



Investeringsvormen voor natuur- en landschapsbeheer

Investeringsvormen voor natuur- en landschapsbeheer

Verslag fase 1 van communicatieproject "Investeren in Ecologie":
Inventarisatie en selectie van investeringsvormen voor gemeenten, bedrijven
en burgers.
Dit project wordt uitgevoerd door Landschapsbeheer Nederland, Communicatie-
bureau Brüggewirth, Maas en Boswinkel en Centrum voor Landbouw en Milieu in
opdracht van het ministerie van LNV, nr. 2002/S 5-003719

F.J.G. Padt
H. Kloen
G.W. Verschuur
R. Joldersma

CLM Onderzoek en Advies BV
Utrecht, november 2002
CLM 554-2002

Dit rapport geeft een overzicht van mogelijke investeringsvormen in natuur- en landschapsbeheer en voorbeelden daarvan. Op basis van kenmerken is een selectie gemaakt voor nadere uitwerking in een communicatieproject naar burgers, bedrijven en gemeenten.

ISBN: 90-5634-172-3

Voorwoord

Dit document is opgesteld voor verder gebruik in het project "Investeren in Ecologie". Het geeft een overzicht van mogelijke investeringsvormen in natuur- en landschapsbeheer en een indeling naar kenmerken op basis van expert judgement. Daarmee levert deze indeling hulp voor gedachtenbepaling in dit project, en ontwikkelt ook weer de visie op deze indeling. Deze nieuwe inzichten konden niet meer in hoofdstukken 2 en 3 worden doorgevoerd. Voor toepassing in andere projecten is nadere onderbouwing en bijstelling wenselijk.

Onderstaande personen worden bedankt voor hun adviezen

Projectteam Investeren in ecologie

- Gerrit-Jan van Herwaarden, LBN
- Aad van Paassen, LBN
- Rogier Pijlman, BMB
- Jacqueline Vermeulen, BMB

Klankbordgroep Investeren in ecologie

- Arjan de Bakker, ANWB
- Bert-René Brinkman, Landschap Overijssel
- Jos Gulden, Gemeente Vught
- Luuk Hans, Rabobank
- Ina Horlings, Expertisecentrum LNV
- Greet Overbeek, LEI
- Jeroom Remmers, Stichting Natuur en Milieu
- Bas Ruter, Triodosbank
- Annet Stegeman, LTO/In Natura Nederland
- Derk-Jan Verstand, RECRON
- Gertine van der Vliet, Nationaal Groenfonds
- Matthieu Wagemans, Innovatienetwerk Groene Ruimte

Inhoud

Voorwoord

Inhoud

1 Inleiding	1
1.1 Probleemstelling	1
1.2 Doel	1
1.3 Uitgangspunten	2
1.4 Werkwijze	3
2 Investeringsvormen	5
2.1 Bestaande investeringsvormen voor ecologie	5
2.2 Natuur en landschap: hoofdzaak of bijzaak?	6
3 Doelgroepen en hun motieven	9
3.1 Beschrijving in vogelvlucht	9
3.1.1 Gemeenten	9
3.1.2 Burgers	11
3.1.3 Bedrijven	11
3.1.4 Business-partners en intermediairs	13
3.2 De motieven op een rijtje	14
3.3 Natuur en landschap: economie of ideologie?	14
4 Keuze van investeringsvormen	17
4.1 Clustering van investeringsvormen	17
4.2 Geschiktheid voor het communicatieproject	17
4.3 Selectie van investeringsvormen	19
4.3.1 Samenhang tussen de speerpunten	21
4.4 Aanpassingen in de volgende fasen	21
5 Korte omschrijving speerpunten	23
5.1 Speerpunt voor gemeenten: lokaal landschapsfonds	23
5.2 Speerpunt voor burgers: financiële adoptie	25
5.3 Speerpunt voor bedrijven: bedrijfssponsoring	27
Bronnen	29
Bijlage 1 Groslijst investeringsvormen	33
Bijlage 2 Geïnterviewde personen	41

1 Inleiding

1.1 Probleemstelling

Het belang van natuur en landschap neemt toe door onder andere verdere verstedelijking, groeiende bevolking en toename van de behoefte aan recreatie in de directe leefomgeving. Mensen krijgen meer belangstelling voor de natuur, en zoeken een rustig en aantrekkelijk landschap om te recreëren of te wonen. Dit leidt er zelfs toe dat grond- en huizenprijzen in een mooie groene omgeving sterker stijgen dan elders. Dit maakt dat ook in het bedrijfsleven een grotere interesse in natuur en landschap is te bespeuren. Steeds meer wordt een aantrekkelijk landschap als een "pullfactor" gezien, waardoor bedrijfsterreinen in waarde toenemen.

De toegenomen belangstelling voor natuur en landschap bij verschillende maatschappelijke partijen vertaalt zich tot nu toe niet of te weinig in daadwerkelijke betrokkenheid voor de zorg ervan. De aanwezigheid wordt als vanzelfsprekend beschouwd, en als er kosten met aanleg en beheer gemoeid zijn wordt als eerste aan de overheid gedacht. En inderdaad besteden overheden grote en groeiende budgetten aan natuurontwikkeling en natuur- en landschapsbeheer. Een grotere participatie van groepen die hiervan direct of indirect profiteren in hun woon- of leefomgeving is gewenst: gemeenten, burgers en bedrijven. Dit kan leiden tot zowel een breder draagvlak, als ook een eerlijker verdeling van de lasten. Nog te weinig wordt recht gedaan aan het principe dat degene die baat heeft bij een kwalitatief hoogwaardig landschap er ook aan mee betaalt.

De geringe betrokkenheid van burgers, bedrijven en gemeenten bij natuur- en landschapsbeheer wordt niet eens zozeer veroorzaakt door onwil, maar veelal door onbekendheid van de mogelijkheden. Er zijn diverse voorbeelden om belanghebbenden te laten meebetalen aan natuur- en landschapsbeheer. Maar buiten lidmaatschappen van en donaties aan grote natuurorganisaties en deelname aan de Postcodeloterij zijn deze kleinschalig van opzet, weinig ontwikkeld en weinig bekend.

1.2 Doel

Doel van het project Investeren in Ecologie is om gemeenten, bedrijven en burgers te informeren over de mogelijkheden en voordelen van investeren in natuur en landschap.

Communicatie over investeringsvormen en de effecten daarvan kan de doelgroepen bewust maken hoe zij nu al profiteren van natuur en landschap, en hoe zij dat nog meer kunnen doen. Zo wordt het maatschappelijke draagvlak voor natuur en landschap versterkt en de financiële ruimte voor aanleg en beheer vergroot. Tevens kunnen de verschillende groepen elkaar stimuleren en van elkaar leren. Ze praten dan niet alleen over hoe mooi de natuur is, maar ook hoe zij actief bijdragen aan natuur- en landschapsbeheer.

De rijksoverheid ziet investeringen in natuur en landschap door gemeenten, burgers en bedrijven als de 'nieuwe lijn voor de toekomst'. In de communicatie zullen de veranderende opvattingen van de rijksoverheid en haar nieuwe rol goed moeten worden gecommuniceerd.

Duidelijk moet worden dat de overheid haar investeringen in natuur en landschap niet beoogt te verminderen, maar de verantwoordelijkheid daarvoor wil delen met alle partijen die natuur en landschap, om welke reden dan ook, een warm hart toedragen.

1.3 Uitgangspunten

Algemeen

Investeren in ecologie:

- Ecologie drukt de samenhang uit tussen levende natuur (dieren en planten) met de niet-levende natuur (bodem, water en lucht). Ieder gebied heeft karakteristieke combinaties van grondsoorten, reliëf en waterhuishouding waaraan levensvormen zich hebben aangepast. Gedurende vele eeuwen heeft ook de mens het land gebruikt naar de mogelijkheden die de natuur ter plekke bood, wat resulteert in kenmerkende cultuurhistorische elementen en patronen, met daarop aangepaste dieren en planten.
- Dit project kan bijdragen aan versterking van deze samenhang tussen natuurlijke gesteldheid, daarmee samenhangende cultuurhistorische elementen en hierop aangepaste dieren en planten, door aanleg en beheer van netwerken van natuur- en landschapselementen.
- Investerings kunnen zowel geld als tijd betreffen.

Het project beperkt zich tot:

- Natuur en landschap in het buitengebied, inclusief stadsranden;
- Investerings voor aanleg én voor beheer;
- De beheerders zijn lagere overheden, natuurbeheerinstanties of particulieren (agrariërs, andere ondernemers, bewoners van het buitengebied).

Vergroten van de investeringen door doelgroepen kan door:

- Hogere bijdragen van huidige investeerders;
- Meer investeerders binnen de huidige doelgroepen interesseren;
- Verbreden van de doelgroep (nieuwe investeerders interesseren).

Investerings op lokaal niveau staan centraal:

- Deze zijn meest herkenbaar voor belanghebbenden;
- Sluiten aan op grotere rol voor lagere overheden.

Communicatie moet onbekende of nieuwe investeringsvormen onder de aandacht brengen:

- Al zeer bekende producten (bijv. lidmaatschap van een landelijke natuurorganisatie) kunnen worden benut tot verdere investeringen te stimuleren;
- Communicatie moet niet leiden tot alleen verschuiving van de ene naar de andere investering, maar tot meer investeringen en betere afstemming;
- Communicatie moet worden gericht op vrijwillige investeringen, niet op al vaststaande verplichtingen (zoals door rijksoverheid voorgeschreven compensatie bij nieuwe infrastructuur, vervangen van aangetaste natuur).

Het project moet bijdragen aan continuïteit van natuur- en landschapsbeheer:

- Streven naar meerjarige financiering;
- Niet alleen aanleg, ook beheer;
- Afhankelijkheid van rijkssubsidies verminderen.

Business partners en intermediairs kunnen een belangrijke rol vervullen:

- Zij kunnen informatie (veelal per investeringsvorm) leveren hoe geïnteresseerden concreet in natuur en landschap kunnen investeren;
- Zij hebben ervaring met het uitzetten van investeringen en kunnen het resultaat zichtbaar maken.

Spanningsvelden

Verplicht of vrijwillig:

- Vrijwillig voor de een wordt verplichtend voor de ander: een gemeente kan er bijvoorbeeld voor kiezen een heffing op bouwgrond in te stellen t.b.v. landschapsbeheer, waardoor een andere doelgroep (bedrijven of huiseigenaren) verplicht wordt te betalen
- Bij vrijwillige bijdragen houd je *free-riders* die wel profiteren maar niet meebetalen;
- Je kunt bedrijven 'groene verplichtingen' opleggen, maar een vrijwillige samenwerking tussen gemeenten en bedrijfsleven is wellicht sneller en effectiever.

Overheids- versus particuliere bijdrage:

- Een (rijks)overheidsbijdrage kan als medefinanciering een aanjagende rol hebben om de doelgroepen aan te moedigen te investeren (gedeeltelijke subsidiering waarbij beheerders zelf ook deel moeten opbrengen);
- Een overheidsbijdrage kan particulieren weerhouden zelf mee te financieren voor beheer ("mijn geld komt in de gemeentekas").
- De overheid (LNV) is opdrachtgever, maar kan wellicht beter niet als afzender van de communicatie fungeren

Origineel versus breed toepasbaar:

- Originele initiatieven zijn vaak te klein om grote sommen geld te absorberen;
- Originele initiatieven bedienen vaak een kleine niche-markt en leiden niet snel tot mobilisatie van grote geldstromen.

1.4 Werkwijze

In schriftelijke publicaties en via internet is informatie verzameld over investeringsvormen, en daarbij betrokken organisaties en personen. Door middel van interviews onder ca. 20 deskundigen uit organisaties die de doelgroepen vertegenwoordigen is deze inventarisatie uitgebreid en zijn meningen gevraagd over veelbelovende opties, motieven en succescriteria voor deze investeringsvormen en wensen, randvoorwaarden en gebruikte communicatiekanalen. Hoofdstuk 2 biedt een ordening van de investeringsvormen, hoofdstuk 3 van de doelgroepen en hun motieven. In hoofdstuk wordt op basis hiervan en van aanvullende criteria een selectie gemaakt van voor dit communicatietraject meest kansrijke investeringsvormen en aandachtspunten voor de communicatie.

2 Investeringsvormen

2.1 Bestaande investeringsvormen voor ecologie

Er zijn 18 bestaande investeringsvormen geïnventariseerd, die in zeven groepen zijn ondergebracht (zie [bijlage 1](#)). Van iedere investeringsvorm zijn voorbeelden verzameld, zo'n honderd in totaal. Investeringsvormen die in de literatuur worden genoemd, maar waarvoor geen concrete voorbeelden zijn gevonden, zijn niet uitgewerkt.

1. Gemeentelijke heffing
 - a. Toeristenbelasting. Inzet van toeristenbelasting als doelheffing, d.w.z. de opbrengst van toeristenbelasting vloeit (deels) terug naar natuur- en landschap.
 - b. Ontwikkelingstax. Heffing op het bebouwen van grond t.b.v. natuur en landschap.
2. Lokaal landschapsfonds (elders ook wel aangeduid als lokaal groenfonds). Bundeling van overheidsgeld en private middelen voor aankoop, inrichting en beheer van natuur en landschap.
3. Sparen en beleggen
 - a. Algemene groenfondsen. Vermogensfondsen van banken voor 'groen beleggen'.
 - b. Bestemmingsrekening. Natuur- en landschapsgebonden spaarsysteem.
 - c. *Community supported agriculture*. Participatie met geld en arbeid in de jaarlijkse opbrengst van een agrarisch bedrijf, waaronder 'productie' van natuur- en landschap.
4. Partnership. Privaat-private samenwerking bij de ontwikkeling van natuur en landschap.
5. Vermarkten van natuur en landschap
 - a. Streekproducten. Regionale voedselproductie onder natuur- en landschapsvoorwaarden.
 - b. Arrangementen. Aan natuur- en landschap gerelateerde diensten (zoals horeca, recreatie) worden opnieuw in natuur- en landschap geïnvesteerd.
 - c. Certificaten. Een contract voor verantwoord beheer van een natuur- en landschapselement.
6. Liefdadigheid
 - a. Publieksacties. Inzameling van geld voor natuur- en landschap bij het grote publiek.
 - b. Giften en legaten. Fiscaal gunstige donatie voor natuur- en landschapsdoel-einden.
 - c. Bedrijfssponsoring. Bijdrage van een bedrijf voor natuur- en landschapsdoeleinden met tegenprestatie.
 - d. Financiële adoptie. Bijdrage aan instandhouding van een natuur- en landschapselement.
 - e. Vrijwilligerswerk. Geven van tijd aan natuur- en landschapsbeheer in georganiseerd verband.
 - f. Lidmaatschap (lokale) natuurorganisaties. Ondersteuning van lokaal samenwerkingsverband, gericht op natuur en landschap.

7. Rood voor groen. Publiek-private samenwerking bij de ontwikkeling van natuur, landschap en andere functies (met name wonen, bedrijven, infrastructuur).

Sommige investeringsvormen kunnen met elkaar samenhangen. Het lokale landschapsfonds kan bijvoorbeeld worden gevuld met de opbrengsten van gemeentelijke heffingen, arrangementen, giften en bedrijfssponsoring.

2.2 Natuur en landschap: hoofdzaak of bijzaak?

Alle geïnventariseerde investeringsvormen dragen op een of andere manier, mits goed uitgevoerd, bij aan natuur en landschap. In deze verkenning dient te worden achterhaald met welk doel burgers, bedrijven en gemeenten (willen) investeren in natuur en landschap. Sommige investeringsvormen zijn aantrekkelijk omdat ze direct veel geld voor natuur en landschap opbrengen, bij andere staan andere doelen centraal dan de directe opbrengsten voor natuur en landschap. Dergelijke investeringsvormen kunnen voor natuur en landschap toch zinvol zijn (natuur en landschap worden 'meegenomen' in de investering). In de praktijk is dit onderscheid niet zo zwart-wit, maar gradueel.

Om straks een verantwoorde selectie te maken van investeringsvormen (zie verder hoofdstuk 4) is het zinvol om 1. het investeringsdoel per investeringsvorm concreet te benoemen en 2. de investeringsvormen aan de hand van deze kenmerken te beschrijven en te rangschikken.

Bij sommige investeringsvormen is het doel van de investering veel vermogen te mobiliseren voor natuur en landschap. Investeringsvormen dienen dan te voldoen aan de volgende voorwaarden:

- Hoge financiële opbrengst per investering (hoogte van het bedrag per investering door één investeerder).
- Een groot percentage van de gelden komt effectief ten goede komt natuur- en landschap (effectiviteit, dus na aftrek van administratieve kosten, promotie etc.).
- De geldstroom is continu: bestaande en nieuwe investeerders hebben de mogelijkheid om steeds weer opnieuw te investeren.
- Herhaalbaarheid of bereik: de investeringsvorm kan in principe overal worden ingezet.

Bij andere investeringsvormen is het doel van de investering niet primair veel vermogen te mobiliseren voor natuur en landschap, maar worden andere doelen beoogd (bijv. plattelandontwikkeling of een maatschappelijke bijdrage leveren). Dergelijke investeringsvormen kunnen toch aantrekkelijk zijn voor natuur en landschap, mits ze voldoen aan de volgende voorwaarden:

- Geringe administratief-organisatorische lasten (drempels).
- Fysieke herkenbaarheid van de investering (gaat het geld naar zichtbare projecten).
- Aansprekendheid (originaliteit, uitstraling).
- Eenvoud (eenvoudig uit te leggen).

Iedere investeringsvorm is op deze kenmerken semi-kwantitatief gescoord (tabel 2.1). De voorbeelden uit [bijlage 1](#) zijn leidraad geweest bij deze scoring.

Dat betekent dat is gekeken naar de huidige manier van investeren (de huidige kenmerken) en niet of een bepaalde investeringsvorm wellicht meer geschikt kan worden gemaakt (de potentiële kenmerken). Dit laatste is bij de uitwerking in de communicatie natuurlijk wel belangrijk. Een tweede opmerking is dat iedere score een 'bandbreedte' heeft: de scores hangen sterk samen met de wijze waarop iets wordt uitgevoerd: groot- of kleinschalig, goed of slecht, waar het geld precies aan wordt besteed (nieuw groen, beheer, organisatie) etc.

Toelichting bij de scores:

- Score 3: de investeringsvorm scoort gunstig op het betreffende kenmerk.
- Score 2: de investeringsvorm kan gunstig scoren op het betreffende kenmerk, afhankelijk van de precieze uitwerking.
- Score 1: de investeringsvorm scoort ongunstig op het betreffende kenmerk.

In tabel 2.1 is voor iedere investeringsvorm tevens aangegeven of natuur en landschap hoofddoelen van de investering zijn (hoge waarden voor % N&L) dan wel nevendoele (lage waarden voor % N&L). De percentages zijn berekend door de som van de scores op opbrengst, effectiviteit, continuïteit en herhaalbaarheid (kolom 2 t/m 5) te delen door de totaalscore. De investeringsvormen die relatief hoog scoren op het % N&L zijn bovenaan gezet.

Tabel 2.1 Kenmerken van de investeringsvormen

Investeringsvorm	Opbr	Eff	Cont	Herh	Adm	Fys	Orig	Eenv	% N&L
<u>Potentieel hoge opbrengst voor natuur en landschap</u>									
Lokaal landschapsfonds	3	3	3	3	1	2	2	1	67
Rood voor groen	3	2	1	3	1	1	2	1	64
Ontwikkelingstax	2	2	1	3	2	1	1	1	62
Toeristenbelasting	2	2	3	3	2	2	1	2	59
Algemene groenfondsen	3	2	3	3	2	2	2	2	58
Giften	2	2	3	3	2	2	2	3	53
Certificaten	2	3	3	3	2	3	3	2	52
Bestemmingsrekening	2	3	3	3	3	2	2	3	52
<u>Relatief lage opbrengst voor natuur en landschap</u>									
Partnership	2	3	2	3	2	3	3	3	48
Publieksacties	3	1	2	3	3	2	2	3	47
Bedrijfssponsoring	2	1	2	3	2	2	3	2	47
Financiële adoptie	2	3	1	2	2	2	3	2	47
Vrijwilligerswerk	2	2	2	3	2	3	3	3	45
Community supported agriculture	1	2	2	2	2	2	3	2	44
Streekproducten	1	1	2	2	2	2	3	1	43
Arrangementen	1	1	2	2	2	2	3	2	40
Lidmaatschap (lokale natuurorganisaties)	1	1	3	2	2	2	3	2	40

3 Doelgroepen en hun motieven

3.1 Beschrijving in vogelvlucht

Er zijn vier doelgroepen onderscheiden: burgers, gemeenten, bedrijven en business partners. Businesspartners zijn partijen die een belangrijke rol kunnen vervullen bij het bereiken en activeren van burgers, gemeenten en bedrijven (bijv. banken, projectontwikkelaars, natuurbeschermingsorganisaties). Er zijn ca. 20 interviews gehouden met vertegenwoordigers van gemeenten, bedrijven en businesspartners. Zie [bijlage 2](#) voor de lijst met namen en organisaties. In de interviews is met name gevraagd naar de motieven van partijen: waarom en onder welke voorwaarden investeren ze of zouden ze willen investeren in natuur en landschap? De resultaten van de interviews zijn hieronder samengevat (met hier en daar aanvullingen uit de literatuur). De voorbeelden van investeringsvormen die de informanten hebben aangedragen zijn opgenomen in [bijlage 1](#).

3.1.1 Gemeenten

Veel gemeenten hebben in het verleden landschapsbeleidsplannen gemaakt. Veelal zijn dit visies op de gewenste landschapsonwikkeling en een aantal maatregelen die de gemeente zelf (op eigen grond) kan uitvoeren. De laatste jaren komen steeds meer gemeenten ook met budgetten voor landschapmaatregelen door particuliere eigenaars. Landschapsbeleidsplannen worden sinds 2002 vervangen door zogenaamde Landschapsonwikkelingsplannen. Een van de doeleinden van een landschapsonwikkelingsplan is de burger en het lokale bestuur meer verantwoordelijk te maken voor de verbetering van het landschap dichtbij huis, ook financieel. De rijksoverheid (c.q. ministerie van LNV) betaalt mee in de kosten die de gemeente maakt voor het zoeken naar alternatieve financieringsvormen.

Op dit moment hanteren nog maar weinig gemeenten lokale maatregelen om aan inkomsten te komen (15% van alle gemeenten) (Overbeek e.a., 2002). "Lokale maatregelen die inkomsten opleveren zijn vooral een compensatie van rood voor groen en een opslag op de bouwgrondprijzen. Ook sponsoring wordt weinig toegepast (12% van alle gemeenten). De belangrijkste sponsor is de postcodeloterij, een enkeling krijgt geld van het bedrijfsleven of de ANWB"...

"Een vijfde van de gemeenten die deze nu niet gebruikt heeft wel eens aan het verkrijgen van inkomsten uit lokale maatregelen (19%) of sponsoring (22%) gedacht."...

"Uit de analyse blijkt dat gemeenten die inkomsten uit lokale maatregelen of sponsoring beogen vaker meer dan 25.000 inwoners hebben. Gemeenten die inkomsten uit lokale maatregelen beogen hebben ook vaker iemand belast met de uitvoering van het landschapsbeleid. Gemeenten die sponsoring beogen, werven nu vaker subsidies."...

"Verbeteringen worden vooral gewenst bij zaken die men nu onvoldoende beoordeelt (zie onderstaande tabel). Dus meer landschapsonwikkeling realiseren en meer subsidies werven. Op deze terreinen wenst men ook meer ondersteuning.

Meer inkomsten bij particuliere organisaties of uit lokale maatregelen werven worden minder beoogd." Kennelijk denkt men dat deze inkomsten moeilijker te verwerven zijn dan subsidies.

Tabel 3.1 Gewenste verbeteringen en behoefte aan ondersteuning (n = 68)

Aspect	Kan beter	Ondersteuning
Meer landschapontwikkeling realiseren	65%	47%
Meer inkomsten uit subsidies werven	60%	59%
Draagvlak vergroten	46%	23%
Organisatie verbeteren	38%	18%
Meer inkomsten bij particuliere organisaties werven	32%	28%
Meer inkomsten uit lokale maatregelen werven	31%	25%

Bron: Overbeek (2002)

Uit de interviews in dit project komt naar voren dat groene investeringen door gemeenten vaak meer op leefbaarheid dan alleen op natuur en landschap zijn gericht. Verder is de betrokkenheid en het enthousiasme van gemeentebestuurders essentieel voor een succesvolle groene investeringen. Daarbij blijkt dat inzet van groene reserves van gemeenten vaak onvoldoende steun krijgt, mogelijk vanwege onvoldoende kennisuitwisseling en cultuurverschillen tussen "groene" en financiële deskundigen (Van Heijst, 2002).

Een apart landschapsfonds is voor een stedelijke gemeente vooral aantrekkelijk als bedrijven met eigen middelen bijdragen aan stedelijk groen en zo mogelijk in een later stadium zelf het beheer organiseren, door bijvoorbeeld een hoveniersbedrijf in te schakelen. Dat laatste kan goedkoper uitvallen dan de gebruikelijke groenvoorziening door gemeentelijke diensten (interview gemeente Amsterdam). Bedrijven kunnen samen het beheer op zich nemen ('parkmanagement'); bedrijven werken ook nu al samen op allerlei terreinen (milieu, water, transport, afval). Samenwerking op vrijwillige basis is voor bedrijven doorgaans aantrekkelijker dan een afdracht aan de gemeente voor gemeentelijke groenbeheer (interview VNO-NCW). Stedelijke gemeenten in het westen zijn zeer geïnteresseerd om te investeren in het omliggende groen in het buitengebied. Voorbeelden zijn de plannen van de gemeente Amsterdam rond de Amstelscheg (de groene inhammen van Amsterdam) en hun bijdragen aan de Agrarische Natuurvereniging Waterland en de participatie van de gemeenten Delft, Den Haag en Schipluiden in het Midden-Delflandfonds (Landwerk, 2002).

Plattelandsgemeenten staan vaak dichtbij de burger, hetgeen tal van interessante 'burgerinitiatieven' kan opleveren voor een groene omgeving. De burgers moeten er dan wel zelf baat bij hebben (bijv. verbetering van de eigen woonomgeving). Dit geldt in feite ook voor bedrijven (bijv. imago). Een landschapsfonds kan een stimulator zijn voor allerlei nieuwe projecten met draagvlak in de streek. Een marktconform groenbeheer kan een belangrijke meerwaarde hebben boven de gebruikelijke subsidies omdat het minder werk vergt (aanvraag, verantwoording etc.) en de gemeente meer invloed heeft op de besteding van het geld (interview gemeente Vught). Niet alle gemeentebestuurders zijn hiervan overigens overtuigd. Samenwerking tussen stedelijke gemeenten en omliggende plattelandsgemeenten kan een succesformule zijn (interview LEI).

3.1.2 Burgers

De onderstaande motieven van de huishoudens zijn zeer beknopt beschreven aan de hand van de literatuur, met name Schuyt (2002). Huishoudens geven vaker en meer naarmate het gezinsinkomen hoger is. Ouderen geven vaker en meer aan maatschappelijke en sociale doelen dan jongeren, die incidenteel kleine giften geven aan bijvoorbeeld sport en recreatie. Veel giften lopen via kerken, maar giften aan milieu-, natuur en dierenbescherming zijn vooral afkomstig van niet-kerkgangers en/of links georiënteerde mensen. Plattelandsbewoners (vooral in het oosten van het land) geven in het algemeen meer dan stadsbewoners. Uit het onderzoek van Schuyt (2002) kan niet worden opgemaakt of dit laatste ook geldt voor giften aan natuur en landschap. Wellicht geldt hier juist het omgekeerde: stedelingen die natuur en landschap als contrast zien en dit sterker waarderen dan mensen die het altijd om zich heen hebben.

In dit onderzoek beschouwen we betrokkenheid bij natuur en landschap en idealisme, gecombineerd met fiscale voordelen, als belangrijke drijfveren van de gevers. Deze drijfveren zullen bij 'groenspaarders', de achterban van natuur- en milieurorganisaties, buitenrecreanten en liefhebbers van buitenleven, tuinen etc. meer spelen dan bij anderen.

In het natuurbeheer werken veel vrijwilligers. Er zijn voorbeelden waarbij het beheer van een natuurgebied grotendeels draait op vrijwilligers. De motivatie voor vrijwilligers is zingeving (plezier aan het werk en sociale contacten), bepaalde privileges (toegang, zeggenschap) en soms het profijt dat ze hebben van het beheer (jacht, vis, hout, vruchten) (interview SBNL). Behalve om fysieke arbeid, gaat het bij vrijwilligerswerk ook om onbetaald bestuurlijk werk. Opvallend is dat vrijwilligerswerk voor natuur en landschap in het onderzoek van Schuyt (2002) niet als belangrijke categorie naar voren komt.

Grondeigenaren, meestal agrariërs, maar ook landgoedeigenaren en huizenbezitters, scharen we in dit onderzoek ook onder de doelgroep burgers. Investerings in natuur en landschap door deze groep zullen waarschijnlijk vooral betrekking hebben op de eigen woon- en werkomgeving, met als motief dat een aantrekkelijk landschap ook meer waard is (in geld) als woon- en productieomgeving.

3.1.3 Bedrijven

Bedrijven laten zich liever niet vastleggen met rode en groene contouren, maar vinden sturing van bovenaf bij gemeentelijke samenwerking wel heel belangrijk. Extra inkomsten in de ene gemeente door bedrijfsontwikkeling zouden moeten worden verevend met gedeelde inkomsten in de buurgemeente, waar bedrijfsontwikkeling niet wordt toegestaan. De crux is dat de overheid planologische ruimte moet bieden voor bedrijfsontwikkeling, waardoor ook ruimte ontstaat voor nieuwe natuur.

Investeren in groen is ook investeren in een gezonde werkomgeving, een positieve uitstraling en een aantrekkelijk vestigingsklimaat. Bedrijven kampen met het dilemma dat een extensief bedrijventerrein zich in principe uitstekend laat combineren met natuurontwikkeling, maar dat de overheid meestal niet de daarvoor benodigde planologische ruimte biedt. Risico's van extensieve bedrijfsontwikkeling zijn de veiligheid en natuurbescherming. Met dit laatste wordt bedoeld dat Europese richtlijnen voor natuurbescherming bedrijfsontwikkeling kunnen tegenhouden (interview VNO-NCW). Nadeel is dat het extra oppervlakte open ruimte vraagt. Combineren met meerlagige opzet van het terrein kan een oplossingsrichtlijn zijn.

Bedrijven met een maatschappelijke verantwoordelijkheid (waterbedrijven, food-sector, hoveniersbedrijven etc.) kunnen intermediair zijn tussen kleine initiatieven en het grote publiek. Bijvoorbeeld door promotie, verkoop van producten, sponsoring, publiciteit. Deze bedrijven bouwen er een goede naam mee op en zij bereiken nieuwe doelgroep-segmenten (interview Stichting wAarde). Voorwaarde is dat de sponsoring past bij de ideële en commerciële doelen van het bedrijf (interview Intratuin).

Hoveniersbedrijven 'verkopen natuur' en kunnen hieruit een marktvoordeel halen. Hoveniersbedrijven kunnen een commerciële rol vervullen bij gemeentelijk groenbeheer. Ze kunnen hun rol als maatschappelijke onderneming verder benutten door zelf nieuwe producten te ontwikkelen en/of maatschappelijke projecten te sponsoren. Een bijkomend voordeel is dat de groene markt een verdere stimulans krijgt. Door samenwerking met maatschappelijke organisaties houdt het bedrijf *feeling* met wat er in de markt leeft (interview Intratuin). Soms sponsoren hoveniersbedrijven natuurbeschermingsorganisaties om zodoende een zakelijke relatie op te bouwen (interview Landschap Overijssel).

Een florierende recreatie- en toerismesector staat of valt met de kwaliteit van de (groene) omgeving. De sector is op allerlei niveaus en manieren bezig om een groene recreatieomgeving te ontwikkelen en om recreatieondernemers hierin een actieve rol te geven. Vooral bij grote gemeenten is er een tekort aan groene recreatiemogelijkheden. Recreatieondernemers en projectontwikkelaars zouden meer met elkaar kunnen optrekken, zodat recreatie integraal onderdeel wordt van bijvoorbeeld de stadsrand (interview ANWB).

Daarnaast moeten recreatieondernemers en de overheid kansen voor groene recreatie beter benutten. Dit vergt van recreatieondernemers bereidheid om verder te kijken dan het eigen bedrijf op langere termijn, ter wille van de continuïteit, en van de overheid duidelijke plannen, bundeling van financieringsstromen en praktische en aantrekkelijke regelingen. Ook zijn nieuwe collectieve organisatievormen nodig. Hiermee kan worden bereikt dat recreatieondernemers een serieuze rol krijgen bij gebiedsontwikkelingen en natuur- en landschapsbeheer. Recreatieondernemers kunnen bijvoorbeeld (net als agrariërs) groene diensten aanbieden. Er ontstaan nu al allerlei samenwerkingsverbanden tussen recreatieondernemers en terreinbeheerders (denk aan de aanleg van golfbanen). Soms werken zelfs gasten mee bij het natuurbeheer. Deze weg biedt meer perspectief dan het op slot zetten of uitkopen van bedrijven (interviews MKB-Nederland, Recron, TRN).

Projectontwikkelaars hebben veel baat bij een groene woonomgeving omdat die meer geld opbrengt dan compact traditioneel bouwen. Bovendien verwacht men uit 'groen bouwen' op de lange termijn meer omzet te halen. Leren bouwen met groen en leren inspelen op de wensen van bewoners en bedrijven is daarom nodig (interview Kurstjens).

Projectontwikkelaars zijn niet zo gebonden aan allerlei lokale belangen en kunnen daardoor gemeentegrensoverschrijdend werken. Voor projectontwikkelaars is het belangrijk dat de lokale overheden meewerken bij planvorming en vergunningverlening. Veel initiatieven kunnen met winst uit de markt worden gefinancierd. Amstelland Ontwikkeling bijvoorbeeld werkt met een 'groen door rood' constructie, waarbij een groene woonomgeving vrijwel volledig wordt betaald uit de verkoop van huizen aan vermogende burgers. De bewoners organiseren meestal zelf het beheer van het groen (via hoveniersbedrijven), dat voor het grootste deel openbaar toegankelijk is. Dit laatste is belangrijk om toestemming te krijgen van de gemeente voor de 'nieuwe landgoederen'. Omdat wordt aangesloten bij de natuurdoeltypen en de Nota Belvedere (cultuurhistorie), is deze constructie een goed voorbeeld van private financiering van de openbare groene ruimte. Amstelland

Ontwikkeling hecht, naast financiële redenen, aan een subsidie vanuit het Programma Beheer, omdat deze het *commitment* van de overheid bezegelt (interview Amstelland Ontwikkeling).

Intensieve samenwerking tussen projectontwikkelaars en de overheid is nodig bij integrale ontwikkeling van wonen, bedrijvigheid en natuur. Projectontwikkelaars hebben het liefst harde grenzen rondom stedelijke kernen om ongebreidelde suburbanisatie te voorkomen (zgn. *sprawl* in Amerikaanse buitenwijken). Samenwerking tussen gemeenten is hiervoor essentieel. Volgens projectontwikkelaars levert een integrale aanpak meer geld op, betere woon- en bedrijventerreinen en beter groen (interview gemeente Amsterdam).

3.1.4 Business-partners en intermediairs

Veel banken hebben tegenwoordig een groenfonds, waarmee ze gunstige leningen (d.w.z. met een lage rente) aan groene projecten kunnen verstrekken. Dit wordt mogelijk gemaakt door fiscale voordelen die de rijksoverheid (tot voor kort) biedt. Een geslaagde investering levert de bank extra inkomsten op. Het geld is afkomstig van particulieren of bedrijven. Natuur en landschap zijn voor banken (en hun investeerders) in het algemeen geen gewild investeringsobject omdat er geen rendement op korte termijn te verwachten zijn. Motieven om toch te investeren liggen in de ideële sfeer (zorg voor toekomstige generaties, imago) en in de economische (fiscale voordelen) (interview ASN-bank, Triodos, Rabobank). Belangrijk is dat investeerders zicht houden op het object van hun investering en er tenminste niet op verliezen (interview Groenfonds). Banken hebben zelf sterke communicatietrajecten voor hun producten en houden deze graag in eigen hand. Desalniettemin zijn ze mogelijk bereid om een rol te spelen in communicatie over andere investeringsvormen.

Natuurbeheerorganisaties zijn in dit project intermediairs en tevens 'ontvangers' van de investeringen. Zij werken in toenemende mate samen met gemeenten, bedrijven en burgers. Het gaat dan niet alleen om geld voor de exploitatie, maar ook om draagvlak voor het lokale natuurbeheer. Het landschapszorgmodel in Overijssel is een voorbeeld (interview Landschap Overijssel). Aankoop van grond uit eigen middelen is een voorbeeld van een investering.

Nieuwe natuur- en landschapsbeheerinstanties zoals Agrarische Natuur Verenigingen worden ondersteund via Programma Beheer. Ook zij zijn als 'ontvangers' aan te merken. Zij kunnen besluiten eigen middelen te verwerven en een zelfstandig beleid te gaan voeren. Vereist wel een verdergaande organisatieontwikkeling (Oerlemans et al., 2001).

Maatschappelijke clubs zoals Rotary, Lions, ANWB, dorpsbelangen, winkeliersverenigingen en soms ook particuliere ondernemingen (bijv. supermarkten) ondernemen allerlei acties voor goede doelen. Natuurprojecten kunnen hiertoe behoren als ze ook een maatschappelijke functie hebben (interview Rotary.)

Notarissen vervullen een spilfunctie bij vele financiële transacties en hebben daarbij ook wel een voorlichtende of adviserende rol naar bedrijven, burgers en stichtingen. In meest eenvoudige vorm heeft hij een "goede-doelenboek" in de wachtkamer. Zij hebben een uitgebreid netwerk naar bedrijven en kunnen adviseren over opzet van stichtingen en nalatenschappen (interview Dierckxsen).

3.2 De motieven op een rijtje

Uit de vorige paragraaf is een heel scala aan motieven naar voren gekomen. Deze motieven bepalen straks mede de selectie van investeringsvormen (zie verder hoofdstuk 4). Een werkwijze zou kunnen zijn om per doelgroep de motieven voor iedere investeringsvorm te reconstrueren. Hier is echter van afgezien omdat dit meer en meer diepgaande informatie vergt. Er is voor gekozen om de motieven op een meer abstract niveau te benoemen en daarbij onderscheid te maken in:

- Economische motieven: brengt de investeringsvorm mij direct of indirect wat op?
- Ideologische motieven: draagt mijn bijdrage bij aan de groene ruimte?

Op grond van deze kenmerken is tabel 3.1 ingevuld. Een algemene opmerking is dat veel ideologische motieven in de kern ook als economische motieven zouden kunnen worden aangemerkt, of omgekeerd, afhankelijk van het perspectief dat men inneemt. Desalniettemin kan het onderscheid verhelderend werken bij de selectie van investeringsvormen.

Tabel 3.1 Motieven voor doelgroepen om te investeren in ecologie

	Economische motieven	Ideologische motieven
Burgers	Privileges (toegang, zeggenschap, ...) Aantrekkelijke woon/werk-omgeving Profijt (fiscaal, opbrengsten in natura, geldprijs)	Betrokkenheid Idealisme Zingeving
Gemeenten	Lagere bestuurs- en uitvoeringslasten Extra inkomsten voor natuur en landschap Aantrekkelijke woon/werk-omgeving	Draagvlak voor projecten bij burgers en bedrijven Invloed op besteding
Bedrijven	Continuïteit Marktvoordeel (bereiken van nieuwe doelgroepsegmenten) Aantrekkelijk vestigingsklimaat	<i>Feeling</i> met de markt Positieve uitstraling Gezonde werkomgeving
Business-partners	Extra inkomsten voor en door natuur en landschap Winst door kwaliteit Aantrekkelijke woon/werk-omgeving	Draagvlak voor projecten Idealisme Leren voor de toekomst

3.3 Natuur en landschap: economie of ideologie?

Naar analogie van tabel 2.1 is voor iedere investeringsvorm nagegaan of deze aantrekkelijk zouden kunnen zijn voor (potentiële) investeerders op grond van hun motieven. In tabel 3.2 is voor iedere investeringsvorm voor de relevante doelgroepen aangegeven of en waarom deze appelleert aan economische dan wel aan ideologische motieven en (indicatief gemiddeld over alle doelgroepen heen) in welke verhouding (% E resp. % I). Onnodig te zeggen dat het hier om een ruwe expert-inschatting gaat, die desalniettemin behulpzaam kan zijn bij verdere discussies.

De investeerders zijn per investeringsvorm gesorteerd op volgorde van belangrjkheid. De investeringsvormen die relatief hoog scoren op de economische motieven zijn bovenaan gezet.

Tabel 3.2 Motieven van investeerders

Investeringsvorm	Primaire investeerders	Economische motieven (E)	Ideologische motieven (I)	%E	%I
<u>Vooraf economische motieven</u>					
Arrangementen	Burgers	Aantrekkelijke woon/werk-omgeving		80	20
	Bedrijven	Continuïteit, marktvoordeel	<i>Feeling</i> met de markt		
	Business-partners	Extra inkomsten voor natuur en landschap			
Ontwikkelingstax	Gemeenten	Extra inkomsten voor natuur en landschap	Draagvlak voor projecten	70	30
Rood voor groen	Bedrijven	Continuïteit, aantrekkelijk vestigingsklimaat	Gezonde werk-omgeving	70	30
	Gemeenten	Aantrekkelijke woon/werk-omgeving	Invloed op besteding		
	Business-partners	Extra inkomsten voor natuur en landschap, winst door kwaliteit			
Toeristenbelasting	Gemeenten	Extra inkomsten voor natuur en landschap	Draagvlak voor projecten, invloed op de besteding	60	40
Lokaal landschapsfonds	Gemeenten	Extra inkomsten voor natuur en landschap		60	40
	Bedrijven	Aantrekkelijk vestigingsklimaat	Positieve uitstraling		
	Burgers	Aantrekkelijke woon/werk-omgeving	Betrokkenheid		
Bestemmingsrekening	Business-partners	Extra inkomsten, marktvoordeel		60	40
	Burgers				
	Bedrijven	Profijt	Idealisme Positieve uitstraling		
Partnership	Burgers	Aantrekkelijke woon/werk-omgeving	Betrokkenheid	60	40
	Bedrijven	Continuïteit, aantrekkelijk vestigingsklimaat	<i>Feeling</i> met de markt		
Financiële adoptie	Burgers	Privileges, profijt, aantrekkelijke woon/werk-omgeving	Betrokkenheid	60	40
	Bedrijven		Positieve uitstraling		

Investerings- vorm	Primaire inves- teerders	Economische motieven (E)	Ideologische motieven (I)	%E	%I
Algemene groenfondsen	Business-partners Burgers Bedrijven	Extra inkomsten, marktvoordeel Profijt	Idealisme Positieve uit- straling	60	40
<u>Vooraf ideologi- sche motieven</u>					
Certificaten	Burgers Business-partners	Extra inkomsten voor natuur en landschap	Idealisme	40	60
Giften	Bedrijven	Marktvoordeel	<i>Feeling</i> met de markt, positieve uitstraling	40	60
Bedrijfssponso- ring	Burgers Bedrijven	Profijt Marktvoordeel	Idealisme <i>Feeling</i> met de markt, positieve uitstraling	40	60
Vrijwilligerswerk	Burgers Bedrijven	Profijt, aantrekkelijke woon/werk-omgeving	Betrokkenheid, zingeving Positieve uit- straling, gezon- de werkomge- ving	30	70
Publieksacties	Burgers	Profijt	Idealisme	20	80
<i>Community sup- ported agriculture</i>	Burgers	Profijt	Betrokkenheid, idealisme, zingeving	20	80
Streekproducten	Burgers		Betrokkenheid, zingeving	10	90
Lidmaatschap (lokale) natuur- organisaties	Burgers	Profijt	Betrokkenheid, zingeving	10	90

4 Keuze van investeringsvormen

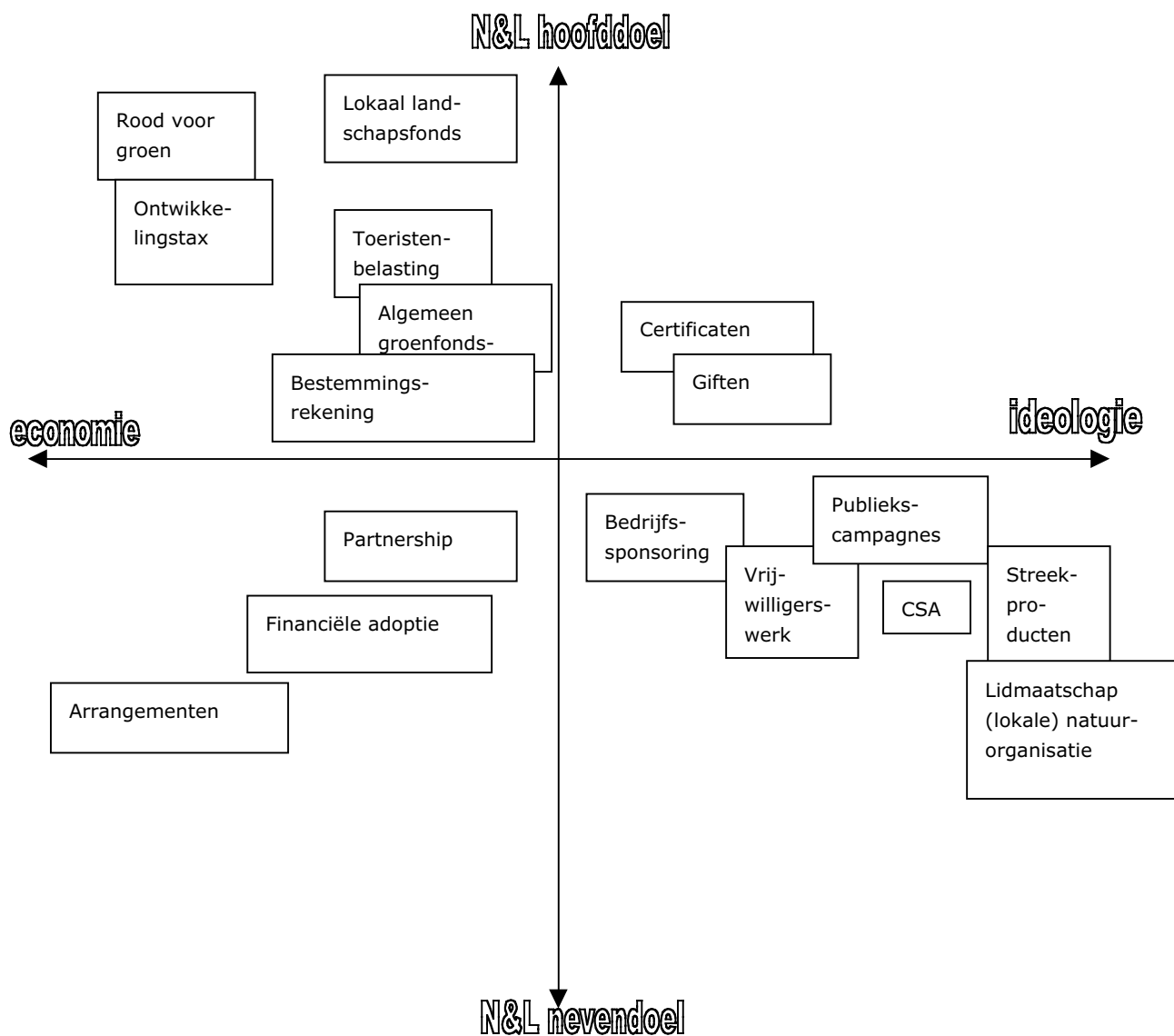
4.1 Clustering van investeringsvormen

In hoofdstuk 2 zijn de investeringsvormen gerangschikt op basis van het doel (opbrengst voor natuur en landschap als hoofddoel of als nevendoeel). In hoofdstuk 3 is dit gedaan op basis van motieven (economisch en ideologisch).

Figuur 4.1 geeft een visueel beeld van de combinatie van deze rangschikkingen. De plaats van de investeringsvormen in de figuur wordt bepaald door de scores in tabel 2.1 (verticale as) en tabel 3.2 (horizontale as).

4.2 Geschiktheid voor het communicatieproject

Bij de selectie van investeringsvormen voor het communicatietraject gaat de voorkeur uit naar investeringsvormen met hoge opbrengst (boven de horizontale as). De hieronder opgenomen kenmerken financiële opbrengst, administratieve lasten, fysieke herkenbaarheid en eenvoud zijn het belangrijkste. Investeringsvormen waarin economische motieven sterk zijn (links van de verticale as) zijn aantrekkelijk te maken voor bredere doelgroepen, zeker voor bedrijven en gemeenten. Echter ook investeringsvormen met ideologische motieven zijn van belang om het draagvlak te vergroten en niet te eenzijdig op financiële voordelen te leunen. Deze categorie is zeker interessant voor de doelgroep burgers, maar deels ook voor andere doelgroepen.



Figuur 4.1 Mogelijke investeringsvormen in het project Investeren in Ecologie.

Investeringsvormen hoog op de verticale as brengen veel geld op voor natuur en landschap. Investeringsvormen laag op de verticale as zijn in eerste instantie om andere redenen aantrekkelijk en brengen direct voor natuur en landschap minder geld op. Investeringen links op de horizontale as zijn vooral economisch gemotiveerd en rechts op horizontale as vooral ideologisch.

Voor selectie voor het communicatietraject zijn echter nog vijf nevcriteria van belang:

1. Lokaliteit: kan de investeringsvorm aanzetten tot actie op lokaal niveau (worden lokale doelgroepen ermee geprikkeld tot het doen van investeringen)?
2. Is de investeringsvorm direct toepasbaar en praktijkklaar (beproefd, z'n waarde bewezen) voor natuur en landschap en verder te ontwikkelen?
3. Heeft de investeringsvorm potentie om draagvlak te creëren en investeringen te genereren voor natuur en landschap, kan een doelgroep deze verder ontwikkelen?

4. Is er een 'goed verhaal' over natuur en landschap bij te zetten richting de doelgroep?
5. Kan het beoogde communicatietraject een toegevoegde waarde geven?

Tabel 4.1 Overzicht van investeringsvormen, criteria en bijbehorende doelgroepen (toelichting zie tekst)

Investeringsvorm / hoofdcriterium	Nevencriteria					Doelgroep			
	1	2	3	4	5	Gem.	Burgers	Bedrijven	Busin.
<u>hoofddoel hoge opbrengst voor natuur en landschap</u>									
Lokaal landschapsfonds	+	-	+	+	+	prim	sec	sec	
Rood voor groen	+		+	+		prim		sec	sec
Bestemmingsrekening		-		+	-		sec	sec	prim
Partnership	+	+	+	+	+		sec	prim	
Vrijwilligerswerk	+	+		+			prim	prim	
Giften en legaten	+	+	+	+	+		prim	sec	
Certificaten	+	-	-	+	+		prim		sec
Publieksacties	-	+		+	-		prim		
<u>opbrengst voor natuur en landschap als nevendoeel</u>									
Toeristenbelasting	+	-	+	+		prim			
Ontwikkelingstax			+	+	+	prim			
Bedrijfssponsoring	+	+	+	+	+			prim	
Algemene groenfondsen	-			+	-		sec	sec	prim
Financiële adoptie	+	+	+	+	+		prim	prim	
Community supported agriculture	+	-			-		prim		
Streekproducten	+	+	+		-		prim		
Lidmaatschap (lokale) natuurorganisaties	+	+	+	+	+		prim		
Arrangementen	+	+	+	-	-		sec	prim	prim
	1	2	3	4	5	Gem.	Burgers	Bedrijven	Busin.

Tabel 4.1 geeft een totaaloverzicht van de investeringsvormen. De investeringsvormen zijn geordend van "hoge opbrengst" bovenaan naar "lage". Verder is een expert judgement gemaakt voor welke nevenscriteria de investeringsvormen positief (+) scoren, dan wel negatief (-). Waar + en - ontbreken is dit aspect onbekend of wisselend. Daarnaast is aangegeven voor welke doelgroepen de investeringsvormen interessant zouden kunnen zijn (zie ook tabel 3.2). Onderscheid is gemaakt in primaire doelgroepen (voor wie de investeringsvorm het meest interessant is en op wie de communicatie zich in eerste instantie richt) en secundaire doelgroepen (die ook betrokken moeten worden in de communicatie).

4.3 Selectie van investeringsvormen

Op basis van tabel 4.1 is een selectie gemaakt. Daarbij is het enerzijds van belang dat alle beoogde doelgroepen kunnen worden aangesproken, anderzijds dat

speerpunten worden gekozen waarvoor een heldere eenduidige boodschap kan worden geformuleerd. Daarom is gekozen voor een speerpunt per hoofddoelgroep, en samenhang tussen deze speerpunten. Deze speerpunten zijn investeringsvormen met de sterkste combinatie van kenmerken, die een brede doelgroep kunnen aanspreken en als kapstok voor verwante investeringsvormen kunnen dienen. Op basis van de onderlinge samenhang is aan de criteria van lokale aktie en potentie om draagvlak te creëren groter belang gehecht dan aan het criterium direct toepasbaar.

Daar de financiële business partners weinig behoefte hebben aan aanvullende communicatie over hun producten vervallen zij als primaire doelgroep. Wel kunnen zij een rol blijven spelen als intermediair om bekendheid te geven aan andere investeringsvormen.

Op grond van deze overwegingen komen we tot de volgende selectie:

Speerpunt voor gemeenten:

Lokaal landschapsfonds

Hieraan te koppelen zijn investeringsvormen die de gemeente zelf kan benutten om een dergelijk landschapsfonds te vullen:

- rood voor groen
- ontwikkelingstax (groot potentieel voor aanleg, voor beheer moet dit nog ontwikkeld)
- toeristenbelasting (groot potentieel maar weerstand bij politiek en recreatiesector)
- vermogen uit gemeentelijk grondbeheer of gronduitgifte onder natuur- en landschapsvoorwaarden (nog nauwelijks toegepast maar groot potentieel als "multiplier")

Daarnaast kunnen gemeenten voor deze lokale fondsen burgers en bedrijfsleven werven door hieraan investeringsvormen voor deze doelgroepen te koppelen.

Speerpunt voor burgers:

Financiële adoptie

Deze vorm is de meest originele en toch laagdrempelige vorm waarmee nieuwe burgers zijn te interesseren. Hoewel er nu nog onvoldoende voorbeelden beschikbaar zijn voor brede communicatie, wordt de voorkeur gegeven dit als speerpunt te kiezen, boven giften en lidmaatschappen.

Hieraan te koppelen zijn andere bijdragen die burgers kunnen leveren met uiteenlopende mate van betrokkenheid en zeggenschap :

- giften en legaten
- lidmaatschap (lokale) natuurorganisaties
- vrijwilligerswerk

Speerpunt voor bedrijven:

Bedrijfssponsoring

Dit is een vorm van betrokkenheid, waarvan we verwachten dat bedrijven hierin geïnteresseerd kunnen raken (maatschappelijk verantwoord ondernemen). Hieraan te koppelen vormen:

- partnership
- financiële adoptie
- werknemers als vrijwilligers inzetten (vorm van bijdrage die onder financiële adoptie, bedrijfssponsoring en partnership kan vallen)

De volgende investeringsvormen vallen af met als belangrijkste overwegingen:

- certificaten zijn nog te weinig beproefd, matig ontwikkelingspotentieel; het enige bekende succesvolle voorbeeld is "Bomen voor koeien" dat verder het karakter van een adoptie heeft
- publieksacties zijn geen doel maar middel om investeringen te ontvangen, bestaande communicatie volstaat;
- bestemmingsrekening zijn nog te weinig beproefd voor natuur en landschap, bestaande communicatie volstaat
- *community supported agriculture* kent slechts zeer kleine voorbeelden, onbekend ontwikkelingspotentieel);
- algemene groenfondsen krijgen in bestaande communicatie van financiële instellingen voldoende aandacht;
- streekproducten en arrangementen zijn te weinig specifiek op natuur en landschap gericht, bestaande communicatie naar initiatiefnemers (agrariërs, landgoedeigenaren) volstaat.

4.3.1 Samenhang tussen de speerpunten

De drie speerpunten richten zich alle op investeringsvormen die een groot potentieel hebben om op lokaal niveau meer burgers, bedrijven en gemeenten te betrekken bij natuur- en landschapsbeheer. Daarmee versterken zij het draagvlak hiervoor en kunnen zij nieuwe financiers aantrekken. De drie speerpunten kunnen worden samengebracht onder gemeenschappelijke noemer en elkaar zo versterken. In de voorlichting wordt een uniforme naamgeving nagestreefd: bijvoorbeeld een lokaal landschapsfonds wordt mede gevuld door burgers (met name via landschapsadoptieprojecten) en door bedrijven (met name via landschapssponsoring).

Van het ideale lokaal landschapsfonds dat met een combinatie van diverse middelen wordt gevuld is geen voorbeeld bekend (vooral als het gaat om investeringen mede door bedrijven en burgers). Er is ook weinig ervaring hoe zo'n fonds te beheren en optimaal in te zetten. De speerpunten voor bedrijven en burgers zijn financieringsvormen die wel succesvol zijn, maar waarvan ook maar weinig geslaagde voorbeelden bestaan die aan het criterium van lokaliteit voldoen. Vandaar dat aanpassingen in de volgende fasen van het communicatieproject gewenst zijn.

4.4 Aanpassingen in de volgende fasen

Op basis van de resultaten van de inventarisatie, maar ook vanwege het economische tij en het kabinetsbesluit rond groenfinanciering (plus de effecten van publiciteit daaromheen) heeft het projectteam samen met de opdrachtgever besloten om in het projectplan voor de volgende fasen een aantal wijzigingen uit te werken.

1. In het communicatietraject worden meer activiteiten gericht op gemeenten en intermediairen, hoe zij nieuwe investeringsvormen kunnen ontwikkelen.
2. In najaar 2002 – najaar 2003 worden twee gemeenten (een stedelijke en een plattelandsgemeente) als pilots geselecteerd en begeleid bij het opzetten, organiseren en beheren van een lokaal landschapsfonds. Met name de vraag hoe bedrijven en burgers hierbij te betrekken en te stimuleren mee te financieren dient te worden beantwoord.
3. In najaar 2002 wordt per speerpunt een workshop georganiseerd met vertegenwoordigers vanuit al of niet geslaagde voorbeelden m.b.t. dat speerpunt om

succes- en faalfactoren te achterhalen en op basis hiervan een advies voor "ideale opzet" van de investeringsvorm naar intermediairen op te zetten.

4. In najaar 2002 worden koepelorganisaties van gemeenten en intermediairs benaderd om deel te nemen in een landelijk platform dat als afzender van de communicatiecampagne kan gaan optreden.
5. In voorjaar 2003 worden gemeenten en intermediairen benaderd om deel te nemen aan het communicatietraject en zich aan te melden als "lokale vertegenwoordiger".
6. De start van de campagne richting burgers en bedrijven zal in september 2003 plaatsvinden in plaats van mei 2003.

Op deze manier kan meer zekerheid worden verkregen over bruikbaarheid van de gekozen financieringsvormen. Tevens kan materiaal worden verzameld om te gebruiken als illustratie voor de campagne naar burgers en bedrijven kan de gezamenlijke afzender vorm krijgen. Een hierop aangepast projectplan wordt op korte termijn uitgewerkt.

5 Korte omschrijving speerpunten _____

Deze omschrijvingen leveren eerste houvast voor uitwerking van het communicatieplan en kunnen daarbij nader overwogen worden.

Overkoepelende boodschap geeft antwoord op de volgende vragen:

- Waarom is investeren in lokaal landschap belangrijk?
- *Subvraag:* Welke voordelen levert investeren in lokaal natuur en landschap op?
- *Subvraag:* Waarom is extra investering nodig naast rijksbeleid?
- Wat levert het mij / mijn gezin op?
- Bij wie kan ik terecht?
- Waarom moet ik nú actie ondernemen?

5.1 Speerpunt voor gemeenten: lokaal landschapsfonds

Bundeling van overheidsgeld en private middelen voor aankoop, inrichting en beheer van natuur en landschap.

Doelgroep

als initiatiefnemers en investeerders: gemeenten (wethouders, raads- en commissieleden, verantwoordelijke ambtenaren)

als initiatiefnemers: lokale natuurbeheerders (bijv. agrarische natuurverenigingen)

met als intermediairs: VNG, koepels van natuur- en milieuorganisaties, provincies, koepels van ondernemers

Motieven:

- aantrekkelijke gemeente als woon/werkomgeving, vestigingsklimaat
- versterkte samenwerking, gedeelde verantwoordelijkheid
- extra inkomsten voor natuur en landschap

Inhoud communicatie naar initiatiefnemers

- hoe kan gemeente in fonds bijdragen (rood voor groen, ontwikkelingstax, toeristenbelasting)
- wie kunnen worden betrokken om in fonds te investeren
- financiële potentie (in aanvulling op gemeentelijke inbreng)
- hoe kan een fonds worden opgezet, met welke partijen

Toegevoegde waarde van dit project

Handvatten bieden aan gemeenten voor de ontwikkeling en in stand houding van een landschapsfonds, sleutelpersonen motiveren, voorbeelden van gemeentelijke bijdragen communiceren.

Voorbeelden van een fictief lokaal landschapsfonds

Er zijn verschillende voorbeelden van **lokale landschapsfondsen** (zie bijlage 1). Deze betreffen echter fondsen die of volledig beheerd worden door de overheid, en/of volledig gefinancierd worden door overheidsgelden. Wij staan ontwikkeling van fondsen voor waarin ook bedrijven en burgers kunnen bijdragen, en waarbij zij ook bij opzet en beheer van het fonds worden betrokken (eigen rechtspersoon). Gemeenten kunnen wel een belangrijke rol spelen in het opzetten van zo'n fonds, bijvoorbeeld in het kader van het opstellen en uitvoeren van een Landschaps Ontwikkelings Plan. (zie ook Overbeek en Selnes, 2002).

Een goed voorbeeld is een **landshapsfonds** dat als een 'revolving fund' (letterlijk: ronddraaiend geld) werkt (van Herwaarden, 2002). Daarbij kan 'lokaal geld' prima gebruikt worden als (co)financiering. De financiële basis wordt op deze wijze duurzamer vastgelegd. Een dergelijk fonds kan worden gevuld door gemeentelijke bijdragen en uit bijdragen die worden geïnd uit compensatie voor aantastingen in het landschap. Deze landschapscompensatie is dan een heffing voor bijvoorbeeld het omzetten groene ruimte naar bebouwd gebied. Dergelijk geld kan natuurlijk direct ingezet worden, maar ook kan het belegd worden en voor de langere termijn worden gebruikt. Andere voorbeelden van alternatieve (lokale) financiering zijn erfdiensbaarheid, toeristenbelasting, landschapsbelasting, legaten, vrijwillige bijdragen of adoptie van een natuurterrein. Bij de erfdiensbaarheid kunnen landbouwers natuurrechten op hun grond krijgen, waarop beperkingen van toepassing zijn maar die tevens een jaarlijks bedrag opleveren. Dit bedrag (rendementsuitkering) komt uit de jaarlijkse opbrengsten van een landschapsfonds, waarin overheidsgeld is gestort. Ook zijn er mogelijkheden om de Wet onroerend zaakbelasting (WOZ) in te zetten voor landschapsbeleid, bijvoorbeeld ter bevordering van het onderhoud van monumentale erven. In het geval van plattelandsgemeenten dicht bij grote stedelijke gebieden is financiering vanuit omliggende steden wellicht ook een optie. Voorbeelden hiervan zijn sponsoring door particulieren en bedrijven van recreatieve functies en waterzuivering in het buitengebied. Ook het onderzoek van het LEI 'Landschapsontwikkeling met lokale middelen', uitgevoerd in 2002 bevat concrete voorbeelden die door gemeenten worden toegepast of worden gestimuleerd.

Voorbeeld ontwikkelingstax: Zuidas Amsterdam

Specifiek voor de Zuidas is een Groeifonds Groen ingesteld. Kantoren dragen voor elke uitgegeven vierkante meter vloeroppervlak 30 gulden af. Bedrijven betalen dit graag: het is een klein bedrag vergeleken met wat er aan de grond wordt verdiend, maar belangrijker nog is dat ze het eigen personeel een aantrekkelijke groene werkomgeving willen bieden. Er zit nu 6 mln. gulden in het fonds uit een paar kleine projecten. Fonds moet nog veel groter worden. De Zuidas moet voor 50% uit woningbouw bestaan. Toekomstige bewoners profiteren dus ook.

Voorbeeld rood voor groen: Meerstad Groningen (www.agro.nl/ppsgroen)

Doel is de realisatie van woningen, water en groen in één project aan de oostkant van Groningen.

Het betreft een integraal plan voor de ontwikkeling van circa 8000 woningen in combinatie met een meer van 650 ha en met groenontwikkeling aan de oostkant van de stad Groningen (niet te verwarren met de Blauwe Stad) voor de periode 2008 – 2018. Is onderdeel van Grote Steden Beleid en GIOS (onderdeel groen om de stad, betreft G30-gemeente).

Er is een stuurgroep (met de provincie als voorzitter) bestaande uit bestuurders en er is een projectorganisatie met zowel publieke als private partijen geformeerd. De projectorganisatie bestaat o.m. uit een aantal werkgroepen waarin ook de private partijen participeren, zoals Amstelland ontwikkeling, Heijmans vastgoed, Koop/Geveke, Volker Wessels vastgoed.

Er is een intentieovereenkomst gesloten waarbij alle publieke partijen (provincie Groningen, gemeenten Groningen en Slochteren, LNV-Noord, DLG-Groningen en waterschap Hunze en Aa's) zijn betrokken en waarin de samenwerking met private partijen onderzocht dient te worden. De Dienst Landelijk Gebied en de gemeenten Groningen en Slochteren hebben een deel van de gronden verworven, maar de meeste gronden zijn inmiddels opgekocht door ontwikkelaars. Momenteel wordt gewerkt aan de vorming van een Masterplan, waarover in 2002 de besluitvorming zal plaatsvinden. Het protocol met de betrokken private partijen en het bestuursconvenant zullen daarna zo spoedig mogelijk worden ondertekend. Private partijen zijn bereid om de "rood voor groengedachte" te ondersteunen.

Nu wordt er gewerkt aan de uitwerking van een grondexploitatie waarin ruimte is voor een substantiële bijdrage aan het groen. In deze grondexploitatie maatschappij zouden naast een consortium van private partijen de gemeente Groningen, gemeente Slochteren, Dienst Landelijk Gebied (DLG-BBL) en Staatsbosbeheer kunnen deelnemen. Alle publieke partijen beraden zich momenteel op hun eventuele deelname. Voor financiering van het groen wordt voorlopig gedacht aan een bedrag van ca. 10.000 Euro per woning.

5.2 Speerpunt voor burgers: financiële adoptie

Fiscaal gunstige donatie voor natuur- en landschapsdoeleinden met lokaal zichtbaar karakter en derhalve emotioneel karakter.

Doelgroep:

als investeerders: burgers en bedrijven

met als intermediairs: natuur- en milieuorganisaties, koepels van ondernemers, notarissen, banken

Motieven:

- verantwoordelijkheidsgevoel voor eigen leefomgeving
- passend in sociaal netwerk (vooral bij grotere betrokkenheid zoals lidmaatschap)
- belastingvoordeel
- zichtbaarheid

Inhoud communicatie:

- welke concrete projecten zijn er in mijn leefomgeving (dichtbij, lokaal)
- wat levert mijn bijdrage op, wat zie ik er van terug
- wat zijn fiscale voordelen, hoe zijn deze te benutten

- wat kan ik nog meer doen: lidmaatschap (lokale) natuurorganisaties; giften/legaten, vrijwilligerswerk
- waar kan in mijn omgeving terecht

Toegevoegde waarde van dit project

De weg wijzen naar lokale bestemmingen.

Voorbeeld giften als inkomstenbron voor natuur en landschap(Schuyt, 2002)

In 1999 werd door burgers ca. 170 miljoen Euro voor milieu /natuurbehoud/ dierenbescherming gegeven, waarvan ca. 25% in de vorm van legaten.

Voorbeeld adoptie: Het project Bomen voor koeien van Stichting wAarde

Het belangrijkste projectdoel is het bewustzijn vergroten van de deelnemers inzake het platteland. Daarnaast draagt het project bij aan een diervriendelijk, ecologisch en cultuurhistorisch landschap. Deelnemers adopteren voor 7 euro (aanplant van een) boom en ontvangen daarvoor tevens een certificaat. LBN plant de bomen in. Er nu 20.000 bomen geplant (omzet 1 mln.), max. 200 bomen per boer.

Succesfactoren:

- Zeer simpele boodschap ("een boom", "een koe").
- Boodschap staat voorop, niet het geld.
- Koeien zijn mediageniek.
- Doelgroep is heel Nederland ("van oma tot directeur WRR").
- Positieve medewerking LTO (oproep om mee te doen).
- Eenvoudige constructie (7 euro overmaken en er wordt een boom geplant).
- Regelmatige feedback over de voortgang van het project.

Op stapel staande acties:

- Betrokkenheid van de donateurs vergroten (fotowedstrijd, columnwedstrijd etc.).
- Medewerking van bedrijven (Intratuin, Rabobank, St. Doen, Campina Ecomelk). Het gaat dus niet om sponsoring. Bedrijven zijn intermediair en kunnen via de burgers nieuwe geldstromen genereren (multiplier-effect). Daarnaast kunnen deze bedrijven zich positief profileren (ze worden bijv. genoemd in de persberichten van St. wArde). Voor Campina is dit een belangrijk argument, want zij willen de doelgroep voor ecologische melk verbreden naar gezinnen.

Voorbeeld vrijwilligers bij weidevogelbeheer

Het beschermen van nesten van weidevogels mag zich verheugen in een grote populariteit. Voor optimaal weidevogelbeheer is nog meer nodig, maar een uitgekomen nest is een goed begin. In 2000 waren ruim 10.000 vrijwilligers en 16.000 boeren bezig met beschermen van nesten. De belangrijkste motivaties voor vrijwilligers zijn het in nauw contact zijn met dieren in de natuur dicht bij huis en de nuttige bijdrage die zij zo kunnen leveren aan het in stand houden van die natuur. Op jaarbasis steken vrijwilligers circa 400.000 uren (50.000 dagen, 140 mensjaren) in deze hobby.

5.3 Speerpunt voor bedrijven: bedrijfssponsoring

Samenwerking bij de ontwikkeling van natuur en landschap tussen bedrijven, natuurbeheerders en gemeenten, initiatieven van samenwerkende bedrijven.

Doelgroep:

als investeerders: bedrijven

met als intermediairs: natuur- en milieuorganisaties, koepels van ondernemers, gemeenten

Motieven:

- wederzijdse voordelen voor partijen
- voor bedrijven betrokkenheid, imago/zichtbaarheid
- aantrekkelijke woon- en werkomgeving

Inhoud communicatie naar investeerders:

- wat zijn de voordelen (soms ook fiscale)
- welke mogelijkheden zijn er voor mijn bedrijf
- welke natuurbeheerders zijn voor mij interessant
- welke projecten hebben de natuurbeheerders/gemeenten in mijn omgeving
- waar vind ik natuurbeheerder in mijn omgeving
- op welke andere manieren kan ik bijdragen: partnership, financiële adoptie, werknemers vragen om vrijwilligerswerk te doen

Toegevoegde waarde van dit project

Bekendheid geven, inspirerende voorbeelden communiceren (cultuuromslag)

Voorbeelden partnership: Vitens met Het Geldersch Landschap

Het Gelderse waterleidingbedrijf Vitens doneert het Geldersch Landschap jaarlijks ca. 135.000 Euro. de helft van dit geld is vrij te besteden, de andere helft is bestemd voor bos- en natuurontwikkelingsprojecten op het gebied van water in de ruime zin van het woord. Vitens begeleidt en adviseert tevens in deze projecten (Gaasbeek en Wieman, 2000).

Voorbeeld sponsoring: Vrienden van Landschap Overijssel

Sponsoring: vrienden (>450 euro per jaar) en gouden vrienden (>4500 euro), ca. 50 bedrijven:
(Gouden) vrienden worden vermeld in magazine, eens per jaar een bijeenkomst (high tea), bordje om in/aan bedrijfspand zijn relatie zichtbaar te maken
Dit zijn vnl. Overijsselse bedrijven, o.a. groenaannemers die zo hun naamsbekendheid vergroten, goodwill voor zakelijke relatie met Landschap Overijssel verkrijgen.
Belang voor Landschap Overijssel in financieel, maar ook maatschappelijk draagvlak naar burgers en bedrijven, netwerk voor nieuwe bestuurders e.d.

Voorbeeld van combinatie van meerdere investeringsvormen: Agrarische Natuur Vereniging Den Hâneker en Streekfonds Alblasserwaard-Vijfheerenlanden

Burgerlidmaatschap

Opgericht in 1994, is Den Hâneker (een oude streeknaam voor mannetjesgrutto) een vereniging voor agrarisch natuurbeheer en landschapsbeheer in de Alblasserwaard en/Vijfheerenlanden. De vereniging heeft ca. 600 leden, waarvan ca. 250 agrariër. De helft van de agrarische leden heeft een bedrijfsnatuurplan. Den Hâneker heeft samen met andere actoren een landschapsplan gemaakt, waarin cultuurhistorie een belangrijke plaats heeft. Den Hâneker coördineert diverse vormen van agrarisch natuurbeheer en werkt mee aan ontwikkeling van streekproducten en agrarisch toerisme. Voorbeelden hiervan zijn het aanleggen van fiets- en kanoroutes, het opstellen van een beeldkwaliteitsplan voor gemeenten om nieuwe bebouwingen op te toetsen en het instandhouden van historische boerderijen en gebouwen.

Lokaal landschapsfonds: Streekfonds Alblasserwaard-Vijfheerenlanden

Samen met diverse overheden heeft Den Hâneker een landschapsplan opgesteld en een Streekfonds opgericht voor de uitvoering. Gemeenten en provincie hebben voor drie jaar een landschapscoördinator gefinancierd, die middelen uit diverse subsidieregelingen mobiliseert. In het bestuur van dit fonds zitten, deels op persoonlijke titel, enkele burgemeesters, iemand uit de Den Hâneker, een provinciaal gedeputeerde, een niet-agrarisch ondernemer, iemand van het Hoogheemraadschap, iemand van natuur- en Vogelwacht.

Bedrijfssponsoring: Club van 100

De Stichting Alblasserwaard-Vijfheerenlanden heeft in 2000 het initiatief genomen tot het vormen van een Club van 100 voor het instandhouden van het landschap in de Alblasserwaard-Vijfheerenlanden. De bedoeling is dat in totaal 100 bedrijven of personen ieder 500 euro per jaar storten in een fonds om daarmee projecten te financieren die de landschappelijke kwaliteit en de beleefbaarheid daarvan ten goede komen. De Club van 100 telt nu ca. 25 leden, een doorsnede uit de bedrijvigheid in de regio. De leden worden geworven via publieksuitingen en bezoeken aan Rotaries e.d. Een ondernemer die in het bestuur zit heeft hierin een belangrijke rol. De potentiële leden worden aangesproken op zorg voor hun eigen omgeving. Daarnaast wordt gewezen op het "multiplier-effect", met de bijdrage van een ondernemer is de stichting in staat tot 10-voudige contrafinanciering te werven. De leden blijven op de hoogte van de stand van zaken via half jaarlijkse bijeenkomsten ("bijpraten") en een jaarverslag (interview Den Hâneker).

Bronnen

- Boo, H. de (2001). Kwaliteitsimpuls Veluwe. Inventarisatie van beleidsinstrumenten en ervaringen met organisatie en financiering van beschermde gebieden in binnen- en buitenland. Rapport 57. Expertisecentrum LNV, Wageningen.
- Gaasbeek, N.H. & E.A.P Wieman (2000). *Ondernemers in het groen. Voorbeelden van vermarkting van bos en natuur*. Alterra/SBNL, Wageningen/??
- Gelders Landschap (2002). *Bedrijven voor een nog mooier Gelderland*. Zomernummer.
- Groene Allianties in de Regio. 15 voorbeeldprojecten* (1998). Duurzaam Toerisme in Nederland. Toerisme & Recreatie Nederland, Leidschendam.
- Guldemon & Terwan (2001). *Naar nieuwe verhoudingen tussen eigendom en beheer bij natuurbescherming*. Rapport 492-2001. Centrum voor Landbouw en Milieu, Utrecht.
- Ham, A. van den & W.H.G.J. Hennen (2001). *Kansen voor tachtig procent verbreding. Een studie naar verbreding van de landbouw in de Alblasserwaard/Vijfherenlanden*. Rapport 4.010.06. Landbouw Economisch Instituut, Den Haag.
- Hekhuis, H.J. & G. de Baaij (1997). *Toepassing van het profijtbeginsel voor de financiering van bos- en natuurbeheer*. IBN, Wageningen.
- Heijst, J.L. van (2002). Ruimte voor groen in en om de stad binnen de grondexploitatie. Lezing Congres Groen in en om de stad van 16 mei 2002. Elsevier Congressen.
- Herwaarden, G.J. van (2002). Landschapsontwikkelingsplan. *Een handleiding voor het laten opstellen van Landschapsontwikkelingsplannen*. Landschapsbeheer Nederland, Utrecht
- Hollander, H., T. Bosma & P. Terwan (2000). *Kansen voor agrarisch natuurbeheer bij natuurcompensatie*. In Natura, Haarlem.
- Lamers, L.T.M. & J. Olthof (2001). *Maasheggen als product van de agrarische bedrijfsvoering*. Rapport 110642/CE1/021/000041. Arcadis, Arnhem
- Natuurlijk Etten-Leur, een buitenkans* (2000). Gemeente Etten-Leur.
- Oerlemans, N., J.A. Guldemon en E. van Well (2001). *Agrarische natuurverenigingen in opkomst*. Centrum voor Landbouw en Milieu, Utrecht
- Overbeek, G., P. Rijk & F. Hoogenboom (2002). *Landschapsontwikkeling met lokale middelen*. Landbouw Economisch Instituut, Den-Haag.
- Overbeek, G. en T. Selnes (2002). *Het nut van een startsubsidie voor lokale fondsvorming bij landschapsontwikkeling* Landbouw Economisch Instituut, Den-Haag.
- Rienks, W.A. & L.M. van de Berg (2000). *Een grondbank voor multifunctioneel agrarisch gebruik: voorstel voor 'de duinboeren' bij Tilburg*. Rapport 055. Alterra, Wageningen.

Stichting Natuur en Milieu (2002). *Verslag studiedag financiering verbrede landbouw*.
Stortelder, A. & G. Molleman (1998). *Binnendoor en buitenom*. Stichting Kerkepaden Zieuwent, Zieuwent.

Stortelder A.H.F., R.A.M. Schrijver, H. Alberts e.a. (2001). *Boeren voor Natuur. De slechtste grond is de beste*. Rapport 312. Alterra, Wageningen.

Verschuur, G. (2001). Publicatie financiering plattelandsvernieuwing. Interne notitie. Centrum voor Landbouw en Milieu, Utrecht.

Verschuur, G. (2002). *Korte beschrijving van bestaande CSA's in Nederland. Verslag voor het Innovatiefonds van het Centrum voor Landbouw en Milieu*. Centrum voor Landbouw en Milieu, Utrecht.

Witteman, C.J.M. (2002). *Vermarkting van natuur en landschap. Een inventarisatie van initiatieven*. Afstudeeropdracht Hogeschool Delft.

Achtergrondstudies

Donahue, B. (1999). *Reclaiming the Commons. Community farms and forests in a New England town*. Yale University, New Haven/London.

Donkers, H. (1997). *Nieuwe relaties tussen platteland en stad*. Verslag studiedag 27 mei 1997 in 't Hoogh landt te Hoogland (Amersfoort).

Duijser, E. & R. Frerichs (2002). *Nederlanders hechten grote waarde aan natuur in Nederland. Onderzoek onder kiesgerechtigden*. Rapport A9927. NIPO het marktonderzoekinstituut, Amsterdam.

Graaf, B. De & P. Kurstjens (2002). *Werkfilosofie Publiek Private Samenwerking in het landelijk gebied. Functies voor partijen. Partijen voor functies*. PPS-bureau landelijk gebied, Utrecht.

Hamsvoort, C.P.C.M. van der, J.H.A. Hillebrand & A.F. Savornin Lohman (1999). *Meervoudig Duurzaam Landgebruik: Vermarkting van natuur en landschap*

Herwaarden, G.J. van (2002). *Landschapsontwikkelingsplan. Een handleiding voor het laten opstellen van landschapsontwikkelingsplannen*. Landschapsbeheer Nederland, Utrecht. (o.a. overzicht van bestaande regelingen voor het landelijk gebied).

Kloen, H., M.E.A. Broekmeyer & J.A. Guldemon (2001). *Perspectieven voor het landschap. Behoud en versterking van het agrarische cultuurlandschap*. Rapport 500-2001. Centrum voor Landbouw en Milieu, Utrecht.

Moore-Lappé, F. & A. Lappé (2002). Taking Off the Cowboy Hat. In: *Hope's Edge. The Next Diet for a Small Planet*. Penguin putman, New York. Zie ook www.dietforasmallplanet.com.

Landwerk (2002), nummer 4.

Loenen, P. Van, G.J. Sluiskens & C.M. Woltering (2001). *Eén boer maakt nog géén landschap. Agrarisch landschapsonderhoud gefinancierd vanuit de toeristisch/recreatieve sector*. Rapport 32. Plant Research International, Wageningen.

Nationaal Groenfonds (1998). *Investeren in natuur! De financiering van het natuurbeleid in reëel perspectief*. Hoevelaken.

Nationaal Groenfonds (2002). *Jaarverslag 2001. Thema: Natuur en particulier initiatief*. Hoevelaken.

PPS-bureau landelijk gebied (2002). *Publiekprivate samenwerking in het landelijk gebied. Een introductie voor overheden*. Utrecht.

Raad voor het landelijk gebied (2002). *Meer regio, minder regels, meer resultaat. Advies over het Tweede Structuurschema Groene Ruimte, deel 1*. Rapport RLG 02/6. Amersfoort.

Schuyt, Th.N.M. (2001). *Geven in Nederland. Het Tweejaarlijkse Rapport over geven aan maatschappelijke en goede doelen. Onderzoek naar giften door individuen, huishoudens, fondsen en bedrijven; onderzoek naar vrijwilligerswerk*. Bohn Stafleu Van Loghum, Houten/Diegem.

Ypma, M.E. & T.F. van Gaasbeek (2001). *Waar in het bronsgroen eikenhout... (On)mogelijkheden van vermarkting van de omgeving*. Rapport 7.01.05. Landbouw Economisch Instituut, Den-Haag.

Bijlage 1 Groslijst investeringsvormen _____

Deze groslijst is het resultaat van een zoektocht in (recente) literatuur en op internet, aangevuld met voorbeelden uit de interviews. De groslijst bevat geen (of alleen een summier) beschrijving van de voorbeelden. In de meeste gevallen kan worden verwezen naar genoemde internetsites. In fase 2 van het project zullen sommige aansprekende voorbeelden verder worden uitgewerkt.

1. Gemeentelijke heffing

Toeristenbelasting. De opbrengst van toeristenbelasting wordt nu meestal aan de gemeentelijke reserves toegevoegd. Ze kunnen ook als doelheffing worden ingezet, d.w.z. dat de opbrengsten herkenbaar terug worden geïnvesteerd in natuur en landschap of daaraan nauw verwante toeristische voorzieningen. Dit gebeurt nu nog nauwelijks. Het is denkbaar dat een storting plaatsvindt in een regionaal fonds voor (agrarisch) natuurbeheer (SNM, 2002; van Loenen e.a., 2001). Gemeenten kunnen de hoogte van de belasting zelf bepalen (hetgeen het nadeel met zich meebrengt van oneerlijke concurrentie voor recreatieondernemers).

Voorbeelden:

- Toeristenbelasting Apeldoorn.
- Initiatieven Den Haneker Alblasserwaard/Vijfherenlanden (Witteveen, 2002).

Ontwikkelingstax. Bedrijven, projectontwikkelaars, huizenbezitters en andere grondgebruikers dragen een deel van de winst die zij maken met de grond af voor natuur en landschap.

Voorbeelden:

- Groeifonds Groen Zuidas Amsterdam (interview Daalder, gemeente Amsterdam).
- Heffing op bouwgrond voor particulieren (Gemert Bakel).
- Nieuwbouw Poelgeest te Oegstgeest.
- Leidsche Rijn (RLG, 1999).
- Groenfinanciering bij stadsontwikkeling (De Boo, 2001).

Niet uitgewerkt vanwege ontbreken van voorbeelden voor natuur en landschap:

- Terugvloeiën opbrengst van waterschapsbelasting naar grondgebruikers die extra groenblauwe diensten verrichten (SNM, 2002).
- Terugvloeiën gemeentelijke belastingen tbv natuurontwikkeling.
- Groenbelasting voor groene woonomgeving, d.w.z. terugvloeiën meerwaarde (recreatie)woningen in een groene omgeving (De Boo, 2001; Van Loenen, 2001; interview Schippers, VNO-NCW).
- Bestemmingsheffing op versteende ruimte. Deze heffing geldt voor nieuwe activiteiten in vrijkomende (meestal agrarische) bedrijfsgebouwen met grond. Met de opbrengst kunnen bijvoorbeeld andere landschapsontsierende gebouwen worden afgebroken (Verschuur, 2001).
- Differentiatie Onroerende Zaak Belasting bij landschapsonderhoud (De Boo, 2001).
- Differentiatie BTW-tarief over de kosten van aanleg van natuurterrein (ibid.).
- Openruimteheffing (ibid.).
- Leaseconstructies (ibid.).

2. Lokaal landschapsfonds

De overheid stort een basisbedrag in een lokaal fonds voor natuurontwikkeling. In de fondsen zouden middelen voor aankoop, inrichting en beheer moeten worden samengevoegd (RLG, 2002). Aanvullingen door bedrijven en burgers via andere hier genoemde constructies. Met de bijdrage van burgers zouden boeren als beheerders van de open ruimte kunnen worden betaald (RLG, 2002).

Voorbeelden:

- Boeren voor natuur. De hoogte van de storting wordt bepaald door de grondprijzen in de regio. Agrariërs ontvangen uit dit fonds via een stelsel van erfdiensbaarheden een jaarlijkse rendementsuitkering. Met dit systeem is de overheid veel goedkoper uit. Bovendien wordt de stijging van de grondprijs in de hand gehouden (Stortelder e.a., 2001).
- Gemert-Bakel. Nijkerk, Borssele (Overbeek e.a., 2002).
- Groenfondsen Etten-Leur (Overbeek e.a., 2002; *Natuurlijk Etten-Leur, een buitenkans*, 2000).
- Sallandfonds (Witteman, 2002).
- Veenweidefonds.
- Groenfonds Loonse en Drunense duinen (Witteman, 2002). I.s.m. de Rabobank.
- Streekfonds Alblasserwaard/Vijfheerenlanden (Witteman, 2002; van den Ham & Hennen, 2001).
- Gelders Stimuleringsfonds Groene Connecties. Zie www.groenfondsen.nl/Actueel/Pers_005.htm
- Fonds Hollandsche IJssel.
- Gemeenten kunnen bijdragen uit financiële opbrengsten van eigen gronden in beheer bij gemeentelijk Grondbedrijf of Ontwikkelingsbedrijf. Een goede exploitatie van de grond kan bij een stedelijke gemeente enkele tot tientallen miljoenen euro's opleveren, die worden toegevoegd aan algemene middelen. Tot dusver worden deze aan allerlei leuke 'extra's' besteed, maar zelden aan groen (Heijst, 2002).

Opmerking:

Sommige landschapsfondsen worden gevuld met compensatiegelden uit de aanleg van nieuwe woonwijken, bedrijventerrein, infrastructuur. Deze gelden zijn dus direct beschikbaar voor natuur en landschap (zie o.a. Hollander e.a, 2000), waarbij het overigens meestal niet om de aanleg van meer natuur gaat (soms wel een kwaliteitsverbetering).

Voorbeelden:

- A73 in Limburg (Witteman, 2002). Beheer door agrariërs (voorstel LLTB).
- HSL en A4 Zuid-Holland (Verschuur, 2001).
- Limburgs Land Beheer (LLTB). Persbericht LLTB (med. Geert van de Veer (LLTB).
- 150% groencompensatie voor nieuwe bedrijventerreinen (provincie Noord-Brabant).
- Kreis Berken, Duitsland. Inzet compensatiegelden uit Ruhrgebied voor beekherstel De Dommel.
- Natuurontwikkelingsproject Zeeland (interview Munsters, SBNL).

3. Sparen en beleggen

Algemene groenfondsen. Basis is de Fiscale Groenregeling (1994). Omdat het rendement doorgaans lager is dan bij andere beleggingen, kunnen investeerders goedkoper geld op de markt aantrekken. Iedere bank hanteert eigen doelen en criteria.

Voorbeelden:

- Nationaal Groenfonds. Zie www.groenfondsen.nl
 - Groenfondslening. Financiering van natuurprojecten tegen lage rente.
 - Voorfinanciering Particulier Natuurbeheer. Lening tegen lage rente.
- Rabobank, zie bijv. 'het 1000ste project' (agrarisch natuurbeheer). Zie www.rabo.nl

- VSB-fonds, vooral voor culturele projecten. Zie www.vsbfonds.nl
- Triodos-Groenfonds, o.a. voor biologische landbouw. Zie www.triodos.nl
- ASN-groenprojectenfonds. Zie www.asnbank.nl
- ABN-AMRO Groen Fonds.
- Nationaal Groenbeleggingsfonds. Samenwerking Nationaal Groenfonds en FBTO voor de financiering van natuurprojecten.
- Bouwfonds. Zie www.bouwfonds.nl

Bestemmingsrekening. Sympathisanten dragen geldelijk bij aan een bepaald initiatief en krijgen daar (i.p.v. belastbare rente) bepaalde gunsten voor terug (gratis toegang, evt. medezeggenschap bij het beleid, vergoeding in natura). Deze investeringsvorm sluit aan bij de "Vrienden van ..." constructie, zoals dat nu vooral in de culturele sector gebruikelijk is. Zie o.a. SNM (2002).

Voorbeelden:

- Pinguïnrekening Dierentuin Emmen (interview Taverne, Rabobank).
- *Trees for travel* (ministerie LNV, in ontwikkeling). Spaarsysteem vergelijkbaar met *airmilles*.

Community supported agriculture (CSA). Burgers kopen aandelen in de geplande opbrengst van een agrarisch bedrijf. Burgers (met uiteraard affiniteit tot het bedrijf) verschaffen op die manier de benodigde voorfinanciering en delen in de risico's. Het bedrijf is bovendien verzekerd van een bepaalde afzet (en de afnemers van een afname). Soms helpen de betrokken burgers een handje mee (investering door arbeid). Deze constructie zou voor natuur en landschap interessant kunnen zijn als de ondernemer en de 'leden' afspraken maken over de natuurproductie op het bedrijf (Verschuur, 2002). CSA is op kleine schaal met succes beproefd in o.a. de USA (zie bijv. Donahue, 1999; Lappé & Lappé, 2002).

Voorbeeld:

- Pergola Associaties (Overijssel). Zie www.oosterwaarde.nl/pergola.htm.

Niet uitgewerkt vanwege ontbreken van voorbeelden voor natuur en landschap:

Lokale beleggingsclubs.

- Obligaties. Burgers verstrekken een renteloze lening voor de ontwikkeling van een lokaal initiatief in de vorm van obligaties. Deze kunnen dan na verloop van tijd te gelde worden gemaakt en eventueel in een schenking worden omgezet. Voorbeeld wereldwinkel Wierden (Verschuur, 2001).
- Financieringsgemeenschap. Voorbeeld Groningse biodieselbus (Verschuur, 2001).
- Garantiefonds (al dan niet met particuliere inleg). Voorbeelden: Stichting Borgstellingsfonds voor de Landbouw, Triodos-Doenfonds (Verschuur, 2001).
- Tante Agaathregeling. Fiscale stimuleringsregeling van de overheid voor startende ondernemers. Een particuliere bank betreft geld van particuliere geldverstrekkers. Doordat de geldverstrekker bepaalde fiscale voordelen heeft, profiteert de startende ondernemer van een aantrekkelijke rente.

4. Partnership

Partnership. Hieronder verstaan we samenwerking tussen private partijen bij de ontwikkeling van natuur en landschap.

Voorbeelden:

- Groen uitgerust (interviews Verstand (Recron) en Galema (Galema Advies)). Aanleg groenvoorzieningen door recreatieondernemers op het eigen terrein.
- Maasheggen. Agrarische ondernemers bieden een natuur- en landschapproject op offertebasis aan de overheid aan onder de voorwaarde dat de aangeboden natuur niet plano-

logisch wordt vastgelegd (Lamers & Olthof, 2001). Tendering is een verdergaande variant.

- Vlechthekken (interviews vd Slobbe (Stichting wAarde) en Stuivenberg (Intratuin)). Intratuin ontwikkelt vergelijkbaar initiatief voor bijen en vlinders.
- Structurele bijdrage van waterbedrijf Vitens aan het Geldersch landschap voor bos- en natuurontwikkeling (Gaasbeek & Wieman, 2000).
- Aankoop van grond voor natuurontwikkeling door een collectief van eigenaren (vgl. totstandkoming Vondelpark in Amsterdam).
- Beheer door collectief van eigenaren (voorbeeld Amersfoort, interview Kurstjens, PPS-bureau).
- Het Groene Woud. Beloning voor groene diensten voor aanbieden van extra planologische ruimte (mond. med. Dieleman, ZLTO en Oosterbeek, prov. Noord-Brabant).
- Grondbank. Gronduitgifte onder natuur- en landschapsvoorwaarden. Zie o.a. Guldemond & Terwan (2001) en Rienks & van de Berg (2000).
- Oude landgoederen. Landgoederen zijn particulier bezit, waarop specifieke verplichtingen rusten (zoals minimale bebossing van 30% en toegankelijkheid). Burgers genereren een geldstroom door winkelbestedingen, toeristische activiteiten, afhuren van accommodatie, countryfairs, manifestaties etc. op het terrein. Ook plaatselijke overheden en bedrijven kunnen investeren via de exploitatie, onderhoud en opknapwerk (bijvoorbeeld goedkope levering van diensten of levering 'om niet'). Zie www.restauratiefonds.nl/producten/Landgoed.htm. Zie ook Gaasbeek & Wieman (2000). Gaat meer om exploitatie dan om nieuwe natuur.
- Landgoed Twente. Zie www.landgoedtwente.nl.

5. Vermarkten van natuur en landschap

Streekproducten. Indien gecertificeerd door de Stichting Streekproducten Nederland, rusten op de productie van streekproducten landschapsverplichtingen (per product in te vullen). Ook meer algemene keurmerken, zoals Milieukeur en EKO, bevatten landschapsverplichtingen (maar minder herkenbaar voor de consument). Afnemers (burgers, overheden, bedrijven, supermarkten) investeren indirect in natuur en landschap. Een meerwaarde van streekproducten is gelegen in de vaste klantenkring en directe koppeling tussen producenten en consumenten (boerenmarkt, groentetassen). Nadeel van al deze marktcertificering is dat maar een klein deel van de opbrengst daadwerkelijk naar natuur en landschap gaat. Dit aandeel zou kunnen worden verhoogd door een opslag op streekproducten in de te voeren (zie voorbeeld Waterlandvlees).

Voorbeelden:

- Waterlandvlees. Opslag ten behoeve van een fonds agrarisch natuurbeheer. Zie www.groenwaterland.nl/waterlands_weelde.htm
- Zie verder platteland.pagina.nl (rubrieken plattelandsondernemen en regionale producten) en www.streekproducten.nl

Arrangementen. Via deze investeringsvorm maken eigenaars c.q. grondgebruikers de natuur- en landschapswaarden (letterlijk) te gelde (ter verbreding van de eigen inkomensbasis). De opbrengsten worden opnieuw geïnvesteerd in natuur en landschap. Deze investeringsvorm ligt dicht tegen begrippen als plattelandsvernieuwing en groene diensten aan, maar om verwarring te voorkomen hebben we gekozen voor de meer neutrale term 'arrangementen'.

Voorbeelden:

- Streekontwikkeling Alblasserwaard/Vijfheerenlanden (Den Haneker i.s.m. plaatselijke VVV) (Witteman, 2002).
- Kerkepaden Zieuwent (Stortelder & Molleman, 1998). Eerste toepassing concept erf-dienstbaarheid.
- Boerenervenproject Groningen. Zie www.isw.agro.nl/Projecten/alles.cfm?ID=98

- Akkerleven (Noord-Beveland) (mond. med. Dieleman, ZLTO).
- Goese heggen. Aanleg heggen en struiken op particuliere grond met vergoeding van ondergrond en onderhoud (mond. med. Dieleman, ZLTO).
- Stadsboerderijen, landgoedwinkel (o.a. zelfpluk, verkoop eigen producten).
- Landschapsarrangementen. Afdracht door ondernemers voor natuur en landschap die het arrangement aanbieden (Van Loenen e.a., 2001).
- 'Koffiekwartje'. Agrarische en niet-agrarische horeca- en toeristische ondernemers spreken af dat een deel van de opbrengst naar natuur en landschap gaat (zie ook Van Loenen, 2001).
- Parkeergelden, vergoeding voor gebruik door wandelclubs en andere clubs, jachtverhuur, visrechtverhuur, vergoedingen voor excursies, arrangementen met recreatieondernemers (Hekhuis & De Baaij, 1997). Houtopbrengst, inscharen van vee, opstalrechten (interview Munsters, SBNL). Entreeheffing (bijv. ruitbewijs Den Treek-Henschoten; wandelen NH Duinreservaat) (Gaasbeek & Wieman, 2000.).
- Veel voorbeelden in Gaasbeek & Wieman (2000) voor exploitatie van bosgebieden.

Certificaten. Aanleg en/of beheer van een natuur- en landschapselement op basis van afspraken tussen de aanbieder en de koper van een certificaat. Het is denkbaar dat een certificaat fiscaal voordeel mogelijk maakt via een rijks- of gemeentelijke regeling (De Boo, 2001).

Voorbeelden:

- Boscertificaten. Nationaal Groenfonds i.s.m. FACE (gezamenlijke energieproducenten) geeft certificaten uit aan grondeigenaren die nieuw bos aanleggen, dat als compensatie voor de uitstoot van CO₂ kan dienen. Met een boscertificaat is het mogelijk subsidie te krijgen voor aanleg van bos, met min. opp. van 5 ha. Dit bedraagt EUR 4.600 – EUR 6.800 per ha, afhankelijk van de CO₂-vastlegging van het bos. De mate waarin de subsidie de kosten dekt verschilt per project. Financiering geschiedt nu nog door rijksgeld, in de toekomst is het de bedoeling dat bedrijven of particulieren bijdragen door CO₂-emissierechten te kopen. Hiervoor worden met ANWB voorbereidingen getroffen (<http://www.groenfonds.nl>).
- Duurzame Ondernemerspunten (In Natura (F. Kuiper). Zie www.isw.agro.nl/Projecten/alles.cfm?ID=194
- Omgevingscertificaten (LLTB).
- Certificering landschapselementen (De Boo, 2001).
- Certificering landschapselementen voor biomassa (idee CLM).
- Biologische grondcertificaten (Stichting Avalon). Persbericht 11 juni 2002.

6. Liefdadigheid

Publieksacties. Deze investeringsvorm omvat een breed scala van activiteiten zoals collectes, direct mailing, loterijen, radio- en tv-acties (eenmalig of jaarlijks terugkerend). Publieksacties richten zich in eerste instantie tot het grote publiek, maar ook bedrijven kunnen geïnteresseerd zijn vanwege de *goodwill* die ze met een bijdrage kunnen opbouwen. Dat geldt ook voor lokale overheden. Een publieksactie voor natuur en landschap kan voor de rijksoverheid interessant zijn vanwege de grote *spin-off* van een rijksbijdrage.

Voorbeelden:

- Nationale Postcodeloterij. Stimuleert projecten van natuurbeschermingsorganisaties. Zie www.postcodeloterij.nl

Giften. Giften aan een fonds of een organisatie. Eenmalige giften zijn beperkt fiscaal aftrekbaar. Meerjarige giften in de vorm van een lijfrente zijn geheel fiscaal aftrekbaar (mits notarieel vastgelegd). De ontvanger kan op grond van de Successiewet 1965 worden vrijgesteld van schenkings- en successierechten (dit laatste is relevant bij legaten). Voor de besteding van legaten wordt dikwijls een aparte stichting opgericht.

Lidmaatschappen van een natuurorganisatie kunnen ook als gift worden beschouwd, maar daar staat geen fiscaal voordeel tegenover.

Voorbeelden:

- Schenking of nalatenschap aan een natuurbeschermingsorganisatie.
- 'Artikel 24 stichting' (SNM, 2002). Partijen kunnen het initiatief nemen om een stichting op te richten voor een specifiek natuur- en landschapsdoel. Geen voorbeelden voor natuur en landschap bekend.
- Goede doelen. Zie www.fondsenboek.nl. Nauwelijks besteding aan concrete natuur en landschap-projecten.

Bedrijfsponsoring. Betreft meestal een eenmalige investering (bijvoorbeeld uit de winst). Het bedrijf krijgt er een goede naam en exclusieve rechten (zoals toegang, gebruik van eventuele gebouwen etc.) voor terug. Bedrijfsponsoring mag volgens de Belastingdienst worden gerekend tot aftrekbare bedrijfskosten (in tegenstelling tot giften).

Voorbeelden:

- Bedrijfskringen Provinciale landschappen. Tevens draagvlak en bestuurlijk netwerk.
 - Bedrijvenkring Geldersch Landschap & Kastelen (Gelders Landschap, 2002). Zie www.hgl-vgk.nl/welkom.html.
 - Overijssels landschap. Zie www.landschapoverijssel.nl/vrienden/vrienden.htm.
 - Gouden Vrienden van het Utrechts Landschap (Gaasbeek & Wieman, 2000). Zie www.utrechtslandschap.nl
- Sponsoring Hollandsche Biesbosch door Dupont.
- *Klimaschutz durch Wald* (Gaasbeek & Wieman, 2000). Beter waterbeheer door omvorming van bosgebied.
- Voorbeeld Duitsland: Duitse rechtbanken kunnen aan boetes een maatschappelijke bestemming geven. Onbekend is of deze mogelijkheid ook in Nederland bestaat.
- Sponsorloop.
- Vrienden van het platteland i.o. LTO-Nederland beoogt een organisatie op te zetten van burgers die zich bij landbouw en platteland betrokken voelen. Leden kunnen toegang krijgen tot diverse producten en diensten.

Financiële adoptie. Het doel van de investering is betrokkenheid op te bouwen bij een lokaal initiatief. Er zijn in Nederland als verschillende adoptiemogelijkheden, die via internet nog verder kunnen worden ontwikkeld (daarbij zou ook kunnen worden gemikt op buitenlandse geïnteresseerden). Deze constructie is ook aantrekkelijk voor groepen (bijv. scholen). Het is denkbaar dat op een dag een schaarste ontstaat en aldus een markt van vraag en aanbod voor geadopteerde natuur- en landschapselementen.

Voorbeelden:

- Bomen voor Koeien (interview vd Slobbe, Stichting wAarde). Zie www.bomenvoorkoeien.nl
- Stichting Milieubewustzijn. Zie www.adopteereenkoe.nl.
- Adopteer een akkerrand (Stichting Zonnestraal, Schouwen Duiveland) (Witteman, 2002). I.s.m. Rabobank. Zie www.akkerranden.nl
- Adopteer een heideschaap (Landschap Overijssel). Brochure.
- Adoptie door een bewonersvereniging van een hoogstamboomgaard (voorbeelden Vijfheerenlanden, Delft, waterwingebied Culemborg).
- Adopteer een dier in Artis. Zie www.artis.nl

Vrijwilligerswerk. Hieronder verstaan we het geven van tijd aan natuur- en landschapsbeheer in georganiseerd verband (directe arbeid, bestuurlijk) (cf. Schuyt, 2002).

Voorbeelden:

- Groene Aders (interview Munsters, SBNL).

- Aanplant van dassenwallen. Stichting Prisma en Natuurmonumenten. Verstandelijk gehandicapten werken mee bij beheer en onderhoud in natuurgebieden. Zie www.isw.agro.nl/Projecten.alles.cfm?ID=209
- Inzet materieel door een bedrijf 'om niet'.
- Provinciale Landschappen/organisaties Landschapsbeheer
 - Zie bijvoorbeeld www.landschapoverijssel.nl/vrienden/vrienden.htm
 - Buiten Bedrijf (landschapsbeheer Utrecht). Onderhoud van het landschap door bedrijven (bijv. wilgen knotten, een houtsingel 'terugzetten') op reguliere basis of als een 'dagje uit'.
- Lokale weidevogelbeschermingsgroepen, kerkuilengroepen etc.

Lidmaatschap van (lokale) natuurorganisaties.

Burgers kunnen lid van een natuurorganisatie, in ruil voor bepaalde gunsten en medezeggenschap. Door de organisatie te ondersteunen dragen zij ook indirect bij aan natuur en landschap. Giften zijn ook mogelijk.

De landelijke organisaties zoals Natuurmonumenten en Vogelbescherming hebben grote bekendheid en veel p.r. Er zijn ook diverse lokale natuurorganisaties, zoals voor weidevogelbeheer. Agrarische natuurverenigingen zijn in opkomst en willen ook steeds meer burgers als lid werven (Oerlemans et al. 2001). Zij worden reeds ondersteund via het Programma Beheer (Guldmond en Terwan, 2001). Voor een overzicht van bestaande agrarische natuurverenigingen zie platteland.pagina.nl.

Voorbeelden:

- Agrarische Natuur Vereniging Wierde en Dijk – Wierden gebied Noord-Groningen.
- Opgericht in 1999, is Wierde en Dijk een ANV in Noord-West Groningen met 150 leden, waarvan 50 agrariërs en 100 burgers. De ANV is o.a. actief op het gebied van weidevogelbescherming en natuurvriendelijk slootbeheer (Kaantjes en Raandjes), is bezig met het thema 'Agrarisch Landschap-pelijke schurenbouw', bloemdijken, het onderhoud van kolken en dobben en met het verkennen voor mogelijkheden voor agrarisch wierdebeheer (Kansen voor wierden).
- Agrarische Natuur Vereniging Berkel en Slinge.
- Opgericht in 1998, heeft de ANV Berkel en Slinge momenteel 225 leden, waarvan 66% burgers. Het werkgebied beslaat de gemeentes Eibergen en Groenlo. De ANV heeft een begeleidingscommissie met vertegenwoordiging uit de overheid en andere maatschappelijke actoren. Tweemaal per jaar is er overleg met het 'groene front' (vogelwerkgroep, IVN, SBB, etc.). De ANV is vertegenwoordigd in de Streekcommissie en heeft een coördinator die hulp geeft bij het aanvragen van subsidies. De ANV geeft een cursus over boerderij-indeling en beplanting, en maakt ook beplantingsplannen, waarin cultuurhistorie wordt meegenomen.
- Vereniging Agrarisch Natuur- en Landschapsbeheer Tieler- en Culemborgerwaarden De VANL, opgericht in 1994, zet zich in voor een economisch duurzame land- en tuinbouw met zorg voor natuur en landschap. Het huidige ledenaantal is 160, waarvan ca 30% burgerleden. De ANV heeft activiteiten op het gebied van weidevogelbeheer, erfbeplanting, bloemrijke slootkanten en onderhoud van landschapselementen (o.a. wiel met informatiepaneel).
- Agrarische Natuur Vereniging Den Hâneker – Alblasserwaard-Vijfheerenlanden (zie hoofdtekst).
- Initiatieven ANWB voor samenwerking met agrarische natuurverenigingen (interview de Bakker, ANWB).

7. Rood voor groen

Deze vorm van (groene) PPS (Publiek-private samenwerking) vergt intensieve samenwerking tussen bedrijven en de overheid in een specifiek project. Net zoals bij iedere PPS-constructie,

wordt gezocht naar een gunstige verevening van kosten (sterke functie betalen zwakke functies). Bij gewone PPS-constructies kan men aannemen dat bedrijven en financiers uit zijn op maximaal voordeel. Bij groene PPS is het voldoende als het normrendement (de financiële doelen) wordt gehaald en de continuïteit van het bedrijf niet op het spel staat. Wat telt zijn lange termijn-overwegingen, zoals een betere marktpositie en versterking van de eigen commerciële en maatschappelijke doelen. Samenwerking met de overheid is aantrekkelijk (zoals in iedere PPS-constructie) omdat de financiële risico's beter kunnen worden gespreid en de investeerder medezeggenschap heeft bij de bestedingen (lees: gebiedsontwikkeling zonder knellende regels). Bovendien kan de overheid vroegtijdig grond verwerven, d.w.z. voordat met de grond gespeculeerd gaat worden.

Ook in de exploitatiefase zijn wellicht geïnteresseerde financiers te vinden, die belang hebben bij verdere uitbouw van hun exploitatieportefeuille.

Zie ook interviews Daalder, gemeente Amsterdam; Ruygrok, ministerie LNV; Schippers, VNO-NCW.

Voorbeelden:

- Nieuwe landgoederen. 'Groen door rood'-constructie (interview Zuuring, Amstelland Ontwikkeling). Landgoed Lelystad (Van Heijst, 2002).
- Hollandse Waterlinie, Slot Loevestein (*Groene Allianties in de Regio*, 1998).
- Zie verder www.agro.nl/ppsgroen, o.a. Meerstad Groningen en groenvoorzieningen rond Schiphol.
- Ruimte voor Ruimteregeling Noord-Brabant. Zie www.ruimtevoorraimte.com
- Randmeren (interview de Bakker, ANWB).
- Toeristische ontwikkelingsmaatschappij (Wijker, 2000).
- Zeeuws model: verplichte grensbeplanting bij industrieterreinen. De exploitatievergunning wordt pas verleend als de landschappelijke voorziening is gerealiseerd (mond. med. H.Faassen, min. LNV).

Bijlage 2 Geïnterviewde personen_____

Amstelland projectontwikkeling	H. Zuuring
Agrarische natuurvereniging Den Haneker	S. Veerman
ANWB	A. de Bakker
ASN-bank	C. van Arendonk
Dienst Landelijk Gebied	Th. Vellinga
Galema Advies	P. Galema
Gemeente Amsterdam	R. Daalder
Gemeente Vught	J. Gulden
In Natura	A. Stegeman e.a. (voorbeelden)
Intratuin	Everkink
Landschap Overijssel	B. Brinkman
LEI	G. Overbeek
Ministerie LNV	E. Ruygrok
MKB	van Mierlo
Nationaal Groenfonds	G. van der Vliet
PPS-bureau	Kurstjens
Rabo-bank	B. Taverne
Recron	Verstand
Rotary Kaatheuvel	Dierkxsen
SBNL	R. Munsters
Stichting wAarde	Th. van de Slobbe
Toerisme en Recreatie Nederland (TRN)	B. Wijker
VNO-NCW	E. Schippers

Deze publicatie (*CLM 554 - 2002*) kunt u telefonisch of schriftelijk bestellen bij het CLM. Tel. (030) 244 13 01, fax (030) 244 13 18 of e-mail clm@clm.nl Postbus 10015, 3505 AA Utrecht. De kosten zijn € 14,-
Op verzoek zenden wij een volledig overzicht van onze publicaties.
Het rapport is kosteloos te downloaden via www.clm.nl

Lay-out: Francien de Groot

Druk- / kopieerwerk: MultiCopy, Utrecht Centrum

Eerste druk: ex. 150