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 stadsbos van de Toekomst vraagt om een eigentijds verhaal en marketing- en communicatie aanpak **(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
- 5.1,2,e versterken, betere balans tussen inkomsten en uitgaven
- (meer) Ruimte bieden aan sociaal ondernemen
- Capaciteit en expertise van de Bosorganisatie op orde

Uitgangspounten per thema:

Thema 1: Beschermen

- Er mag geen groen verdwijnen, we willen juist inzetten op samenwerking met andere groengebieden en op robuuster Bos met het oog op verstedelijking (Oeverlanden, Westeinderscheg. Hoe krijgt dit vorm?
- We zorgen voor een goede balans tussen draagkracht en draaglast van het Bos. Hoe ziet dit eruit?
- Biodiversiteit is ~~Natuurwaarden centraal: biodiversiteit als~~ drager van de natuurwaarden en natuurbeleving (wordt ook zeer hoog gewaardeerd in recent bezoekersonderzoek). Wat betekent dit voor de kaders voor Beheer?
- Borgen natuurwaarden is leidend voor uitbreiding/vernieuwing van recreatie. Wat betekent dit voor de toekomstige ontwikkeling van recreatie? Voor de (nieuwe) zonering? .

Commented [5.1,2,e]: Nav ons overleg 28 maart is de inhoud van deze sessie wat veranderd. Het merk Stadsbos van de Toekomst verspreiden door inzet netwerk en community.

Commented [5.1,2,e]: Dit is niet een doel van het Bosplan m.i. maar het Bosplan is een middel om daar te komen.

Commented [5.1,2,e]: Dit is mi.i een voorwaarde voor de uitvoering van het Bosplan niet een d

Commented [5.1,2,e]: Dit is een doel van de Bosorganisatie. Houd het uitgangspunt kort: er mag geen groen verdwijnen.

Commented [5.1,2,e]: Dit is overkoepelende vraag van dit thema. Geen uitgangspunt.

Commented [5.1,2,e]: Kaders van beheer bepalen jullie zelf in het plan toch?

Commented [5.1,2,e]: Mooi uitgangspunt.

Thema 2: Benutten en Ontwikkelen

- ~~We willen dat er voldoende~~Er moet ruimte ~~i~~zijn~~s~~ voor (sociaal) ondernemen die voldoen aan de waarden van het Bos.~~: dit nog verder invullen~~
- Ondernemers en Bosorganisatie werken met elkaar samen, hierdoor ontstaat bewegingsruimte voor nieuwe initiatieven en ideeën .
- Ondernemers en Bosorganisatie gaan zakelijk(er) met elkaar om (duidelijker afspraken over contracten en over kostenverdeling)
- Ruimte geven 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, Uit kostenoverwegingen samenvoegen fiets- en wandelpaden en overbodige wandelpaden wegnemen.
- Goede en snelle fietsverbindingen met de stad en tussen de groene zones in en om Amsterdam
- Benutten van stedelijke ontwikkelingen elders: halt doortrekken NZ-lijn en andere nieuwe ov –verbindingen (pond tussen NW en het Bos, Groot Amsterdamse Bos.
- Positie van de auto in het Bos: uitbreiding betaald parkeren? Wegnemen doorgaande routes?
- Kwaliteit~~Aantrekkelijkheid~~ van entrees moet vergroo~~toten~~: zichtbaarheid, inrichting

Thema 4: Netwerk ~~Positioneren~~ en verbinden

- Het Bos biedt steeds meer ruimte aan vrijwilligers en voor (nieuwe vormen van) educatie.
  Het Bos is facilitator in het samenbrengen van ondernemers.
-
- Het Bos wil verbinding maken met commerciele partners die voldoen aan XXXX
- Het Bos biedt altijd ruimte voor vrijwilligers.

- ~~De uitingen en acties sluiten altijd aan op de centrale boodschap van het Bos (zie bijlage kernboodschap) . Waardering van het Bos (in al zijn facetten) neemt toe)~~
- ~~Communicatiestrategie up tot 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 biedt steeds meer ruimte aan vrijwilligers en voor (nieuwe vormen van) educatie.~~
- ~~Het bos weet dankzij heldere positionering een steeds groter deel van haar omzet zelf te genereren.~~

Koepel: *Positioneren:*

Commented [5.1.2.e]: M.i. geen Bosvraagstuk. Je kan wel als uitgangspunt stellen; er moet ruimte zijn voor een snelle fietsverbinding.

Commented [5.1.2.e]: Geen uitgangspunt. Jullie gaan hier op inspelen. Uitgangspunt kan wel zijn: we zijn altijd tijdig aanwezig in het gesprek.

Commented [5.1.2.e]: Geen uitgangspunt. Als positie wilt innemen over auto in het bos kan een uitgangspunt wel zijn: We willen niet meer parkeerplekken erbij.

Commented [5.1.2.e]: Dit thema is aangepast na 28 maart. Wat zijn daarvoor de uitgangspunten?

Commented [5.1.2.e]: Dit gaat in op de partnerships/sponsoring. Kunnen jullie nu al aangeven welke organisatie dit wel/niet mogen zijn?

- De uitingen en acties sluiten altijd aan op de centrale boodschap van het Bos (zie bijlage kernboodschap) .
- Alles wat we doel 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.