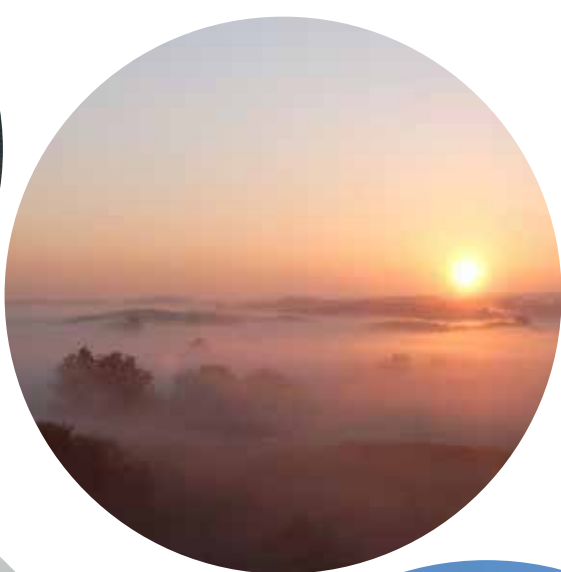




1. Het Nationaal Park Zuid-Kennemerland

Waarden >

- Natuurgebied van **Europese allure**
- Rijke **cultuurgeschiedenis**
- Aantrekkelijk voor **recreatie** en **toerisme**
- **Bezoekerscentrum**, activiteiten en educatie



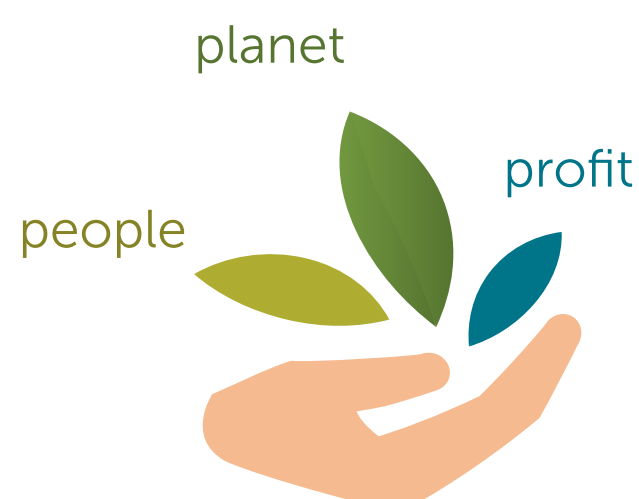
Ontwikkelingen >

- Onderdeel **Metropoolregio** Amsterdam
- Behoud van leefklimaat = **natuur & erfgoed**
- **Groei** recreatie 40% en toerisme 100%



Plan Nationaal Park >

- Duurzaam ontwikkelen met **behoud** van **natuur&erfgoed** om **nu&later** van te **genieten** en met **bijdrage** aan **park®io**
- Motto: **wees duurzaam.**
"Denk en doe met **natuur in je hart.**"





vooraf:

HOVEEL BEZOEKERS PASSEN ER IN HET NATIONAAL PARK
ZONDER NEGATIEVE EFFECTEN OP NATUUR & BELEVING?

2. Draagkracht

Suggesties >

- Draagkrachtmodel op basis van **broedvogels** is best haalbare
- Verstoord gebied broedvogels (klasse 2) is **20%** groter bij **50%** meer bezoekers
- Beperk negatief effect verstoring door recreatie met **tijdelijk afsluiten** broedgebieden
- **Positief communiceren** maatregelen en alternatief bieden
- Rust voor regionale recreant na natuur belangrijkste bezoeken: neem **natuur en rust** als uitgangspunt!

Ambities >

- Draagkracht NPZK is beperkt en geeft **grenzen** aan opvang groei
- Recreatie en toerisme **naar draagkracht** NPZK

In 2017 >

- Draagkracht**model toepassen** hele NPZK en uitdragen want uniek!
- Draagkracht**doelen** bepalen





vooraf:

ALS DRAAGKRACHT BEPERKING GEEFT AAN OPVANG GROEI:
HOE DAN STUREN?

3. Toerisme sturen

Suggesties

- Welke **internationale toerist** te bedienen; toeristen zijn anders dan recreanten
- Stuur met **zonering** en wijs 3 à 4 opvangplekken aan
- Goede **productontwikkeling** en marketing bepalend
- Bedenk of **verdienmodel** mogelijk is
- **Zoneren** recreatie en toerisme activiteiten over **groengebieden MRA**
- Bepaal **niche NPZK** in palet groengebieden MRA voor toerisme
- Maak digitale **activiteitenkaart** in groengebieden MRA
- **Vergroot NPZK** met aangrenzende landgoederen, stadsparken en natuurgebieden

Ambities

- Keuze voor **kwaliteit** en niet kwantiteit in recreatie en toerisme
- Niet bekendheid vergroten, maar **uitdragen** identiteit (park-DNA)
- Voortzetten opvang **rustige recreatie** regio ZKL en **faciliteren internationaal toerisme** voor unieke waarden NPZK
- Spreiden en **zoneren** buitenrecreatie en -toerisme in **Metropoolregio**

In 2017

- Bepalen **identiteit**, gewenste toerist en hoe toerist faciliteren
- In samenwerking **digitale activiteitenkaart** maken voor recreanten en toeristen in groengebieden MRA





4. Identiteit en Iconen

vooraf:

WAT IS DE IDENTITEIT VAN HET NATIONAAL PARK ZUID-KENNEMERLAND?

Suggesties >

- **Wel:** oase, rust, verwondering, verrassend, divers, vernieuwend in beheer, vrolijk makend
- **Niet:** pretpark, druk, overgereguleerd, ontoegankelijk
- Wens uitnodigender en **gastvrijer**
- Communiceren met de **iconen**, bijvoorbeeld: wisenten, de parnassia, duintoppen, het Wed, bos & duin & strand, landgoederen, nachtegaal, duinparelmoervlinder
- Deels verschillende iconen per **bezoekersgroep**

Ambities >

- Sterkere **merkidentiteit** en dit karakter doorvoeren in alle toekomstplannen
- **Iconen** bepalen en in de spotlight zetten
- **Delen** van bijzondere weetjes en natuur op de m²

In 2017 >

- Toewerken naar **ons verhaal** op 1 A4, traject merkidentiteit
- Training **storytelling**, ook online verhalen delen





vooraf:

HOE KUNNEN BEZOEKERS ZICH WELKOM VOELEN
MET RESPECT VOOR DRAAGKRACHT VAN DE NATUUR?

5. Samen gastvrij

Suggesties

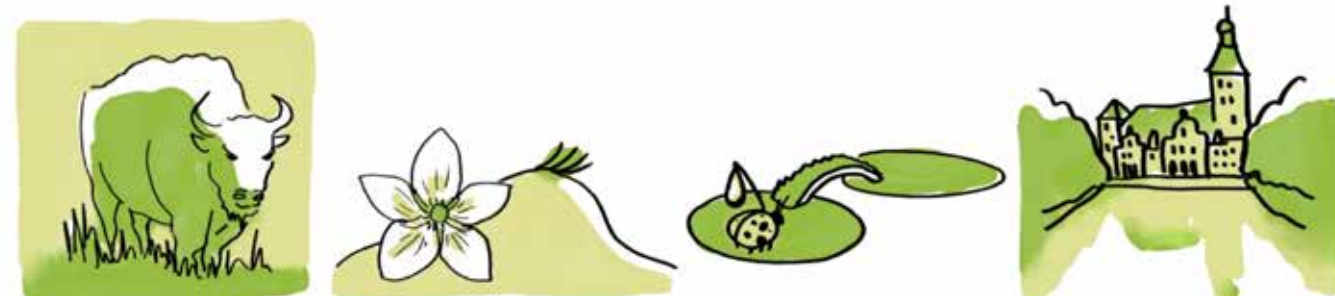


- **Actuele informatie** bij de ondernemers en heldere toegangsregels en routes. Denken vanuit **doelgroepen** als hondenbezitters, gezinnen, buitenlandse toeristen
- Park laten **leven** bij bezoekers door traveler's journey, storytelling, mooie foto's, social media, nieuwtjes in verschillende talen
- Bezoekers betrekken op een **positieve** verhalende manier, ook over regelgeving
- Gastheren **trots** op het park, hecht netwerk van samenwerkende ondernemers
- **Duurzaamheid** uitdragen in hele bedrijfsvoering

Ambities



- **Praktische informatie**, afgestemd op de bezoeker
- De **parels** uit het park staan in de spotlight
- 'Gastheer van het Nationaal Park' is een **sterk label**, onderscheidend keurmerk



In 2017



- Gebruiksvriendelijke, uitnodigende en meertalige **website** voor de bezoekers
- **Actualiseren** informatiemap en gastheercursus
- **Nieuwsflits** met mooi beeld voor de gasten
- Ondernemers ook de natuur zelf laten **beleven**



**OOK DE DIEREN HOUDEN VAN
RUST** #1dagjeboswachter #zuidkennemerland



6. Duurzaam bijdragen

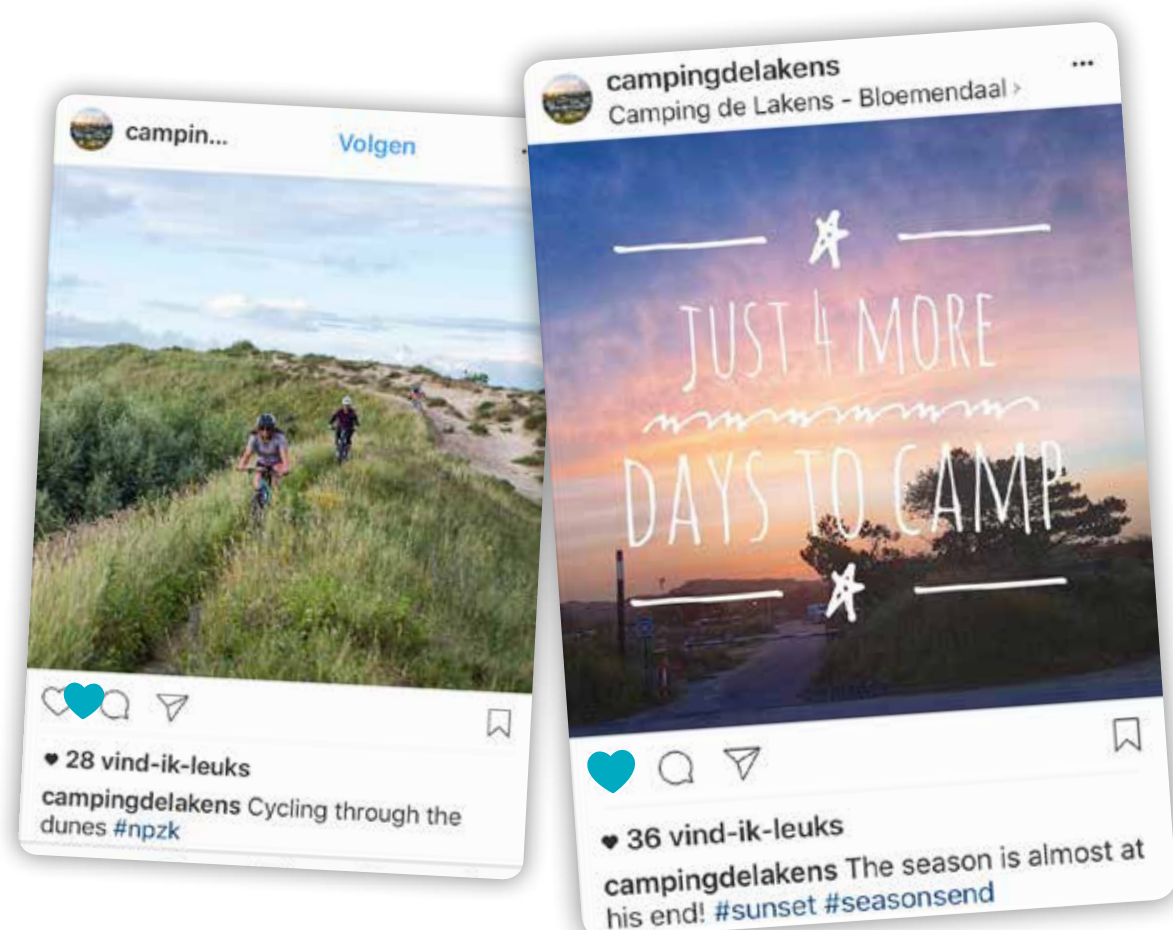
vooraf:

OP ZOEK NAAR VERDIENMODELLEN EN ANDERE MOGELIJKHEDEN
OM DUURZAAM BIJ TE DRAGEN AAN HET PARK.

Suggesties



- Bereidheid ondernemers en bezoekers om **bij te dragen** als er sprake is van win-win
- Eerst zelf maatschappelijke **betrokkenheid** en **naamsbekendheid** op orde, dan pas initiatieven als crowdfunding
- **Persoonlijke** benadering met een keuze aan activiteiten
- Inzetten op arrangementen met **beleving** en **storytelling**, zoals Stille Tocht WOII naar de bunkers
- **Interactieve infowand** waarop bezoekers posten
- **Menukaart, vriendenpas** of **instapkaart**, voor elke doelgroep op maat



Ambities



- Versterken **naamsbekendheid**
- **Versterken banden** met omringende ondernemers, organisaties & omwonenden, relatiebeheer
- **Commercieel aanbod** in de markt zetten



In 2017



- Gebruik maken van elkaars **communicatiekanalen**
- Arrangementen en initiatieven ondernemers/omwonenden **inzichtelijk** en samenwerking uitbreiden
- **Menukaart** voor ondernemers



WOW! ZO BLIJ MET MIJN NIEUWE ZOOMLENS!

SintJansvlinder #zuidkennemerland



vooraf:

7. Natuur in het

WEES DUURZAAM: DOE EN DENK MET NATUUR IN JE HART.
HOE KOMT NATUUR IN DE HARTEN VAN MENSEN?

Suggesties



Ambities



- **Wat raakt:** kenmerken van natuur en indirecte belevingen. Kou, geur, donker, stilte, details, contrasten, momenten resp. ontdekken, herinneringen, **verwondering**
- **Natuur in hart** van mensen door: ervaren, story-telling, routes met thema & naam (bv Wisentenpad)
- Werk met verrassing, **emotie**, verwondering, geluid, beeld
- **Website** aanpassen: **beelden**, film, webcam, uploaden foto's, keuze voor etalages bv seizoen-gebonden

- Met (beeld)verhalen die **op de huid** zitten mensen in het hart raken

In 2017



- Nieuwe manieren om verhalen te vertellen introduceren, meer beeld, en deze verhalen delen via **vernieuwde website** en **social media**

