Verdere Uitwerking uitgangspunten voor Bosplan 2019 voor expertmeetings april (op basis van verslag Beaumont strategische sessie 7 maart jl)

Waarom: We maken een Bosplan omdat we als Bosorganisatie willen zorgen voor een toekomstbestendig evenwicht tussen natuur en recreatie, met ruimte voor nieuwe ontwikkelingen.

Thema's voor Expertmeetings :

1. Noodzaak om de natuur- en cultuurwaarden van het Bos te behouden en te versterken; balans tussen natuur en recreatie **(beschermen)**
2. Ruimte bieden aan maatschappelijke en recreatieve activiteiten die aansluiten bij de gebruikers van de 21ste eeuw **(benutten en ontwikkelen)**
3. Optimale toegankelijkheid van het Bos: een essentiële voorwaarde om alle (nieuwe) gebruikers te ontvangen **(bereikbaarheid)**
4. Het merk Stadsbos van de Toekomst verspreiden door inzet netwerk en community **(netwerk en verbinden)**

Doelen Bosplan 2019
Voor het traject Stadsbos van de Toekomst en met als product: het Bosplan. Formuleerden we de volgende doelstellingen:

- Waarden (cultuurhistorie en natuur) van het Bos in stand houden, ruimte creëren voor nieuwe initiatieven
- Vol inzetten op biodiversiteit en dit als unique selling point gebruiken
- Groen en recreatie bieden voor de bewoners van stad en regio, met duidelijke zonering
- Positionering van het Bos versterken: marketing, communicatie, sponsoring .
- Hoge waardering van het Bos vasthouden en versterken
- (meer) Ruimte bieden aan sociaal ondernemen

Uitgangspounten per thema:
Thema 1: Beschermen

- Er mag geen groen verdwijnen~~,~~
- Biodiversiteit is drager van de natuurwaarden en natuurbeleving (wordt ook zeer hoog gewaardeerd in recent bezoekersonderzoek)
- Borgen natuurwaarden is leidend voor uitbreiding/vernieuwing van recreatie~~. Wat betekent dit voor de toekomstige ontwikkeling van recreatie? Voor de (nieuwe) zonering?~~
- Het oorspronkelijke ontwerp van het Bos (cultuurhistorie) blijft herkenbaar

Thema 2: Benutten en Ontwikkelen

- Ondernemers en Bosorganisatie werken altijd met elkaar samen, hierdoor ontstaat bewegingsruimte voor nieuwe initiatieven en ideeën .
- Ondernemers en Bosorganisatie gaan zakelijk ~~(er)~~ met elkaar om er worden altijd ~~(~~duidelijke~~r~~ afspraken over contracten en over kostenverdeling gemaakt.~~)~~

- Er moet ruimte zijn voor (sociaal) ondernemen die voldoen aan de waarden van het Bos.
- Het Bos biedt ~~steeds~~ meer ruimte aan vrijwilligers~~s es.n~~
- Het Bos biedt ruimte voor (nieuwe vormen van) natuureducatie.
- Het Bos biedt ruimte aan bijzondere doelgroepen om te participeren in het Bos (bijvoorbeeld ouderen, kinderen uit SES-gezinnen, vluchtelingen)

Thema 3: Bereikbaarheid

- Infrastructuur qua beheer en onderhoud op orde.
- Er moet ruimte zijn voor snelle en goed fietsverbindingen met de stad en tussen de groene zones in en om Amsterdam
- We willen altijd t~~T~~ijdig aansluiten bij gesprekken over infrastructuur/stedelijke ontwikkelingen om kansen voor het Bos te benutten (halte doortrekken NZ-lijn en andere nieuwe ov –verbindingen (pond tussen NW en het Bos, Groot Amsterdamse Bos.
- Willen altijd ook andere modaliteiten dan de auto f~~F~~aciliteren. ~~van andere modaliteiten ipv de auto~~
- Kwaliteit van entrees moet vergroot: zichtbaarheid, inrichting.

Thema 4: Netwerk en verbinden

- Het Bos is facilitator in het samenbrengen van ondernemers.
- Het Bos ~~bouwt aan een netwerk waarin~~wil dat Amsterdammers, Amstelveners en omwonenden mee kunnen denken en doen in ~~voor~~ het~~eht~~ Bos
- Het Bos biedt altijd ruimte aan vrijwilligers.
- Het Bos werkt samen met experts in de stad, regio en de provincie
-

Koepel: *Positioneren:*

- De uitingen en acties sluiten altijd aan op de centrale boodschap van het Bos (zie bijlage kernboodschap) .
- Alles wat we doen~~!~~ draagt bij aan de waardering van het Bos (in al zijn facetten) ~~neemt toe~~

Doelen positionering:

- Communicatiestrategie up to date maken: letterlijke en figuurlijk meer op de kaart. ~~Wat is daar concreet voor nodig? Hoe ontstaat een positieve buzzz: hier moet je zijn? .~~
- Bos duidelijk(er) positioneren in de stad en in het groen. Ook interne positionering in de stedelijke organisatie.
- Eenduidige uitstraling in het Bos: horeca, voorzieningen, sportorganisaties, bewegwijzering enz.
- Het bos weet dankzij heldere positionering een steeds groter deel van haar omzet zelf te genereren.
- Het Bos wil verbinding maken met commerciele partners die voldoen aan XXXX

Commented [5.1.2.e]: Kunnen we de waarden benoemen? Maak deze concreter; Of gebruik deze later voor eigen invulling.

Commented [5.1.2.e]: Hoort dit bij netwerk en community? Daar staat een uitgangspunt dat bijna hetzelfde is.

Commented [5.1.2.e]: Wat is op orde? Denk dat je hierop de antwoorden vindt in de expertmeetings. Zou het niet opnemen als uitgangspunt daarom. Het lijkt ook 'logisch'.

Commented [5.1.2.e]: Dit is geen doel; maar wel een uitgangspunt voor het ambitiedocument. Eaan protgroep om de X in te vullen.