

Literatuur

[Zie gemeenschappelijk overzicht aan eind van de serie]

Noot:

De auteur dankt Freerk Wiersum voor zijn stimulerende bijdragen aan de totstandkoming van dit artikel.

De brochure 'Ondernemers in het groen' en informatie over het Niche Markets project is verkrijgbaar bij de auteur (tel. 0317 477721).

A.F. de Savornin Lohman (Landbouw Economisch Instituut)

Vermarkten: geen wondermiddel

Bossen vervullen, naast hun functie als houtleverancier, belangrijke maatschappelijke functies voor recreatie, milieu, natuurbehoud en landschap. Er zijn wetenschappelijke methodes ontwikkeld om de geldelijke tegenwaarde van die functies te schatten. Betekent dit nu dat het tijd wordt om die maatschappelijke waarden ook daadwerkelijk te 'vermarkten'?

Vanuit de overheid vallen deze geluiden met enige regelmaat te beluisteren. Er wordt een beroep gedaan op boscijgenaren om inkomstenbronnen aan te boren buiten het houtbeheer, zodat men minder afhankelijk wordt van subsidies. Van maatschappelijke actoren in de marktsector die profiteren van de maatschappelijke functies wordt verwacht dat zij een grotere bijdrage leveren aan de kosten van bosbeheer.

Maar hoe reëel zijn deze verwachtingen, gegeven de wettelijke kaders waarin het boscijgenendom functioneert? En wat zijn de redenen om aan te nemen dat boscijgenaren nu allerlei kansen laten liggen?

Boswet en bestemmingsplannen beperken vermarketing

Een van de doelen van de Bos-

wet is de instandhouding van het bosareaal. Door middel van de herplantplicht worden beheerders verplicht om de bosfunctie op hun terrein in stand te houden. Door deze wettelijke instandhoudingsplicht kunnen boscijgenaren het pure bestaan van het bosterrein, met alle maatschappelijke functies die dat met zich meebrengt, niet bij derden te gelde maken. Want waarom zouden derden betalen voor een prestatie die al wettelijk verplicht is gesteld? Alleen degene die de vrijheid heeft een bepaalde prestatie niet te leveren kan daarvoor op zakelijke basis een prijs bedingen. Overigens staan tegenover deze wettelijke instandhoudingsplicht wel een aantal fiscale compensaties, zoals de Bosbouwvrijstelling en de vrijstelling van Onroerende Zaakbelasting. Voor particuliere eigenaren zijn er specifieke voorzieningen, i.c. de vrijstelling van de vermogensrendementsheffing en de vrijstelling van successierechten voor bosterreinen die vallen onder de Natuurschoonwet (NSW). Deze voorzieningen hebben als effect - althans voor de NSW-terreinen - dat particuliere eigenaren fiscaal niet slechter af zijn dan institutionele eigenaren als Natuurmonumenten en Staatsbosbeheer.

De instandhoudingsplicht is een beperking van het eigendomsrecht, i.c. het recht op vormverandering. Deze beperking, die verzacht wordt door de bovengenoemde fiscale compensaties,

slaat neer in een lage marktwaarde van bosterreinen. Eigenaren van bosterreinen hebben deze beperking willens en wetens aanvaard - naast andere beperkingen, waarover in het onderstaande meer - en kunnen daarom geen recht doen gelden op betaling voor de pure instandhouding van de bosfunctie.

Het pure bestaan van bos is dan wel niet te verzilveren, maar extra prestaties boven het instandhoudingsniveau, oftewel de beheervrijheid boven het instandhoudingsniveau, wel degelijk. Mits die prestaties niet wettelijk verplicht zijn gesteld en mits er een koopkrachtige vraag is die additioneel te maken kosten dekt.

Behalve de Boswet stellen ook voorschriften in bestemmingsplannen veelal beperkingen aan het beheer. Gebruikelijk is bijvoorbeeld een verbod op nieuwe bebouwing en het uitbreiden van bestaande gebouwen, maar er zijn nog meer beperkingen (Inckel et al., 1998). Deze voorschriften hebben een doel - ze zijn er om een ongestoord basisrecreatief gebruik mogelijk te maken - maar ze beperken wel de mogelijkheden tot vermarketing.

Beperkte compensatie voor milieuschade

Daarnaast kunnen boscijgenaren in beperkte mate inkomsten verwerven, ter compensatie van (milieu-)schade die aan het bos wordt toegebracht, via subsidies in het kader van Effectgerichte

Maatregelen (EGM). Deze regeling richt zich echter alleen op schade door verzuring; schade door verdroging wordt er niet door gecompenseerd. Ook vergoeden waterwinningsbedrijven incidenteel schade aan houtopstanden die ontstaat door grondwateronttrekking (Bakker en Vroon, 1999).

Kop-hals-romp model

Al met al kan de huidige praktijk van vermarkting van bosfuncties worden gekenschetst als een 'kop-hals-romp'-model (De Savornin Lohman, 2000). De 'romp' is het instandhoudingsniveau, gedekt door de herplantplicht in de Boswet waarvoor bepaalde fiscale compensaties gelden. De relatie tussen de overheid en de bosbeheerder is asymmetrisch: de overheid legt de beperkingen op en beslist naar eigen goeddunken over compensatie.

De 'kop' is het domein van de beheervrijheid, de extra prestaties boven het instandhoudingsniveau die in principe aan belanghebbende partijen 'verkocht' kunnen worden. De relatie tussen de bosbeheerder en de belanghebbende is symmetrisch: men verhoudt zich als vrije contractpartners.

Als belanghebbende partijen kunnen zowel de overheid optreden als private partijen. De overheid betaalt via de pakketten van het Programma Beheer voor openstelling en het realiseren van specifieke natuurwaarden. Boseigenaren en overheid verhouden zich als vrije contractpartners: bouseigenaren kunnen er voor kiezen om op de subsidieregeling in te schrijven, maar ze kunnen er ook van afzien. De overheid kan naar eigen goeddunken de voorwaarden in de pakketten bepalen, al naar gelang de eigen beleidsprioriteiten. Daarnaast zijn er in de praktijk van het bos- en natuurbeheer al-

lerlei gevallen waarin private partijen betalen voor specifieke prestaties. Jagers betalen voor jachtrechten, ruiters voor ruiterbewijzen, bezoekers voor excursies en bij sommige bosterreinen wordt toegang geheven. Meer voorbeelden zijn te vinden in Hekhuis en De Baaij (1997), Gaasbeek en Wieman (2000) en het voorgaande artikel van Van Vliet.

Tenslotte wordt in de 'hals', het kwetsbare deel, geleden schade tot op zekere hoogte gecompenseerd. De bosbeheerder fungeert als schadelijdend subject, terwijl de compensatie zowel publiekrechtelijk van de overheid kan komen (EGM) als privaatrechtelijk van private partijen (vergoeding houtschade grondwateronttrekking). Naar verdere mogelijkheden op dit terrein wordt momenteel door LEI en Alterra onderzoek gedaan.

Wordt er nu te weinig vermarkt?

We moeten het additionele potentieel van vermarkting voor bestaande terreinen niet overschatten. Het pure bestaan van bos (de 'romp'), inclusief alle maatschappelijke functies die dat met zich mee brengt, wordt door de wettelijke instandhoudingsplicht afgedwongen. Een groot deel van de maatschappelijke waarden leent zich dus al niet voor vermarkten.

In de 'kop' wordt wel degelijk al vermarkt, zoals blijkt uit de publicaties die in het bovenstaande zijn aangehaald. Ook uit de jaarlijkse LEI-bosbouwonderzoeken bij particuliere eigenaren en uit de jaarverslagen van natuurbeschermingsorganisaties en Staatsbosbeheer blijkt dat er niet te verwaarlozen inkomstenbronnen zijn buiten het houtbeheer en subsidies om.

Is er dan wel reden om te veronderstellen dat beheerders nu 'te

weinig' vermarkten en allerlei kansen op winstgevende vermarktsopties laten liggen? Er is immers wel degelijk een prikkel tot het verbeteren van de eigen financiële positie, want overheids-subsidies vullen exploitatietekorten niet automatisch aan. En welke eigenaar kan zich permitteren om geld dat op straat ligt niet op te rapen?

Vermarkten is niet altijd rendabel

Het zijn de beheerders zelf die in hun eigen concrete situatie het beste kunnen beoordelen welke strategie voor het verbeteren van de exploitatie het meest geschikt is. Zo hebben particuliere eigenaren in het recente verleden vooral gekozen voor kostenreductie in het houtbeheer. Een rationele strategie, gegeven het in hun situatie dominante belang van de houtexploitatie. Stel daar tegenover de financiële risico's die vermarktsopties met zich mee brengen. Daarbij komen nog eventuele maatschappelijke weerstanden, die het rekenen van prijzen voor tot nu toe ongeprijsde zaken kan opleveren. Niemand kan van tevoren zeker zijn over het rendement van een vermarktingsproject. De technische complexiteit is wellicht gewoonlijk niet groot, commerciële risico's zijn er des te meer. Gegeven de niet altijd florissante eigen vermogenspositie van beheerders is financiering niet eenvoudig. Een van de uitkomsten van het Niche Markets project (besproken door Van Vliet in dit nummer) was dat bos- en natuurbeheerders met de vermarktingsprojecten vaak niet primair gericht zijn op winst en dat ook immateriële doelen zoals eigen motivatie en public relations een belangrijke rol spelen. Financieel rendement is dus slechts een deel van het verhaal.

Subsidies als investering in diversiteit

Hoe rijk kunnen we ons rekenen in de Nederlandse omstandigheden, met een groot aantal kleinere terreinen, 'Hollandse' natuurwaarden (degelijk maar niet spectaculair), de breed levende gedachte dat basisrecreatief gebruik gratis moet zijn en de geringe geneigdheid van bestuurders om zwaarder recreatief gebruik toe te laten? We zullen wellicht moeten erkennen dat bos in Nederland nu eenmaal een sterk publiek goed karakter heeft, gegeven de objectieve omstandigheden en bestaande maatschappelijke voorkeuren. En dat we dus niet kunnen zonder subsi-

dies en fiscale tegemoetkomingen.

Een dergelijke 'klassieke' onderbouwing van het nut van subsidies is echter niet voldoende in een tijd waarin subsidies met wantrouwen worden gezien. Een andere legitimering voor het nut van subsidies is om ze te zien als een investering in de diversiteit aan beheersinstituten die Nederland rijk is (zie ook het voorgaande artikel van Wiersum en Van Vliet). Er is een continuüm dat loopt van puur overheid, via Staatsbosbeheer en natuurbeschermingsorganisaties (landelijk en provinciaal) tot agrariërs en particuliere eigenaren. Het gebouw van de diversiteit, die

zorgt voor een grote inschakeling van burgers bij bosinstandhouding en beheer en voor een grote verscheidenheid in beheerstijlen, staat stevig dankzij het fundament van subsidies en fiscale tegemoetkomingen. Het uitwerken van deze diversiteitsgedachte, als onderbouwing van het nut van subsidies, is een van de onderwerpen in het lopende onderzoek van LEI en Alterra in het kader van het DWK-programma Bosonderzoek.

Literatuur

[Zie gemeenschappelijke lijst voor de drie artikelen]

Literatuur bij artikelenserie vermarketing

- Bakker, G. & H. Vroon, 1999. Het bepalen van groeiverandering bij verandering van de grondwaterstand. *Nederlands Bosbouw Tijdschrift*, 1999, p. 181-184.
- Gaasbeek, N.H. & E.A.P. Wieman, 2000. Ondernemers in het groen. Voorbeelden van vermarketing van bos en natuur. Alterra en SBNL, Wageningen.
- Groot, R.S. de, 1992. *Functions of nature. Evaluation of nature in environmental planning, management and decision making*. Wolters-Noordhoff, Groningen
- Hamsvoort, C.P.C.M. van der, J.H.A. Hillebrand & A.F. de Savornin Lohman, 1999. Meervoudig duurzaam landgebruik: vermarketing van natuur en landschap. LEI Den Haag, pp. 8.
- Hansman, H., M. Borgstein & W. Kolkman, 1999. Vermarkten van natuur. Perspectieven voor ketenarrangementen? Landbouw-Economisch Instituut, Den Haag, LEI Rapport 4.99.22
- Hekhuis, H.J. & G. de Baaij, 1997. Toepassing van het profijtbeginself voor de financiering van bos- en natuurbeheer. IBN-rapport 254, Wageningen 1997.
- Inckel, S.F., H.C.M. Brusse & C.J.M. van Vliet, 1998. Restrictions and incentives in the policy field regarding niche markets for forest goods and services. Draft report IBN-DLO.
- Jonker, L. & C. Dekker, 1999. Boeren, buitenlui en hun bosproducten. Een inventariserende studie naar niet-houtige bosproducten en hun mogelijke bijdrage aan platteland vernieuwing. Landbouwwetenschappelijke Universiteit Wageningen. AV 99-29.
- KPMG, 1999. Natuurgebieden als drager van de regionale economie.
- KPMG Milieu & LEI, 2000. Geldstromen verbonden met natuur, bos en landschap: De Brabantse Biesbosch en de Utrechtse Heuvelrug. In opdracht van Ministerie Landbouw, Natuurbeheer en Visserij, Directie Natuurbeheer.
- Mantau, U., 1995. Von der Waldfunktionenlehre zur Waldproduktlehre. *Holz Zentralblatt* 26: 445, 451-453.
- Mantau, U., 1997. Alternative ways of correcting market failure; Product structures - a key to marketability. *Living Forests*, ch. 6, p. 270.
- Mantau, U., M. Merlo, W. Sekot & C.J.M. van Vliet, 2000. RES-Niche Markets for Recreational and Environmental goods and services from multiple forest production systems. The RES-project - Introduction and conclusion. European Commission, EU-FAIR: PI 95-0743.
- Paasman, J., R. Jans, W. Schaap & J. van der Jagt, 1997. *Natuurverkenning 1997, een evaluatie van het bosbeleid*. *Nederlands Bosbouw Tijdschrift* 69(4): 157-171.
- Ploeg, J.D. van der, 1994. *Styles of farming: an introductory note on the concepts and methodology*. In: Ploeg, J.D. van der & A. Long (eds), *Born from within. Practices and perspectives of endogenous rural development*. Van Gorcum, Assen, pp. 7-30.
- Ploeg, J.D. van der & K.F. Wiersum, 1996. *Styles of forest management by small forest owners, characteristics and scope for rural development*. In: P. Gluck & G. Weiss (eds), *Forestry in the context of rural development: future research needs*. European Forest Institute, Joensuu, Finland, EFl Proceedings 15: 45-57.
- Savornin Lohman, A.F. de, 2000. *Overheidsbeleid en particulier boseigendom. Het kop-hals-romp model*. LEI, Den Haag.
- Schanz, H., 2000. *De meeste particulieren richten zich vooral op het realiseren van bosbeelden. 'De tijd nemen' is dan het meest efficiënt*. *Nieuwsbrief Project Geïntegreerd Bosbeheer* 5: 2-5.