Gemeente
Amsterdam

Doelen en uitgangspunten voor Stadsbos van de Toekomst

Waarom Stadsbos van de Toekomst?

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

Hoofdthema's voor het Bosplan

1. Noodzaak om de natuur- en cultuurwaarden van het Bos te behouden en te versterken; balans tussen natuur en vrijetijdsbesteding **(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 en Uitgangspunten

1. Gerelateerd aan de vier hoofdthema's, sub thema's moeten hieronder (kunnen) vallen. Zo vallen alle activiteiten die niet natuur zijn onder vrijetijdsbesteding.

2. Gebaseerd op oogst van strategische sessie 7 maart, de teamgesprekken (tot nu toe) en de interviews met experts

3. De vastgestelde doelen en uitgangspunten vormen het skelet van het ambitiedocument

4. Vandaag (3 april) presentatie en eerste reactie van mt-leden

5. Aangepaste versie wordt voor het weekend rondgemaild aan mt-leden

6. In een marathonsessie van twee uur op 11 april worden de doelen en uitgangspunten vastgesteld door het mt

Doelen Bosplan 2019

- 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 mogelijkheden voor vrijetijdsbesteding bieden aan de bewoners van stad en regio, met duidelijke zonering
- Het Bos bereikbaar houden voor iedereen (fysiek en financieel)
- Positionering van het Bos versterken: marketing, communicatie, sponsoring .
- Hoge waardering van het Bos vasthouden en versterken (meer) ruimte bieden aan sociaal ondernemen

Uitgangspunten *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
- Het oorspronkelijke ontwerp van het Bos (cultuurhistorie) blijft herkenbaar

Uitgangspunten *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 met elkaar om er worden altijd duidelijke afspraken over contracten en over kostenverdeling gemaakt.
- Er moet ruimte zijn voor (sociaal) ondernemen
- Het Bos biedt meer ruimte aan vrijwilligers
- Het Bos biedt 'top of the bill' natuureducatie
- Het Bos biedt ruimte aan bijzondere doelgroepen (afstand tot de arbeidsmarkt, ouderen, SES-gezinnen enz.)

Uitgangspunten *Thema 3: Bereikbaarheid*

- Er moet ruimte zijn voor snelle en goede fietsverbindingen met de stad en tussen de groene zones in en om Amsterdam

- We willen altijd tijdig aansluiten bij gesprekken over infrastructuur/stedelijke ontwikkelingen om kansen voor het Bos te benutten (halte doortrekken NZ-lijn en andere nieuwe ov – verbindingen (pont tussen NW en het Bos, Groot Amsterdamse Bos.

- Het Bos wil altijd ook andere modaliteiten dan de auto faciliteren.

- Kwaliteit van entrees moet vergroot: zichtbaarheid, inrichting.

Uitgangspunten *Thema 4: Netwerk en verbinden*

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

Positionering (eerste voorbereiding voor mt in mei)

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)

Doelen positionering:

- Communicatiestrategie up to date maken: letterlijke en figuurlijk meer op de kaart.
- 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.