

ProBos: krachtenbundeling door communicatie

De Stichting ProBos zet zich sinds augustus 1993 in voor de versterking van de positie van het bos door middel van communicatie. In die maand ging het bestuur van ProBos akkoord met de door de voorzitter opgestelde nota "Het bos spreekt", waarin een Public Relations & Public Affairs programma is ontwikkeld voor de jaren 1994 en 1995. Deze nota was de eerste stap voor de uitvoering van een strategie, zoals deze door de participanten van de Stichting ProBos was beoogd.

Eind 1992 had een aantal organisaties (Bosschap, Stichting Bos en Hout, Stichting Recreatie, Koninklijke Nederlandse Bosbouw Vereniging, Nederlandse Vereniging van Boseigenaren en het Staatsbosbeheer) het initiatief genomen om de Stichting Public Relations en Bos (ProBos) op te richten. Doel van de Stichting is "het kweken van

versnipperde belangen werken nog sterker door in de externe communicatie. Er moet nog heel wat gebeuren, voordat de problematiek van het Nederlandse bos zodanig helder en consistent is geformuleerd dat het publiek en de politiek er op een goede en verantwoorde wijze mee kunnen omgaan.

Op de conferentie "Bos snijdt hout" (Zie ook Bos en Hout Berichten no. 7) benadrukte prof. dr. A. van der Meiden dat het er niet alleen om gaat de beeldvorming en het bewustzijn over het bos te versterken (Public Relations), maar ook en vooral de belangenbehartiging te coördineren en stimuleren (Public Affairs). Uitgaande van het door de participerende organisaties ontwikkelde beleid, is de Stichting ProBos een professioneel instrument om de beoogde doelen te bereiken. Het bos moet spreken.

De vaste vijfhoek

De basis van ProBos ligt dus in de overtuiging, dat communicatie een rol kan en moet spelen om binnen de bos- en houtwereld de krachten te bundelen. Alle betrokkenen zijn het met elkaar eens, dat de onderlinge verdeeldheid en het zich tegen elkaar afzetten uiterst negatief werken. In een analyse van sterke en zwakke punten vormen deze aspecten de grootste zwakte en bedreiging. Omgekeerd is het ook zo, dat de beleving van het bos positief is en dat de meeste Nederlanders graag meer bos willen zien. Daar liggen dus de grootste kansen en sterkte.

Deze constatering is echter niet voldoende. Het probleem ligt ergens anders. Bos moet een identiteit krijgen die past in onze samenleving. Het gaat erom duidelijk te maken, dat bos en natuur niet hetzelfde zijn. Bos is het groene kapitaal. Dat is het eerste uitgangspunt voor de identiteit van ons bos. In het Bosbeleidsplan wordt gesteld: "Het grootste deel van de bossen is multifunctioneel. Dat wil zeggen dat deze bossen een functie vervullen voor zowel recreatie, houtproductie, natuur, landschap en milieu". Bosbeheer – zo wordt algemeen aanvaard – stoelt op deze vaste vijfhoek. Vanuit dit uitgangspunt behoort bosbeleid vorm te krijgen. Een bosbeleid dat vooral harmonisatie nastreeft tussen de drie belangrijkste gebruiksfuncties: hout/natuur/recreatie. En een



Bossen vervullen een functie voor de houtproductie, natuur, recreatie, landschap en milieu.

een beter begrip voor de maatschappelijke en economische betekenis van het bos in al zijn functies". Dit gebeurt door het realiseren van een PR-programma, dat niet alleen de inspanningen van de individuele organisaties versterkt, maar zoveel mogelijk ook gemeenschappelijk wordt opgezet. Het gaat hierbij zowel om interne als externe communicatie. Bij de oprichting van ProBos en in alle discussies is de geringe interne communicatie als een belangrijke reden gezien voor bestaande tegenstellingen binnen de bos- en houtwereld. Deze

bosbeleid dat een nog breder draagvlak krijgt door de twee belangrijke inbrengfuncties: de bijdrage die bos levert aan de karakteristiek van het landschap en aan de kwaliteit van het milieu. De twee hiervoor geschetste uitgangspunten moeten nog gecompleteerd worden door een derde, communicatief uitgangspunt. Communicatie kan en mag niet vrijblijvend zijn. Communicatie is tweerichtingsverkeer, wat om betrokkenheid vraagt bij de verschillende publieksgroepen. Een dergelijk "commitment" zal in ieder geval op twee pijlers moeten rusten: bewustwording en urgentiegevoel. De bewustwording is vooral belangrijk bij de externe doelgroepen; daar moet het besef doordringen, dat instandhouden en uitbreiden van bos hoge prioriteit verdient. Het ontwikkelen van een urgentiegevoel is vooral noodzakelijk voor de interne doelgroepen; daar moet duidelijk doordringen welke risico's men loopt als de bos- en houtwereld verzuimt om snel veranderingen te realiseren en een herkenbaar gezicht te tonen.

Geen communicatie zonder agenda

Vanuit de zojuist genoemde drie uitgangspunten heeft ProBos een agenda opgesteld, die op relatief korte termijn (twee jaar) gerealiseerd moet worden. Het gaat erom interne en externe doelgroepen via communicatie tot verandering in kennis, houding en gedrag te brengen. De agenda kent zes doelen.

Doel 1: Meer begrip voor de betekenis van het bos en de diverse vormen van bosbeheer.

Doel 2: Meer geld voor het instandhouden en uitbreiden van bos.

Doel 3: Sterker gevoel dat haast geboden is met prioriteit voor het bos in alle facetten.

Doel 4: Sterkere druk op opinieleiders en beleidsmakers om het bos serieus te nemen.

Doel 5: Betere communicatie binnen de bosbouwwereld.

Doel 6: Betere samenwerking met relevante overheden en organisaties voor specifieke projecten.

Misschien is het goed door een voorbeeld aan te geven, op welke manier ProBos deze doelen wil bereiken.

Op 14 december 1993 gaf het Boschap in een brief aan de Vaste Commissie voor Landbouw en Natuurbeheer commentaar op het Regeringsstandpunt Bosuitbreiding: "Waar het aankomt op het instrumentarium om de bosuitbreiding te realiseren, is het regeringsstandpunt voor wat betreft de bosaanleg door derden als vrijblijvend te betite-

len. Verder wordt geconstateerd, dat de financiële middelen – gegeven de ambities – niet toereikend zijn". Hoewel de doelen 2, 3 en 4 in deze korte passage aan de orde zijn, is realisatie daarvan zonder de doelen 1 en 5 illusoir. Immers, hoe kunnen kamerleden een verantwoorde afweging maken zonder een beter begrip voor het bos? En hoe weet de bosbouwwereld dat ProBos hun belangen behartigt als de communicatie daarover ontbreekt? ProBos ziet het daarom als primaire taak om vooral de doelen 1 en 5 na te streven.

Het spreekt vanzelf, dat een agenda ook bewaakt moet worden.

Daarvoor is een organisatiestructuur gecreëerd, die bestaat uit een bestuur en een communicatiegroep. Het bestuur van ProBos (bestaande uit vertegenwoordigers van de 6 eerder genoemde organisaties) volgt de ontwikkelingen in bos en bosbouw, die om gezamenlijke standpunten en/of gezamenlijke communicatieactiviteiten vragen en geeft prioriteiten aan in het PR/PA-programma. Het bestuur is er beleidsmatig en financieel verantwoordelijk voor dat ProBos zich op de gewenste manier manifesteert. Als het om Public Affairs (lobby) gaat, besluit het bestuur ook welke bestuursleden ProBos representeren of dat vertegenwoordiging door de eigen of een andere organisatie meer wenselijk is.

De communicatiegroep van ProBos is verantwoordelijk voor de interne informatieverzorging (persinformatie, activiteiten van relevante organisatie), het bijhouden van bestanden (achterban, externe doelgroepen, media) en het realiseren van de door het bestuur goedgekeurde communicatieactiviteiten. Deze uitvoering gebeurt op ad hoc basis en zoveel mogelijk in het verlengde van activiteiten van de eigen organisatie. Dit bespaart kosten en menskracht en versterkt de effectiviteit van de actie.

De communicatiegroep bestaat uit communicatiedeskundigen, niet alleen van de in de Stichting vertegenwoordigde organisaties, maar ook van Grontmij, Heidemaatschappij en Natuurmonumenten.

Achterban en voorland

Het bestuur van ProBos heeft vanaf het begin onderkend, dat het belangrijk is duidelijk vast te stellen op welke doelgroepen de PR/PA-activiteiten zich richten. Daarbij is het aspect inbegrepen, hoe deze doelgroepen over bosbouw denken. Voor ProBos zijn acht doelgroepen te onderscheiden:

- 1 Eigen achterban
- 2 Directe relaties
- 3 Boseigenaren
- 4 Bestuur en politiek
- 5 Adviescolleges
- 6 Media
- 7 Onderwijs en onderzoek
- 8 Overige organisaties

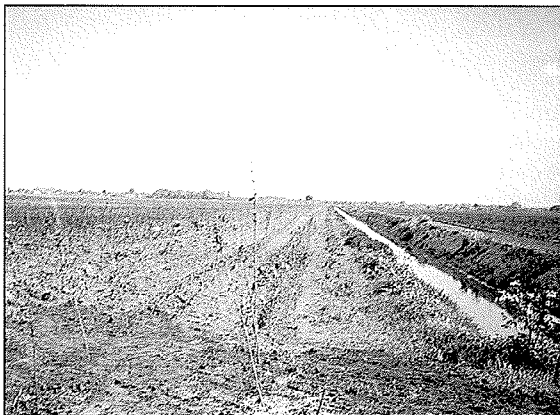
Het is duidelijk, dat voor de interne communicatie doelgroep 1 primair is, maar ook groepen 2 en 3 komen hiervoor in aanmerking. Voor beïnvloeding van het beleid via PR/PA is doelgroep 4 primair, maar ook groepen 5 en 6 spelen hier een rol. Doelgroep 6 is tevens het intermediair naar het grote publiek. Voor specifieke projecten op het gebied van educatie en voorlichting is doelgroep 7 de belangrijkste. Bij doelgroep 8 gaat het in feite alleen om informatie; in deze groep zitten niet alleen mede- maar ook tegenstanders.

Gezien het belang dat ProBos – terecht – hecht aan het verbeteren van de communicatie tussen en binnen de relevante organisaties in de bos- en houtwereld, vormt de eigen achterban een prioritaire doelgroep. De inzet van de interne communicatie is daarbij gericht op:

- het stimuleren van de interne discussie op basis van gemeenschappelijke vertrekpunten;
- het verbeteren van het gemeenschappelijk belang voor bundeling van krachten;
- het formuleren van een kader voor doorvertaling van dit gezamenlijk concept naar individuele communicatieactiviteiten.

Eenzelfde prioriteit ligt er voor de doelgroep "bestuur en politiek". Hierbij is echter niet te volstaan met de klassieke besluitvormers, maar moeten we ook rekening houden met toekomstige doelgroepen, die in de discussie over de inrichting van het landelijk gebied en zijn functies/produkten ook een belangrijke rol spelen. Een voorbeeld daarvan is het eerste "Boerenbos" dat op 11 mei 1994 in Gasselternijveen is aangeplant.

ProBos besteedt ook aandacht aan toekomstige doelgroepen, zoals de aanplanters van dit "boerenbos" in Gasselternijveen.



Prioriteiten en projecten

Het bescheiden budget van de Stichting (ca. f 50.000,-) noodzaakt tot het stellen van prioriteiten, een zeer gerichte aanpak en tot het creatief zoeken naar financieringsbronnen, zoals bijvoorbeeld sponsoring. Het programma "Het bos spreekt" stelt onder meer de volgende activiteiten voor:

- interne communicatie
- media relaties

- evenementen/excursies
- educatie/publieksvoorlichting
- Public Affairs

Interne communicatie

Een belangrijk punt is de wijze waarop ProBos met de eigen achterban wil communiceren. Hoewel het uit kosten oogpunt en ook om een wat bredere groep te bereiken interessant is bij deze communicatie mee te liften met bestaande periodieken, zal het ook nodig zijn, dat ProBos een directe, eigen drager voor informatie heeft. Dit speelt vooral bij grote actualiteit en bij specifieke standpuntbepaling. In het najaar van 1994 verschijnt dan ook de eerste uitgave van een zogenaamde Bosbrief. Daarnaast zijn tot nu toe artikelen verschenen in de Special bij "Recreatie & Toerisme" (1994, nr. 2) en in "de Landeigenaar" (mei 1994). Ook dit "Bos en Hout Bericht" is een manier om informatie uit te dragen.

Media-relaties

Bij de algemene- en de vakpers is het van groot belang een goede relatie te krijgen en te houden met de journalisten die hun mening geven over bos. Dit gebeurt door individuele contacten, het organiseren en bezoeken van persbijeenkomsten en – waar mogelijk – deelname aan persreizen. In feite moet het zo zijn, dat de media ProBos zien als een betrouwbare informatieleverancier. Een tweede punt is het genereren van publiciteit. Hiervoor is het nodig artikelen of ingezonden stukken te schrijven, interviews uit te lokken en persgesprekken te initiëren. Het is cruciaal voor de opinievorming dat ProBos – zodra daarvoor aanleiding is – haar mening naar de buitenwereld presenteert. Tenslotte is specifieke aandacht nodig voor de woordvoering. In het algemeen blijft het van belang, dat de ProBos-organisaties hun eigen verantwoordelijkheid voor woordvoering houden en effectueren. In bepaalde gevallen (actualiteit, breedte van het onderwerp) kan het essentieel zijn dat ProBos via de voorzitter de woordvoering verzorgt.

Evenementen/excursies

Een gebruikelijk instrument in ieder PR-programma is het organiseren van evenementen, excursies e.d. Dit berust ook op het gegeven, dat opinieleiders en beslissers hun kennis over het bos vooral opdoen door eigen ervaring. Laat het bos zelf spreken! Via VIP-excursies onder professionele (bosbouwkundig en communicatief) leiding kan de bosbouwwereld laten zien wat goed bosbeheer inhoudt en wat de resultaten zijn. Ook op dit terrein is in het najaar van 1994 een eerste initiatief te verwachten. Daarnaast is ProBos betrokken bij

evenementen van derden, zoals bijvoorbeeld in mei jl. de conferentie "Bos snijdt hout" en de oprichting van de federatie Particulier Land Bos Natuur.

Educatie/publieksvoorlichting

Naast de geringe politieke aandacht voor bos en bosbouw, heeft ook de kritiek van het publiek op het bosbeheer (kappen/saai beeld) een rol gespeeld bij de oprichting van ProBos. Daarom is het belangrijk het grote publiek in de strategie te betrekken. In de eerste plaats valt te denken aan educatie, enerzijds door te penetreren in bestaande leermiddelen en anderzijds door zelf een les-pakket samen te (laten) stellen. In de tweede plaats is het belangrijk om een begin te maken met de publiekscampagne "Het bos spreekt". Onderdelen van deze campagne kunnen zijn: een bosdag (een open dag in het bos, conform de museumdag) en een bosbrochure (waarvoor momenteel een concept bij een mogelijke sponsor ligt). Het is duidelijk dat invulling van een campagne vooral afhankelijk is van de financiële middelen en de beschikbare menskracht.

Public Affairs

Een eerste doelstelling bij het bedrijven van Public Affairs is het duidelijk maken van de integrale benadering (de vaste vijfhoek). Daarvoor is het een absolute vereiste dat er een gemeenschappelijk standpunt bestaat. Het streven om in ons land tot een dergelijk "commitment" (Nederlands Bos Akkoord) te komen, komt hierna aan de orde. Andere initiatieven zijn ook genomen. Ter ondersteuning van het belang van bosuitbreiding heeft ProBos op 17 maart 1994 in het Haagse Bos (de Koekamp) kamerleden het zogenaamde "Binnenhofbos" laten aanplanten. Bijdragen van de ANWB en het Staatsbosbeheer maakten deze activiteit mogelijk. De grootte van het bos is bepaald door de schatting die de Tweede Kamerfracties op 21 december 1993 in het perscentrum "Nieuwspoort" hadden gegeven over hun toekomstige sterkte. Elke geschatte zetel was goed voor één boom. De totale verwachting kwam uit op 185 zetels, waardoor het "Binnenhofbos" wat royaler is geworden dan de echte omvang van de Tweede Kamer. Waar het om gaat is het feit, dat door dit evenement de relatie is versterkt tussen de wereld van het bos en die van de politiek.

Minder spectaculair, maar daarom niet minder belangrijk zijn de brieven die ProBos stuurt over politieke issues, bijvoorbeeld een brief aan de Minister van LNV over het verdwijnen van het woord "Bos" of "Bosbouw" in de naamgeving van de LNV-organisatie en aan de kabinetsinfor-

mateurs over de noodzaak van een actief bosbeleid.

Nederlands Bos Akkoord

Er bestaat in ons land duidelijke behoefte om de positie van het bos te versterken, zowel in de opinie- als in de besluitvorming. Daarvoor is het een absolute vereiste, dat er ten aanzien van het bos een gemeenschappelijk uitgangspunt bestaat, in de vorm van een zogenaamd bosakkoord. De ervaring leert, dat het hanteren van zo'n "mission statement" een goed instrument is om intern en extern het draagvlak voor een organisatie en haar beleid te vergroten. In navolging van Canada, waar in 1992 door 27 organisaties met verantwoordelijkheid op het gebied van bosbouw, natuurbescherming en houtproductie een akkoord getekend is, zou de Nederlandse inhoud als volgt kunnen zijn: "Onze opdracht is het op lange termijn instandhouden en versterken van het bos en het scheppen van meer mogelijkheden op het gebied van economie, milieu, natuur en recreatie".

Voor de voorbereiding van het Nederlands Bosakkoord is een werkgroep gevormd, waarin – naast ProBos – het Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij, het Boschap, de Stichting Bos en Hout, de Stichting Natuur en Milieu en de Stichting Recreatie vertegenwoordigd zijn. Het streven is dat in het komende najaar in totaal circa twintig organisaties het NBA ondertekenen, waarbij uiteraard hun inbreng mede bepalend is voor het uiteindelijke resultaat. In een van de volgende Bos en Hout Berichten zal het resultaat van dit belangrijke initiatief uitgebreider aan de orde komen.

Ir. E. Denig, voorzitter Stichting ProBos



Drs. W.J. Deetman, voorzitter van de Tweede Kamer, plant de eerste boom in het "Binnenhofbos".

"Een bijzonder aspect van voorlichting is het streven om via communicatie de positie van het bos te versterken. Hierbij gaat het erom de sterk versnipperde belangen binnen de bosbouwsector te bundelen. De Stichting ProBos kan op dit vlak een rol spelen. De inzet is gericht op het formuleren van gemeenschappelijke publiek-private doelstellingen en op concrete activiteiten om het "bosbewustzijn" van de samenleving te vergroten". (Bosbeleidsplan- Ministerie van Landbouw, Natuurbeheer en Visserij, december 1993)

© Uit deze publicatie mag niets overgenomen worden zonder schriftelijke toestemming vooraf van de Stichting Bos & Hout.

Stichting Bos en Hout
Bosrandweg 5, Postbus 253
6700 AG Wageningen
Tel. 08370-24666

SBH