

Bestyrelsens strategi 2023-2025



NATURPARK ÅMOSEN

FORORD

Denne strategi er vedtaget af bestyrelsen for Naturpark Åmosen den 07. december 2022. Den følges op af en handleplan og et årshjul, som vedtages den primo 2023. Ansvar for strategiens udmøntning, opfølgning og evaluering påhviler bestyrelsen, mens den nærmere planlægning og koordinering er placeret i forretningsudvalget med assistance fra sekretariatet.

November 2022

Udarbejdet af: Ditte Staun, direktør for Naturpark Åmosen

Redaktion: Astrid Laura Dan Jensen, Anders Søgaard og Sofie van Deurs Formann

Layout og opsætning: Astrid Laura Dam Jensen

INDHOLD

BAGGRUND	2
VISION FOR NATURPARK ÅMOSEN 2023-2025	2
RAMMESÆTNING	3
- AFGRÆNSNING	3
- HANDLEPLAN	3
- EVALUERING OG STRATEGI FOR 2026-2028	3
HANDLERUM OG RAMMEVILKÅR	4
ROLLER INDSATSER - INDADTIL	5
"DE TRE" - INDSATSER INDADTIL 2023-2025	5
ROLLER INDSATSER - UDADTIL	6
"DE FEM" - INDSATSER UDADTIL 2023-2025	7
"DE OTTE" STRATEGISKE INDSATSER FOR NATURPARK ÅMOSEN 2023-2025	8
 BILAG 1	 9



BAGGRUND

Bestyrelsen for Naturpark Åmosen (NPÅ) har september 2022 vedtaget Naturparkplan for 2023-2028 med henblik på gencertificering. Planen ligger til grund for udviklingen af naturparken og forventes godkendt primo 2023 af Holbæk, Sorø og Kalundborg kommuner samt Friluftsrådets komite for danske naturparker primo 2024.

Den 25. august 2022 mødtes bestyrelse og personale i byrådssalen i Sorø for at drøfte strategi. Dagen blev faciliteret af konsulent Dorte Kiilerich, Living Concepts ApS



VISION FOR NATURPARK ÅMOSEN 2023-2025

På bestyrelsens seminar fremkom følgende værdisættende kodeord, som skal understøtte visionen:

- FNs verdensmål som retning for værdigrundlag
- Balance mellem benyttelse og beskyttelse
- Ro, stilhed, naturens- og beboernes præmisser
- Eksklusivitet
- Bæredygtige valg

Vi vil fokusere på:

- den mentale, sociale, miljømæssige og økonomiske bæredygtighed i dagligdagen, og i samarbejder
- Naturpark Åmosen som et brand, vi kan (forretnings-)udvikle og synliggøre lokalt, regionalt og nationalt
- en række prioriterede indadrettede og udrettede indsatser, som får dem til at spille sammen.

**PÅ NATURENS OG BEBOERNES PRÆMISSER
VIL NATURPARK ÅMOSEN VÆRE SYNLIG,
STILLE OG BÆREDYGTIG**

RAMMESÆTNING

Strategien for Naturpark Åmosen 2023-2025 danner rammen for bestyrelsens og sekretariatets arbejde og skal sikre sammenhæng mellem de af naturparkplanens målsætninger, NPÅ kan handle på direkte, samt strategidagens konklusioner ift. indsatser indadtil og udadtil.

Afgræsning

Strategien handler om, hvilke målsætninger, NPÅ skal arbejde frem mod i perioden og skal være styringsværktøj for prioriterede valg og fravalg. Strategien handler om fremtiden - ikke nutiden - og om det, organisationen selv kan "styre". En strategi (hvorhen og indsatser) er ikke en handleplan (præcist hvad og hvornår) eller en taktik (hvordan).

Handleplan

For at sikre at udmøntningen bliver et styringsværkstøj følges strategien op af en handleplan, som konkretiserer strategien – også ift. roller og ansvar mellem bestyrelse, forretningsudvalg, formandskabet og sekretariat. Handleplanen tager udgangspunkt i strategien, forholder sig til bestyrelsens strategidag (bilag 1) og taktik. Planen er forankret i og indstilles af forretningsudvalget og udarbejdes af sekretariatet. Den vedtages på det første bestyrelsesmøde hvert år, hvor årshjul tillige vedtages.

Evaluering og strategi for 2026-2028

Strategien midtvejsevalueres medio 2024 og slutevalueres. Evalueringer danner grundlag for forløb frem mod strategi for 2026-2028. Disse forløb skal ses i sammenhæng med fremdrift i og evaluering(er) af naturparkplanen.





HANDLERUM OG RAMMEVILKÅR

Der er fem afgørende rammevilkår for handlerum, som understreger behovet for at arbejde prioriteret:

1. Danske naturparker er karakteriseret ved frivillighed (beboere, jordbesiddere, turismeaktører mv.)
2. Danske naturparker har ikke myndighedskompetence
3. Lokale, regionale, nationale og internationale instanser har stor indflydelse på handlerummet
4. NPÅ har en begrænset ordinær drift og få medarbejdere (konkrete kompetencer og kvalifikationer)
5. Bestyrelsen er interessentudpeget, baseret på frivillighed og har begrænsede ressourcer

Disse forhold er vigtige for fastsættelse af strategiske indsatser både indadtil og udadtil.



ROLLER INDSATSER - INDADTIL

De indsatser, som retter sig indadtil i organisationen, er grundlaget for at kunne videreudvikle NPÅ og opnå visionen. Indsatserne skal sikre, at den selvejende institution er et godt og spændende sted at arbejde med klare rollefordelinger med værdi for medarbejdere, bestyrelse og omverden.

Dertil kommer de forhold, der gælder for 2023, men har betydning for hele perioden. Der skal ift. prioritering, handleplan og årshjul tages særligt højde for at:

- aktiviteterne i NYE VEJE I NATURPARK ÅMOSEN (NYE VEJE) vil være særdeles rammesættende og præge alle medarbejders dagligdag (afsluttes 2023)
- der skal ansættes ny direktør
- naturvejleder & projektkonsulent (ASP) er på barsel fra jan-april
- studentermedhjælper (SVDFJ), er ansat i perioden jan-juni på 11 timer ugentligt
- Projektleder (ALDJ) er ansat på projektet NYE V EJE

"DE TRE"- INDSATSER INDADTIL 2023-2025

De tre indsatser sigter på udfordringer, som kan vendes til potentialer og vil styrke organisationen:

Tydelighed og kendskab:

Hvem er vi? Hvad kan og gør vi? Hvad kan og gør vi ikke?

Kendskab til formål, arbejdsform, kompetencer, roller samt faglige og personlige kvalifikationer og ressourcer "i huset" skal styrkes. Dette for at sikre, at forventninger og de faktiske opgaver stemmer overens.

Fuldføring og konsolidering af NYE VEJE I NATURPARK ÅMOSEN.

Projektet skal i mål i løbet af 2023 og det er ressourcekrævende, kræver fokus og arbejdsro i en hverdag med mange henvendelser samt "drifts- og skal-opgaver". Samtidig skal NYE VEJE bidrage til videreudvikling af NPÅ. Af begge grunde skal initiativer stå på skulderne af resultater og læring fra projektet.

Forretningsudvikling som motor

Den ordinære drift skal styrkes i NPÅ gennem forretningsudvikling. De kommunale tilskud udgør rygraden i driften og NPÅs license to operate. Hertil er der mindre indtjening på formidlingsaktiviteter, og der er potentiale i bl.a. co-branding, eksklusive og særlige oplevelser via såvel NPÅ som gennem samarbejde med f.eks. naturturismeaktører samt i konsulenttydelser for primært kommunerne ud fra fælles principper.

ROLLER INDSATSER - UDADTIL

Naturparkplanen indeholder **3 kategorier** af udadrettede målsætninger, som er definerende for Naturpark Åmosens handlerum og konkrete roller.

1. Målsætninger, som kræver kommunalt ejerskab fra offentlig instans - herunder initiativ og koordinering. Naturparken kan være **medspiller og samarbejdspartner**
2. Målsætninger, som kræver **afklaring af rollefordelingen** mellem NPÅ og (mellem) kommunerne, Destination Sjælland, Museum Vestsjælland og/eller øvrige offentlige, private eller frivillige aktører
3. Målsætninger, som giver mulighed for, at NPÅ kan **tage ejerskab og selv tage initiativ**

Fælles for kategorierne er afhængigheden af stærke samarbejder og partnerskaber med relevante instanser og interessenter. Projektet NYE VEJE er et eksempel herpå: RUC er projektejer og NPÅ indgår som samarbejdspartner med deltagelse af de tre kommuner og en nøglerolle ift. lokale kerneaktører og drivkræfter.

På tværs kan bestyrelsen søge at påvirke besluttende instanser og synliggøre væsentligheden af målsætninger og fremdriften af disse.

NPÅ kan påtage sig opgaver for den instans, som har ejerskabet. Med henvisning til kvalifikationer, kompetencer og ressourcer "i huset" vil det typisk være en formidlingsopgave, hvor NPÅ vil kunne tilbyde konsulenthjælp eller indgå som projektpartner.



NATURPARKPLANENS MÅLSÆTNINGER FORDELT I 3 KATEGORIER

Kategori 1: kommunalt ejerskab/ejerskab fra offentlig instans, initiativ og koordinering

- Naturparkens karaktergivende landskabselementer og geologiske formationer og forekomster skal bevares og synliggøres.
- De væsentligste naturtyper skal bevares, og deres udbredelse, kvalitet og mangfoldighed styrkes. De skal beskyttes mod tilgroning, afvanding, næringsstofftilførsel, invasive arter m.v. og udvikles til at blive bæredygtige og dynamiske økosystemer med naturlig vandbalance m.v.
- Sårbare naturområder skal beskyttes mod slitage og forstyrrende færdsel og ophold.
- Forskning skal understøttes og undervisning styrkes gennem etablering af faciliteter og undervisningstilbud.

Kategori 2: afklaring af ansvar, roller og opgaver påkrævet

- Kulturmiljøer og kulturhistoriske spor skal bevares, synliggøres, gøres tilgængelige og formidles, ligesom viden herom skal udbygges
- Der skal skabes større sammenhæng mellem naturparkens naturområder. Områdernes samspil med de øvrige naturområder på Sjælland skal ligeledes styrkes
- Udviklingen af friluftsliv og turisme skal ske på et bæredygtigt grundlag.
- Naturparkens udvikling skal følges og evalueres.

Kategori 3: NPÅ kan tage ejerskab og/eller initiativ

- Mulighederne for friluftsliv og naturoplevelser skal styrkes.
- Formidling og naturvejledning skal styrkes og koordineres i forhold til lokale aktører gennem udbygning og etablering af aktiviteter, servicefunktioner og faciliteter.



"DE FEM" – INDSATSER UDADTIL 2023-2025

Naturparkplanens målsætninger stemmer overens med de udadrettede tematikker, som fremkom på strategiseminaret, og danner baggrund for to primære og tre sekundære indsatser - i alt fem prioriterede strategiske indsatser:

1. Prioritet

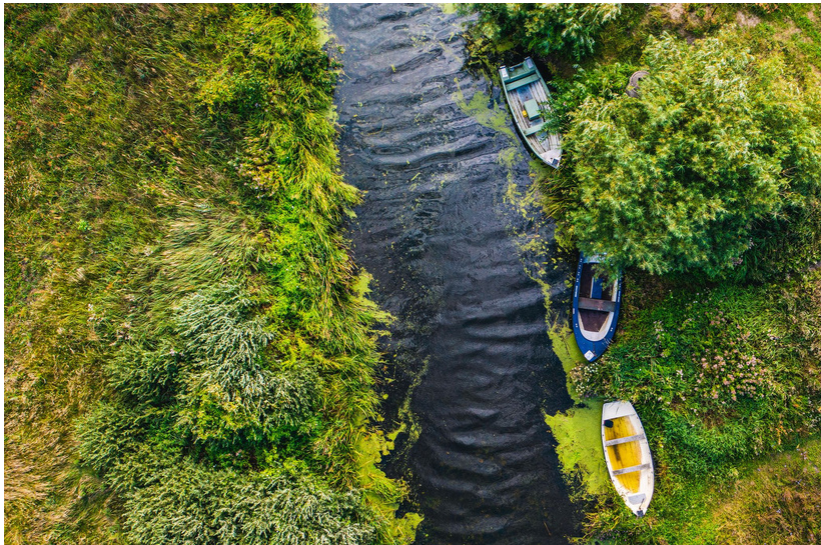
NPÅ vil i perioden have primært fokus på kategori 3, idet handlerummet her er størst, matcher kompetence, kvalifikationer og ressourcer på sekretariatet samt bidrager til at fastholde og rodfæste resultaterne af NYE VEJE projektet. Konkret vil NPÅ primært fokusere på at:

1. Styrke mulighederne for friluftsliv og naturoplevelser på et bæredygtigt og ansvarligt grundlag.
2. Styrke og koordinere formidling og naturvejledning med lokale og nøgleaktører for at udbygge aktiviteter samt bidrage til forbedring af eksisterende og etablering af nye servicefunktioner og faciliteter

2. Prioritet

De sekundære målsætninger ligger i hhv. kategori 1 og 2. Her har NPÅ mindre handlerum, idet ejerskab og initiativretten/-pligten ligger hos en anden instans hhv. skal koordineres ift. ejerskab, ansvar, opgavefordeling og roller. Til gengæld spiller de sammen med såvel målsætningerne i Prioritet 1 og naturparken kerneopgaver og identitet:

3. Synliggøre landskabselementer, geologien, kulturmiljøer og kulturhistorien
4. Bidrage til, at kulturmiljøer og kulturhistoriske spor bevares, gøres tilgængelige og formidles
5. Følge og tage initiativ til evaluering af naturparkens udvikling



"DE OTTE" STRATEGISKE INDSATSER FOR NATURPARK ÅMOSEN 2023-2025

Indadtil

- Tydelighed og kendskab: Hvem er vi? Hvad kan og gør vi? Hvad kan og gør vi ikke?
- Fuldføring og konsolidering af NYE VEJE I NATURPARK ÅMOSEN.
- Forretningsudvikling som motor

Udadtil

Primære indsatser

1. Styrke mulighederne for friluftsliv og naturoplevelser - på et bæredygtigt grundlag
2. Styrke og koordinere formidling og naturvejledning med lokale og andre nøgleaktører for derigennem at udbygge aktiviteter samt bidrage til forbedring af eksisterende og etablering af nye servicefunktioner og faciliteter

Sekundære indsatser

3. Synliggøre landskabselementer, geologien, kulturmiljøer og kulturhistorien
4. Bidrage til, at kulturmiljøer og kulturhistoriske spor bevares, gøres tilgængelige og formidles
5. Følge og tage initiativ til evaluering af naturparkens udvikling

Strategiseminar "Hvad skal vi med Naturpark Åmosen i fremtiden"

Tidspunkt: torsdag d. 25. august kl. 9.00-10.00

Adresse: Det Gl. Rådhus, Torvet 2, 4180 Sorø

Deltagere

Bestyrelsen, Ditte Staun, Anders Søgaard, Sofie v. D.F. Jensen

Afbud: Thomas Skov Grindsted, Morten Jensen

Referent

Sofie van Deurs Formann Jensen

Dagsorden

- 1) Præsentationsrunde
- 2) Facilitator Dorte Kiilerich rammesætter strategiseminar og forventningsafstemmer ambitionen med seminar
- 3) Direktør Ditte Staun orienterer kort om det mandat bestyrelsen og direktionen leder Naturpark Åmosen med udgangspunkt i:
 - Vedtægter
 - Naturparkplan 2018 - 2022
 - Bestyrelsens forretningsorden
 - Fondens Årsplan 2022
 - Kort om Nye Veje tildelingen
- 4) Strategisk afklaring af om der er særlige forhold, som bestyrelsen skal være opmærksom på i udviklingsprocessen.
- 5) Hvilke strategiske indsatser foreslår bestyrelsen og direktionen at naturpark Åmosen tager ansvar for at realisere?
- 6) Hvilke strategiske indsatser forventer omverdenen at Naturpark Åmosen tager ansvar for at realisere?
- 7) Hvilke "Must win battles" er bestyrelsen og direktionen optaget af skal lykkes frem mod 2025?
- 8) Har Naturpark Åmosen et stærkt fundament i form af værdier, der tydeligt fortæller måden hvorpå vi arbejder?
- 9) Er der konkrete handlinger i form af opgaver, som bestyrelsen og direktionen ønsker opmærksom på i en strategisk prioritering?
- 10) Den videre proces

1. Præsentationsrunde – personlig ambition for NPÅ

LS: Kulturen og naturen skal værnes om samtidig med, at området skal være tilgængeligt for borgerne.

KP: Naturejerskab

JM: Bevarelse af frivillighedens vej

HM: Der skal være en vedvarende gennemstrømning gennem Halleby Å, så fisk og andet fauna kan bevares.

AF: At varetage naturens interesser/gøre noget godt for naturen samt at formidle den.

DS: Forankre naturparken godt lokalt og udfolde NPÅs potentiale gennem lokalt engagement.

FL: Udvikling af naturen i naturparken, og gøre det til et sted, man gerne vil besøge. Oprettelse af formidlingshotspots og dermed give området værdi. NPÅ skal være rammen som aktører giver indhold.

EVO: Kulturværdierne er vigtige og skal bevares, forklares og fortælles. Natur- og kulturhistorie skal gå hånd i hånd. Processerne skal bygges på synlighed og samarbejde.

LHF: Bevaring af naturen over turismen.

AS: Natur- og kulturhistorien skal formidles bredt. Genetablering og forbedring af naturen.

KTC: Bevarelse og formidling af kulturen samt genskabelse af naturen.

BJ: Naturparken skal blive større, og det skal baseres på frivillighed. NPÅ skal være koordinerende i tiltag, så det motiverer ejerne. Vejledning til omlægning af drift så lodsejerne er med.

AJ: Der skal arbejdes med, hvordan man får visioner til at eksistere i virkeligheden – herunder især hvordan nye veje projektet til virkelighed.

2. Rammesætning for seminaret

Formål: Fælles strategisk fundament. Input til den nye naturparkplan.

Ramme: Der tages udgangspunkt i potentialer, som skal forankres gennem eksisterende ressourcer. Vi har øje for: tid, midler, personer og vilje, samarbejdspartnere og branding/markedsføring/kommunikation, værktøjer, internationalt plan.

3. Orientering om ledelsesmandat v. Ditte Staun

Certificering

Naturparkcertificeringen er et kvalitetsstempel fra friluftsrådet. Med certificeringen er der nogle vigtige kodeord, der dikterer naturparkens retning: frivillighed og balance (mellem benyttelse og beskyttelse).

Der er i øvrigt nogle skalopgaver, der bl.a. lyder at vi skal: fremhæve landskab, skabe attraktive oplevelser og understøtte lokalt erhverv (besøgende og naturparkprodukter).

Certificeringen har 10 kriterier (<https://friluftsradet.dk/kommuner/faa-dansk-naturpark>). NPÅ er rigtig godt med, men mangler formidling for internationale turister. Det er i øvrigt vigtigt, at kommunerne forpligter sig ind i NPÅ.

Vedtægter

Korresponderer godt med certificeringskravene, da der er 10 målsætninger.

Naturparkplan 2018 – 2022

Hvordan bruger vi fremadrettet naturparkplanen som værktøj, der gør at vi arbejder med de 6 obligatoriske tematikker (natur, kulturarv, friluftsliv, erhverv, formidling, turisme), vedtægtens formål og målsætninger?

Navigation

Sekretariatet skal navigere gennem mange interesser, ressourcer og samarbejdspartnere, bl.a.:

- Kommuner, strategier, planer
- Friluftsrådets initiativer
- LAG
- Destination Sjælland
- Nøgleaktører (formidlingscentre, jordbesiddere mm.)
- Lokale borgere, jordbesiddere, gæster

Bestyrelsens forretningsorden

Bestyrelsen har det overordnede ansvar (kommissorium fra arbejdsfordelingen).

Fondens Årsplan 2022

Overskrifter: Ny start (strategi), målstreg i sigte (nye veje og de 4 koncepter)

Fokus: nye veje, spring ud i naturen og vild mad, ture, synliggørelse og involvering.

Løbende aktiviteter: samarbejde, netværk mm.

Konklusion

NPÅ er forpligtet til at arbejde med nogle obligatoriske tematikker, formål og vedtægter (fra Friluftsrådet) og det skal alt sammen gøres med få ressourcer.

4. Særlige forhold som bestyrelsen skal være opmærksom på i udviklingsprocessen

- plakat fra dagen kan findes i bilag 1

Andre aktører

- Vi skal forholde os til andre aktører i Naturparken og tilstødende område, især ift. til klima og klimakrav stillet af andre (kommunen, regionen, staten).
- Kan NPÅ koordinere trafikken fra private service aktører iht. events ol.?
- Hjemmesiden bliver ikke brugt godt nok til at de private aktører kan fremmes der. Der kan evt. på hjemmesiden linkes til de private service providers.

Jordbesiddere

- Lodsejerne vil gerne være med i NPÅ, og det skal blive ved med at være baseret på 100% frivillighed.
- Jordbesidderne/ejerne i NPÅ føler sig presset fra alle sider (politisk). De har et umiddelbart ønske om at være en del af naturparken men er bekymrede for, hvem der finansierer det.
- Vi er nødt til at få jordbesidderne/ejerne til at forstå, hvad formålet med naturparken er.
- Vi skal ikke glemme de private serviceproviders (private aktører) – de kan deltage i synliggørelsen og formidlingen af NPÅ. Det skal fremmes at de er der, og de skal få noget ud af det.
- En ansat til at hjælpe jordbesidderne med at navigere i støttemuligheder (ansat i naturparken).
- Frivillighed blandt jordbesidderne er vigtigt, men kan der udpeges steder, hvor vi kan skaffe midler til at både offentligheden har adgang og lodsejerne er tilfredse?

Naturen

- Vi har en masse utilgængelig natur, som skal også gøres offentlig (mere adgang). Vi skal ikke tromle det private, men finde fælles løsninger.
- Der bør være områder, der ikke nødvendigvis er offentlig adgang til, hvor det handler om beskyttelse. Der skal være oplevelsespunkter, men der skal også være plads til, at naturen kan passe sig selv.
- Wayfinding, midlertidige ture og nudging er metoder til at naturen både kan benyttes og beskyttes.

Kommunikation

- Vi skal undersøge, hvilke muligheder der er for kommunikation også på et nationalt plan.

Borgerne

- Hvad får borgerne ud af de skattekrone de putter i projektet? Borgerne har en forventning om at se resultater af indsatsen – der er et stigende pres. Det er ikke nødvendigvis en forventning der kan indfries, men den eksisterer/kommer til at eksistere. Forventningerne kommer fra politisk side – derfor skal der være et kommunalt engagement i naturparken.

Dorte Kielerich pointerer: Når NPÅ har et stærkt brand, kan man kommercialisere på det.

5. Forslag til strategiske indsatser som bestyrelsen og direktionen tager ansvar for at realisere

- plakat fra dagen kan findes i bilag 2

Turisme

- Vi er svage på formidling til udenlandske turister, det kan styrkes via Tissø vikingecenter (gennem historier om, at vikingerne også var internationale).
- Flere besøgende på Tissø vikingecenter.
- Turisterne skal både være lokale, nationale og internationale
- Tidslommen app er i vælten til at blive bredt ud over vestsjælland – den kan tiltrække tyske turister.
- Transport til NPÅ → busruter, cykeludlejning mm.

Formidling

- Der bør være et center eller et hotspot, der fortæller om tørvegravningen i Store Åmose, hvor der kan være stedbaseret formidling, så kulturarven ikke er gemt.

Kommunikation

- Kernefortællingerne skal breddes ud i en let og forståelig tekst.
- Jernbanen gennem NPÅ er bestyrelsen modstandere af, og det skal kommunikeres klart ud (igen). Det pointeres af FL og LS, at det er meldt ud, og at der ikke behøves at bruge flere kræfter på det.
- Synlighed og branding - også omkring "her må du gerne opholde dig", og "her må du ikke være".
- Indgange til NPÅ skal være tydelige og med parkeringsmuligheder, oplysning (informative)

Samarbejder

- Uddannelse af nye naturparkguider og naturvejledere (skolerne og uddannelsessteder). NPÅ kan komme ud til skolerne eller de kan komme til os, og derved lave fagligt samarbejde om at uddanne skoleelever til naturguider og naturvejledere. De unge skal inddrages.
- Fokus på kontakt til spise- og overnatningssteder ude i lokalsamfundet.
- Spejderne er motiverede og kan være ressourcestærke formidlere og ambassadører.
- Ledelsen har en stor opgave i at kortlægge behov, samarbejdspartnere og forretningsmuligheder, så jordbesidderne er med.

Klima og Miljø

- Vi skal forpligtige os til at nedsænke CO2'en ved at bruge de vådområder, der er i NPÅ.

6. Strategiske indsatser som omverden forventer at NPÅ tager ansvar for at realisere

- plakat fra dagen kan findes i bilag 2

Formål, vision og mission

Det står ikke klart for omverden, hvad Naturpark Åmosen er, og der er ofte diskrepans mellem omverdens forventninger til NPÅ og sekretariatets faktiske opgaver. Bl.a. er der en forventning om at sekretariatet er myndighed, eller som minimum at vi tager sager videre til kommunerne (politisk dagsorden), folk tror at NPÅ bor ved Tissø vikingecenter (det hedder busstoppet også) og nogle tror vi er en turist- og/eller driftsorganisation. Derfor er det vigtigt at:

- naturpark Åmosen definerer hvad vi er, og ikke er.
- kommunikere klart og tydeligt hvad formålet er med NPÅ, og hvad sekretariatet og bestyrelsen vil med den.
- klarlægge hvad missionen og visionen er for NPÅ

Natur, klima og miljø

- Der er momentum på Åmosens områder ifm. CO2, miljø mm., og det skal udnyttes.
- Der er et problem med at forklare vådgøring af området – det skal formidles til de lokale på en hensigtsmæssig måde.
- Gruppen af rewilding modstandere er aktive på sociale medier, og med Katstrup vildnæs og deres rewilding er NPÅ underlagt den diskussion. Den skal håndteres.

7. "Must win battles" frem mod 2025 (ikke i prioriteret rækkefølge)

- plakat for dagen kan findes i bilag 3

1) **Samarbejde med lodsejere:** aftaler, koordinering og proces

2) **Mere landbrugsjord væk fra ploven:** det giver CO2 reduktion (mindre landbrug + vådgøring)

Kommentarer:

AF: Der er ikke meget der er under plov, men meget der er drænet. Der skal våde enge og køer til.

LS: Vi bevæger os med dette ind på en national agenda, og det er ikke naturparken, der skal blande sig i det. Vi skal nå vores mål ved en god dialog.

DS: Det skal formuleres, så det kan arbejdes med inde for sekretariatets arbejdsområde og tidsramme

KTC: kunne der være et konkret CO2 reduktionsmål fra de forskellige kommuner i naturparkens område?

HM: Det er ikke naturpark bestyrelsens arbejde at sætte reduktionsmål.

Dorte Kiilerich pointerer at det strategiske indsatsområde kan være CO2 reduktion.

3) **Kendskab og kærlighed til Naturparken og dens områder** gennem kommunikation og branding

4) **Tydelig forskel mellem Naturpark Åmosen og Tissø vikingecenter**, og dermed en

forventningsafstemning om, hvad NPÅ er og ikke er (også gennem kommunikation og branding.

Kommentarer:

EVO: Kunne det overvejes at de to ting bliver slået sammen igen, eller at den ene bliver adopteret af den anden?

DS: Kan det være co-branding og samarbejde i stedet for at blive slået sammen? At Tissø vikingecenter bliver en strategisk vigtig aktør – i og med, at det bliver én af de tre indgange.

- 5) **Kommunale indgange:** der skal være tre indgange til Naturpark Åmosen, der tydeliggør, at NPÅ er et samarbejde mellem tre kommuner.

Kommentarer:

EVO: Der er en forventning om noget fysisk, der repræsenterer indgangene

- 6) **Fuldføre Nye veje**

Kommentarer:

AF: Nye veje fylder i det daglige arbejde, og der er ikke luft til andet. Betænkelig ved at Nye veje tager meget tankevirksomhed. Alt andet kan ikke sættes i stå.

EVO: Projektet skal afsluttes men erfaringerne derfra skal bygges videre på, og de skal tages ind i det videre strategiske arbejde.

Gode erfaringer med projektet: leverancer og arbejds pakker der koordinerer og agerer som knudepunkter.

Dårlige erfaringer med projektet: Nogle af leverancerne kunne have været mere virkelighedsnære.

Konklusioner: Der skal være meget tættere samarbejde i projektet. Det er tidskrævende at vidensdele mellem en akademisk ressource (RUC) og den udøvende part (NPÅ).

- 7) **Styrkelse af sekretariatet:** bl.a. med en lokation, der brander NPÅ, og giver lokationen flere funktioner

Kommentarer:

DS: Naturrummet kunne blive et brand for sekretariatet i om. at det ligger ved en af indgangene. Ikke flere midlertidige adresser.

- 8) **Inddragelse af næste generation** som naturguider/ambassadører i naturparken

Kommentarer:

HM: Gymnasieklasser som ambassadører

AS: Der er taget kontakt med naturgeografi klasser

- 9) **Udsigtspunkter/hotspots**

Kommentarer:

AS: Det kunne være godt med hotspots, men hvis ikke der er tilknyttet et tilbud (fra NPÅ) kommer folk der ikke.

KTC: Der skal være adgang til disse hotspots med bil, offentlig, cykel mm. Der skal være et sted i nærheden, hvor man kan spise, hvile o.l.

FL: Der skal være yderligere et møde om hotspots

- 10) **Partnerskaber med serviceproviders**

Kommentarer:

AS: Det er forsøgt med en certificeringsordning med produkter, der indledende kostede penge, og ikke fik ansøgere. Så snart det var gratis, kom der flere ansøgere.

FL: Der skal være en metode til at få serviceproviders ind på vores hjemmeside.

8. Forslag til fundament i form af værdier, der tydeligt fortæller måden hvorpå vi arbejder

- plakat for dagen kan findes i bilag 3

- FNs verdensmål som retning for værdigrundlag
- Balance mellem benyttelse og beskyttelse
- Ro, stilhed, naturens- og beboernes præmisser
- Eksklusivitet
- Bæredygtige valg

Værdierne skal understøtte visionen.

9. Er der konkrete handlinger i form af opgaver, som bestyrelsen og direktionen ønsker opmærksom på i en strategisk prioritering?

Punktet udgik

10. Den videre proces

- Kommunikation og branding der skaber tydelighed og gør NPÅ attraktiv for både kommuner, jordbesiddere, besøgende, beboere, lokale osv.
- Samarbejde på et grundlag, der skaber gensidig værdi for alle.
- Der skal laves en motor for, hvordan sekretariatet skal arbejde (især ift. økonomiske midler) – en license to operate.
- Det fælles grundlag skal komprimeres, der skal prioriteres og fravælges.
- Der skal være nogle konkrete handlinger, når naturparkplanen skal lægges frem.

Kommunikation om muligheder \$
Koordineret trafik til/i NPA ^{Erst}
Særlige forhold?

VÆKSTP

Andre aktører i
Naturparken

Kommunal
ansat til at
hjælpe lodsejerne
med mulighederne

CO₂ reduktion

100%
fratrilling

\$ hvad
for samfundet
ud af investering
i NPA

Politisk dagsorden

lodsejerne
vil gerne

Erventning
politik

Privat ejet område → byde
ind \$ \$

Bestyrelsen
Vordis natur
afdeling
offentlig adgang
Waxfjording

Utilgængelig natur perler

→ offentlig adgang

offentlig adgang på "beholdere"
Køb \$ \$

Private service providers }
→ \$
→ 😊

Elsterne
Samantidaz
Pahru

- Ture : → Buseliskusione

- Hjemmeside åbnes af \$
→ professionel

⇒ BRAND★

• Uddannelsen CO² aftryk - Høje tider i samfundet
 App Tidslommen - Ishidsruten - Dannelselse
 Ressourcerne gøre ved gode i lær/states
 Vestsjælland
 Strategiske indsatser
 Bestyrelse Indsætte til Q-mødet - Start Slut

Jernbane
 gennem
 NPA
 imod ☹️
 + spejdere
 • Ny generation af gader
 Skole/Universitet → Følelse
 Samfund
 Natur
 Formidling til udklængte
 National
 Lokale
 kemelutallings
 Natur + Kultur + Land + Menneske
 → TISSØ
 Vikingsenter
 → D + UK
 Naturskole
 Events
 Besøgende +
 • Mad + overnatning
 • Transport til NPA? (bus-cykel)
 • Hjemmelighed Kultur/NPA
 • Synlighed + Branding
 Steder hvor vi møder
 gode møder

Økonomi → Kommuner
 Strategiske indsatser
 Klimaaftalen
 Cø
 Klimaaftalen
 Tidsplan
 Klimavisión

Hvad er det vi vil med NPA → Information/Kommunikation
 Rebuilding diskussion - Større dyr - fortælle historien
 Køer, grise, biologi

Videnskaben skal fortælle

Fremtving til NPA Sam Menighed - Politisk dagsorden
 Bør vi TISSØ? - Tønderne? → D.P. 2/1

Partneriale - Service Partners
 Must win battles

Skal lykkes 2025

1. Sammenhæng med ledelse
2. Mere landbrugsjød ude fra pløven
3. Kendt til lokalitet til bopis + Udsigt til høje datter
4. Tydelighed → Kommunikation - synlighed + moseanede
5. kommunal indgang → Fuglesigt afstemning → afblaning
6. 3 Fuldføre Nye Veje Politik/garder
7. Ny location NPA + ydligere ressourcer (Naturum)
8. Ny generation guider indføres - gymnasier - spejdere
9. Udsigtspunkter - Fuglesigt - Sammenhæng - tur - rute

Værdi fundamentet (Måden)

FN's verdensmål

1. benyttelse / beskyttelse af natur

2. Rol/stilhed / naturens præmisser

3. Eksklusivitet

4. Boredyshise

Understøtte vision

a. Sammenhæng
 b. Projekter spille sammen
 c. Anvendelse af natur i projektet