

nieuwland / nationaal park



# Agenda

- Promofilm
- Context verkiezing: mooiste natuurgebied van Nederland
- Aanpak bidbook NP Nieuw Land
- Inhoud bidbook NP Nieuw Land
- Opzet website NP Nieuw Land
- Eerste ideeën campagne
- Sociale Media



# Verkiezing

## Mooiste natuurgebied van Nederland

### Doelen:

- Verhogen kwaliteit Nationale Parken
- Betrokkenheid samenleving bij natuur
- Versterken merk- en marktpositie Nationale Parken

### Reglement

- Bidbook = format (criteria + samenvatting) + bijlagen
- Vereisten
- Selectieprocedure



# Verkiezing

## Mooiste natuurgebied van Nederland

### Procedure

15 september	sluitingsdatum inzending  check vereisten ranking inzendingen door vakjury
2e helft oktober	publieksverkiezing 3 gebieden (via website) evt aanwijzing extra gebied door vakjury
1e week november	bekendmaking winnaars voorgedragen voor verdere uitwerking



# Aanpak Nationaal Park Nieuw Land

Wat is bidbook?

- Prospectus, uiteenzetting visie, ideeën, mogelijkheden
- Geen 'nieuwe' uitvoeringsbesluiten
- Start gezamenlijke beweging 7 partners  
(gemeenten Almere & Lelystad, SBB, NM, SFL, Rijkswaterstaat)

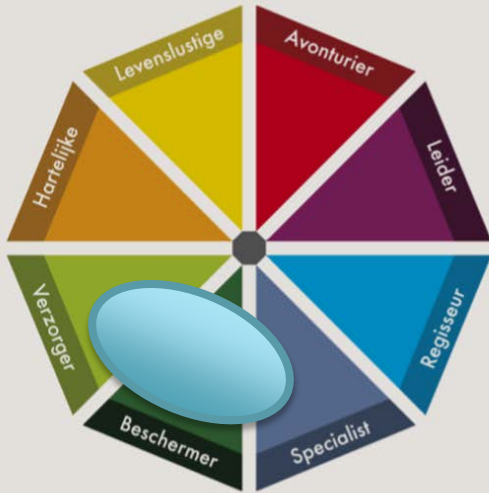
Opzet Bidbook Nationaal Park Nieuw Land

- Format ministerie EZ
- Bijlagen
- Website



# Aanpak - positionering

nederlandse nationale parken  
zijn nauwelijks gepositioneerd  
m.u.v. de hoge veluwe



## Merkwaarden NP Nieuwland



**NATIONAAL PARK NIEUWLAND. EEN OPMERKELIJKE BELEVENIS.  
VERWONDERING OVER WAT HET SAMENSPEL VAN MENS EN NATUUR KAN CREËREN.  
GEMAAKT LAND EN WATER WAAR DE NATUUR ZIJN GANG KAN GAAN EN DE MENS IN DE  
NATUUR KAN OPGAAN.**

**NIEUW LAND IS NEDERLAND OP ZIJN BEST.  
ONMOGELIJKE COMBINATIES VLOEIEN ALS VAN NATURE SAMEN.  
EEN ON-NEDERLANDS GROTE WILDERNIS NET BUITEN DE STAD.  
GEMAAKT DOOR MENSEN HANDEN EN GECECREËRD DOOR DE NATUUR.**

**NIEUW LAND STAAT VOOR EEN NIEUWE TOLERANTIE TUSSEN NATUUR EN MENS.  
WAAR NIEUWE IDEEËN ONTSTAAN EN GECECREËRD WORDEN.  
EEN GEBIED IN WORDING MET GROTE DIVERSITEIT IN LANDSCHAPPEN EN UNIEKE DIEREN.  
DAT TELKENS WEER ANDERS IS EN TOT IEDERS VERBEELDING SPREEKT.**

**IN NIEUW LAND ERVAAR JE HET ULTIEME GEVOEL VAN LEVEN EN VRIJHEID.  
DOOR RUST OF JUIST DOOR ACTIE. OP HET LAND OF OP HET WATER. TOT JE ENKELS IN DE  
MODDER OF ZEILEND TUSSEN DE EILANDEN. ERVAREN EN ONTDEKKEN.**

**NIEUWLAND LAAT ZIEN WAAR EEN KLEIN LAND GROOT IN KAN ZIJN.  
EEN NATIONAAL PARK MET INTERNATIONALE ALLURE.  
HET NATIONALE PARK VAN DE 21<sup>E</sup> EEUW.**

# Bidbook

## Criterion 1

Samenhangend gebied met (inter)nationale natuurwaarden

### **Samenhang**

- Oostvaardersplassen, Lepelaarplassen, Marker Wadden en Markermeer
- Vergroten samenhang met steden (Groene structuren Almere en Lelystad)
- Versterking verbindingen over land en water
- Alles: wildernis in door mensen gemaakt land

### **Internationaal**

3 Natura 2000-gebieden, Wetlands (Ramsar) en Europees diploma Excellent beheer





# Bidbook

## criterium 2

### Unieke beleving, passend bij de draagkracht

#### Uniek

- Vergroten toegankelijkheid en beleving
- Pop-up, steeds weer anders, (RUIMTE VOOR initiatiefnemers)
- Poortgebieden in plaats van (één) vast toegangspunt
- In hoog stedelijke omgeving
- Dijk is centrale as, accent ook op cultureel erfgoed

#### Draagkracht

- Betere benutting bestaande groen
- Met juiste zorg voor bescherming (Spelregels, Nbwet e.d.)
- Gelijktijdige aanleg natuur en recreatie (marker wadden!)



# Bidbook

## criterium 3

### Draagvlak en samenwerking, uitvoering haalbaar

#### Draagvlak

- Samenwerking Staatsbosbeheer, Flevo-landschap, Natuurmonumenten, Lelystad, Almere, Rijkswaterstaat (o.v.b.) op initiatief provincie

#### Haalbaar

- Beheer is gegarandeerd,
- Korte termijn investeringen (poorten, toegankelijkheid, pop-up) ca. tientallen miljoenen gereserveerd/gepland
- Lange termijn (gebiedsuitbreidingen) -  
Nieuwe financieringsmodellen met private sector
- Programma's



# Bidbook

## criterium 4

### Draagt bij aan sociaal economische kracht regio

- Concurrentiepositie, vestigingsklimaat Amsterdam
- Imago almere en lelystad
- Honderden extra vrijwilligers
- groei verwacht
- 1,5 miljoen bezoekers
  - In 2030, honderden banen (horeca, toerisme, recreatie)



# Bidbook

## Criterion 5

### Adequate governance

- Slagvaardige lichte governance,
  - geen nieuw instituut, groeimodel
  - gebruik maken van kracht van de afzonderlijke organisaties
- Governance gericht op
  - Merknaam
  - Verbeteren recreatie en toerisme
  - Marketing en communicatie
  - Pop up
  - Geldstroom (opbrengsten np)
- Uitnodigend voor marktpartijen (co-creatie)
- Vrienden van nieuw land en raad van advies



# Bidbook

## Criterium 6

### Bijdrage Merkstrategie Nederlandse Nationale Parken

- Merk Hartelijke Avonturier is uniek
- Wildernis in mensen gemaakt land
- Land maken uit water voor natuur is ongekend
- Zuiderzeewerken vergelijkbaar met Deltawerken en Waddenzee
  
- Ontwikkelingsgerichte natuur ipv. behoud en conserveren van natuur



# Bidbook

## criterium 7

### Specificeer kosten

- Groei beheer (cf normkosten en opbrengsten np)
- Investerings
  - Kortere termijn (1 – 10 jaren) 35-50 miljoen
  - Langere termijn (decennia) ntb. afhankelijk van ambitieniveau
- Stringent uitgangspunt financieel gezond (vooraf investering en exploitatie gedekt)



# Bidbook Bijlagen

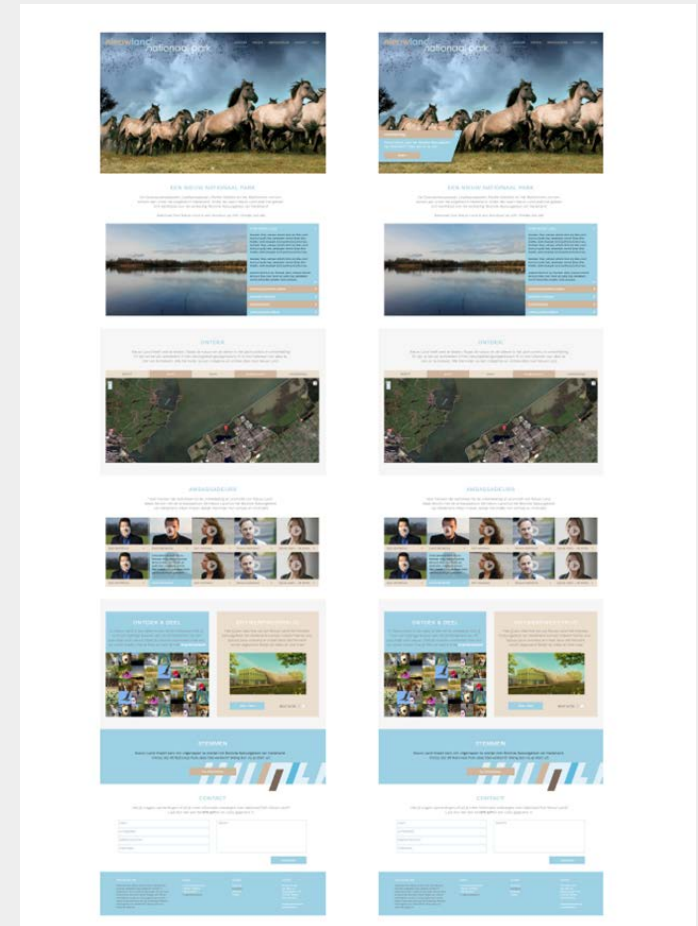
1. **Samenhang internationale natuur**
  - Gebiedskaart (incl Markerwadden)
  - PDF met Drie Samenvattingen van de drie Beheerplannen Natura 2000
  - TBES-TMIJ document
2. **Unieke beleving in draagvlak**
  - Website!
3. **Draagvlak geborgd**
  - Alle partijen samen, zie governance
4. **Sociaal economisch effect**
  - Studie(s) van Bureau Buiten
  - Overzicht aantallen vrijwilligers (huidig aantallen en prognose groei)
  - Link naar website Floriade
5. **Governance**
  - Foto: **besluitvorming bidbook**
  - Samenstelling Raad van Advies
6. **Internationale merkstrategie**
  - (?) Websites geschiedenis van Flevoland/CEC
7. **Kosten specificeren**
  - Matrix korte en lange termijn



# Website NP Nieuw Land

## One Page:

- Promofilm
- Informatie deelgebieden
- Plannen voor nationaal park
  - Natuur
  - Erfgoed
  - Belevenissen
  - Studies
- Ambassadeurs
- Oproep foto's delen soc media #npnieuwland
- Campagne Avonturen
- Stemmen
- Contact
- Legenda





# Campagne 1e ideeën

## Doel

- Stemmen genereren verkiezing
- Zichtbaar en naamsbekendheid NP Nieuw Land

## Aanpak

- Avonturenactie
- Ludieke actie omgeving Amsterdam, schiphol en Flevoland (bv met scholen)
- Vloggers

## Middelen

- Gebruik kanalen sociale media:
- Facebook
- Twitter
- You tube
- +
- Inzet middelen partners



# Social Media eerste resultaten

Vergroten zichtbaarheid  
Facebook: like & deel alles  
Twitter: gebruik #npnieuwland

