



Inleiding

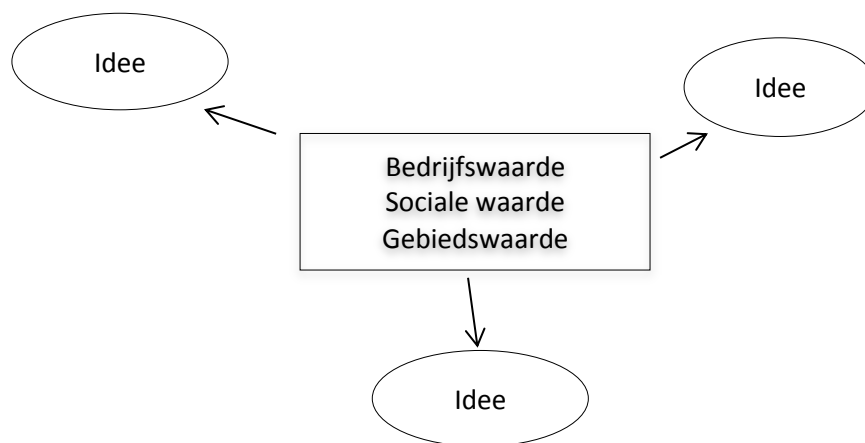
Donderdag 24 september hebben 22 buurtbewoners als direct belanghebbenden alle ideeën die tot nu toe werden opgehaald in workshops verder uitgewerkt. De workshops werden geleid door Dietz Communicatie. De partners waren er deze avond bij als toehoorder.

De workshops hadden de thema's 'wonen', 'werken' en 'verpozen'. De ideeën die tijdens de bijeenkomst op 25 juni met groene en oranje stickers zijn gewaardeerd, werden verder besproken op drie waarden: de bedrijfswaarde, de sociale waarde en de gebiedswaarde. Deze drie waarden vormen tezamen de waardeketen en geven een eerste zicht op de haalbaarheid van de ideeën. Het gebied zal in de toekomst immers 'de eigen broek gaan ophouden'.

Waardeketen

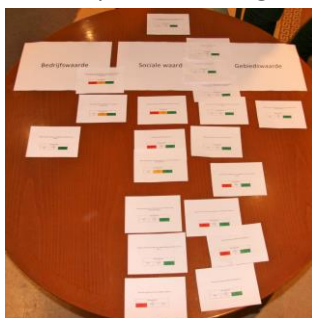
Elk ingebracht idee kan waarde aan het gebied toevoegen. Een idee kan bedrijfswaarde creëren, maar ook sociale waarde of gebiedswaarde. Voorbeelden van bedrijfswaarde zijn arbeidsplaatsen, omzet of geldelijke winst; bij sociale waarde gaat het om maatschappelijke winst en gebiedswaarde kan heel breed zijn: denk aan een uitzichtpunt of natuur maar ook de omgeving kan aan Dennenheuvel gebiedswaarde toekennen door een unieke verzameling van functies.

Het beste idee scoort op elk van de drie waarden. In de praktijk is het echter vaak zo dat een groep van ideeën het complete waardenpakket bestrijkt. Zo kan een klein initiatief met weinig omzet (lees bedrijfswaarde) toch hoog scoren. Het was in deze workshops dan ook de kunst om ideeën te groeperen die gezamenlijk op alle elementen uit de waardeketen kunnen scoren. Die ideeën brengen de Transitie van Dennenheuvel immers dichterbij.



Opzet workshops

Na een plenaire uitleg over de workshops, hebben drie groepen twee keer veertig minuten de ideeën op hun verschillende waarden besproken. De workshops waren ingedeeld op drie verschillende thema's: op wonen, op werken en op verpozen.



Bij elk idee werd ook de combinatie met andere ideeën gezocht zodat een groep van ideeën gezamenlijk op de drie waarden kan scoren. Na de eerste sessie van workshops heeft een deelnemer uit elke groep plenair een impressie van de discussie uit zijn groep gegeven. In de tweede ronde werd een workshop met een van de andere twee thema's gekozen. Zodoende konden de deelnemers aan twee workshops bijdragen en werden weer geheel nieuwe groepen met nieuwe inzichten gevormd.



Resultaten van de drie workshops

De besprekingen van de ideeën verliepen geanimeerd en vaak ook geïnspireerd. Voor een gedetailleerd verslag per idee; zie de drie verslagen verderop.

Omdat de ideeën in deze fase nog abstract geformuleerd zijn, stonden de groepen voor de vraag wat precies bedoeld werd met het betreffende idee. Door het idee te bespreken in het licht van de waardeketen kwamen de kansen op het genereren van waarden in beeld en werd het betreffende idee een slag concreter.



Wat in algemene zin in de workshops Wonen opviel was dat aan de meeste 'woonideeën' door de omwonenden van landgoed Dennenheuvel een sociale waarde werd toegekend.

Het begrip wonen (lees: bebouwing) staat in de beleving blijkbaar haaks op het natuurlijke karakter van het gebied: aan bijna geen enkel van de 'woonideeën' werd een gebiedswaarde toegekend.

Desalniettemin werd er constructief meegedacht, getuige het feit dat een van de ideeën die oorspronkelijk slechts één groene sticker had

gekregen toch in overweging werd genomen en als mogelijke geldbron in potentie van waarde werd geacht.

In de workshops Werken werd de voorwaarde uitgesproken dat alle ideeën kleinschalig moeten blijven. Er is zorg over het doorschieten van kleinschalige initiatieven naar grootschalig activiteiten. Het idee 'nodig kleine zelfstandige ondernemers – met een maatschappelijk verantwoorde visie – uit om hun bedrijf op Dennenheuvel op te zetten (bv een bakkerij)' leverde discussie op over het bestemmingsplan. De bestemming tot nu kent immers geen bedrijfsactiviteit. Wat versta je onder kleinschalige bedrijfsactiviteiten die passen binnen een maatschappelijk verantwoorde visie? Een kantoor aan huis?

In de workshops Verpozen kwam bij de zoektocht naar het genereren van alle drie de waarden het idee op voor het inrichten van een multifunctionele gemeenschappelijke ruimte op Dennenheuvel. Deze ruimte kan laagdrempelige functies krijgen zoals het organiseren van (beweeg)activiteiten, eventueel gecombineerd met horeca en voor verschillende doelgroepen. Dit idee gaat mooi samen met het idee met de meeste groene stickers: "Laat de toekomstige bestemming een mix zijn van zorg en wonen voor diverse doelgroepen." Ouderen, jongeren, alleenstaanden, kunst- & cultuurliefhebbers enzovoort komen hier samen. Dit idee wordt krachtiger als je het combineert met een woonfunctie op Dennenheuvel.

In de 2^{de} workshop Werken werd dit idee verder uitgewerkt. Het lijkt logisch de naaste omgeving van Dennenheuvel te betrekken bij het idee van de multifunctionele ruimte. In die zin dat bij de ontwikkeling de grens van Dennenheuvel verlegd kan worden naar de overkant van de Dennenweg. Een multifunctionele ruimte die naar behoefte van de 'buren aan de overzijde' wordt gebruikt. Je zou zelfs kunnen denken aan 'Dennenheuvel als wijkfunctie.





Verder pratend zijn er ook kansen om de samenwerking met de begraafplaats te intensiveren door de multifunctionele ruimte te gebruiken als condoleanceruimte.

Andersom is de naastliggende kapel ook een ruimte die gebruikt kan worden als kunstgalerie voor de kunstuitingen van de toekomstige gebruikers van Dennenheuvel (amateur en professioneel). De kapel is ook geschikt voor het houden van lezingen.

Maar als je dit idee gaat realiseren, pak dan ook de verkeersproblemen aan. Op dit moment is de Dennenweg gewoon te smal en schieten de huidige lapmiddelen te kort. Scholieren, begrafenissen, kinderopvang, artsen: het is te veel voor deze smalle straat.



In de workshops Verpozen werd besproken dat het faciliteren van 'verblijf op Dennenheuvel' de beste optie lijkt om bedrijfswaarde te genereren. Dit kan bijvoorbeeld in de vorm van een B&B, een kleinschalig zorghotel of (logeer)kamers voor opvang van visite van de bewoners. De kleinschaligheid is ook hier een voorwaarde. Dat betekent meteen dat niet één idee alleen bedrijfswaarde zal voortbrengen maar meerdere kleine initiatieven gezamenlijk.



Door kleinschalig verblijf te combineren met de ideeën over kunst en cultuur, stilte- en meditatie wandelingen en het bos (Natura2000), creëer je een Unique Selling Point (USP). Zo genereer je op zich gebiedswaarde maar door de activiteiten te richten op verschillende doelgroepen, voeg je sociale waarde toe.

In de tweede workshop Werken werd gesteld dat de ideeën over het restaurant, de lunchroom, de wijkfunctie, het zorghotel en de B&B de doelgroep vergroot van intern Dennenheuvel naar extern. Op die manier wordt het mogelijk de grens van Dennenheuvel - wat impact van deze activiteiten op de omgeving betreft - uit te breiden. Zodoende kan deze mix aan activiteiten dermate aantrekkelijk zijn dat het geheel zowel bedrijfswaarde, gebiedswaarde en sociale waarde genereert.

Door het organiseren van drie workshops in twee sessies achter elkaar kwam de interactie als vanzelf tot stand. De ene groep bracht de discussie van de andere groep weer een stapje verder. Kortom, een vruchtbare avond.



Verslag Workshop Wonen

De besprekingen van de woonideeën verliepen geanimeerd en deels ook geïnspireerd.

Wat in algemene zin bij beide besprekingen opviel was dat aan de meeste 'woonideeën' door de omwonenden van landgoed Dennenheuvel een sociale waarde werd toegekend.

Het begrip wonen (lees: bebouwing) staat in de beleving blijkbaar haaks op het natuurlijke karakter van het gebied: aan bijna geen enkel van de 'woonideeën' werd een gebiedswaarde toegekend.

Desalniettemin werd er constructief meegedacht, getuige het feit dat een van de ideeën die al eerder waren weggestemd (in dit geval met 16 stickers, waarvan 15 rood) alsnog in overweging werd genomen en als mogelijke geldbron in potentie van waarde werd geacht.



Hieronder volgt een korte terugblik op de belangrijkste conclusies per woonidee:



1. *Maak het wonen passend bij het landgoed; bouw ecologische woningen, bijvoorbeeld van leem (11 stickers, waarvan 2 oranje en 9 groen).*

Dit idee past goed bij het gebied; het zou een aanvulling zijn voor de bedrijfswaarde en de gebiedswaarde. Vraag is wel of een dergelijke bouwwijze haalbaar is, dat wil zeggen niet te duur en acceptabel voor kopers.

2. *Seniorenwoningen voor alleenstaanden: kwetsbare groep, vaak zonder kinderen (4 stickers: alle 4 groen).*

Interessant idee met een duidelijke sociale waarde omdat er in de omgeving op dit vlak weinig vergelijkbaar aanbod is. Kan uiteraard slechts een deel van de totale invulling zijn.

3. *Stel alleen Huize Pelletier beschikbaar voor zware zorg (4 stickers, alle 4 groen)*

Met zware zorg wordt waarschijnlijk 24-uurs zorg bedoeld. Een idee met een sterke sociale waarde. Vraag is wel of het voldoende haalbaar is, gezien de relatief geringe omvang van huize Pelletier.

4. *Denk ook aan sociale woningbouw (12 stickers, 3 rode, 1 oranje en 8 groene)*

Ook dit idee heeft een duidelijke sociale waarde. Maar gegeven het karakter van het landgoed en de omgeving kan dit slechts een gedeeltelijke invulling van de opgave zijn.



5. *De herontwikkeling moet gaan over jongeren & ouderen, gezond & ziek, met & zonder beperkingen (7 stickers, alle 7 groen)*

Dit idee reflecteert de visie van veel omwonenden: een mix van mogelijkheden voor verschillende doelgroepen op het terrein. Met mogelijkheden voor zowel sociale waarde als bedrijfs- en gebiedswaarde.

6. *Combineer wonen met verstandelijke gehandicapten zorg (5 stickers, waarvan 4 oranje en 1 groen)*

Net als bijna alle woonideeën scoort ook dit idee hoog voor sociale waarde. Past daarmee goed bij de beoogde mix op het terrein. Gezien het vergelijkbare aanbod in de omgeving is het echter de vraag hoeveel behoefte er is.

7. *Maak naar voorbeeld van de hofjes van Haarlem nieuwe 'hofjes van Dennenheuvel' (5 stickers, waarvan 3 oranje en 1 groen).*

De waarde van dit idee is sterk afhankelijk van de concrete invulling: komen de hofjes voor iedereen beschikbaar of alleen voor een specifieke doelgroep?

8. *Maak van Huize Pelletier een kleinschalig zorghuis voor dementerenden, naar voorbeeld van de Herbergier (5 stickers, waarvan 3 oranje en 2 groen)*

Dit idee voor een kleinschalig complex voor ouderenzorg past goed bij een idee als het bouwen van een klein zorgcomplex à la Anton Pieckhofje (zie hieronder). Beide ideeën hebben een sterke sociale waarde en vullen elkaar wellicht aan.

9. *Bouw een klein zorgcomplex à la het Anton Pieckhofje voor dementerende bejaarden in gezinsverband (10 stickers, waarvan 3 oranje en 7 groen)*

Dit idee heeft in de eerste plaats een duidelijke sociale waarde. Het zou goed passen in het veelzijdige aanbod dat de omgeving graag ziet.

10. *Bouw woningen voor ouderen met basisvoorzieningen zoals Aelbertsberg / De Wildhoeve / De Rijk (4 stickers, waarvan 1 rood en 3 oranje)*

Veel van de omwonenden vragen zich af of hier voldoende behoefte aan is, gezien het bestaande aanbod in de omgeving. Bovendien zijn de voorbeelden relatief grootschalig en het is de vraag of een dergelijke schaal letterlijk en figuurlijk past bij Dennenheuvel. Afhankelijk van de schaal heeft het idee vooral sociale en wellicht bedrijfswaarde.

11. *Maak een opvanghuis voor uit huis geplaatste jongen mensen (7 stickers, waarvan 3 rood, 3 oranje en 1 groen)*

Dit idee zou goed kunnen worden ingepast, mits op kleine schaal. Naast de duidelijke sociale waarde zou de inzet van de jongeren elders binnen Dennenheuvel ook tot extra bedrijfswaarde kunnen leiden.

12. *Combineer luxe koop- en zorgappartementen met maaltijden van een topkok, fitness met coach en privéparkeerplaats (16 stickers, waarvan 15 rood en 1 groen)*



Ofschoon dit idee liefst 16 stickers kreeg - waarvan notabene 15 rood – werd onderkend dat er wel mogelijkheden zijn om hiermee vanuit de bedrijfswaarde extra inkomsten te genereren en zo wellicht andere ideeën mogelijk te maken. Vraag is wel in hoeverre deze doelgroep zich thuis voelt bij de andere facetten van Dennenheuvel.

13. Maak van Dennenheuvel geen bejaardenoord (4 stickers, waarvan 1 rood en 3 groen)

Deze waarschuwing werd vooral opgevat als een pleidooi om niet heel Dennenheuvel in een bejaardenoord te veranderen. Dat past goed bij het idee van veel omwonenden voor een mix van doelgroepen.

14. Geef de buurtbewoners het privilege op een zorgplek op Dennenheuvel (9 stickers, waarvan 2 rood, 2 oranje en 5 groen)

Over dit idee ontstond tweespalt tussen de groepen. Bij de ene groep werd de sociale waarde ervan onderkend en zag men dit idee wel zitten. De andere groep vond dit idee feitelijk niet relevant voor de gebiedsontwikkeling van Dennenheuvel. Verzoek van die groep was het idee terzijde te leggen.

15. Maak het de beste woonplek voor senioren, anders komen ze niet (8 stickers, waarvan 4 rood, 1 oranje en 3 groen)

Dit idee leunt te veel tegen idee nr. 13 aan. De algemene conclusie was dat dit mogelijk een sociale en een bedrijfswaarde heeft maar hooguit kleinschalig kan worden ingevuld. Waarbij het de vraag is of het dan nog haalbaar is te maken.

16. Combineer de ontwikkeling van Dennenheuvel rond zorg en ouderen met het Centrum voor Jeugd en de Huisartsen Onder Een Dak (nieuw idee dat ter plekke opkwam)

Dit nieuwe idee werd door de tweede groep geopperd en stelt een samenwerking voor met de bestaande zorginstellingen aan de Dennenweg. Dit zou de banden tussen het landgoed en de omgeving kunnen versterken en zowel sociale als bedrijfswaarde kunnen hebben.

17. Laat de toekomstige bestemming een mix zijn van zorg en wonen voor diverse doelgroepen (19 stickers, waarvan 8 oranje en 11 groen)

Dit idee werd alom gezien als dé visie van de omgeving. Uiteraard is de waarde afhankelijk van de concrete invulling (vandaar wellicht de oranje stickers) maar het idee van een mix voor verschillende doelgroepen werd praktisch unaniem omarmt.



Verslag Workshop Werken

Wat in algemene zin opviel was dat geen enkel idee alle drie de waarden voort kan brengen. De voorwaarde van alle ideeën is dat ze kleinschalig moeten blijven. Er is zorg over het doorschieten van kleinschalig naar grootschalig.

Door de ideeën over het restaurant, de lunchroom en de wijkfunctie ook nog eens te combineren met de ideeën over een zorghotel en B&B (ideeën uit de workshop 'Verpozen') wordt de doelgroep vergroot van intern naar extern. Op die manier wordt het mogelijk de fysieke grens van Dennenheuvel - wat impact van deze activiteiten op de omgeving betreft - uit te breiden. Zodoende kan deze mix aan activiteiten dermate aantrekkelijk zijn dat het geheel zowel bedrijfswaarde, gebiedswaarde en sociale waarde genereert.



Hieronder volgt een korte terugblik op de belangrijkste conclusies per werkidée:



- 1. Bouw een ecologisch centrum, bijvoorbeeld voor milieubewust wonen en landbouw' (6 stickers waarvan 6 groen)*

Een ecologisch centrum zou je kunnen zien als het landgoed zelf dat als ecologisch gebouwencomplex een gebiedswaarde vertegenwoordigt. Let daarbij op de spanning die het heeft met Natura2000.
- 2. Creëer de mogelijkheid voor studie en educatiefaciliteiten op het landgoed (9 stickers waarvan 1 rood 1, 5 oranje en 3 groen)*

Combineer dit idee met het idee over het ecologisch complex
- 3. Nodig kleine zelfstandige ondernemers – met een maatschappelijk verantwoorde visie – uit om hun bedrijf op Dennenheuvel op te zetten (bv een bakkerij) (11 stickers waarvan 11 groen)*

Dit onderwerp levert discussie op in verband met het bestemmingsplan. De bestemming tot nu kent geen bedrijfsactiviteit; het heeft nu een maatschappelijke bestemming. Wat versta je onder bedrijfsactiviteit. In ieder geval niet grootschalig. Maar een kantoor aan huis zou misschien kunnen als dit in de maatschappelijke visie past? Mogelijk past in de maatschappelijke visie alleen kleinschalige bedrijfsactiviteiten?

Er zijn zorgen dat met de '11 groen stickers' gezegd kan worden, dat dit idee van 'bedrijfsbestemming' draagvlak heeft. Wat echter echt telt is het bestemmingsplan dat geen bedrijfsactiviteit toestaat.
- 4. Neem een lunchroom op in het plan die ouderen met een beperkte zorgvraag of mantelzorg langer zelfstandig laat wonen (10 stickers waarvan 2 rood, 3 oranje en 5 groen)*



Dit past goed in de visie. Een lunchroom kan naast sociale waarde ook bedrijfswaarde genereren (zie verderop).

5. *Verkoop de kruiden en groenten gekweekt in de tuin aan een restaurant in de buurt, bv Chapeau (2 stickers waarvan 1 oranje en 1 groen)*

De regels hiervoor zijn (te) scherp. Chapeau zal hier niet instappen. Mogelijk 'Fleurie' wel. Laat dit door de mensen die dagbesteding (zie idee creëer arbeids-/dagopvang) op Dennenheuvel krijgen, doen. Een restaurant op het landgoed zelf met groenten en kruiden uit de tuin zou ook mogelijk zijn.

6. *Combineer de tuin met een restaurant waar gehandicapten de gerechten serveren, bv De Blaffende Hond (11 stickers waarvan 11 groen)*

Goed idee in combinatie met idee over de lunchroom en het idee over arbeids-/dagopvang

7. *Creëer arbeids-/dagopvang (9 stickers waarvan 1 rood, 1 oranje en 7 groen)*

Combineer dit idee met het idee van de lunchroom en het idee met het restaurant waar gehandicapten de gerechten serveren.

8. *Intensiveer de samenwerking met de huisartsenpraktijk, het Centrum voor Jeugd en Gezin, de school en de kinderopvang Partou door activiteiten op Dennenheuvel ('herberg') (5 stickers waarvan 5 groen)*

Het inrichten van een multifunctionele ruimte die naar behoefte van de 'buren aan de overzijde' kan worden gebruikt op verzoek. Verder pratend zijn er ook kansen om de samenwerking met de begraafplaats uit te breiden door de multifunctionele ruimte ook te gebruiken als condoleance ruimte.

Andersom is de kapel ook een ruimte die gebruikt kan worden als kunstgalerie voor de kunstuitingen van de toekomstige gebruikers van Dennenheuvel (amateur en professioneel). De kapel is ook geschikt voor het houden van lezingen.

Bij de verdere ontwikkeling van dit idee lijkt het logisch de naaste omgeving te betrekken bij de ontwikkeling van Dennenheuvel. In die zin dat bij de ontwikkeling de grens van Dennenheuvel verlegd kan worden tot aan de overkant van de Dennenweg. Je zou dan kunnen denken aan "dennenheuvel als wijkfunctie".

Echter: als je dat doet, pak dan ook de verkeersproblemen aan. Op dit moment is de Dennenweg gewoon te smal en schieten de huidige lapmiddelen zoals een ander profiel van de straat, te kort. Scholieren, begrafenissen, kinderopvang, artsen: het is te veel voor deze smalle straat.

9. *Combineer de tuinderij met schooltuintjes (13 stickers waarvan 5 oranje en 8 groen)*

Mooi idee maar hier ontstond geen discussie over de 3 waarden



Verslag Workshop Verpozen

Wat in algemene zin opviel was dat nagenoeg aan alle ideeën over verpozen door de omwonenden van landgoed Dennenheuvel zowel sociale waarde als gebiedswaarde werd toegekend.



Het faciliteren van 'verblijf op Dennenheuvel' lijkt de beste optie om bedrijfswaarde te genereren voor de toekomstige ontwikkeling van het landgoed. Dit kan bijvoorbeeld in de vorm van een B&B, een kleinschalig zorghotel of (logeer)kamers voor opvang van visite van de bewoners.

De kleinschaligheid is een voorwaarde. Dat betekent meteen dat niet één idee alleen bedrijfswaarde zal kunnen voortbrengen maar meerdere kleine initiatieven gezamenlijk.

Door kleinschalig verblijf te combineren met de ideeën over kunst en cultuur, stilte- en meditatie(wandelingen) en het bos (Natura2000), creëer je een Unique Selling Point (USP). Zo genereer je gebiedswaarde. Door de activiteiten te richten op verschillende doelgroepen, voeg je sociale waarde toe.

Hieronder volgt een korte terugblik op de belangrijkste conclusies per idee over verpozen:



- 1. Verzorg stilte- en meditatie wandelingen (11 stickers waarvan 1 oranje en 10 groen)**
Binnen het thema verpozen is dit een idee dat alle drie de waarden aan het gebied kan toevoegen. Het is op de eerste plaats een sociale aangelegenheid. Daarnaast moeten deze wandelingen worden georganiseerd, hiervoor kan geld worden gevraagd. En tot slot voegt het gebiedswaarde toe, aangezien je de waarde van het bos 'omarmt'.
- 2. Een plaats voor kunst & cultuur (12 stickers waarvan 2 oranje en 10 groen)**
Afhankelijk van de visie kan dit idee zowel sociale- als gebieds- en bedrijfswaarde toevoegen. Het plaatsen van kunstobjecten in het bos voegt voor sommigen gebiedswaarde toe. Anderen zien het als een vorm van bedrijfswaarde, aangezien het de kunst en cultuur bezoekers zal aantrekken waar entree aan kan worden gevraagd. Het idee wordt sowieso als toevoeging van sociale waarde gezien.
- 3. Gebruik de huidige binnentuin als kruidentuin (10 stickers waarvan 1 rood 1, 3 oranje en 6 groen)**



Dit idee zou alle drie de waarden kunnen voortbrengen. De bedrijfswaarde werd hiervan wel minimaal ingeschat, aangezien de kruidentuin waarschijnlijk niet veel op zal leveren.

4. *Intensiveer de samenwerking tussen de Ark en de stichting Landschap Noord-Holland voor het onderhoud van het bos (7 stickers waarvan 2 oranje en 5 groen)*
Dit idee kan alle drie de waarden genereren.
5. *Behoud het bos als kwetsbare natuur en niet als recreatie. Stel het daarom niet open (10 stickers waarvan 1 oranje en 9 groen)*
Dit idee brengt gebiedswaarde voort.
6. *Het bos is Natura 2000 gebied, blijf eraf. Het bos is voor rust en natuur (7 stickers waarvan 7 groen)*
Net als het vorige idee zal dit idee voornamelijk gebiedswaarde genereren. Er kan sociale waarde aan worden toegekend als je het bos voor kleine groepen mensen open zou stellen.
7. *Ontsluit het bos als openbaar wandelgebied (16 stickers waarvan 10 rood en 6 groen)*
Een idee dat gebieds- en sociale waarde toe voegt aan het landgoed. Ook hier werd het idee niet erg positief ontvangen.
8. *Behoud de volkstuinen naast de tuinderij van de Ark (17 stickers waarvan 17 groen)*
Met dit idee kan zowel sociale- als gebiedswaarde toegevoegd worden aan het landgoed. Tegen dit idee is geen bezwaar.
9. *Maak het bos toegankelijk voor wandelaars uit de buurt zonder honden (17 stickers waarvan 8 rood 8, 1 oranje en 8 groen)*
Dit idee genereert voornamelijk sociale waarde. In zekere zin kan aan dit idee ook gebiedswaarde aan het landgoed worden toegekend, aangezien je tegelijk het bos behoudt.
10. *Maak een deel van het bos openbaar voor wandelaars en honden (27 stickers waarvan 13 rood, 3 oranje en 11 groen)*
Hiermee kan net als het vorige idee vooral sociale waarde aan het gebied worden toegevoegd. Daarnaast kan het gebiedswaarde toevoegen, aangezien je het bos minimaal aantast.
11. *Maak een 'herberg' als inloop met laagdrempelige activiteiten voor de buurt (6 stickers waarvan 2 rood 2 en 4 groen)*
Afhankelijk welke vorm de 'herberg' krijgt, voegt dit idee naast sociale waarde eventueel ook bedrijfswaarde toe aan het landgoed. Indien het de vorm van een buurthuis krijgt, voegt het idee alleen sociale waarde toe.
12. *Stel het bos open voor kleine groepen onder begeleiding (bv. schoolklassen, stiltewandelingen, houthakken (9 stickers waarvan 1 rood, 1 oranje en 7 groen)*
Wederom een idee dat op sociale waarde scoort en afhankelijk van de vorm ook gebiedswaarde toevoegt. Afhankelijk van aan welke doelgroep het bos wordt opengesteld, wordt het idee meer of minder positief ontvangen.
13. *Maak een trapveldje met goaltjes voor de kinderen in de buurt (12 stickers waarvan 4 rood, 3 oranje en 5 groen)*



Dit genereert sociale waarde. Met het idee gaan wel wat zorgen gepaard, maar aangezien het hier om het faciliteren van kinderen gaat was men niet direct fel tegen. Indien het idee in het plan wordt opgenomen, moet er zorgvuldig worden gekeken naar de vormgeving van het idee.

14. *Geef meer grond aan de Theresiaschool zodat kinderen meer speelruimte hebben (11 stickers waarvan 1 rood, 4 oranje en 6 groen)*

Ook met dit idee voeg je sociale waarde toe aan het landgoed. De vraag is of het ook bedrijfswaarde toe kan voegen aan het gebied, indien de school het stuk grond moet overkopen van landgoed Dennenheuvel.

15. *Bouw kleinschalig een paar logeerkamers voor visite van de oudere of zieke bewoners (5 stickers waarvan 2 oranje en 3 groen)*

Dit idee voegt sociale waarde toe aan het landgoed. In beperkte mate kan het ook bedrijfswaarde toevoegen, aangezien de kamers worden verhuurd.

16. *Stel de kapel na de renovatie open voor activiteiten van Dennenheuvel (9 stickers waarvan 5 oranje en 4 groen)*

In de workshops wordt dit idee gezien als een idee dat zowel bedrijfswaarde als sociale waarde aan het gebied toevoegt. Het wordt belangrijk gevonden dat de kapel voor multifunctionele activiteiten wordt opengesteld.

17. *Gebruik het bos als natuurbegraafplaats, manier van begraven zonder steen, soms een zwerfkei, maar meestal is de begravene later onvindbaar (14 stickers waarvan 5 rood, 3 oranje en 6 groen)*

Met dit idee kan bedrijfswaarde toegevoegd worden aan het landgoed, aangezien voor deze manier van begraven zal worden betaald. Daarnaast voegt het sociale waarde toe, omdat het voor de nabestaanden van betekenis kan zijn om te kiezen voor deze manier van begraven.

18. *Richt een kleinschalig zorghotel op (9 stickers waarvan 4 rood, 1 oranje en 4 groen)*

Dit is een idee met bedrijfs- en sociale waarde. Zolang het zorghotel kleinschalig blijft, kan dit binnen het thema 'verblijf op het landgoed' een goede optie zijn om bedrijfswaarde toe te voegen.

19. *Neem een B&B in het plan op om gasten te ontvangen die rust zoeken (16 stickers waarvan 3 rood, 3 oranje en 10 groen)*

In de workshops kwam dit idee naar voren als een idee dat bedrijfswaarde aan het landgoed toe kan voegen. Indien dit kleinschalige gerealiseerd wordt, wordt dit idee positief ontvangen.

20. *Bouw een vakantieoord voor invalide en ouderen (10 stickers waarvan 6 rood, 3 oranje en 1 groen)*

Dit kaartje werd meteen aan de kant gelegd, omdat het een 'rood' idee is.

21. *Het opstarten van een multifunctionele gemeenschappelijke ruimte met meerdere laagdrempelige functies (bijv. het organiseren van beweegactiviteiten, eventueel in combinatie met horeca) voor verschillende doelgroepen (bijv. ouderen, alleenstaanden, kunst & cultuur liefhebbers) die samen komen al dan niet in combinatie met een woonfunctie.*

Dit nieuwe idee werd tijdens de eerste workshop geopperd en kan alle drie de waarden laten ontstaan.