

Ingrediënten van de magical mix voor succesvolle geïntegreerde natuurprojecten: het voorbeeld van Bosland

Bosland, het grootste en meest kindvriendelijke bosgebied van Vlaanderen, bestaat tien jaar. Om dat te vieren werd in oktober een Europese conferentie georganiseerd voor collega's uit vergelijkbare projecten, betrokkenen bij Bosland en andere geïnteresseerden uit binnen- en buitenland. Dit artikel behandelt enkele thema's die regelmatig naar voor kwamen tijdens de conferentie, de ingrediënten van de magical mix voor een succesvol gebiedsgericht, geïntegreerd natuurproject. Er bestaat echter geen universele stap-voor-stap beschrijving om tot dé oplossing te komen.

1 Zoek de “magical mix” en de onverwachte belanghebbenden

Het concept “magical mix” werd geïntroduceerd door Savita Custead, directeur van het Bristol Natural History Consortium (BNHC). Het BNHC gebruikt een “magical mix” van belanghebbenden (stakeholders) om natuur in het beleid te verankeren. Ze mikken daarbij niet enkel op de voor de hand liggende belanghebbenden (die iemand uit het publiek definieerde als “de 55+ bruggepensioneerde vrijwilliger van Natuurpunt”), maar ook op jongeren, politici, journalisten, minderheden, enz. Custead riep op om uit de comfortzone te breken en contact te zoeken met belanghebbenden waar je nog niet aan gedacht had en waar je je misschien oncomfortabel bij voelt. Dit vereist een sterk leiderschap, die de discussie en participatie faciliteert in een open proces, met respect voor de belanghebbenden en vertrouwen in het proces en zijn eindresultaten. En een open geest, want de mensen zijn niet altijd geïnteresseerd in datgene waar jij van denkt dat ze geïnteresseerd in zijn.

Land Stewardship is een aanpak om overheden, landeigenaars, landgebruikers en geïnteresseerde burgers samen

RIK DE VREESE (BOS+)

te brengen voor een geïntegreerde landschappelijke benadering van het landgebruik. Een geïntegreerde landschappelijke benadering houdt rekening met alle belanghebbenden, claims, wetgeving en beleidsinitiatieven in een bepaald gebied, en probeert binnen die randvoorwaarden een oplossing te vinden op landschapsschaal i.p.v. het oplossen van punctuele problemen. Onverwachte belanghebbenden, zoals inwoners of bedrijven, kunnen via Land Stewardship grondeigenaars helpen hun eigendom op een natuurlijkere manier te beheren. Deze vorm van sociale innovatie en sociaal ondernemerschap brengt allerhande burgers samen rond het thema van ruraal landbeheer, en kan een boost geven aan de rurale economie. Op deze manier breng je ook verschillende verhalen en verschillende talen samen. Die verschillende verhalen kunnen echter botsen met de context van het landschap: enkele deelnemers aan de conferentie waarschuwen voor een situatie waarbij mensen die niet in het landschap wonen en/of werken, maar er wel een mening over hebben, gaan bepalen hoe het landschap moet worden gebruikt. Deze bezorgdheid werd ook gezien in het licht van de verstedelijking van Vlaanderen, en de invloed van stadsbewoners op het plattelandsbeleid.

2 Het belang van een goed verhaal

Het belang van een goed verhaal en een visie kwam meermaals naar voor. Het verhaal van energierijke landschappen (Regionaal Landschap Lage Kempen) gaat over een moderne visie op multifunctionele rurale landschappen, met plaats voor “Food, Feelgood & Flowers”, en met een lokale economische meerwaarde. Het “Baywatch”-verhaal van Natuurmonumenten is een ander voorbeeld van een goed en simpel verhaal met een grote impact: toen de Nederlandse regering besliste om het bouwverbod langs de kust en in de duinen op te heffen, faciliteerde Natuurmonumenten het burgerprotest. “Baywatchers” (zowel leden van Natuurmonumenten als niet-leden) organiseer-



Figuur 1: Kinderen op vlinderwandeling. © Valerie Persoons (Stad Lommel)

den honderden lokale evenementen over de schoonheid van de onbebouwde kust, met als boodschap: “Handen af van onze kust”. De verhalen gingen over hoe mensen de kust al van kindsaf ongeschonden kennen, en deze zo willen behouden. Het biodiversiteitsargument werd veel minder uitgespeeld. Ook de Boslandondernemers bouwen aan een goed verhaal: “Allways start with a good story-line” was het advies van de landschapsarchitect van Center Parcs.

Het concept natuurgebaseerde oplossingen (“Nature-based solutions”) werd aangehaald als een goed voorbeeld van hoe concepten kunnen worden vertaald in concrete, aantrekkelijke verhaallijnen zoals “natuur is goed voor jou”, of “natuur helpt ons”. Natuurgebaseerde oplossingen zetten natuur in om een antwoord te bieden op maatschappelijke problemen in de bebouwde omgeving of het platteland, gaande van kleinschalige oplossingen (zoals een bomenrij als natuurlijke zonnewering), tot groot-schalige oplossingen (zoals natuurlijke overstromingsgebieden langs de Schelde). Door samen met bijvoorbeeld minderheden aan geveltuinjes te werken, kan je hen heel concreet bij natuur betrekken, en breng je de natuur heel dicht in hun omgeving. Bankside Urban Forest en de Bristol Natural History Consortium gebruiken een vergelijkbare aanpak: breng natuur naar de mensen in hun eigen omgeving in plaats van naar een natuurgebied ver van hun bed.

Ook voor wetenschappers zijn er kansen om wetenschappelijke resultaten te vertalen in goede verhalen, en zo het publiek te winnen voor het gebied én hen te enthousiasmeren over wetenschappelijk onderzoek.

Prof. Kris Verheyen verwees hier naar recent onderzoek in het Turnhouts Vennengebied waar op basis van luchtfoto's het reliëf ten tijde van de laatste ijstijd kon worden gereconstrueerd.

3 Media en het gebruik van eenvoudige boodschappen en symbolen

Savita Custead (BNHC) beklemtoonde het belang van samenwerking met de media door haar uitspraak “When it is in the papers, then it stimulates action”. Maar de boodschappen van natuurprojecten zijn dikwijls te complex om opgepikt te worden door de media. De kracht van simpele boodschappen en symbolen wordt ook geïllustreerd door het Vlinderproject van de Lommelse OndernemersClub (LOC De Vlinder): zij gebruiken de vlinder als mascotte voor hun project waarbij ze vergroening van bedrijventerreinen, scholen, tuinen en de publieke ruimte stimuleren. Iedereen houdt van kleurrijke vlinders, ze spreken tot de verbeelding en laten ook toe om het complexe verhaal van biodiversiteit en landschapsecologie op een simpele manier te vertellen: wat goed is voor vlinders, is goed voor de biodiversiteit, en helpt om een duurzaam ecologisch netwerk van groene infrastructuur te ontwikkelen. De sterkte van het symbool was ook belangrijk bij het kiezen van de naam voor het Bankside Urban Forest project: initieel was er gekozen voor het Bankside Park, maar de voorkeur ging uiteindelijk toch naar “Forest”, omdat het woord bos zoveel meer verbeelding en verwondering oproept.

De leefwereld van kinderen en jongeren is momenteel heel sterk gemediatiseerd; dat wil zeggen dat we de media kunnen gebruiken om de natuur te introduceren in de leefwereld van kinderen (zie bijvoorbeeld ook het succes van series zoals *Maya De Bij*). Het uitwerken van multimediale projecten (combinatie van televisie met websites, apps en gedrukte media) met media-partners zoals KetNet of Uitgeverij Averbode kan natuur bij veel kinderen brengen, maar we moeten er over waken dat media een middel blijft om kinderen de natuur te laten beleven, en geen doel op zich wordt.

4 Kinderen en jongeren

Kinderen zijn de belangrijkste doelgroep van Bosland, en dit wordt vertaald in de hele communicatie rond Bosland. Bosland is in de markt gezet als het grootste kindvriendelijke bos in Vlaanderen, er is een Bosland Bengels nieuwsbrief gericht op kinderen. Eén van de eerste ingrepen in Bosland was het voorzien van bijkomende speelzones en spelelementen aan de welkomstportalen, en er is een uitgebreide samenwerking met scholen. Door te investeren in het betrekken van kinderen bereik je de toekomstige generaties, maar ook de huidige generaties (hun ouders en grootouders), of zoals de kinderburgemeester van Lommel het verwoordde: “Bosland geeft me de mogelijkheid om quality time met mijn ouders door te brengen”. Andere voorbeelden van het betrekken van kinderen en jongeren bij natuur zijn het betrekken van jongeren (12-35) bij het uitwerken van een visie op de natuur in 2050 (Bristol Natural History Consortium). De vertegenwoordiger van de Europese Commissie stelde met plezier vast dat zulke kind-gerichte aanpak heel effectief is en spoorde alle aanwezigen aan om kinderen te betrekken in natuurontwikkelingsprojecten: kinderen zijn immers echte ambassadeurs van de passie voor natuur.

Uit de parallelle sessie onthouden we een aantal interessante ideeën om kinderen te betrekken bij natuur. De nood aan een actieve benadering werd benadrukt: kinderen willen graag iets doen in de natuur en willen de natuur graag helpen (Fig. 1). Dit aspect, en het aanbieden van een unieke fysieke natuurbeleving (bijvoorbeeld het bos geblinddoekt beluisteren, voelen en proeven), zijn basisvoorwaarden voor het ontwikkelen van natuureducatieve projecten. Immers onderwijs in het bos dus, en medewerkers aan natuurprojecten zoals Bosland moeten hiervoor de nodige pedagogische vaardigheden aangeleerd krijgen. Tieners zijn moeilijker te betrekken, maar actieve natuurrecreatie (kamperen, buitensporten) of het lokaliseren in het bos van andere populaire vormen van vrijetijdsbesteding bij tieners kan helpen om hen het bos in te krijgen (bijvoorbeeld organiseren van concertjes in het Bosland bostheater). De uitdaging ligt er echter in om de funfactor te overstijgen en de deelnemers ook warm te krijgen voor natuur en duurzaamheid. Dat kan door

kinderen en jongeren medeverantwoordelijkheid en mede-eigenaarschap te geven over het bos of taken uit het bosbeheer, door hen te betrekken bij bepaalde beslissingen en hen te belonen voor hun bijdrage aan het natuurbeheer.

5 Bedrijven voor natuur

In Bosland zijn er mooie voorbeelden van publiek-private samenwerkingen en private initiatieven voor natuur. Heel wat ondernemingen (bijvoorbeeld Center Parcs en B&Bs) halen hun inkomen uit de omgeving (d.w.z. mensen die aangetrokken worden door de omgeving betalen voor hun producten en/of diensten). Dit leidde tot ethische vragen: mag een commercieel bedrijf zich identificeren met de omgeving? Moet dit bedrijf dan niet bijdragen (financieel, logistiek, sensibiliseren) aan het behoud en/of de ontwikkeling van de natuur in de omgeving? In het Verenigd Koninkrijk wordt hiervoor het instrument van de “Business Improvement Districts” ingezet: bedrijven dragen verplicht bij aan de verbetering van het district waarin ze gelegen zijn. In Bankside (London) worden deze fondsen onder andere ingezet om het Bankside Urban Forest te ontwikkelen: een groen netwerk van straatbomen, groendaken, groene gevels en parken doorheen de wijk. Center Parcs op zijn beurt stimuleert zijn bezoekers om het park te verlaten en Bosland te bezoeken (bijvoorbeeld door de Natura Cabana belevingsbox – een mini-bezoekerscentrum voor Bosland in de Market Dome).

Andere voorbeelden in Bosland laten zien hoe natuur en groen verweven worden met bedrijventerreinen en de industriële processen. De zandgroeves van Sibelco worden zodanig ingepast dat de impact op de natuur minimaal is, en al van voor de start wordt nagedacht hoe de ontginning het best kan gebeuren zodat het natuurherstel na de ontginning gemaximaliseerd wordt. De lokale business club van Lommel ondersteunde een project (LOC de Vlinder) om een groen netwerk tussen de natuurgebieden rond Lommel en de stadskern te ontwikkelen door het aanleggen van groene corridors over de bedrijventerreinen. Dit project legde mee de kiem van het Vlaams-Nederlandse 2B Connect Interreg-project, dat bijkomende biodiversiteit en groene infrastructuur op bedrijventerreinen wil ontwikkelen. Dergelijke ingrepen zijn niet enkel positief voor natuur, ook de bedrijven plukken er de (economische) voordelen van: natuur-gericht beheer van een bedrijventerrein is goedkoper dan een traditioneel maaibeheer, en de bedrijven krijgen een groener imago.

6 Economische ontwikkeling & branding

Het masterplan voor Bosland (2012-2020) zet in op een duurzame economische ontwikkeling van de regio, gebaseerd op de rijke natuurkwaliteiten die Bosland bezit.



Figuur 2: Heerlijke Boslandkoeken maken van Bosland een culinaire belevenis. © Bakkerij Swinnen Lommel

Bosland biedt ondernemers het landschap aan, waar zij dan mee aan de slag kunnen. Deze prikkels helpen effectief om de regio op de kaart te zetten: in bepaalde gebieden nam het aantal bezoekers toe met 77% tussen 2010 en 2015. Om de ondernemers te stimuleren en kennis uit te wisselen tussen het Boslandproject en de ondernemers, worden er netwerkevenementen (Boslandsafari's) en cursussen "Gastheer van Bosland" voorzien. We zien dat er in Bosland een echte onderstroom is ontstaan, waarbij heel wat ondernemers het voorbeeld van hun collega's willen volgen.

Andere voorbeelden van het stimuleren van een lokale duurzame economie zijn het gebruik van lokaal hout uit landschapsbeheer voor lokale energievoorziening uit hernieuwbare grondstoffen (Hagehelden-project gecoördineerd door Regionaal Landschap Lage Kempen), en de Land Stewardship aanpak die middelen van burgers en bedrijven via de principes van sociaal ondernemen investeert in landbeheer. Ook Bosland werkt aan sociaal ondernemerschap door het stimuleren van de inzet van doelgroeparbeiders via sociale economie-bedrijven bij het beheer van natuur, bos en landschap.

Een belangrijk onderdeel van de Boslandstrategie is branding. Er werden heel wat nieuwe streekproducten ontwikkeld onder het label Bosland (Fig. 2). Toeristische ondernemingen gebruiken het Bosland-label als een marketingtool en heel wat nieuwe producten en diensten zagen het licht.

7 De rol van lokale overheden, steden en gemeenten

Lokale overheden zijn cruciaal voor een succesvol geïntegreerd natuurproject zoals Bosland: de gemeenten staan dicht bij de burger, en op gemeentelijk niveau komen heel wat bevoegdheden samen. Anderzijds zijn de uitdagingen op vlak van budget, competentie en capaciteit voor heel wat gemeenten zo groot dat grensoverschrijdende samenwerkingen zoals Bosland heel welkom zijn. Bosland wordt door de gemeenten dan ook aanzien als een competentienetwerk. Hierdoor is Bosland meer de samenwerking van de drie gemeenten. Het Boslandproject maakt dan weer handig gebruik van de korte communicatielijnen tussen gemeenten en burger. Communicatiekanalen zoals gemeentelijke informatiebladen of gemeentelijke ontmoetingsplaatsen maken het mogelijk om als project heel dicht bij de burger te komen.

De rol van lokale overheden in geïntegreerde projecten wordt ook benadrukt in de Land Stewardship aanpak: gemeentebesturen zijn belangrijk om een geïntegreerde landschapsgerichte aanpak te faciliteren. In het Parc régional de Luberon werd de samenwerking tussen gemeenten en belanghebbenden vastgelegd in een "Charter voor Duurzaam Bosbeheer", en IUCN ziet lokale overheden als de bevoorrechte partners om natuurgebaseerde oplossingen te implementeren.

Ook bij het betrekken van verschillende overheden en administraties is het van belang om een gezamenlijke taal te vinden en mekaars bekommernissen en gevoeligheden te erkennen. Eén van de deelnemers verwoordde dit als volgt: “Also in the town hall it is important to talk to the colleagues in the office next door”.

8 Beleving en passie

Beleving en passie worden door de deelnemers aan de conferentie als cruciaal aanzien om natuur en landschap te verankeren in een streek en in de geesten van de bewoners. Quotes zoals “Happiness & Healthy” in Bankside, “Feelgood & Flowers” in de energieke landschappen van het Regionaal Landschap Lage Kempen, “Be where the people are” in Bristol, “Offering Nature+” door Center Parcs, en “Passion – Partnership - Pleasure” door Sibelco bevestigen dit. Een specifieke vorm van beleving is het stimuleren van gastronomische beleving: Boslandkoekjes, Boslandjenever, of het degusteren van bier van lokale brouwerijen tijdens wandelingen in de Limburgse Duinengordel (Meeuwen-Gruitrode, Opglabbeek, Bree, Maaseik).

Waar het stimuleren van beleving vooral belangrijk is om belanghebbenden en de bevolking te betrekken bij natuur, is passie voor natuur vooral belangrijk bij de mensen die natuur realiseren: de projectstaf, politici, bos- en landeigenaars, gebruikers van de gronden in het gebied, en wetenschappers die het gebied onderzoeken. Zij zijn trots op hun grond of bos, die hun familie in vele gevallen al generaties lang beheren, of op de resultaten die ze behalen. Het activeren van deze passie om een landschap te versterken, én om andere mensen te motiveren voor en te betrekken bij een landschap, is één van de meest effectieve manieren om aan landschapsontwikkeling te doen. Het inzetten van deze passie leidt tot gedragen, natuurgebaseerde oplossingen voor maatschappelijke problemen in het gebied. Het vinden van dergelijke gedragen oplossingen is niet altijd gemakkelijk en vergt veel overleg, geduld, inlevingsvermogen en respect voor de andere betrokken partijen.

9 Conclusie: Passion for Nature – Mainstreaming Opportunities for Nature and Society

Dat de Boslandconferentie doorging onder de titel “Passion for Nature” was niet toevallig. Passie voor een landschap in een gebied, en een passie om dit landschap in te zetten voor een duurzame ontwikkeling van een gebied, kan leiden tot gedragen, duurzame natuurgebaseerde oplossingen voor maatschappelijke problemen. Passioneel werken aan een betere leefomgeving is aanstekelijk – het Boslandvirus besmette heel wat deelnemers aan de conferentie – en heeft er in tien jaar toe geleid dat

Bosland geworden is tot één van de beste pilootprojecten van een duurzame gebiedsgerichte ontwikkeling gebaseerd op natuur- en landschapskwaliteiten. Andere ingrediënten van de “magical mix” zijn samenwerken met niet voor de hand liggende (en soms controversiële) belanghebbenden zoals bedrijven; betrekken van kinderen als primaire belanghebbenden; goede verhalen, symbolen, branding en media; geëngageerde lokale besturen en competente intermediaire structuren; en ten slotte het stimuleren van de beleving van de natuur en het landschap in het gebied. De uitwerking van deze magical mix moet echter steeds gebeuren met respect voor de context, de omgeving en de betrokken actoren.

Een uitgebreider verslag van de conferentie, en een verslag van de discussies en parallele werkgroepen, is te vinden op <http://www.bosland.be/gastvrij-bosland/passion-for-nature-conference/107/>.