad voor een nadruk op het benaderen van bedrijven met projecten en met onze partners projecten op touw zetten die aansluiten bij de doelstellingen van bedrijven en behoeften van bewoners. Op deze manier zorgen we voor concrete projecten die

ook draagvlak hebben bij bewoners en bedrijven én zorgen we tegelijkertijd voor een gezonde financiële basis voor onze organisatie.

## **AMBITIE 2014 – duurzaam verbinden van bewoners met bedrijven**

In dit werkplan wordt beschreven hoe onze ambitie voor 2014 praktisch vorm krijgt.

### **Onderhouden, uitbreiden en bedienen van het bewonersnetwerk**

#### 1. Parkenoverleg

De Gezonde Stad organiseert vier maal per jaar het Parkenoverleg. Hierin komen vertegenwoordigers van alle verenigingen en stichtingen die zich bezig houden met de Amsterdamse parken bij elkaar om te bespreken hoe de parken beter beheerd, benut en bezocht kunnen worden.

#### 2. Werkdagen voor bewonersinitiatieven

Drie maal per jaar organiseert De Gezonde Stad een werkdag waar twee initiatieven uit de stad verder geholpen kunnen worden. Initiatieven kunnen zich aanmelden. De meest kansrijke worden met bewoners en andere partners van De Gezonde Stad in één middag besproken. Aanwezigen helpen het initiatief verder en geven aan wat hun commitment is om ook na deze dag het initiatief bij te staan met raad en daad. Op deze manier worden op een concrete manier met behulp van de expertise van De Gezonde Stad en haar netwerk zes bewonersinitiatieven verder gebracht.

Met deze werkdagen breiden we ons netwerk van bewonersinitiatieven in 2014 met zes uit.

### **Onderhouden, uitbreiden en bedienen van het ondernemersnetwerk**

#### Netwerk- en kennisbijeenkomsten

Tweemaal per jaar organiseert De Gezonde Stad een Ondernemersontbijt over een actueel thema, waarvan ondernemers aangeven dat het belangrijk is om hun (duurzame) doelstellingen te halen. Daarnaast organiseert De Gezonde Stad bijeenkomsten waar ondernemers uit ons netwerk elkaar kunnen spreken en leren van elkaars ervaringen. De Gezonde Stad is zo aanspreekpunt en netwerk voor meer dan dertig bedrijven in Amsterdam met duurzame ambities.

#### Service aan individuele bedrijven

#### Verduurzaming Bellevue Theater

In 2013 zijn we gestart met een adviestraject voor het verduurzamen van Theater Bellevue. De ambities van het theater zijn hoog. De werkzaamheden starten naar alle waarschijnlijkheid begin 2014. De Gezonde Stad begeleidt, adviseert en zorgt

voor een deel van de communicatie naar bewoners van de stad. Goed voorbeeld van Theater Bellevue moet immers gevolgd en beloond worden.

#### Verduurzaming Stadsschouwburg

Het adviestraject voor de Stadsschouwburg is al in 2012 gestart, maar door personeelwisseling bij de schouwburg worden onderdelen van het advies in 2014 gerealiseerd. Onder andere de aanleg van oplaadpunten voor elektrische tweewielers aan de gevel van de Stadsschouwburg en het vervangen van alle verlichting (excl. Theaterlicht) door LED horen daarbij.

#### Optimaliseren afvalinzameling Leidseplein

Uit het adviestraject aan de Stadsschouwburg Amsterdam volgt de opdracht om met andere theaters een kostenverlaging en serviceverhoging van de afvalinzameling te bewerkstelligen door gezamenlijke inkoop.

#### Keurmerk schone rondvaart

De Gezonde Stad onderzoekt in 2013 de mogelijkheid voor het opzetten van een keurmerk voor duurzame rondvaart. Naast het feit of een rondvaartboot legaal vaart, kan dan onderscheid gemaakt worden in uitstoot. Op deze manier wordt op een positieve manier de duurzame rondvaart gestimuleerd.

### **Projecten**

#### Project 1 - City Zen

City Zen is een project dat van een tweetal wijken in Amsterdam Nieuw West een icoon van smart cities maakt: een wijk waar volop gebruik gemaakt wordt van het daar aangelegde slimme net, energie zelf wordt opgewekt, bespaard en slimmer omgegaan wordt met afval. In 2014 wil De Gezonde Stad binnen het project City Zen van Amsterdam Smart City bewoners bereiken voor dit project. We doen dit in opdracht van en in samenwerking met Amsterdam Smart City.

#### Project 2 - 1 hectare daknatuur

Met het project 1 hectare daknatuur zorgt De Gezonde Stad samen met haar partners, stichting De Groene Grachten en De Dakdokters voor het aanleggen van 1 hectare daknatuur in de stad. Dit doen we door alle belanghebbenden bij een groen dak bij elkaar te brengen: eigenaars, bewoners, mensen die er op uit kijken, gemeente, stadsdelen, Waternet en natuur- en milieuorganisaties. In 2014 moet de hectare daknatuur aangelegd worden. De ambitie is om dit project uit te laten monden in een permanent fonds voor de aanleg van betekenisvolle vierkante meters publiek toegankelijk daknatuur.

#### Project 3 - 150 oplaadpunten voor elektrische tweewielers

In vervolg op de 40 oplaadpunten die in 2013 aan de gevels van bedrijven zijn geplaatst wil De Gezonde Stad in samenwerking met haar partner SinGaz een extra tranche van 150 oplaadpunten voor elektrische tweewielers (scooters en fietsen) in de stad realiseren. Op deze manier hebben we een netwerk in de stad aangelegd van in totaal 190 publiek toegankelijke oplaadpunten waardoor bewoners met een

gerust hart kunnen kiezen voor het elektrische alternatief, ook al hebben ze thuis of op hun werk geen mogelijkheid voor het opladen van hun rijwiel of scooter.

**Project 4 – Statiegeld:** Schone straten, afval wordt hoogwaardige grondstof  
In 2014 zal de discussie verder oplopen of statiegeld een zinlijk systeem is en of het verplicht moet blijven voor bepaalde flessen flesdrink. De Gezonde stad wil met een aantal supermarkten in een bepaalde periode aan bewoners van de stad aanbieden om alle plastic flessen tegen statiegeld (ca 2ct) in te leveren bij deze supermarkten. Op deze manier wordt de straat schoner (minder zwerfvuil), worden de flesjes op een hoogwaardige manier verwerkt en wordt aangetoond dat statiegeld een systeem is dat draagvlak heeft bij bewoner en (sommige) supermarkten

**Project 5 – laadpunten voor elektrische bootjes**  
De gemeente wil dat per 2020 alle pleziervaart uitstootvrij zal zijn. Voor het grootste deel zal dat zijn door inzet van elektrische motoren die hun voeding van (zware) accu's krijgen. Er zijn op dit moment twee plekken in de stad waar deze boten opgeladen kunnen worden. De Gezonde Stad heeft een systeem ontworpen waarmee boten opgeladen kunnen worden aan de kade. Met dit project helpen we de gemeente haar doelstelling te halen.

## MARKETING EN COMMUNICATIE

### Relatiebeheer

Onze doelgroep zijn bedrijven in de stad (metropoolregio, met een nadruk op de gemeente Amsterdam) en bedrijven die Amsterdam als een belangrijke markt zien. We bieden deze bedrijven oplossingen om duurzamer te ondernemen en helpen hun duurzame initiatieven onder een breed publiek bekend te maken. Daarmee besparen ze kosten en bieden ze aantrekkelijker producten en diensten.

De Gezonde Stad is in volgorde van tijd, vanuit het perspectief van een bedrijf:

1. Een **“gratis” adviseur** -> gesprekken over hoe het bedrijf gezonder en groener kan opereren. Feitelijk stap 1 van een saalstraject De Gezonde Stad biedt een duurzaamheidsscan (ureninzet 2 uur, inclusief beknopt kansenrapport), waarin na een locatiebezoek in ieder geval de volgende thema's zijn geïnventariseerd: verlichting, verwarming, isolatie, duurzame web- en mailhosting, inkoop van hernieuwbaar, lokaal opgewekte energie, plaatsing van zonnepanelen en laadpunten voor elektrisch vervoer. Bovenal wordt goed geluisterd naar de wensen van de klant om zo te peilen of er andere behoeftes op het gebied van duurzaamheid spelen en op welke manier De Gezonde Stad een rol kan spelen bij publiciteit over de duurzaamheidsinspanningen van het bedrijf. De Gezonde Stad biedt daarbij een lobbykanaal naar de gemeente, als regelgeving niet helemaal passend blijkt voor de duurzame ambities van het bedrijf.
2. Een **aannemer** -> DGS zorgt ervoor dat (een deel) van de mogelijke milieumaatregelen ook daadwerkelijk wordt uitgevoerd door “onderaannemers” in te schakelen. Partners van de Gezonde Stad leveren de specialistische kennis en stellen de aanbiedingen op. Op deze manier werkt De Gezonde Stad als

makelaar en als filter. Onderaannemers heeft De Gezonde Stad in ieder geval op de thema's die standaard aan de orde komen in de duurzaamheidsscan.

3. Een **label** -> Bedrijven zijn als partner een ambassadeur en exponent van De Gezonde Stad. Het uitdragen van het partnerschap helpt zowel De Gezonde Stad als het bedrijf om duurzaamheid in de stad verder te helpen.
4. Een **communicatieplatform** -> Gezonde Stad zet groene ondernemers onder de spotlight bij het grote publiek. Dit wordt vertaald in concrete aanbiedingen voor publiciteit via alle kanalen die De Gezonde stad heeft: direct via bewoners via organisaties en via media (krant, TV, buitenreclame, website, App, nieuwsbrief).

De Gezonde Stad vraagt van bedrijven

1. Een commitment aan duurzame investeringen.
2. Een commitment in financiële bijdrage aan De Gezonde Stad
3. Communicatie over de samenwerking en ambities met De Gezonde Stad

Concrete competenties die DGS inzet in deze trajecten zijn

- Kennis op duurzame proposities, terugverdiertijden en financierbaarheid
- Contact met bewoners via organisaties en via media.
- Kennis van de vraag en behoefte van bewoners.
- Contact met en kennis over wensen en behoeften van publieke instanties zoals de verschillende diensten van de gemeente Amsterdam.

## MARKETING EN COMMUNICATIE

De Gezonde Stad heeft als primaire communicatiedoelgroep: bewoners van de regio Amsterdam. Hoe meer bewoners bekend zijn met DGS, hoe makkelijk trajecten zijn op te zetten met bedrijven. Oftewel: hoe beter de marketing, hoe makkelijker de sales.

Communicatiedoel is het verhaal vertellen van een stad die bruist van de ideeën en initiatieven die de stad klimaatneutraal maken, zorgen voor schone lucht en groen in en om de stad ontwikkelen en bereikbaar maken. Daarbij hoort de ambitie aan de horizon om deze doelen binnen dertig jaar te bereiken (2042), alhoewel de dagelijkse praktijk juist uitgaat van behapbare concrete resultaten op de vrij korte termijn.

De marketing wordt aangepakt met vier parallelle strategieën:

1. **Communicatie via eigen kanalen:** de website, nieuwsbrief, GezondeStad-app, sociale media.  
De website is ons centrale communicatiekanaal. Het bevat nieuwsberichten, een ideeënfabriek en de Groene Gids. Bewoners(organisaties) kunnen nieuwsberichten aanmelden voor de site en in de nieuwsbrief, kunnen ideeën aandragen en POI's (points of interest) voordragen voor in de Groene Gids. Bedrijven kunnen ook hun initiatieven als ideeën posten en concrete producten

voordragen voor de Groene Gids. De GezondeStad-app is de vertaling van de Groene Gids op de iPhone. Sociale media worden gebruikt om eigen activiteiten en van anderen te communiceren. Twitter en Facebook bieden een platform voor kleine nieuwtjes over de ontwikkeling van de stad naar een gezonde stad.

2. **Platformcommunicatie:** Als belangrijk onderdeel van projecten met bedrijven. Communicatie die deels betaald worden door onze partners, via lokale media. Bedrijven kunnen via De Gezonde Stad hun duurzame initiatieven op een betrouwbare manier kenbaar maken aan een groot publiek via onze mediapartners. De Gezonde Stad is het platform dat vertrouwd wordt door het publiek als medium van duurzame initiatieven.
3. **Crowdfunding en -sourcing:** Dé moderne manier om bewoners te betrekken bij DGS. In samenwerking met bedrijven realiseren we projecten die voor een deel worden gefinancierd door die bedrijven en voor een deel door bewoners. Een voorbeeld waarin dat wordt gedaan is het project 1 hectare daknatuur.
4. **Groepsactiviteiten:** activiteiten zoals bijeenkomsten om bewonersgroepen aan ons te binden. De Gezonde Stad heeft een netwerk van bewonersorganisaties.
  - We organiseren vier maal per jaar het parkenoverleg van actieve bewoners die zich bezig houden met Amsterdamse parken.
  - Daarnaast organiseert De Gezonde Stad thematische bijeenkomsten, bijvoorbeeld op het gebied van lokale energieopwekking, waarbij we bewoners, groepen, start-ups en coöperaties uitnodigen om ervaringen uit te wisselen.
  - We zoeken de samenwerking met grote, actieve groepsverbanden zoals de Fietzersbond om, grootschalig, zaken op de rails of onder de aandacht te kunnen brengen.De rol van bewonersorganisaties binnen De Gezonde Stad biedt aanknopingspunten om ideeën en e-mailadressen te verzamelen en unieke POI's toe te voegen aan de Groene Gids.

Om succesvol in onze doelstelling te zijn is het van belang zichtbaar te zijn in de stad en een breed publiek te bereiken. Zo zijn we relevant voor bedrijven en kunnen we een platform bieden voor hun diensten en producten.

## DOELEN VOOR 2014

Voor 2014 hebben de volgende doelen geformuleerd. Deze zijn bedoeld om ons richting te geven en evaluatie mogelijk te maken.

We weten wát we doen: concrete projecten die een verbinding laten zien tussen bedrijven en bewoners van onze stad en een bijdrage leveren aan de thema's groen, klimaat en schone lucht. We doen dat binnen De Gezonde Stad omdat we zien dat we daarmee verschil maken: door ons netwerk, onze creativiteit, onze neus voor vernieuwing, onze projectorganisatie en onze lobbykracht.

Onderstaande doelenlijst geeft invulling aan deze gedachte in de vorm van concrete doelstellingen voor het komende ruime half jaar. Uitgangspunten zijn dat we effectief en onafhankelijk willen zijn, en erkenning krijgen van en herkend worden door bewoners en bedrijven in de stad.

We willen per 1 juli 2014 laten zien dat we verschil maken door:

doel	Meetbaar per 1/7/'14
1. Impact op het milieu in de stad	Groen toevoegen aan de stad, meters maken in duurzame energie of inzet van schone technologie
2. Impact door concrete voorbeelden te geven hoe de stad zich kan verduurzamen	Twee voorbeeldprojecten in uitvoering die als ze overgenomen worden door andere partijen een significante impact hebben op het milieu in de stad.
3. Projecten uit te voeren die anders nooit van de grond waren gekomen	Twee voorbeeldprojecten in uitvoering hebben die zonder DGS nooit hadden bestaan
4. Omzet, verhouding gemeente - extern	Omzet uit externe bronnen (zijnde niet van de gemeente) meer dan de helft van totaal (verwacht voor kalenderjaar 2014)
5. Omzet vergroten	Omzet naar 4 ton (verwacht voor kalenderjaar 2014)
6. Bekendheid per nieuwsbrief	3.000 gelezen nieuwsbrieven
7. Bekendheid van onze site	4.000 paginabezoeken per maand
8. Aantallen partnerships met bedrijven vergroten	5 erbij
9. Verder helpen van bewonersgroepen	4 bewonersgroepen verder geholpen met ons netwerk en expertise, zichtbaar op de site van het initiatief
10. Vindbaarheid door bewonersgroepen	10 bewonersgroepen vragen ons om expertise en netwerk
11. Betrokkenheid en loyaliteit van bedrijven bij DGS	30 bedrijven bezoeken aan evenementen van DGS



## Formatie

directeur	Jupijn Haffmans	0,9 fte
projectleider/adviseur	Jaap de Jong	0,8 fte
projectmedewerker	Raksha Hoost	0,8 fte
accountmanager	Tom Westra	0,8 fte
marketeer	Marlies Dijkstra	0,7 fte
office-manager	Els van Kempen	0,6 fte

### *stagiairs / werkervaring*

Jelle Beuckens                      onderzoek energiebesparing

### *vrijwilligers*

Gea Rodenburg	juridisch
Nadieh Nijboer	website (groene gids)
John Blogg	website (groene gids)
Marleen Sijpestijn	fotografie

## Financiën

<b>BEGROTING 2014</b>			
<b>BATEN</b>		basis	
	2012	begroting 2013	begroting 2014
Gemeente Amsterdam	311.965	262.000	200.000
Nationale Postcodeloterij	46.800	46.800	46.800
Huursubsidie	11.695	11.696	11.696
Donaties	1.278		1.000
Overige inkomsten / strat.partn	-		20.000
Projectinkomsten	57.740	5.000	150.000
» Subtotaal opbrengsten	429.478	325.496	429.496
» Rentebaten	1.107		1.000
<b>Totaal baten</b>	<b>430.585</b>	<b>325.496</b>	<b>430.496</b>
		inflatiecijfer:	1,03
<b>LASTEN</b>		basis	
	2012	begroting 2013	begroting 2014
Lonen en salarissen	220.771		282.428
Premies sociale verzekering	37.765		
Pensioenpremie personeel	12.986		
Overige personeelskosten	25.325		10.180
» Personeelskosten	296.847	210.500	292.608
Huur	20.061		
Schoonmaak en overig	543		
» Huisvesting	20.604	24.000	23.742
» Afschrijvingen	2.223		2.000
Netwerkondersteuning	374		6.000
Relatiebeheer	74		1.000
Reclame en advertenties	-		4.000
» Netwerk en relaties	448	8.000	11.000
Automatisering	3.409		6.007
Porti en telefoon	1.805		2.060
Kantoorbenodigdheden	6.255		6.147
Algemene verzekeringen	-		311
Overige kantoorkosten	33.587		4.120
» Kantoorkosten	45.056	40.000	18.645
Accountant	7.100		7.725
Advies- en administratiekosten	1.794		3.061
Overige algemene kosten	6.520		6.716
Nagekomen kosten jaar eerder	-		
» Algemene kosten	15.414	27.000	17.502
» Projectkosten	26.124		50.000
» Transitie			
» Onvoorzien	-	15.000	15.000
<b>Totaal lasten</b>	<b>406.716</b>	<b>324.500</b>	<b>430.496</b>
<b>RESULTAAT</b>	<b>23.869</b>	<b>996</b>	<b>0</b>