

Vereniging Vrienden van het Vondelpark

Algemeen jaarverslag juni 2010- 31 december 2011

Concept 3

Algemeen

Het vorige jaarverslag betrof de periode mei 2009-juni 2010. Dit jaarverslag omvat de periode juni 2010- 31 december 2011, dus anderhalf jaar, omdat volgens de statuten van de vereniging (art 20) het jaarverslag behoort te gaan over het afgelopen boekjaar, en dus over de zelfde periode als het financieel jaarverslag. Ook volgende beleidsjaarverslagen zullen gaan over het afgelopen kalenderjaar.

De verslagperiode werd gekenmerkt door een bezinning in het bestuur op het tot dan toe gevoerde beleid en de ontwikkeling van een nieuwe strategie. Kern daarvan is het vormgeven van een nieuwe relatie met stadsdeel als beheerder van het Vondelpark en ook een nieuwe relatie met onze leden en met de gebruikers van het Vondelpark.

In de verslagperiode vond een aantal wisselingen in het bestuur plaats:

- Olav Blok (secretaris) trad eind 2010 tussentijds af.

Bij de ALV van 24 november 2011 vonden de volgende bestuurswisselingen plaats:

- Marc Gravenmaker (penningmeester), Peggy Brandon en Dam van Bente traden af,
- Hetty Fentener van Vlissingen en Rik Verdenius werden herbenoemd.
- Monique Fransen, Erik Maas, Olaf Paulus en Jan Kienhuis werden als nieuwe bestuursleden benoemd .

Tevens zijn binnen het bestuur de functies ingevuld: Jan Kienhuis ruilde zijn functie als secretaris in voor die van penningmeester, Rik Verdenius werd secretaris.

Het bestuur vergaderde in de tweede helft van 2010 vier maal op 21 september , 12 oktober, 9 november, 2 december en in 2011 op 10 februari, 17 maart, 28 april, 3 oktober, 27 oktober en 15 december.

Algemene ledenvergaderingen vonden plaats op 10 juni 2010, 19 mei 2011 en 24 november 2011.

In de ALV van mei 2011 werd ingestemd met een contributieverhoging naar 15 euro per jaar.

Leden enquête

Najaar 2010 is een enquête uitgezet onder de leden om inzicht te krijgen in het gebruik en de waardering van de diverse communicatiemiddelen die de Vereniging tot haar beschikking heeft; het Vondelblad, de Parkflits en de website www.vondelpark.tv.

In het algemeen waarderen de lezers de drie communicatiemiddelen met een ruim voldoende, en het overgrote deel van de lezers vindt de inhoud interessant. Uit de enquête bleek ook dat veel leden prijs stellen op niet-digitale informatie; de resultaten van de enquête worden meegenomen in de verdere ontwikkeling van de communicatie van de Vereniging.

Ontwikkeling bestuursplan 2011-2013

Een aantal maatschappelijke ontwikkelingen gaf het bestuur aanleiding zich te bezinnen op de strategie van de vereniging: een terugtrekkende overheid, bezuinigingen op onderhoud, een steeds intensiever gebruik van het park, de beperkingen van handhaving; daartegenover een constant en vergrijzend ledenbestand van de vereniging .

Het bestuur kiest in reactie daarop voor een strategie gericht op het vergroten van de *betrokkenheid* van de gebruikers en praktische invulling van het begrip *vriendschap*.

Op de ALV van mei 2011 is door Tineke Brinkhorst een presentatie gegeven over haar onderzoek naar de organisatie van het beheer van stadsparken in Amerika, met name het Central Park in New York. (zie website www.centralpark.nyc.org) Daar wordt een groot deel van het beheer uitgevoerd door een conservancy, een beheerstichting gevormd door

particulieren en bedrijven, die een samenwerking aangaan met de gemeente met als doel het instandhouder van het park.

Het bestuur voert de nieuwe strategie uit aan de hand van vier speerpunten :

- Het ontwikkelen van een publiek-private samenwerkingsconstructie in partnerschap met het stadsdeel Zuid/de gemeente met als voorbeeld de conservancy.
- Intensievere communicatie over de waarde van het park, gebruiksregels, hoe gebruikers bij kunnen dragen en betrokkenheid kunnen tonen.
- Ledengroei, vooral door het aantrekken van jongere leden en bedrijfslidmaatschappen
- Actieve bijdragen aan beheer van het park; aanvullende financiering en het organiseren van vrijwilligerswerk in het park op drie terreinen: gastheerschap en rondleidingen, groenonderhoud, tegengaan van zwerfafval.

Er zijn vier werkgroepen ingesteld: conservancy, communicatie, projecten en ledenwerving om deze speerpunten verder uit te werken.

Dag van het Park

Op 29 mei 2011 deed de Vereniging mee aan de Dag van het Park. In het hele land vragen gemeenten op die dag aandacht voor het groen in stadsparken. Er zijn op die dag veel activiteiten voor kinderen. Voorts zijn er stands. De Vereniging zal in een stand leden proberen te werven. De dag wordt georganiseerd door IVN Vereniging voor natuur- en milieueducatie in samenwerking met de gemeente. Bij die gelegenheid zijn ruim 40 leden geworven en T shirts verkocht ten bate van de vereniging.

Stichting Hart voor het Vondelpark

Met de Stichting Hart voor het Vondelpark is overleg gestart om te komen tot intensievere onderlinge samenwerking, aangezien onze doelstellingen gelijk lopen. Om te beginnen stemmen we onderling af welke fondsen voor financiering benaderd zullen worden en we verkennen hoe we verder onze samenwerking kunnen verbeteren onder meer bij benadering van bedrijven.

Communicatie

In samenwerking met de Vereniging Hondenbezitters Vondelpark is de "Z-card" ontwikkeld, een vouwblad waarin de gebruiksmogelijkheden en de gebruiksregels van het park aan bezoekers overzichtelijk worden gepresenteerd.

Er is een nieuwe formule voor de Parkflits: een digitale nieuwsbrief die maandelijks verschijnt onder de naam "Vondelnieuws". Deze heeft als doelgroep vrienden en kennissen van het Vondelpark en zal een vooruitblik geven op komende gebeurtenissen in en rond het park.

De verenigingswebsite kreeg een nieuwe opzet waarmee de interactie met leden en geïnteresseerden sterk wordt verbeterd. Tevens zijn wij intussen te vinden op Facebook.

Voorjaarscampagne

De vereniging is uitgenodigd door Stadsdeel Zuid om mee te denken over een grote voorjaarscampagne die als doel heeft het terugdringen van het afvalprobleem in de zomermaanden.

Het bestuur is betrokken in het team voor de opzet van de campagne en de selectie en begeleiding van het communicatiebureau dat de campagne zal vormgeven en ondersteunen. Doel van de campagne is gedragsverandering bij bezoekers door de betrokkenheid bij het park en het bewustzijn van de unieke kwaliteiten van het park te vergroten. Centraal daarin staat het begrip vriendschap en daarmee krijgt de vereniging krijgt een belangrijke en actieve rol in de campagne. Deelname aan de campagne leidt tevens tot de mogelijkheid meer leden te werven om de tijdelijke betrokkenheid via de campagne om te zetten in een blijvende betrokkenheid.