



BAM

Bron: "Nieuwe randweg Zundert: hoe een weg goed is voor de natuur"; Samenwerking: BAM, gemeente Zundert, de provincie Noord-Brabant en het waterschap Brabantse Delta. (<http://www.bouwendnederland.nl/>)

Wat

In de lijst van belangrijke doelen uit de strategische agenda 2013-2015 stelt BAM het behalen van duurzame prestaties als prioriteit. De focus ligt daarbij op het verminderen van CO₂-uitstoot, in het verminderen van de afvalstroom en op het bewustzijn van stakeholders met betrekking tot duurzaamheid.

Specifiek voor natuur en biodiversiteit stelt BAM dat zij haar milieu-impact wil beperken. 'Wij treffen alle redelijkerwijs

mogelijke maatregelen om onze activiteiten zodanig uit te voeren dat milieueffecten zo minimaal mogelijk zijn voor de lokale omgeving. Wij bevorderen milieubewust handelen en zoeken naar mogelijkheden om biodiversiteit op onze bouwplaatsen te bevorderen. Bescherming van de biodiversiteit is een bijzonder belangrijk onderwerp voor gebiedsontwikkeling en grotere bouwprojecten'. (BAM Duurzaamheidsverslag 2013).



De bestaande autoweg tussen Rosmalen en Geffen is omgebouwd naar een snelweg met groenelementen. Bron: <http://www.mostertdewinter.nl/projecten/pps-a59?nc=a335c22ba9d2e723b0fd33bb1bc69a1f&vnp=24>

Waarom

BAM is een koploper in de markt van bouw en infrastructuur in Europa. Om deze marktpositie te behouden, wil BAM ook voorop lopen bij actuele thema's en doelen zoals duurzaamheid. Mede daarom vormt duurzaamheid ook een integraal deel van de visie, missie en ondernemingsprincipes van BAM's bedrijfsstrategie. Natuur- en biodiversiteitsdoelstellingen zijn daarbij inbegrepen, maar zijn niet de eerste prioriteit. De belangrijkste milieudoelstellingen zitten in het reduceren van de CO₂-emissie, omdat BAM gelooft dat de klimaatverandering de grootste bedreiging is voor duurzame ontwikkeling, en in het terugdringen van afval.

BAM ziet duurzaamheid als marktkans. Door duurzame en innovatieve methodes te ontwikkelen, hoopt BAM meer klanten te bereiken omdat de vraag voor duurzame en natuurvriendelijke bouwmethoden actueel is. Zij pakken alle kansen om

nieuwe technieken voor duurzaamheid te ontwikkelen, maar alleen als er ook financiering voor gevonden kan worden bijvoorbeeld via tenders.

Verder is het bedrijf sterk klantgericht. Duurzame technieken worden toegepast als de klant daar behoefte aan heeft. Mocht de klant het niet willen, dan worden natuurvriendelijke methodes minder of niet toegepast. Het verschilt per project hoe ver zij hierin gaan.

Met wie

BAM werkt vaak samen met andere partijen in projectconsortia. Zij werken met andere kennispartijen (Universiteiten en instituten) in het kader van productontwikkeling. Zo hebben zij bijvoorbeeld een milieuvriendelijk golfbrekerblok ontwikkeld samen met Deltares.

BAM

KONINKLIJKE BAM GROEP IS EEN EUROPESE BOUWGROEP, DIE WERKMAATSCHAPPIJEN VERENIGT UIT DE SECTOREN BOUW EN TECHNIEK, INFRA, VASTGOED EN PUBLIEKPRIVATE SAMENWERKING. BAM NEEMT IN DE THUISMARKTEN NEDERLAND, BELGIË, HET VERENIGD KONINKRIJK, IERLAND EN DUITSLAND LEIDENDE POSITIES IN. BAM HEEFT ZO'N 25.000 MEDEWERKERS.

Bron: bam.nl

Met kennisinstellingen wordt ook samengewerkt, onder andere voor validatie en verificatie van metingen op bouwplaatsen, wat belangrijk is om vergunningen te verkrijgen. Verder vindt samenwerking plaats voor biodiversiteit binnen bouwplaatsen. Andere partners worden ingehuurd wanneer nodig, bijvoorbeeld landschapsarchitecten, of stichtingen voor natuur (Stichting Natuur en Milieu).

De overheid is ook een partner. Lokale partners zoals provincies en waterschappen zijn belangrijke spelers tijdens een bouwproject (voor discussies en vergunningen). Ministeries zijn partners voor grote projecten (bijvoorbeeld voor financiering van productontwikkelingsprojecten) en voor nieuwe strategieën (bijvoorbeeld een Green Deal).



ECObeach. Bron: http://ecobeach.nl/sites/default/files/domain-251/documents/rws_brochure_ecobeach_02-251-1389370157319465895.pdf

BAM

Hoe

BAM heeft zijn beleid voor biodiversiteit en milieu gebaseerd op het kader van 'The Earth Charter': "Wij ondersteunen en helpen bij de verspreiding van The Earth Charter, een handvest dat ethische grondbeginselen bevat voor een rechtvaardige, duurzame en vreedzame wereldwijde samenleving in de 21e eeuw. Wat betreft ons effect op de biodiversiteit willen wij presteren volgens principe II 'Ecologische integriteit' van het Handvest voor de Aarde" (BAM Duurzaamheidsverslag 2013).

Alle activiteiten met een impact op de Nederlandse natuur en biodiversiteit zijn gefundeerd op deze principes en op de daarmee samenhangende bedrijfsmissie en visie. Desalniettemin staan de verschillende activiteiten vaak op zichzelf en is de impact op natuur en biodiversiteit meestal indirect en wordt deze niet apart gemonitord. BAM is een groot bedrijf, met verschillende aparte, specialistische deelbedrijven waarbinnen de aanpak voor natuur en biodiversiteit verschilt. Zo vormt bij het specialistisch bedrijf Mostert De Winter (onderdeel van BAM Groep) groen bouwen de kern van de bedrijfsvoering. Ook in andere projecten (van verschillende BAM-bedrijven) worden soms producten ontwikkeld die specifiek gericht zijn op het versterken van natuur en biodiversiteit (bv. golfbrekerblok).

De markt- en klantgerichtheid is de grootse motivatie van BAM. Daarbij is BAM een bedrijf dat open staat voor innovatie in de kader van duurzaamheid. Hoe meer aandacht er vanuit de marktpartijen komt voor natuur en biodiversiteit, hoe verder zij zich ook in deze richting zullen ontwikkelen. Vooralsnog focust BAM met zijn duurzaamheidsdoelen op de thema's van CO2 emissie en afval, want op deze terreinen kunnen concrete resultaten worden behaald, ook in harde cijfers. Als natuur en biodiversiteit beter gewaardeerd worden, zowel qua beleving als financieel, is BAM een potentieel sterke partner.



Xbloccs covered with algae - IJmuiden. Bron: <http://www.xbloc.com/>

IMPACT

ALLE INITIATIEVEN VAN BAM HEBBEN EEN ONMISKENBARE IMPACT OP NATUUR EN BIODIVERSITEIT. HET DEFINIËREN VAN IMPACT IS DE GROOTSTE UITDAGING VOOR BAM IN HET KADER VAN BIODIVERSITEIT. "DE WAARDE VAN BIODIVERSITEIT WORDT ALGEMEEN ERKEND, MAAR ZELDEN GEKWANTIFICEERD. MONETARISATIE OF ANDERE MANIEREN VAN WAARDE VERGELIJKING MOETEN VERDER ONDERZOCHT, OM OP DE JUISTE MANIER EN IN LIJN MET DE PUBLIEKE PERCEPTIE TE KUNNEN WORDEN BEOORDEELD." (BAM DUURZAAMHEIDSVERSLAG 2013). ER IS BEHOEFTE AAN HET MEETBAAR MAKEN VAN DE WAARDE VAN BIODIVERSITEIT OP EEN NIEUWE MANIER. EEN VOORBEELD VAN WAARDEREN EN KWANTIFICEREN VAN DUURZAAMHEID IS DE METHODIEK VAN TRUEPRICE WAAR OOK NAAR DE MAATSCHAPPELIJKE IMPACT WORDT GEKEKEN. BIJ DEZE MANIER ZOU NIET ALLEEN DE FINANCIËLE WAARDE, MAAR OOK DE BELEVINGS- EN CULTURELE WAARDE VAN BIODIVERSITEIT EN NATUUR MOETEN WORDEN MEEGENOMEN. ALS DEZE WAARDEN DUIDELIJK AAN DE KLANT KUNNEN WORDEN GEBRACHT, ZOU DE IMPACT VAN BAM ENORM KUNNEN GROEIEN.

Factsheet Bron: Interview met William van Niekerk, CSR directeur en Inge van Baardwijk, CSR Manager bij BAM, 2014.



De Friesland Zorgverzekeraar

Wat

In het Groen & Fit collectief van De Friesland Zorgverzekeraar krijgen klanten die lid zijn of worden van een natuur- of landschapsorganisatie of een wandel-of fietsorganisatie in Nederland collectiviteitskorting op een (zorg) verzekering bij De Friesland Zorgverzekeraar.

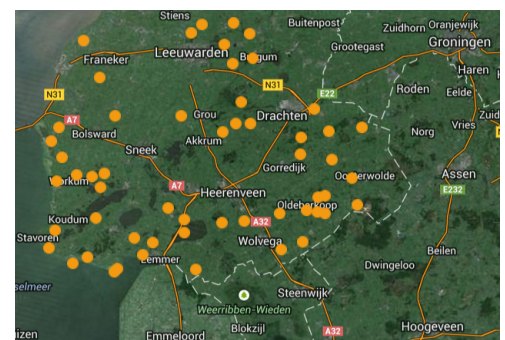
Inmiddels zijn de meeste provinciale landschapsverenigingen in Nederland bij het Groen & Fit collectief aangehaakt.

Iedereen die lid is of wordt van een van de natuurorganisaties kan deelnemen aan het Groen & Fit collectief. De provinciale landschappen zelf geven de mensen het 1e jaar een Kennismakingslidmaatschap.

Bij iedere klant die deelneemt aan het Groen & Fit collectief doet De Friesland Zorgverzekeraar een donatie aan de betreffende natuurorganisatie.

Natuurgebied 't Oera, Amelanda

Bron: <http://www.itfryskegea.nl/Natuurgebied/t-Oerd/>



NATUURGEBIEDEN - PROVINCIE FRIESLAND

Bron: <http://www.itfryskegea.nl/De-natuur-in/>

Waarom

Het mes snijdt aan meer kanten. Met het Groen & Fit collectief geeft De Friesland een stimulans aan de binding van klanten aan natuur- en landschapsorganisaties. Dit is belangrijk in een tijd waarin het voor veel organisaties steeds moeilijker is om klanten structureel aan zich te binden. Met het Groen & Fit collectief beoogt De Friesland haar klanten ook bewust te maken van de eigen invloed die ze hebben op de woon- werk- en leefomgeving en aan de relatie tussen natuur en de eigen gezondheid.

Tegelijkertijd is het Groen & Fit collectief voor de zorgverzekeraar zelf ook een manier om aan klantenbinding te doen. Niet alleen de collectiviteitskorting kan voor klanten een extra stimulans zijn om zich bij De Friesland te verzekeren maar ook het imago van groene en lokaal betrokken organisatie is van waarde als Unique Selling Point.

De Friesland Zorgverzekeraar is er ook van overtuigd dat er een positieve relatie is tussen natuur en gezondheid.

Daarin wordt ze gesteund door de uitkomsten van diverse recente onderzoeken waar zij zelf in een aantal gevallen ook een actieve bijdrage aan levert. Een bijdrage aan de (groene) leefomgeving van hun klanten, en aan de (actieve) betrokkenheid met deze omgeving is uiteindelijk ook een investering in de gezondheid van haar klanten. En gezondere klanten betekenen uiteindelijk ook minder kosten voor de zorgverzekeraar. In die zin is er ook de overtuiging dat investeren in natuur 'loont', zowel voor de klant als voor de verzekeraar.

DE FRIESLAND ZORGVERZEKERAAR

MAATSCHAPPELIJK VERANTWOORD ONDERNEMEN IS EEN BELANGRIJKE PIJLER ONDER HET BELEID VAN DE FRIESLAND ZORGVERZEKERAAR. DIT KOMT TOT UITING IN VERSCHILLENDE ACTIVITEITEN, ZOWEL INTERN ALS EXTERN, EN VOOR PEOPLE, PLANET EN PROSPERITY.

SPECIFIEK WAAR HET GAAT OM NATUUR IN NEDERLAND IS DE FRIESLAND 'FOUNDING FATHER' VAN HET ZOGENAAMDE NATUURCOLLECTIEF.

HET NATUURCOLLECTIEF IS INMIDDELS DOORONTWIKKELD NAAR HET GROEN & FIT COLLECTIEF EN NOG MEER GERICHT OP GEZONDHEID EN VITALITEIT, ZOALS OORSPRONKELIJK BEDOELD.

In de eerste plaats betreft het Groen & Fit collectief van De Friesland Zorgverzekeraar een relatie met haar (potentiële) klanten én met lokale natuur- en landschapsorganisaties. Hoewel deze klanten en de deelnemende organisaties inmiddels door het hele land zitten, ligt het zwaartepunt van oudsher wel in Noord-Nederland.

Deelnemende organisaties zijn It Fryske Gea, De Waddenvereniging, Het Drentse Landschap, Landschap Noord-Holland, Flevo-landschap, Landschap Overijssel, Het Zuid-HollandsLandschap, Het Limburgs Landschap, Zeeuwse Landschap, Het Goois Natuurreservaat, Vogelbescherming Nederland, KNBLO Wandelsport Organisatie Nederland, Wandelnet en Het Groninger Landschap.



Natuurgebied Warkumerwaard. Bron: <http://www.itfryskegea.nl/Natuurgebied/Warkumerwaard/>

De Friesland Zorgverzekeraar

Om het inzicht in en de kennis van de (meer)waarde van groen voor gezondheid te vergroten, is De Friesland Zorgverzekeraar actief betrokken bij diverse onderzoeken met onder andere de Rijksuniversiteit Groningen, Alterra Wageningen UR en de GGD Friesland.

Daarnaast is De Friesland actief in verschillende netwerken op nationaal niveau zoals een Groene Tafel Gezondheid, een Community of Practice, een Green Deal in voorbereiding en MVO (Zorg) Nederland. Inmiddels is een 1 pledge getekend (Beter in het Groen) en is er nog een in voorbereiding. Ook heeft De Friesland Zorgverzekeraar samen met Staatsbosbeheer en It Fryske Gea een pledge ondertekend.

Hoe

Klanten die lid zijn of worden van een lokale natuur of landschapsorganisatie komen in aanmerking voor de collectiviteitskorting op de (zorg)verzekering van De Friesland Zorgverzekeraar. Het lidmaatschap van en natuur of landschapsorganisatie bedraagt meestal enkele tientallen euro's per jaar. In ruil daarvoor komen de klanten in aanmerking voor een collectiviteitskorting van 8% op de basisverzekering en 8% op de aanvullende verzekering. Het voordeel voor de klant loopt al gauw op tot enkele honderden euro's per jaar.

Daarnaast ontvangen de natuur- en landschapsorganisaties een financiële bijdrage van De Friesland Zorgverzekeraar. Dit wordt aangewend voor projecten op het gebied van vitaliteit (in de brede zin des woords). Ook vindt er met enige regelmaat overleg plaats en wordt kennis en netwerken uitgewisseld.



Natuurgebied Noard-Fryslân Bûtendyks. Bron: <http://www.itfryskegea.nl/Natuurgebied/Noard-Fryslan-Butendyks/>

IMPACT

DE IMPACT OP NATUUR IN NEDERLAND IS MEERVOUDIG MAAR MERENDEELS INDIRECT EN DAARDOOR MOEILIK TE KWANTIFICEREN. DEELS HANGT DEZE IMPACT SAMEN MET DE DIRECTE (FINANCIËLE) ONDERSTEUNING VAN LOKALE NATUUR- EN LANDSCHAPSORGANISATIES DOOR DE FRIESLAND ZORGVERZEKERAAAR. MEDE OP BASIS VAN DEZE ONDERSTEUNING KUNNEN DEZE ORGANISATIES ACTIVITEITEN UITVOEREN ZOALS BEHEER- EN ONDERHOUD OF DE RECREATIEVE ONTSLUITING VAN NATUURGEBIEDEN. OOK (NIEUWE) LEDEN VAN DE NATUUR- EN LANDSCHAPSORGANISATIES DRAGEN BIJ AAN DE POSITIE VAN DEZE ORGANISATIES EN DE MOGELIJKHEID OM ACTIVITEITEN VOOR HUN LEEFOMGEVING TE ONTPLOOIEN, OP BASIS VAN LIDMAATSCHAPSGELDEN EN/ OF ACTIEVE BETROKKENHEID VAN VRIJWILLIGERS. DAARNAAST HEEFT DE ACTIEVE BETROKKENHEID VAN DE FRIESLAND ZORGVERZEKERAAAR BIJ ONDERZOEK NAAR DE RELATIE NATUUR EN GEZONDHEID OOK IMPACT OP HET BEGRIP EN VERWAARDEN VAN NATUUR. EEN BETER INZICHT IN DEZE RELATIE KAN IN POTENTIE GROTE GEVOLGEN HEBBEN VOOR (DE WAARDERING VAN) NATUUR IN NEDERLAND EN VOOR DE GEZONDHEID VAN MENSEN.

Factsheet Bron: Interview met Tjisse Brookman, Relatiemanager bij De Friesland Zorgverzekeraar, 2014



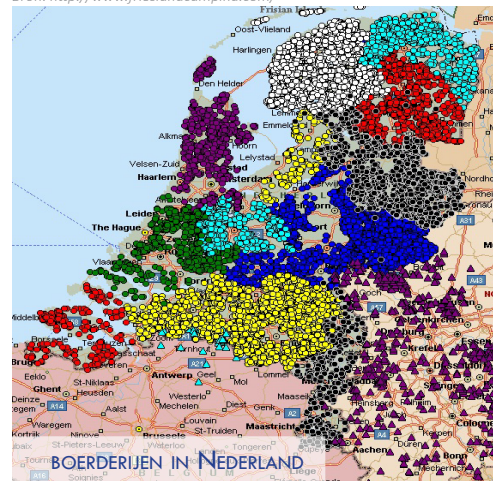
Friesland Campina

Wat

De activiteiten die Friesland Campina onderneemt voor natuur en landschap vinden plaats op de eigen locaties en via de leden op het boerenerf. Friesland Campina heeft Green teams op hun eigen locaties. Op het niveau van de individuele melkveehouder kan Friesland Campina de zorg voor natuur niet zelf uitvoeren. Het bedrijf begint met de partijen/leden die hier uit zichzelf actief mee willen zijn. De activiteiten zijn het ondersteunen van deze leden en het

(mede) ontwikkelen van instrumenten, zoals de Kringloopwijzer en het programma Foqus Planet. Beide instrumenten verkeren nog in een beginfase. Friesland Campina heeft een belangrijke rol bij het uitdenken van die instrumenten, zoals het meten van biodiversiteit. Overige activiteiten voor verantwoord ondernemen zijn onder andere verduurzaming van grondstofstromen, zorg voor milieu, zoals energie efficiency en CO2 uitstoot, en gezondheid.

Bron: <http://www.frieslandcampina.com/>



Bron: Friesland Campina Corporate Presentation (2014)

Waarom

Het motief is in eerste instantie het maatschappelijke draagvlak, de 'License to produce' ('het hoort'). In tweede instantie vormt de markt een motief ('het loont'). In het kader van Maatschappelijke verantwoord ondernemen streeft Friesland Campina (naast drie andere pijlers) naar een duurzame melkveehouderij. Dat betekent aandacht voor de thema's klimaat en energie, dierwelzijn, biodiversiteit en weidegang.

Het soort natuur dat Friesland Campina wil realiseren gaat om natuur en landschap op een boerenerf. Friesland Campina stelt geen doelsoorten; het gaat erom dat er landgebruik plaatsvindt waarbij geen verlies van biodiversiteit optreedt. De verantwoordelijkheid van Friesland Campina strekt zover 51% van de leden achter de koers staat; ze staat in dienst van de leden. Friesland Campina wil een verantwoorde onderneming zijn.



Bron: <http://www.frieslandcampina.com/>

FRIESLAND CAMPINA

FRIESLAND CAMPINA IS EEN COÖPERATIE EN MELKVERWERKEND BEDRIJF UIT DE SECUNDAIRE SECTOR. FRIESLAND CAMPINA LEVERT CONSUMENTENPRODUCTEN ZOALS ZUIVELDRANKEN IN EUROPA, AZIË EN AFRIKA EN AAN PROFESSIONELE AFNEMERS, MAAR OOK INGREDIËNTEN EN HALFFABRICATEN AAN ONDER ANDERE VOEDINGSMIDDELENPRODUCTENTEN (BRON: WEB BROCHURE). BIJNA 20.000 LEDEN MELKVEEHOUDERS ZIJN ALS LEDEN GEZAMENLIJK EIGENAAR VAN DE ONDERNEMING.

Friesland Campina werkt in eerste instantie met haar eigen leden, maar gaat ook andere coalities aan. Zo is het bedrijf op zoek naar indicatoren voor biodiversiteit met een aantal externe partijen. Friesland Campina gaat eerst samenwerking aan met boeren die zelf graag actief willen zijn op het gebied van biodiversiteit, bijvoorbeeld samenwerking met Agrarische Natuurverenigingen. Friesland Campina is in gesprek met klanten en leveranciers (op het bredere vlak van duurzaamheid, bijvoorbeeld duurzame grondstoffen), maar ook met maatschappelijke partijen als WNF en Natuur en Milieu en heeft samen met andere partijen (in 2008) het platform Duurzame zuivelketen opgericht. Friesland Campina werkt niet direct met de consument via nicheproducten. De samenwerkingen hebben het karakter van coalities, klantrelaties, en leden. De overheid lijkt geen belangrijke partner te zijn.



Bron: <http://www.frieslandcampina.com/>

Friesland Campina

Hoe

Centraal in de duurzaamheidsaanpak staat het ondersteunen en stimuleren van leden-melkveehouders bij het verder verduurzamen van hun bedrijfsvoering. Friesland Campina wil voorwaarden creëren voor behoud en /of ontwikkeling van biodiversiteit in de bedrijfsvoering.

Friesland Campina haakt daarbij eerst aan op mensen met eigen initiatief. Men werkt aan het ontwikkelen van methodes en instrumenten, die iedereen kan toepassen. 'Samen zoeken naar de mogelijkheden' kenmerkt de aanpak. Op deze fase volgt het geven van richtlijnen, en desnoods stimulerende maatregelen.

Zo werkt men nu aan een monitoringsysteem voor biodiversiteit, waarbij biodiversiteit uit negen elementen bestaat. Onder het element 'landgebruik in oppervlakte en kwaliteit' vallen natuur en landschap. Friesland Campina hanteert voor de productie van boerderijmelk door haar leden-melkveehouders het kwaliteitsborgings- en duurzaamheidsprogramma Foqus planet. De elementen ervan zijn geïntegreerd in het al bestaande kwaliteitssysteem voor de melkveehouders, zodat zij nu te maken hebben met één integrale aanpak van kwaliteit, voedselveiligheid en duurzaamheid.

De kopieerbaarheid van de ene naar de andere melkveehouder zit in deze manier van werken in besloten, men ontwikkelt instrumenten die iedereen kan toepassen. Jaarlijks reserveert Friesland Campina budget voor alle MVO-thema's.



Bron: <http://www.frieslandcampina.com/>

IMPACT

WAT DE ACTIVITEITEN VAN FRIESLAND CAMPINA IDEALITER OPLEVEREN IS EEN BEDRIJFSVOERING VAN BOEREN ZONDER VERLIES VAN BIODIVERSITEIT EN MAATSCHAPPELIJK DRAAGVLAK, DE LICENSE TO PRODUCE. MEN IS NU BEZIG MET EEN ZOEKTOCHT OM BIODIVERSITEIT TE OPERATIONALISEREN. DE RESULTATEN VOOR NATUUR IN NEDERLAND ZIJN POTENTIEEL GROOT, WANT BOEREN ONDERHOUDEN 60% VAN HET NEDERLANDSE CULTUURLANDSCHAP. MEN HEeft TOT 2020 DE TIJD OM DE INSTRUMENTEN TE ONTWIKKELLEN, ZOALS DE KRINGLOOPWIJZER.

Factsheet Bron: Interview met Jaap Petraeus, Manager Corporate Environmental affairs & Sustainability en Guus van Laarhoven, Projectleider Business Development, Coöperatieve Zaken bij Friesland Campina, 2014.



Fujifilm

Bron: fujifilm.eu/nl

Wat

Fuji onderneemt projectmatig activiteiten op het gebied van onder meer water, energie en sociale cohesie (zoals een prijsvraag voor de duurzaamste klas). Op het gebied van (grond)water neemt Fuji deel aan de Vereniging industriewater, die zich buigt over de (oorzaken van) verdroging en het plan om met drie buurbedrijven een waterzuiveringsinstallatie te bouwen. Op het gebied van energie heeft Fuji vijf windturbines gebouwd op het eigen terrein. Ook investeert

het bedrijf in een natuurterrein van Natuurmonumenten ten noordwesten van Tilburg (Plan Lobelia). "Met Plan Lobelia steekt Natuurmonumenten al jaren de handen uit de mouwen. Belangrijkste streven: de ongerepte natte heide, die hier voor 1940 lag, bij Huis ter Heide, terugkrijgen" (www.hollandgroen.nl). De activiteit van Fuji is het sponsoren van verschillende zaken, zoals looppaden, loopbruggen en een bedrag voor het houden van een schaapskudde.



LOCATIE: NATUURMONUMENT HUIS TER HEIDE

Bron: <https://www.natuurmonumenten.nl/natuurgebied/huis-ter-heide>

Waarom

Het motief van Fuji voor deze activiteiten is 'het hoort'. De ambitie is (dit is deel van de Japanse cultuur) om iets te doen in de omgeving waar het bedrijf zit. Het maakt Fuji niet uit om wat voor natuur het gaat; wel was een secundair doel voor Plan Lobelia dat mensen daar foto's kunnen schieten, zodat het past bij de uitstraling van het bedrijf.

De verantwoordelijkheid van het bedrijf ligt bij dit 'iets doen voor de eigen omgeving'. Men verwacht geen opbrengst terug te krijgen van de investering in Natuurmonumenten. Uiteraard is dat voor de activiteiten op het gebied van water iets anders, omdat daar ook het veilig stellen van grondwateronttrekking bij komt.



Bron: <https://www.natuurmonumenten.nl/natuurgebied/huis-ter-heide/route/wandelroute-leikeven-huis-ter-heide>

FUJIFILM

FUJIFILM (OPGERICHT IN 1934) IS EEN MULTINATIONAL BEDRIJF MET HOOFDZETEL IN TOKIO, EN IS DE GROOTSTE ONDERNEMING WERELDWIJD DIE ZICH RICHT OP BEELDVORMING EN FOTOGRAFIE. HET BEDRIJF ONTWIKKELT OOK TECHNOLOGIEËN OP ONDER ANDERE MEDISCH GEBIED, EN VOOR GRAFISCHE EN OPTISCHE SYSTEMEN. SINDS 1966 IS FUJI GEVESTIGD IN EUROPA, MET IN NEDERLAND (TILBURG) INMIDDELS 26 JAAR EEN PRODUCTIEVESTIGING (OFFSETPLATEN EN KLEURPAPIER), EN EEN VESTIGING VOOR LOGISTIEK EN FINANCIËN. HET BEDRIJF HEEFT 63 HA EIGEN GROND OP EEN INDUSTRIETERREIN.

Fuji werkt samen met verschillende actoren en is actief in verschillende coalities. De Vereniging industriewater is een voorbeeld van zo'n overlegstructuur. Men organiseert in dat kader bijvoorbeeld de Watertafel, een overleg met onder meer bestuurders uit de landbouw. De vereniging is ook een partner van de provincie Brabant op het gebied van water. Fuji werkt met die buurbedrijven, waaronder Coca Cola aan een plan om een waterzuiveringsinstallatie te bouwen. Daarbij zijn ze door landbouwers en Natuurmonumenten benaderd om het gezuiverde water aan hen te gaan leveren. Met Natuurmonumenten is er dus ook een sponsorrelatie. Men maakt verder een koppeling tussen projecten: bijv. leerlingen uit de 'duurzaamste klas' gaan ook op excursie in het natuurgebied van Natuurmonumenten.



Bron: <https://www.natuurmonumenten.nl/natuurgebied/huis-ter-heide/route/wandelroute-leikeven-huis-ter-heide>

Fujifilm

Hoe

Maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) komt vooral tot stand in projecten. De overlegstructuren zijn meer structureel. Afspraken met Natuurmonumenten in het kader van Plan Lobelia zijn een vast bedrag om het salaris van de herder deels te betalen en de kosten van de schaapskudde. Bedragen zijn niet bekend.

De aanpak is met de projectmatige aanpak vrij pragmatisch, het gaat om 'doen'. De kopieerbaarheid van de aanpak zit onder andere in deze doe-cultuur, 'niet te lang nadenken, maar doen'. Per keer kan het bedrijf heroverwegen waarin het investeert.

Fuji stelt bij Natuurmonumenten geen voorwaarden aan het geld in termen van te bereiken doelen; het geld is ervoor om activiteiten te financieren. Succesfactoren zijn in kansen denken en plannen heel concreet maken.



Bron: <https://www.natuurmonumenten.nl/natuurgebied/huis-ter-heide>

IMPACT

RESULTATEN TOT NU TOE VAN HET PLAN LOBELIA IS DAT DE WATERLOBELIA WEER IS AANGETROFFEN. DAT HEEFT FUJI OVERIGENS NIET ALS DOEL GESTELD. FUJI DOET OOK NIET AAN MONITORING, DAT DOET NATUURMONUMENTEN WEL, DAT IS OOK HAAR DOELSTELLING. DE ACTIVITEIT LEVERT VOOR FUJI ZELF NIET ZOVEEL OP, MEN KIJKT ER OOK NIET OP DIE MANIER NAAR. MARKETING IS OOK BEPERKT, AL IS ER WEL EEN BORD MET FUJI EROP BIJ HET NATUURGEBIED. DE KANS IS ER WEL DAT FUJI IN NATUURGEBIEDEN BLIJFT INVESTEREN, MAAR DIT IS NIET ZEKER, DIT WORDT OM DE ZOVEEL JAAR HEROVERWOGEN. WEL IS HET DE VERWACHTING DAT FUJI NATUURMONUMENTEN OF VERGELIJBARE INITIATIEVEN BLIJFT SPONSOREN.

Factsheet Bron: Interview met Dick Notenboom, ESH manager bij Fujifilm, 2014.



Havenbedrijf Amsterdam

Wat

Het Havenbedrijf Amsterdam beslaat ongeveer 10% van het grondoppervlak van de gemeente Amsterdam (2.600 ha). In het Amsterdamse havengebied zelf hebben zich verschillende (beschermde) planten en dieren gevestigd zoals padden, vissen, zwaluwen en orchideeën. Voor een aantal van die soorten heeft het Havenbedrijf ook broedplaatsen gemaakt, bijvoorbeeld voortplantingswater voor amfibieën. Het Havenbedrijf heeft in 2009 als eerste

in Nederland een ontheffing 'tijdelijke natuur' gekregen (op een deel van het terrein, ongeveer 8 ha. op het meest noordelijke puntje). Met het concept van 'tijdelijk natuur' kan (tijdelijk) extra habitat gecreëerd worden voor verschillende dier- en plantensoorten die landelijk onder druk staan. Voor deze tijdelijke natuur zijn onder andere reliëf en poelen aangebracht om de biodiversiteit te verhogen op braakliggende terreinen.

Bron: Portofamsterdam.nl



Bron: Portofamsterdam.nl

Waarom

Het Havenbedrijf Amsterdam heeft te maken met de Flora- en faunawet voor het hele havengebied vanwege de aanwezigheid van beschermde planten- en diersoorten. Hiervoor geldt dat bij ruimtelijke ingrepen géén afbreuk mag worden gedaan aan de gunstige staat van instandhouding van de soort. Mede daarom zijn er op verschillende plekken in het havengebied paddenpoelen gemaakt (rond de 20) en is er ruimte voor orchideeën op braakliggende terreinen.

Het concept van tijdelijke natuur is een innovatieve aanpak met verschillende (potentiële) voordelen. Voor het Havenbedrijf zelf geldt dat de tijdelijke natuuronthefing een simpel en voordelig concept is, onder andere omdat het niet langer nodig is om ruimte te compenseren. Dat biedt ook weer (economische) voordelen bij de optimale inrichting van terreinen. Voor de natuur biedt het concept 'tijdelijke natuur' ook voordelen. Zonder dit concept wordt er,

uit risicobeheersing, vaak geen ruimte gelaten voor natuurontwikkeling. Nu is die ruimte er wel. Bovendien kan tijdelijke natuur permanente winst opleveren. De terreinen zijn vaak vooral ideaal voor pionierssoorten en vroege soorten. Die kunnen zich in het tijdelijke gebieden versterken en van zich van daaruit verspreiden naar andere gebieden.

Een bijkomend voordeel voor het Havenbedrijf is dat de aanleg van (tijdelijke) natuur ook bij kan dragen aan het maatschappelijk draagvlak. Men hecht belang aan een goed imago en wil een aantrekkelijker gebied zijn voor de bewoners van Amsterdam. Een groene en natuurlijke uitstraling draagt bij aan deze aantrekkelijkheid en het imago. Het havenbedrijf probeert al een aantal jaren om mensen het gebied in te krijgen, bijvoorbeeld met fietsroutes en bootrondleidingen. Ook werknemers worden gestimuleerd om de fiets als dagelijks vervoer te gaan gebruiken.

HAVENBEDRIJF AMSTERDAM

HAVENBEDRIJF AMSTERDAM NV ONTWIKKELT, EXPLOITEERT EN BEHEERT DE AMSTERDAMSE HAVEN EN HAVENTERREINEN, MET ALS DOEL HET STIMULEREN VAN DE ECONOMISCHE BEDRIJFVIGHEID EN WERKGELEGENHEID. DIT ALLES BINNEN HET KADER VAN EEN VLOTTE, VEILIGE EN MILIEUVERANTWOORDE AFWIKKELING VAN HET SCHEEPVAARTVERKEER.

DE EXPLOITATIE RICHT ZICH OP HAVENTERREINEN, KADEN EN WATER. IN DE GEHELE AMSTERDAMSE HAVENREGIO WORDT JAARLIJKS RUIM 94 MILJOEN TON AAN GOEDEREN OVERGESLAGEN.

(Bron: portofamsterdam.nl)

Het Havenbedrijf Amsterdam werkt samen met verschillende andere partijen als het gaat om activiteiten in en kennis over (tijdelijke) natuur. Soms huurt men experts in voor specifieke kennis over natuur, zoals van zelfstandige ecologen en Bureau Waardenburg, dat verantwoordelijk is voor de jaarlijkse monitoring van de wettelijke beschermde dieren en planten. Het Havenbedrijf steunt daarnaast ook bedrijven (de huurders van haventerreinen) die zelf 'groene initiatieven' nemen. Als een bedrijf bijvoorbeeld nestkastjes voor vleermuizen ophangt, stuurt het Havenbedrijf een ecooloog om het initiatief te bekijken. De resultaten worden gepubliceerd in het lokale blad 'Zeehavens', en het betreffende bedrijf krijgt een 'groen certificaat' en taart voor de werknemers. Op deze manier worden initiatieven voor natuur verder zichtbaar gemaakt en op waarde geschat.



Bron: PortoJamsterdam.nl

Havenbedrijf Amsterdam

Sinds enige tijd is het Havenbedrijf ook vriend van Landschap Noord-Holland. Samen met hen kunnen ook landschapsdagen en/of andere activiteiten, samen met vrijwilligers, in het havengebied georganiseerd worden. Het Havenbedrijf is ook lid van het netwerk **Leaders for Nature** waarbinnen kennis over natuur wordt uitgewisseld met andere bedrijven.

Hoe

Het concept 'tijdelijke natuur' is onderdeel van een Green Deal, een initiatief van het Ministerie van Economische Zaken. Met de ontheffing tijdelijke natuur heeft de grondeigenaar de garantie dat de uiteindelijke bestemming niet in gevaar komt. Het concept minimaliseert risico's voor het bedrijf en levert vaak (permanente) winst op voor de natuur. Op basis van een evaluatie van de Vlinderstichting heeft de pilot van tijdelijke natuur in het havengebied een positieve impact op de biodiversiteit in het gebied.

De activiteiten van het Havenbedrijf voor natuur staan op zichzelf en zijn geen onderdeel van de primaire bedrijfsvoering. 'De Haven blijft een haven', en wordt geen natuurgebied. Het Havenbedrijf heeft geen ambitie om een natuurgebied te creëren, maar streeft er wel naar om natuurwaarden op creatieve wijze aan het gebied toe te voegen. De activiteiten dragen bij aan een positief en groen imago van het Havenbedrijf, en dat is een welkom resultaat. Het overzicht van de aanwezige flora & fauna (te vinden op haar eigen **factsheets**) is vaak verrassend voor het publiek. Mede daardoor genereert het aandacht en zijn er positieve reacties vanuit de samenleving en van werknemers in de haven. Het Havenbedrijf gebruikt nu haar ervaringen om het concept 'tijdelijke natuur' verder te verspreiden. Zij presenteert haar resultaten binnen de Green Deal groep, maar ook binnen Leaders for Nature. Ook dat genereert positieve aandacht.



Bron: PortoJamsterdam.nl

IMPACT

HET TERREIN VAN 8 HA DAT RUIMTE GEEFT AAN TIJDELIJKE NATUUR HEEFT AANTOONBAAR SUCCES EN POSITIEVE IMPACT OP DE LOKALE BIODIVERSITEIT. DE INRICHTING VAN HET GEBIED DRAAGT BIJ AAN HET VERSPREIDEN VAN VLINDERS EN ORCHIDEËN. ER IS SPRAKE VAN EEN KLEINE PILOT MAAR WEL MET POTENTIEEL GROTE IMPACT. ZOWEL OP HET NIVEAU VAN HET IMAGO VAN HET HAVENBEDRIJF ZELF ALSOOK VANWEGE DE MOGELIJKE DOORWERKING NAAR ANDERE PLEKKEN EN BIJ ANDERE BEDRIJVEN.

HET HAVENBEDRIJF INTRODUCEERT HET CONCEPT OOK BIJ ANDERE BEDRIJVEN (ONDER ANDERE VIA HET NETWERK LEADERS FOR NATURE) EN STIMULEERT OOK ANDEREN OM HIER MEE TE WERKEN.

Factsheet Bron: Interview met Remco Barkhuis, Hoofd cluster Infrastructuur en Geoinfo bij Havenbedrijf Amsterdam, 2014.



Kikkoman

Bron: <http://www.groningerlandschap.nl/>

Wat

Toen de Sojafabrikant Kikkoman zich in 1997 in Hoogezand-Sappemeer vestigde was het bedrijf op zoek naar maatschappelijke projecten die bijdragen aan de nabije omgeving. Samen met een expertteam kwamen ze op het idee van een samenwerkingsproject met het Groninger Landschap. Kikkoman sponsort al bijna 15 jaar het beheer van het natuurgebied Leinwijk (20 ha) gelegen aan de oostelijke oevers van het Zuidlaardermeer in de provincie

Groningen. Dit doen zij vanuit het principe 'good neighbourship'. Het gebied 'Leinwijk' is een zogenaamd vloedmoeras waar water van het Zuidlaardermeer doorheen stroomt en op natuurlijke wijze wordt gezuiverd. Het Groninger Landschap voert het beheer uit en doet de kwaliteitsmonitoring. Naast natuurontwikkeling is voor Kikkoman ook beleving een belangrijk aspect. Zo zijn er bijvoorbeeld een uitkijktoren en wandel- en fietspaden aangelegd.



Bron: Google Earth

Waarom

Het zit in de bedrijfscultuur van Kikkoman verankerd om iets goeds te doen voor hun omgeving als goede burens. Kikkoman voelt zich verbonden met de omgeving waar het bedrijf gevestigd is en neemt daarom specifieke verantwoordelijkheden. Het project 'Water over Wolfsbarge' sluit naadloos aan bij Kikkoman's filosofie: "We willen onderdeel zijn van de natuur en de gemeenschap waar we ons vestigen" (voormalig directeur Kikkoman Minoru Nagoaka, 2000).

Water is een van de verbindende factoren in het project. "Water is een van de basisingrediënten van de sojasaus die Kikkoman produceert. Een project dat in de nabije omgeving de waterkwaliteit verbetert past daarom goed in Kikkoman's filosofie" (Dr. Ushijima, huidig algemeen directeur Kikkoman, 2014).

Kikkoman handelt vanuit een culturele intrinsieke motivatie. Dat illustreert ook een regel uit de zeventig jaar oude 'code of business': 'Geef zo veel geld van je persoonlijke inkomen als mogelijk is aan de maatschappij. Vraag er niets voor terug en pronk er niet mee'. Dit geldt ook voor het project bij Wolfsbarge. Gedetailleerde informatie is hierover namelijk niet te vinden op de website, omdat PR niet het hoofddoel van de activiteit is. Het gaat Kikkoman vooral om een goede betrokkenheid en verankering in de streek.

Daarnaast loont deze natuuractiviteit voor het bedrijf, omdat de betrokkenheid van Kikkoman hierbij ten goede komt aan een goed imago van het bedrijf en draagvlak in de streek. "Wij zijn trots op dit gebied, en nemen ook altijd onze internationale klanten hiermee naar toe" vertelt Petra Meulenberg (Kikkoman).

KIKKOMAN FOOD EUROPE

ONDERDEEL VAN KIKKOMAN GROUP

- JAPANESE SOJAFABRIKANT, 9 FABRIEKEN WERELDWIJD EN RIJM 7000 WERKNEMERS
- EUROPESE LOCATIE GEVESTIGD IN SAPPEMEER, GRONINGEN
- PRODUCTIE VOOR DE EUROPESE MARKT; TWAALF MILJOEN LITER SOJASOUS PER JAAR
- LANGJARIGE SPONSERING NATUURGEBIED GRONINGER LANDSCHAP
- INTERNATIONALE 'GROUP CODE OF CONDUCT':

1. WAARBORGEN VEILIGHEID EN SYMBOSE MET WERELDWIJDE OMGEVING
2. EERLIJKE EN VRIJE COMPETITIE VAN BEDRIJFSACTIVITEITEN
3. ONTSLUITING VAN BEDRIJFSINFORMATIE EN PROMOTIE VAN COMMUNICATIE
4. RESPECT VOOR MENSENRECHTEN EN ZORGEN VOOR GELUKKIGE WERKOMGEVING
5. RESPECTEREN VAN WETTEN EN REGULATIES IN JAPAN EN WERELDWIJD
6. POSITIEF MAATSCHAPPELIJK ACTIEPROGRAMMA

Met wie

Kikkoman ondersteunt projecten vanuit verschillende sectoren in Nederland, van wetenschappelijk onderzoek tot natuurbehoud en cultuur. Op natuurgebied werkt Kikkoman samen met het Groninger Landschap aan het project 'Water over Wolfsbarge' en het beheer van natuurgebied Leinwijk. Het betreft een sponsorrelatie. Verder heeft Kikkoman geïnvesteerd in een project van bomenaanplant in natuurgebied Heikerveld in Drenthe met het Groenfonds en het Drents Landschap.

Op cultureel gebied sponsoren ze het Rembrandthuis en het Van Gogh museum. Op onderzoeksgebied investeert Kikkoman in een R&D-laboratorium voor onderzoek naar productinnovatie bij Wageningen Universiteit, en bij Leiden Universiteit sponsort Kikkoman een leerstoel met thema Voedsel en voedselveiligheid.



Bron: www.groningerlandschap.nl (link)

Kikkoman

Hoe

De eerste tien jaar heeft Kikkoman het Groninger Landschap gesponsord met een bedrag van iets meer dan 450 duizend euro's om het natuurgebied Leinwijk bij Wolfsbarge in te richten. De ambitie van Kikkoman is om dit gebied blijvend te sponsoren, omdat Kikkoman het ziet als 'hun gebied'. Ze hebben het gebied eigen gemaakt, en het voelt als hun verantwoordelijkheid om het gebied te behouden. De huidige sponsoring is bedoeld voor het beheer van de natuur en onderhoud van de molen en wandelpaden.

De impact van de betrokkenheid van Kikkoman is direct herleidbaar tot een fysiek gebied; het natuurgebied Leinwijk. Het natuurgebied is een vloedmoeras waarbij de wieden van de Kikkoman molen via een vijzel het Zuidlaardermeerwater uit het voedingskanaal naar het moeras transporteert. Vandaar stroomt het water langzaam terug in het meer. Het moeras functioneert als een natuurlijke zuiveringsinstallatie. Het Groninger Landschap voert hier het beheer uit en doet ook de monitoring van de natuurkwaliteit. In deze relatie is het Groninger Landschap de expert en is Kikkoman de geldschieder.

Deze samenwerking heeft geleid tot een mooi natuurgebied waar de waterkwaliteit is verbeterd en waar recreatiemogelijkheden zijn. Kikkoman heeft profijt van hun betrokkenheid bij dit natuurgebied omdat zij kunnen laten zien dat zij een goed bedrijf zijn; ook naar hun klanten toe die ze regelmatig naar Leinwijk meenemen.



Bron: <http://www.rtvnoord.nl/groningeninbeeld/?id=6599>

IMPACT

REGIONAAL GEZIEN HEEFT DE BETROKKENHEID VAN KIKKOMAN EEN POSITIEVE IMPACT OP DE NATUURKwaliteit. OOK AL GAAT HET OM EEN RELATIEF KLEIN GEBIED VAN 20 HA, DANKZIJ DE WATERZUIVERENDE FUNCTIE KAN HET GEBIED EEN BEHOORLIJK IMPACT HEBBEN OP DE WATERKwaliteit VAN HET ZUIDLAARDERMEER. DE ECOLOGISCHE WATERKwaliteit NEEMT HIERDOOR TOE WAARDOOR MEER ROOFVissen ZOALS DE SNOEK ER KUNNEN LEVEN, ZO STAAT OP DE WEBSITE VAN HET GRONINGER LANDSCHAP. DIT PROJECT IS EEN VOORBEELD WAARBIJ EEN KLEIN AREAAL EEN POSITIEVE IMPACT HEEFT OP EEN GROTER NATUURAREAAL; HET ZUIDLAARDERMEER IS 540 HA GROOT.

OOK DE NATUUR DRAAGT HIER BIJ AAN VERSCHILLENDE DOELen; FUNCTIONALITEIT, BELEEFBAARHEID EN LANDSCHAPPELIJK. HET IS FUNCTIONEEL VANWEGE DE WATERZUIVERENDE FUNCTIE. HET GEBIED IS TOEGANKELIJK VOOR PUBLIEK OM TE RECREËREN. VERDER DRAAGT DE NATUUR LANDSCHAPPELIJK BIJ AAN EEN MEANDEREND BEEKDALENSISTEEM MET GEVARIEERDE, ZOMPIGE EN MOERASSIGE OMSTANDIGHEDEN.

Factsheet Bron: Interview met Shigeomi Ushijima en Petra Meulenber-Loning, van Kikkoman, 2014.



Markant Outdoorcentrum

Wat

Markant biedt activiteiten aan die plaatsvinden in het landschap, op de eigen locatie en daarbuiten. Het landschap is het decor waar de activiteiten zich afspelen.

De locatie is onderdeel van het recreatiegebied Stroombroek welke ca. 22 ha omvat. Niet alle outdoor-activiteiten van gasten zijn daarmee een natuur-activiteit. De zorg voor en de inrichting van het eigen terrein zijn dat wel.

Er is gekozen voor landschappelijke inbedding in de omgeving en ecologisch bouwen.

Een voorbeeld is de keuze voor een natuurlijke afscheiding van het terrein, zodat reeën en padden daar geen hinder van ondervinden. Over de inrichting van het terrein heeft afstemming plaatsgevonden met Natuurmonumenten. Maar het landschap is in essentie een recreatief beleefbaar landschap.



Bron: www.markant-outdoorcentrum.nl

Waarom

Het landschap vormt het decor van de activiteiten van Markant outdoorcentrum. Zorg voor dat landschap past in de core business van het bedrijf. Daarnaast past het bij het intrinsieke waardenpatroon van de ondernemer. Investeren in het landschap loont, want het bedrijf kan klanten activiteiten aanbieden in een aantrekkelijke omgeving. De mooie locatie is dus een selling point.

Dat het terrein en de gebouwen ecologisch en duurzaam zijn, en dat er bijvoorbeeld uilen zitten of een ijsvogel, wordt door het bedrijf wel uitgedragen, maar niet op een overdreven manier. Dat is namelijk maar voor een beperkte groep klanten interessant. Wat de landschappelijke waarde bijdraagt aan de financiële opbrengst van het bedrijf is moeilijk inzichtelijk te maken.

Met wie

Markant onderhoudt het eigen terrein zoveel mogelijk zelf. Maar bijvoorbeeld voor het duurzame ontwerp van de gebouwen is een architect ingehuurd. Het bedrijf werkt samen met natuurorganisaties die de omliggende natuur beheren, omdat een deel van de activiteiten op de terreinen van deze organisaties wordt aangeboden. Markant neemt bijvoorbeeld mountainbike-stickers af van Natuurmonumenten, wat ten goede komt aan het beheer van het pad.

De ondernemer heeft ook deelgenomen aan een projectgroep rond de ontwikkelingen over de verbindingzone Oude IJssel, waarin het terrein van Markant een stapsteen is tussen het Bergherbos en de Oude IJssel. Tevens is de Oude IJssel het 'decor' voor de kanoarrangementen en is de participatie in de werkgroep gericht op buitenbeleving en bewaking van het recreatief medegebruik.

MARKANT OUTDOORCENTRUM

MARKANT OUTDOORCENTRUM IS EEN "TOONAANGEVEND BEDRIJF OP HET GEBIED VAN OUTDOOR, RECREATIE, EVENEMENTEN EN TRAININGEN IN OOST GELDERLAND" (OOSTERBAAN EN KAMINSKI, 2013).

HET BEDRIJF BESTAAT AL 25 JAAR EN OPEREERT SINDS 2005 OP EEN LOCATIE VAN 12 HECTARE IN GELDERLAND, DIE HET BEDRIJF IN ERFPACHT HEEFT BIJ RECREATIESCHAP RVG (VOORHEEN ACHTERHOEK EN LIEMERS).

Het landschapsplan voor de inrichting ervan is getoetst door een ecooloog van de gemeente Montferland. Verder is er overleg geweest met de omwonenden. Na de bestemmingsplanwijziging van natuur naar recreatie, waren omwonenden bezorgd over de gevolgen voor hun leefomgeving (konden ze er bijvoorbeeld nog wel wandelen of vissen?). Er zijn informatie avonden georganiseerd en er is deels rekening gehouden met wensen van de bewoners (bijvoorbeeld het in stand houden van de visvijver).

Bron: www.markant-outdoorcentrum.nl

Markant Outdoorcentrum

Hoe

Markant werkt op verschillende manieren samen met anderen rondom landschap en natuur. De ondernemer neemt deel aan projectgroepen en overlegcircuits, bijvoorbeeld rond de aanleg van de ecologische verbingszone. Overleg met terreinbeheerders is er ook via het lidmaatschap van de branchevereniging VeBON. Niet alleen vanuit maatschappelijke betrokkenheid, maar ook vanuit een behoefte om met elkaar in gesprek te zijn over de ontwikkelingen in de outdoorsector.

Kopieerbaar is de methode alleen voor bedrijven met een eigen locatie. Maar de ondernemer benadrukt dat ieder met een eigen locatie ook zijn eigen visie zal hebben. Markant is bovendien van de outdoor bedrijven met een eigen locatie een van de grotere. De laatste 10, 15 jaar is het aanbieden van activiteiten een standaard geworden in de recreatiesector, Bijvoorbeeld campings en horeca, bieden nu ook outdoor activiteiten aan. De outdoor branche en recreatiesector zijn dus met elkaar vermengd geraakt.

Er zijn enkele knelpunten gesignaleerd bij het verder opschalen van de rol van dit soort bedrijven voor het natuurbeleid. Omdat grote terreinbeherende organisaties meer dan in het verleden geld moeten binnenhalen, gaan ook zij recreatieve activiteiten aanbieden of uitbesteden. Er ontstaat concurrentie waarbij deze grote terreinbeheerders in het voordeel zijn vanwege lagere tarieven op verhuur of pacht ten opzichte van bijv. recreatieschappen of er wordt meer gekeken naar een win situatie gekoppeld aan verhuur en onderhoud terrein of nevendiensten. Dit kan ook per locatie heel verschillend zijn.

Wanneer bedrijven een beheerdersrol op zich nemen, komen ze in tegenstelling tot publieke organisaties niet in aanmerking voor subsidies. Bijvoorbeeld voor het verwijderen van blauwalg kan een gemeente subsidie krijgen, maar een individuele ondernemer niet.

Bron: www.markant-outdoorcentrum.nl

IMPACT OP NATUUR

HET EIGEN TERREIN IS 12 HECTARE GROOT. HIER STAAN OOK GEBOUWEN OP, MAAR DEZE ZIJN ECOLOGISCH EN LANDSCHAPPELIJK INGEPAST. HET TERREIN IS ONDERDEEL VAN EEN STAPSTEEN IN DE ECOLOGISCHE VERBINDINGSZONE TUSSEN OUDE IJSSEL EN MONTFERLAND.

BIJ DE INRICHTING IS REKENING GEHOUDEN MET HET GEBRUIK DOOR DIERSOORTEN. HET IS BELEEFBARE NATUUR, EEN RECREATIEF LANDSCHAP. EN HOEWEL HET GEEN DOEL IS ZITTEN ER OOK BIJZONDERE SOORTEN OP HET TERREIN, ZOALS DE IJSVOGEL. DE BETEKENIS VOOR DE NATUUR EN NATUURBELEID IN NEDERLAND VAN EEN BEDRIJF ALS MARKANT IS DAT BEDRIJVEN ALS MARKANT PRIMA IN STAAT ZIJN OM AF TE STEMMEN TUSSEN NATUUR, NATUURBELEVING EN HUN EIGEN BELANG. WEL MOET HET BINNEN DE OMZET MOGELIJK ZIJN.

Factsheet Bron: Interview met Michiel Pöpping, eigenaar van Markant Outdoorcentrum, 2014.



Marqt

Bron: <http://adch.nl/projecten/marqt-den-haag/>

Wat

Marqt heeft als voornaamste doel zo goed mogelijk te doen voor mens, dier en natuur. Derhalve worden natuuractiviteiten niet als een extra bedrijfsactiviteit gezien, maar zijn deze een integraal onderdeel van de bedrijfsvoering. Marqt ziet zichzelf als een platform dat voedselproducenten met de consumenten verbindt. De impact op natuur en biodiversiteit gebeurt indirect door de specifieke selectiecriteria van Marqt aan producenten die aan hen leveren.

Marqt ondersteunt (biologische) producenten die aandacht geven aan biodiversiteit en producten die zo natuurlijk mogelijk worden geproduceerd. Hun gedachte is dat achter een biologisch product processen zitten die natuurlijke kringlopen sluiten en de natuur ondersteunen. Verder geeft Marqt voorkeur aan biologische producten die meer biodiversiteit creëren. Biodiversiteit is een onderdeel van de keten, omdat er diversiteit wordt nagestreefd in de keten.



Bron: marqt.nl

Waarom

Marqt is begonnen met een idealistische inslag. Het bedrijf wil het voedselsysteem dat in hun ogen oneerlijk is voor mensen en milieu veranderen door de bedrijfsvoering op een andere manier aan te pakken. Impact op biodiversiteit is daardoor geen secundair bedrijfsdoel maar onlosmakelijk verbonden aan hun missie en visie.

De impact die Marqt zoekt, is niet alleen op gebied van natuur en biodiversiteit maar ook maatschappelijk. Voor Marqt is het verhaal van elk product en de producent erachter belangrijk. Dat verhaal willen zij bekend maken aan de consument. Daarom is hun voornaamste leidmotief 'goed doen' voor mensen, dieren en natuur.

Marqt ziet hun 3600 producten als 3600 verhalen van kleine producenten die natuur en mens respecteren. Wat zij willen bereiken, is niet alleen dat een koe vrij loopt op de wei, maar dat de consument die de melk van die koe koopt in contact komt met het verhaal en bewust wordt van het productieproces van het voedsel dat gekocht wordt. Het verhaal achter het product.

Het motief van Marqt om aandacht te besteden aan natuur en biodiversiteit in hun productiesysteem is omdat 'het hoort'; Marqt is mede vanuit die overtuiging opgericht. Verder is het ook een motief 'dat loont'; Marqt prijst zich hierdoor goed in de markt en weet een niche publiek aan te trekken.

MARQT

MARQT IS EEN KETEN VAN VOEDSELWINKELS DIE 'EERLIJKE' PRODUCTEN VERKOOPT. PRODUCTEN WORDEN DOOR HEN 'ECHT ETEN' GENOEMD:

- (MEESTAL BIOLOGISCH) GROENTEN, FRUIT EN ZUIVELPRODUCTEN,
- GEMAAKT DOOR GESELECTEERDE PRODUCTENTEN,
- DIE MET RESPECT OMGAAN VOOR NATUUR, DIEREN EN MENSEN,
- ETEN DICHTBIJ DE OORSPRONG,
- EERLIJKE PRIJS VOOR HET PRODUCT.

MARQT BESTAAT SINDS 2008, EN HEEFT 10 WINKELS (AMSTERDAM, HAARLEM, DEN HAAG EN ROTTERDAM);

FILOSOFIE: ECHT ETEN MET RESPECT VOOR NATUUR, DIEREN EN MENSEN.

Marqt werkt samen met geselecteerde producenten. Het bedrijf werkt niet expliciet samen met de overheid of andere partijen op gebied van natuur. De producenten zijn geselecteerd op basis van hun verhaal en mentaliteit. Alleen mensen die begrijpen wat het concept van echt biologisch produceren inhoudt, worden een leverancier aan Marqt. De kwaliteit van producten en de bijbehorende verhalen worden steeds gecontroleerd. Marqt hanteert geen harde evaluatiecriteria van biodiversiteit bij elke producent. Elke boer heeft zijn eigen manier om te werken. Marqt heeft daar geen controle over. Sommige boeren hebben recreatiegebieden op hun terreinen, anderen werken met gemengde velden die lokale biodiversiteit ondersteunen. Het gaat om de diversiteit en het verhaal.



Bron: marqt.nl

Marqt

Hoe

Marqt is een jong groeiend bedrijf dat steeds meer ruimte biedt aan agrarische ondernemers om producten te leveren. Producten met een verhaal en meestal positieve impact op biodiversiteit.

Marqt werkt via specifieke afspraken samen met haar producenten. Deze afspraken zijn gebaseerd op leidend motieven en mentaliteit van de boeren die gezamenlijk werken aan natuur in Nederland. Via deze toeleveranciers werkt Marqt indirect aan biodiversiteit. Zo hebben bepaalde productiemethoden van deze producenten een positieve impact op de bijstand. Dit controleert Marqt niet, maar gebeurt op basis van vertrouwen door de selectie van de producent. Concrete activiteiten zoals sponsoring van een bijenproject die impact hebben op biodiversiteit worden niet direct door Marqt ondernomen. Impact vindt dus indirect plaats via de productielijn.

Daarnaast is Marqt actief in het bij elkaar brengen van deze producenten rondom een product. Zij koppelen verschillende producenten aan elkaar om een gezamenlijk product te maken. Zo maken zuivel- en fruitproducenten gezamenlijk een speciale fruityoghurt die bij Marqt in het schap staan. Verder worden er ook bijeenkomsten rond kennisuitwisseling georganiseerd om synergie te creëren en vooral elkaar (boeren en Marqt) te helpen.

Een van de dilemma's van Marqt is om boeren te overtuigen van nieuwe of betere productiemethodes, aangezien het effect van deze methodes vaak moeilijk te meten zijn. Als de meetbaarheid van een bepaalde activiteit, bijvoorbeeld natuurlijke plaagbestrijding, niet duidelijk is dan willen de boeren vaak geen risico's nemen. Als de prijs van dit soort activiteiten ingecalculerd kan worden in het eindproduct dan is innovatie sneller te realiseren, onder andere vanwege minder risico's op de marges van de boeren. De eindprijs zou tegelijkertijd ook duidelijker uitgelegd kunnen worden aan de consument.



Kippenboer Herman Kemper van Kemperkip uit IJzevoorde

Bron: marqt.nl

IMPACT

DE HUIDIGE IMPACT VAN MARQT OP DE NATUUR EN BIODIVERSITEIT IN NEDERLAND IS MOEILIK TE SCHATTEN, OMDAT ACTIVITEITEN VOOR HET BEHOUD VAN BIODIVERSITEIT GEBEURT DOOR HUN PRODUCENTEN EN DIT NIET GEMONITORD WORDT. HET TYPE NATUUR DAT GECREËRD WORDT DOOR DE PRODUCENTEN DIE AAN MARQT LEVEREN, KAN GESCHAARD WORDEN ONDER DE KIJKRICHTING 'FUNCTIONELE NATUUR'. POTENTIEEL ZOU MARQT DUS EEN GROTERE IMPACT KUNNEN HEBBEN OP BIODIVERSITEIT OMDAT BIOLOGISCHE TELERS EN BOEREN AAN HEN LEVEREN WAARDOOR E ZIJ MEER STURING GEVEN AAN BIODIVERSITEIT. HET IS ECHTER ONDUIDELIJK IN HOEVERRE MARQT DAADWERKELIJK INVLOED HEEFT OP DE FYSIEKE TOESTAND VAN BIODIVERSITEIT IN AGRARISCH GEBIED, AANGEZIEN DIT NIET GEMONITORD WORDT. DE IMPACT VAN MARQT IS MEER AANWEZIG VANUIT EEN IDEALISTISCH PERSPECTIEF. HET IS EEN GROEIEND JONG BEDRIJF DAT NATUUR OP INNOVATIEVE WIJZE AAN DE CONSUMENT PRESENTEERT, WAARDOOR BEWUSTZIJN VERGROOT WORDT. OM EEN GOED GESLOTEN VERHAAL TE HEBBEN AAN DE CONSUMENT ZOU DE IMPACT VAN BIODIVERSITEIT OP HET BEDRIJF VAN HUN PRODUCENTEN BETER INZICHTELIJK GEMAAKT KUNNEN WORDEN. DAN IS DE DAADWERKELIJKE IMPACT VIA DEZE PRODUCTIELIJN GOED TE SCHATTEN.

Factsheet Bron: Interview met David Klingen, Quality Expert bij Marqt, 2014.



McCain

Bron: CLM Onderzoek en Advies BV

Wat

McCain is een internationaal aardappelverwerkingsbedrijf en heeft in Nederland vanaf 2013 een pilotproject opgezet om de ontwikkeling van biodiversiteit te stimuleren op het bedrijf van hun telers. Er zijn twee groepen van elk 15 telers in Flevoland en Zeeland die maatregelen nemen op hun bedrijf om biodiversiteit te stimuleren. Zij komen in studiegroepjes bij elkaar om ervaringen uit te wisselen en deze maatregelen te beoordelen. In deze pilot gaat het onder meer

om akkerranden, groen op het erf en bodembiodiversiteit. De GAIA-meetlat van het Centrum voor Landbouw & Milieu (CLM) is hierbij een hulpmiddel. Deze meetlat geeft telers inzicht in biodiversiteitsmaatregelen in een bepaalde biodiversiteitscore. Elk jaar worden de bloem- en groenranden door studenten van CHA Vilentum Hogeschool gemonitord op biodiversiteit. De ambitie van McCain NL is om biodiversiteit te stimuleren bij alle telers in hun contractbestand.



Bron: CLM Onderzoek en Advies BV

Waarom

McCain heeft een wereldwijde CSR (Corporate Social Responsibility) strategie met doelstellingen op het gebied van duurzaamheid, waar biodiversiteit onderdeel van uitmaakt. McCain ziet dat door de jaren heen hun CSR een bredere insteek krijgt: van puur teeltbegeleiding naar milieu en natuur. McCain realiseert dat het bedrijf afhankelijk is van de aardappel als grondstof en daarom duurzaam geteeld moet worden: "Wij willen graag dat die grondstof, de aardappel, op een duurzame manier wordt aangeleverd en dus ook geteeld. Uiteindelijk komt die aardappel bij ons terecht. Wij voelen daar een verantwoordelijkheid voor en dat wij daar als McCain iets mee moeten. Biodiversiteit is een hot issue wereldwijd. Er zijn heel veel soorten die niet meer bestaan of erg onder druk staan, daar wil je als bedrijf ook iets mee. Het project met CLM over die akkerranden was een optie om daar als McCain iets mee te doen." (agronomiemanager

McCain). Behalve dat McCain deze verantwoordelijk voelt, wordt er vanuit de keten ook steeds meer eisen gesteld op het gebied van duurzaamheid, onder andere door McDonalds en BurgerKing. "Deze bedrijven raken steeds beter agronomisch onderlegd, vragen naar de impact van McCain op de leefomgeving en verbreden hun eisen van voedselveiligheid naar natuur en biodiversiteit" (agronomiemanager McCain). In de drijfveer van McCain om aan biodiversiteit te doen zijn verschillende motieven te onderscheiden. Een reden om biodiversiteit te stimuleren is omdat McCain hun grondstof zeker wil stellen voor de toekomst. Ook hun afnemers vragen om meer natuurvriendelijke productie. Verder voelt het bedrijf een innerlijke verantwoordelijkheid om binnen hun mogelijkheden een bijdrage te leveren aan de ontwikkeling van biodiversiteit, omdat wereldwijd de biodiversiteit verloren gaat.

MCCAIN FOODS HOLLAND BV

- AARDAPPELVERWERKINGSBEDRIJF MET 46 PRODUCTIELOCATIES WERELDWIJD;
- MCCAIN IS EEN FAMILIEBEDRIJF EN BESTAAT SINDS 1957 EN HEEFT HOOFDKANTOOR IN CANADA;
- STIMULERINGSPILOT VOOR BIODIVERSE AARDAPPELS ONDER TELERS IN NEDERLAND
- WERELDWIJD MVO PROGRAMMA

MET 11 PIJLERS OP GEBIED VAN:

1. NATUURLIJKE VOEDINGSSTOFFEN,
2. VOEDINGSWAARDE,
3. VOEDSELVEILIGHEID,
4. MINDER ZOUT
5. GEZONDHEID MEDEWERKERS,
6. MILIEUPRESTATIES,
7. ENERGIE- WATERVERBRUIK
8. CO₂ FOOTPRINT
9. TRANSPORT
10. VERPAKKING
11. AGRO-

ECONOMISCHE UITWISSELING

McCain werkt samen met partners als CLM, Landschapsbeheer Flevoland en Gelderland, CAH Vilentum Hogeschool en hun telers in het pilotproject 'Biodiverse Aardappels'. De relatie met de overheid is hier op subsidiebasis, via de subsidie lijn 'Businesses and Biodiversity'. Verder is overheidsimpact of samenwerking nauwelijks aan de orde. Een prettige stimulans zou mogelijk het Gemeenschappelijk Landbouwbeleid in 2015 kunnen zijn. Op gebied van duurzaamheid, voedselveiligheid en ook steeds meer voor natuur en biodiversiteit werkt McCain samen met haar afnemers, zoals McDonalds en BurgerKing, die bepaalde eisen stellen en samenwerken in pilotfarms om duurzamer te produceren; lees: schoner, efficiënter en minder uitstoot.



Bron: CLM Onderzoek en Advies BV

McCain

Hoe

McCain is de initiator van de pilot 'Biodiverse Aardappels': een samenwerkingsproject tussen teler en afnemer (McCain). Deze activiteit heeft een indirecte link met het productieproces van McCain, namelijk het waarborgen van hun grondstof: de aardappel. De sturing vindt plaats via stimulering van biodiverse maatregelen die telers kunnen nemen op hun bedrijf, zoals akkerranden inzaaien, bodembewerking en extra groene elementen op hun erf. Deze maatregelen hebben direct effect op de fysieke biodiversiteit: op en in de bodem van de akkers(randen) en het erf van de telers.

Het effect van deze maatregelen is direct gericht op fysieke biodiversiteit, ondanks de indirecte sturing van McCain. De strategie van het project is om telers de waarde en functie van biodiversiteit te laten inzien, zoals akkerranden die afspoeling van nutriënten tegengaan en tegelijkertijd een natuurlijke plaagbestrijding kunnen vormen in hun gewassen. De uiteindelijke ambitie van McCain is dat elke teler uit hun contractbestand biodiverse maatregelen op hun bedrijf toepassen. McCain kan dit echter niet van hun telers afdwingen aangezien het bedrijf daar geen beslissingsbevoegdheid over heeft.

Daarom probeert het bedrijf de telers te begeleiden en te stimuleren met een stimulans of prikkel. "Wij kunnen niet zeggen, jij moet dat gebruiken, jij moet dat gebruiken, zolang de teler binnen de wet werkt. Er moet het een en ander gebeuren om de telers te verleiden. Dat doen we onder andere door de voordelen van biodiversiteit voor de boer te benoemen en deze juist aan hen te laten zien. Het zijn uiteindelijk ook niet alleen muntjes waar het om gaat. Als een boer een mooie kruidenrijke akkerrand heeft aangelegd, en er fietst iemand uit het dorp langs en die zegt: 'he wat bloeit het daar mooi boer Piet', dan geeft dat die boer een positief gevoel. Dan doet hij het volgend jaar weer." (agronomiemanager Noord-Europa)



Bron: CLM Onderzoek en Advies BV

IMPACT

NATUUR HEEFT HIER EEN FUNCTIONELE BIJDRAGE VOOR DE AGRARISCHE PRODUCTIE IN DE VORM VAN BLOEMRIJKE AKKERRANDEN EN BODEMBIODIVERSITEIT. DAARNAAST HEBBEN DE AKKERRANDEN EEN LANDSCAPPELIJKE WAARDE EN KUN JE SPREKEN OVER EEN TOEVOEGING IN DE BELEEFBAARHEID VAN HET LANDSCHAP VOOR BURGERS EN RECREANTEN. ALS MCCAIN DEZE PILOT WEET UIT TE ROLLEN OVER ALLE TELERS IN HUN CONTRACTBESTAND, DAN ZOU DIT EEN BEHOORLIJKE IMPACT KUNNEN HEBBEN OP NATUUR IN NEDERLAND. HET CENTRALE PROJECTDOEL IS OM BIJ TENMINSTE 100 BOEREN OF OP TEN MINSTE 6000 HA BIODIVERSITEITSMATREGELEN TE TREFFEN. DE REDEN VOOR MCCAIN OM DIT BIJ HUN TELERS TE STIMULEREN IS OMDAT DAAR DE GROOTSTE IMPACT OP BIODIVERSITEIT LIGT IN DE KETEN. IN HET HUIDIGE STADIUM IS DE IMPACT OP DE ALGHELE NATUUR IN NEDERLAND TE VERWAARLOZEN, AANGEZIEN HET EEN PILOT BETREFT MET NOG RELATIEF WEINIG TELERS EN ER NOG GEEN RECENTE DATA BESTAAT WAT BETREFT MONITORING. IN 2013 IS EEN NULMETING GEHOUDEN OM DE BASISREFERENTIE OP TE STELLEN. ELK JAAR WORDT NU EEN ECOLOGISCHE MONITORING GEHOUDEN BIJ DEELNEMENDE BEDRIJVEN DOOR STUDENTEN VAN DE CAH VILENTUM HOGESCHOOL. AAN HET EIND VAN DE PILOT KAN EEN CONCLUSIE GETROKKEN WORDEN OVER HET EFFECT VAN DE MAATREGELEN OP DE NATUURKWALITEIT IN DAT BETREFFENDE AGRARISCHE GEBIED.

Factsheet Bron: Interview met Erik Haasken van McCain, 2014

De VOF zelf bestaat uit drie vennoten met een eigen agrarisch bedrijf en de nieuw opgerichte Stichting Recreatie Reiderwolde. Om de VOF op te richten, hebben de initiatiefnemers flink moeten strijden, onder andere met de Provincie, Staatsbosbeheer en bestuurders van de Blauwestad. Inmiddels vindt met deze partijen op een constructieve manier afstemming plaats. Zo zijn er momenteel zelfs gesprekken gaande met Staatsbosbeheer om een gedeelte van de gronden die buiten Reiderwolde liggen ook te gaan beheren. Verder werkt Reiderwolde in de praktijk samen met een groot aantal partners waaronder lokale (bewoners)organisaties (dorpsvereniging, natuurclub Oldambstergroen, bijenvereniging), de Agrarische Natuurvereniging, scholen (maatschappelijke stages), Staatsbosbeheer en vrijwilligers die de natuurontwikkeling monitoren.



Bron: Reiderwolde.nl

Reiderwolde

Hoe

Reiderwolde is een initiatief van enkele (agrarische) ondernemers en is specifiek gericht op de aankoop, inrichting en beheer van ruim 200 ha. voormalige landbouwgronden als nieuwe natuur. Hoewel er voor de aanschaf en inrichting van de gronden subsidies beschikbaar waren via het Nationaal Groenfonds en er een beheersvergoeding is op basis van pakketten natuurbeheer heeft de oprichting van de VOF ook forse investeringen gevraagd van de initiatiefnemers. Zowel qua tijd en energie als financieel.

Een initiatief als Reiderwolde vraagt om een aantal specifieke randvoorwaarden, zowel persoonlijk, als sociaal-maatschappelijk als ruimtelijk. Dit maakt ook dat het initiatief vrij uniek is en als zodanig zeker niet zomaar kopieerbaar. De belangrijkste ingrediënten voor succes zijn de persoonlijke drive en doorzettingsvermogen van de initiatiefnemers. De ervaringen van Reiderwolde en met name ook de creatieve oplossingen en functiecombinaties die worden ontwikkeld, kunnen echter wel als inspiratiebron dienen voor andere initiatieven van particulier natuurbeheer.



Bron: Reiderwolde.nl

IMPACT OP NATUUR

DANKZIJ REIDERWOLDE IS MEER DAN 200 HA LANDBOUWGROND (AKKERBOUW) VERWORVEN EN INGERICHT ALS NIEUWE NATUUR. DEZE NIEUWE NATUUR BESTAAT UIT ONGEVEER 50% GRASLAND EN ONGEVEER 25% BOS EN STRUWEEL EN 25% NATTE NATUUR: MOERAS EN WATER. EEN DEEL VAN HET GRASLAND EN BOS IS OOK IN GEBRUIK ALS NATUURBEGRAAFPLAATS. HET GRASLAND WORDT EXTENSIEF BEHEERD. HET (NU NOG JONGE) BOS BESTAAT GROTENDEELS UIT STREEKEIGEN BOOMSOORTEN ALS EIK, ELS, BERK EN ES.

HOEWEL DE NATUUR ZICH NOG VERDER MOET ONTWIKKELLEN, WETEN VERSCHILLENDE SOORTEN REIDERWOLDE INMIDDELS TE VINDEN. QU AVOGELSOORTEN ZITTEN ER INMIDDELS VEEL LEEUWERIKEN (80 PAARTJES OP 200 HA), PATRIJZEN EN VELDUILEN. QU A FLORA ZIJN ONLANGS DE EERSTE ORCHIDEËN TERUGGEKOMEN. BEHALVE VOOR DE NATUUR HEEFT REIDERWOLDE OOK EEN MAATSCHAPPELIJKE IMPACT DANKZIJ DE RUIMTE DIE WORDT GEBODEN AAN UITEENLOPENDE RECREATIEVE EN EDUCATIEVE ACTIVITEITEN.

Factsheet Bron: Interview met Ab van Middelkoop, van Reiderwolde, 2014.



Bron: Reiderwolde.nl



Vitens

Wat

Vitens beheert zo'n 3000 ha waterwingebieden in Noordoost-Nederland waar grondwater gewonnen wordt voor drinkwater. Deze gebieden zijn natuurgebieden en worden ecologisch beheerd. Een beheerplan wordt opgesteld met specifieke natuurdoelen die passen bij de omgeving, ondergrond en abiotiek. "Vitens heeft de filosofie het type natuur na te streven dat past bij de omgeving en abiotische omstandigheden" (ecoloog Vitens). Het

beheer wordt uitgevoerd door (eigen) terreinbeheerders en bijgestuurd op basis van monitoringsgegevens. Als de terreinen in de buurt liggen van Natura 2000-gebieden of het Nationale Natuur Netwerk (voormalige EHS) dan liggen deze doelen vaak in het verlengde hiervan. Vitens stuurt natuur aan op systeemniveau, en kijkt naar de grote lijnen en de karakteristieken van het landschap. De terreinen variëren van klein tot groot en liggen in verschillende landschapstypen.



Bron: Vitens.nl

Waarom

Natuur is onlosmakelijk verbonden met de grondwaterwinningen van Vitens, omdat natuur de bodem en het grondwater en daarmee de drinkwaterbronnen schoonhoudt. "Als er iets mis is met de grond, dan is het water ook niet goed" (strategisch omgevingsmanager Vitens).

Natuur houdt de bodem schoon en daardoor de zuiveringskosten van het drinkwater laag. Een simpele zuivering is daarop meestal voldoende. Vitens ziet functiecombinaties tussen drinkwaterwinning en natuur als kansrijk. Het gaat in beide gevallen om extensieve en laagdynamische functies, die qua schaal, dynamiek en intensiteit bij elkaar passen. Daarom maakt natuur integraal onderdeel uit van de bedrijfsstrategie om grondwater te winnen, en zijn bijna alle waterwingebieden ingericht als natuurgebied en worden ze ecologisch beheerd. Een motief om natuur te beheren is dus 'omdat het loont'

en direct ten goede komt aan het productieproces. Daarnaast zijn de wingebieden ook visitekaartjes van Vitens: "Wat we graag willen met de wingebieden is niet alleen iets doen voor biodiversiteit, maar ook een stukje waardecreatie voor de omgeving; dus dat mens, plant en dier het een aantrekkelijke plek vinden om te verblijven" (ecoloog Vitens). Behalve dat natuur een functie heeft in het productieproces werkt het ook in het voordeel voor draagvlak en imago voor het bedrijf.

Met wie

De natuurgebieden worden beheerd door eigen terreinbeheerders van Vitens. Deze hebben een regiefunctie richting bijvoorbeeld aannemers. Vitens werkt samen met natuurorganisaties als Natuurmonumenten en Het Utrechts Landschap bij de ontwikkeling van de maatstaven van het beheerplan en het operationele beheer.

WATERBEDRIJF VITENS

- DRINKWATERBEDRIJF IN FRIESLAND, OVERIJSEL, FLEVOLAND, GELDERLAND EN UTRECHT.
- VOORZIET 5,5 MILJOEN MENSEN VAN SCHOON EN VEILIG DRINKWATER.
- 100 PRODUCTIEBEDRIJVEN, 110 PRODUCTIELOCATIES VOOR GRONDWATERWINNING EN TWEE LOCATIES MET OEVERINFILTRATIEWINNING (OPPERVLAKTEWATER UIT RIVIER).
- VITENS HEEFT 1500 HA IN EIGENDOM EN BEHEERT IN TOTAAL 3000 HA NATUUR-/WATERWINGEBIEDEN.
- ALLE WATERWINGEBIEDEN ZIJN NATUURGEBIEDEN EN WORDEN ECOLOGISCH BEHEERD VIA BEHEERRICHTLIJNEN.
- NATUURGEBIEDEN OPENBAAR TOEGANKELIJK, ZIE OOK **WANDELAPP**.

Daarnaast werkt Vitens ook samen met gemeenten en provincies, onder andere op het gebied van ruimtelijke ordening en om drinkwatervoorraden in de ondergrond in kaart te brengen en veilig te stellen. Deze samenwerking valt te typeren als kennisexpertiserelatie. Zo worden hydrologen en andere experts van Vitens ingezet bij bepaalde provinciale beleidsontwikkelingen. Ook met omwonenden van waterwingebieden wordt samengewerkt, onder andere bij de beheerevaluaties van de natuur. Deze relatie valt te typeren als de dialoog aangaan met de omgeving, en kan in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen gezien worden als een participantheiding van het bedrijf naar de samenleving toe. Daarnaast stelt Vitens waar mogelijk natuurgebieden open rondom de kern van het waterwingebied voor recreatiedoeleinden.



Bron: Vitens.nl

Vitens

Hoe

Natuur maakt onderdeel uit van het productieproces bij Vitens en krijgt haar beslag in de waterwingebieden. Er bestaat een directe relatie met een gebied waar Vitens invloed heeft op de natuurkwaliteit. Vitens beheert haar gebieden naar eigen maatstaven. Er is een beheerlijst voor grasland, heide of bos, waarop in hoofdlijnen staat aangegeven hoe het type natuur te beheren. De meeste terreinen zijn in eigendom van Vitens en hierdoor kunnen ze hun primaire waterbron goed beschermen. Het natuurbeheer wordt bekostigd uit het budget van het drinkwatertarief, omdat "natuur een elementair onderdeel vormt van de bedrijfsvoering en daarom zit inbegrepen in de prijs van het drinkwater" (strategisch omgevingsmanager Vitens).

Natuur en water zijn communicerende vaten, die elkaar nodig hebben. Behalve dat Vitens haar bron beschermt door aankoop en eigendom van terreinen is er ook nog het grondwaterbeschermingsbeleid. Dit beleid beschermt het waterwingebied en grondwaterbeschermingsgebied via ruimtelijke ordening en laat geen (mogelijk) kwalijke activiteiten toe. Deze bescherming geldt echter niet voor het intrekgebied. Dat is een punt van aandacht, want grondwater doet er lang over om van a naar b te komen. Dingen die daarin gebeuren – bijv. een vervuiling – kunnen een behoorlijk effect hebben op de kwaliteit van het drinkwater.

Vitens probeert daarom zoveel mogelijk samen te werken met andere partijen. Soms worden ook strategische aankopen gedaan om bepaalde grondwaterbronnen te beschermen tegen bijv. stedelijke ontwikkelingen of industrie. Deze gebieden worden dan als natuur beheerd. Vitens geeft voorkeur aan een scheiding in dynamische, intensieve functies en extensieve, laagdynamische functies (i.e. natuur en water) in de ruimtelijke ordening. Voor de toekomst is dat een belangrijk vraagstuk, aangezien de druk op de onder- en bovengrond steeds meer toeneemt. Vitens ziet voor de overheid een regierol om bepaalde ontwikkelingen in goede banen te stimuleren en faciliteren.



Bron: Vitens.nl

IMPACT

MET MEER DAN 100 LOCATIES BEHEERT VITENS ZO'N 3000 HA NATUUR. VANWEGE DE OPPERVAKTE ALLEEN AL HEEFT DIT EEN BEHOORLIJKE IMPACT OP DE NATUURKwaliteit IN NEDERLAND. DE ACTIVITEITEN EN HET BEHEER WORDEN NAUWKEURIG GEMONITORD EN GEËVALUEERD, VAAK SAMEN MET TERREINBEHEERDERS, DE OMGEVING EN VRIJWILLIGERS. ONDANKS DE SOMS KLEINE TERREINEN ZIJN DEZE GEBIEDEN VAAK BELANGRIJKE STAPSTENEN VOOR FLORA EN FAUNA TUSSEN GROTERE NATUURGEBIEDEN IN. DE NATUUR OP DE TERREINEN VAN VITENS DRAAGT HIERDOOR BIJ AAN EEN GROTER NATUURNETWERK. NATUURDOELEN WORDEN GEZOCHT DIE PASSEN BIJ DE ONDERGROND EN ABIOTISCHE OMSTANDIGHEDEN EN HEBBEN NATUURLIJKE PROCESSEN VAAK DE RUIMTE. DE NATUUR HEEFT VOOR VITENS EEN FUNCTIONEEL KARAKTER, OMDAT DEZE BIJDRAAGT AAN GOED, SCHOON EN VEILIG WATER. RECREATIE WORDT GESTIMULEERD OP DE NATUURTERREINEN VAN VITENS ALS DAT GEEN OVERLAST VEROOorzaakt VOOR DE WATERKwaliteit. . DE WATERWINGEBIEDEN VAN VITENS DRAGEN DUS AANZIENLIJK BIJ AAN NATUURKwaliteit EN —BESCHERMING IN NEDERLAND.

Factsheet Bron: Interview met Lize Beekman, Strategisch Omgevingsmanager en Henk Hunneman, Specialist Ecologie bij Vitens, 2014