

Nieuwe natuurlijke partners Partners voor het natuurbeleid?

Nadet Somers
Sandra van der Kroon
Greet Overbeek

Projectcode 20277

December 2004

Rapport 7.04.13

LEI, Den Haag

Het LEI beweegt zich op een breed terrein van onderzoek dat in diverse domeinen kan worden opgevat. Dit rapport valt binnen het domein:

- ... Wettelijke en dienstverlenende taken
- ... Bedrijfsontwikkeling en concurrentiepositie
- ... Natuurlijke hulpbronnen en milieu
- ... Ruimte en Economie
- ... Ketens
- ... Beleid
- ; Gamma, instituties, mens en beleving
- ... Modellen en Data

Nieuwe natuurlijke partners; Partners voor het natuurbeleid?

Somers, N., Kroon, S. van der, en G. Overbeek

Den Haag, LEI, 2004

Rapport 7.04.13; ISBN 90-5242-959-6 Prijs € 14,- (inclusief 6% BTW)

69 p., fig., tab., bijl.

Een verkennend onderzoek naar de bijdrage aan het draagvlak voor het natuurbeleid door organisaties en activiteiten gerelateerd aan natuur. (Recreatie, groen werken en levenskunst en gezondheid). Uit literatuurstudie en interviews blijkt dat deze organisaties het draagvlak voor natuur ruimer zien en een meer tot de verbeelding sprekende communicatie hanteren dan de rijksoverheid.

A pilot study of the contribution of social organisations (outdoor recreation, green works and lifestyle, culture and health care) to support nature policy. Results from literature and interviews show that these organisations give a broader significance to nature support and use a more appealing communication strategy.

Bestellingen:

Telefoon: 070-3358330

Telefax: 070-3615624

E-mail: publicatie.lei@wur.nl

Informatie:

Telefoon: 070-3358330

Telefax: 070-3615624

E-mail: informatie.lei@wur.nl

© LEI, 2004

Vermenigvuldiging of overname van gegevens:

; toegestaanmits met duidelijke bronvermelding

... niettoegestaan

Op al onze onderzoeksopdrachten zijn de Algemene Voorwaarden van de Dienst Landbouwkundig Onderzoek (DLO-NL) van toepassing. Deze zijn gedeponeerd bij de Kamer van Koophandel Midden-Gelderland te Arnhem.

Inhoud

	Blz.
Woord vooraf	7
Samenvatting	9
Summary	11
1. Inleiding	13
1.1 Aanleiding	13
1.2 Doelstelling	14
1.3 Aanpak van het onderzoek inhoud van dit boekje	16
2. Theoretisch Kader	17
2.1 Interesses van potentiële natuurlijke partners	17
2.2 (...en hun) Medeverantwoordelijkheid	19
2.3 Veranderende vanzelfsprekendheden	24
3. Clusters van potentiële partners	27
3.1 Inleiding	27
3.2 Cluster 1: Recreatie	27
3.3 Cluster 2: Groen werken en leven	29
3.4 Cluster 3: Kunst en cultureel erfgoed	33
3.5 Cluster 4: Gezondheid	35
4. Potentiële partners aan het woord	37
4.1 Inleiding	37
4.2 Natuur op de voorgrond	38
4.3 Mechanismen	50
4.4 Relatie met beleid	54
4.5 Deelconclusies	56
5. Conclusies en aanbevelingen	59

	Blz.
Literatuur	62
Bijlagen	
1. Overzicht van de geïnterviewden	65
2. Brief voor de geïnterviewden	66
3. Vragenlijst	68

Woord vooraf

Natuur en landschap hebben de afgelopen decennia volop aandacht gekregen als belevenisdecor voor velen van rust en energie. Minder aandacht is er voor het draagvlak voor natuur(beleid). Om naar nieuwe wegen te zoeken wil het ministerie van LNV verbindingen leggen met allerlei organisaties die maatschappelijk verankerd zijn en in hun activiteiten met natuur te maken hebben zonder daar primair op gericht te zijn. LNV heeft hiervoor een onderzoek binnen het DLO-programma Mensen en Natuur uit laten voeren.

Het onderzoek is verricht door Nadet Somers (freelance onderzoeker) en Sandra van der Kroon (LEI). Greet Overbeek (LEI) is namens het programma Mensen en Natuur als projectleider opgetreden. De opzet van het onderzoek de tussentijdse resultaten zijn besproken met de opdrachtgever Raaij van de Directie Natuur van het ministerie van LNV.

Bij deze wil ik hen bedanken voor hun constructieve bijdrage. Tevens dank ik degenen die interesse hebben getoond voor een interview. De onderzoekers vonden het inspirerend om samen met de geïnterviewden het draagvlak voor het natuurbeleid vanuit nieuwe perspectieven te zien.

Ik hoop dat de resultaten van dit onderzoek bijdragen aan het verbreden van de betrokkenheid bij en draagvlak voor de natuur in Nederland.

Prof.dr.ir. L.C. Zachariasse
Algemeen Directeur LEI B.V.

Samenvatting

De aanleiding voor het onderzoek is dat het Ministerie van LNV naar mogelijkheden zoekt om de samenleving meer te betrekken bij het natuurbeleid. Om nieuwe wegen te kiezen wil het ministerie verbindingen leggen met allerlei organisaties, instellingen en voorzieningen die maatschappelijk verankerd zijn op de één of andere manier met natuur te maken hebben, maar daar niet 'primair' op gericht zijn. Mogelijk zijn er onder die organisaties enkele die kunnen fungeren als 'natuurlijke partners' voor het natuurbeleid. Daarom heeft het onderzoek zich ten eerste gericht op het kaart brengen van potentiële natuurlijke partners. Ten tweede is een aantal natuurlijke partners geselecteerd; onderzocht is op welke manier zij bijdragen aan het maatschappelijke draagvlak voor natuur en welke betekenis zij mogelijk hebben als partner voor het Ministerie van LNV.

Een beknopte literatuurstudie gaf richtlijnen met betrekking tot de positionering van verschillende organisaties in welke zin speelt natuur een rol - meer op de achtergrond of eerder op de voorgrond - en is men gericht op activiteiten of juist op rust? Wat is de aard van activiteiten van de organisaties: gericht op vermaak, educatie, esthetiek of ontsnapping uit de dagelijkse wereld. En ten slotte: wat verstaan we onder medaanswoordelijkheid voor natuur en wat zijn factoren die dat belemmeren of juist stimuleren? De literatuurstudie gaf richting aan de aandachtspunten die gehanteerd is tijdens interviews met representanten van mogelijke natuurlijke partners.

In eerste instantie is middelenresearch gezocht naar een groot aantal organisaties die mogelijk in aanmerking zouden komen om als natuurlijke partner te fungeren. Voor het overzicht zijn deze organisaties ingedeeld in vier clusters. Het eerste cluster omvat organisaties die zich bezighouden met recreatie. Het tweede cluster is een combinatie van organisaties die zich richten op groene ambachten, biodiversiteit en lifestyle/eten. De organisaties in het derde cluster benaderen natuur via kunst en culturele erfgoed van Nederland. Ten slotte is er een cluster waarin de relatie tussen gezondheid en

natuur centraal staat. Uit deze clusters is een selectie gemaakt van vijftien organisaties die verder vraagd zijn in een interview.

In de interviews is ten eerste aan de orde geweest hoe ver de activiteiten van de organisaties erop gericht zijn om natuur meer op de voorgrond te laten treden. Ten tweede is in de interviews aan de orde geweest welke betekenis natuur heeft het licht van de activiteiten die de organisatie ontplooit en welke daadwerkelijke bijdragen aan natuur zijn. Ook is gesproken over de strategieën waarmee men natuur een meer prominente rol in de leefwereld van burgers laat spelen. Alhoewel de organisaties specifiek domein hebben waar hun activiteiten in passen, zoals maak, educatie, esthetiek en ontsnapping, blijkt dat zij elementen uit verschillende domeinen combineren om burgers dichterbij natuur te brengen. De organisaties hebben een goed inzicht in de leefwereld van hun doelgroepen en hebben deskundigheid in hoe hun producten te communiceren en te vermarkten. Tijdens de interviews lieten de organisaties zien dat er verschillende betekenissen zijn van 'maatschappelijk draagvlak voor natuur' en dat er ook verschillende manieren zijn om dat te bereiken. Beelden en emoties komen daarin prominent naar voren, in tegenstelling tot cognitieve en rationele aspecten.

Er zijn aanbevelingen gedaan over de rol die natuurlijke partners kunnen spelen bij het ontwikkelen van natuurbelofte. De overheid zou het vermogen van natuurlijke partners om het maatschappelijk draagvlak voor natuur te vergroten beter kunnen benutten. Dit kan zij doen door het begrip 'natuur' te verruimen en door eerder in het beleidsproces communicatief de relevante stakeholders met een maatschappelijk perspectief te betrekken.

Summary

New natural partners; Partners for nature policy?

The reason for the study is that the Ministry of Agriculture, Nature and Food Quality is looking for ways of giving society a greater involvement in nature policy. In order to find new ways, the ministry wishes to create links with social organisations, institutions and facilities involved with nature, but who are not 'primarily' oriented towards it. It may be that there are some organisations, which can act as 'natural partners' for nature policy and so the study was directed at identifying potential natural partners and their contribution to the social basis for nature policy.

A brief literature study provided guidance on the positioning of various organisations: in what sense does nature play a role - is it more in the background or in the foreground - and is the organisation activity-oriented or is it more concerned with rest and relaxation? And, lastly, what do we understand by joint responsibility for nature and what are the factors, which hamper or, conversely, stimulate it? The literature study helped to guide the questionnaire, which was used in interviews with representatives of possible natural partners.

In the first instance, a desk study was conducted to look for a large number of organisations, who might be suitable for acting as natural partners. These organisations have been divided into four clusters. The first cluster comprises organisations, which are involved in recreation. The second cluster is a combination of organisations, which focus on green crafts, biodiversity, lifestyle and food. The organisations in the third cluster approach nature through art and the Netherlands' cultural heritage. There is a cluster, which is concerned with the relationship between health and nature. From these clusters, a selection was made of fifteen organisations, which were further questioned in an interview.

The interviews dealt firstly with the extent to which the organisations' activities were aimed at giving greater prominence to nature. In addition, questions were asked about the importance of nature in the light of the organisations' activities and about their actual contribu-

tions to nature. There was also discussion of the strategies employed by the organisations to allow nature to play a more prominent role in people's perception of the world. Although the organisations have a specific domain into which their activities fit, e.g. amusement, education, aesthetics or escape, it was found that they combined elements from different domains in order to bring people closer to nature. The organisations have a good understanding of how their members perceive the world and have their own expertise for communicating and marketing their products. The organisations showed during the interviews that there are different meanings of 'social basis for nature' and that there are also different ways of achieving it. Images and emotions play a more prominent role than cognitive and rational aspects.

A number of recommendations were made about the role, which natural partners can play in the development of nature policy. The ministry should make better use of the ability of natural partners to enlarge the social basis for nature. It can do this by widening the concept of 'nature' and by involving expert stakeholders with a social perspective, who are able to communicate, earlier in the policy process.

1. Inleiding

1.1 Aanleiding

In het jaar 2000 bracht het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) de nota Natuur voor Mensen, Mensen voor natuur (NvMMvN) uit (LNV 2000). De nota bevat de strategie voor het natuurbeleid voor de komende tien jaar, met een doorkijk naar 2020. In de nota komt de verbreding van het natuurbeleid tot uitdrukking. Deze verbreding heeft in de eerste plaats een verbreding van het natuurbegrip: natuur heeft behalve een intrinsieke waarde ook een belevings- en gebruikswaarde. In de tweede plaats heeft verbreding betrekking op het bereik van het natuurbeleid: de natuur beperkt zich niet tot de Ecologische Hoofdstructuur, maar begint al bij de voordeur. Tenslotte dient natuur een verantwoordelijkheid van de gehele samenleving te zijn en ook duidelijk te worden verankerd. De verbreding van het natuurbeleid kan volgens het kabinet alleen in samenwerking met anderen: staatsburgelijke en maatschappelijke partners, bedrijfsleven en burgers. LNV zoekt derhalve naar mogelijkheden om de samenleving meer te betrekken bij het natuurbeleid. In NvMMvN (LNV, 2000) staat dit als volgt verwoord: 'het gaat om natuur en landschap en door mensen', 'verbreden van draagvlak' en 'verinnerlijking'. Het ministerie wil dat natuur, steviger dan momenteel het geval is, verankerd wordt in de harten van mensen en beslissingen van burgers, ondernemers, maatschappelijke organisaties en overheden.

Uit het voorgaande zal duidelijk zijn dat het ministerie van LNV vraagtekens zet bij het draagvlak voor het rijksnatuurbeleid in de samenleving. Van verschillende kant zijn hier verklaringen voor aangedragen. Zo zouden de natuurbelden die in het rijksbeleid domineren niet sporen met de andere, maar tegelijkertijd weinig uitgesproken natuurbelden in de samenleving (Overbeek en Lijmbach 2004). Een andere mogelijkheid voor het gebrek aan draagvlak is een inadequate communicatie van het rijksnatuurbeleid,

waarbij te veel de nadruk ligt op ecologie en wetgeving. Zo ontstaat een 'mismatch' tussen het begrip natuur dat het ministerie van LNV dan wel de Directie Natuur hanteert aan de ene kant en de 'maatschappelijke natuurbeelden' en 'publiek taal' aan de andere kant.

Waar bestaan die maatschappelijke natuurbeelden dan uit en in welke taal zijn burgers wel aanspreekbaar? Wat is het in natuur dat mensen raakt en waar zij zich voor willen inzetten? Om dergelijke vragen te kunnen beantwoorden zal het ministerie van LNV te rade moeten gaan bij andere organisaties waar zij tot nu toe mee te maken heeft. Het natuurbeleid komt grote lijnen tot stand samen met enkele terreinbepalende organisaties (Staatsbosbeheer, Natuurmonumenten, Provinciale Landschappen e.a.), specifiek op natuur en milieu gerichte organisaties (Vogelbescherming, Vereniging voor Natuur en Milieu educatie (IVN), Wereld Natuur Fonds, e.a.) en sociaal-economische belangenorganisaties (Land- en Tuinbouw Organisatie Nederland, Natuurlijk Pleinland, e.a.). Daarnaast spelen andere overheden (ministeries van ROM en V&W, Provincies, e.a.) en publieke organisaties (Waterschappen e.a.) een belangrijke rol. Als het ministerie van LNV streeft naar verbreding van het draagvlak van het natuurbeleid en naar 'natuur het hart van de samenleving' zal zij op zoek moeten gaan naar nieuwe maatschappelijke partners. Er zal, om in metaforen te spreken, niet alleen van genoemde (hoofd)slagaders gebruik moet worden gemaakt, maar ook van de haarvaten in de samenleving. De LNV-notitie voor vernieuwing (2000) en Vernieuwend werken (2003) dagen uit naar het zoeken van nieuwe wegen, het versterken van de relatie met de buitenwereld en innoverend werken.

1.2 Doelstelling

Het doel van dit onderzoek is om nieuwe wegen te zoeken en verbindingen te leggen met organisaties, instellingen en voorzieningen, die maatschappelijke waardering krijgen. Zij zijn niet primair op 'natuur' gericht, maar hebben daar op een andere manier wel mee te maken en zouden op dit terrein een rol kunnen spelen. Het gaat om organisa-

ties die maatschappelijke gebruikers vertegenwoordigen én deskundig zijn in het enthousiasmeren en overtuigen van mensen voor activiteiten waar natuur een rol in speelt. Voorbeelden hiervan zijn verenigingen van productgerichte actoren zoals tuiniers, scouting, groene horeca en particulieren die zowel op hun eigen grond als in hun omgeving natuur beheren. Hiertoe is het belangrijk inzicht te krijgen in de leefwereld van potentiële nieuwe partners bij natuurbeleid.

De centrale vraagstelling van het onderzoek luidt:

Hoe kan het ministerie van LNV gebruikmaken van de 'natuurlijke' betrokkenheid van burgers bij het (vormgeven van) haar natuurbeleid?

De doelstelling van het onderzoek valt uiteen in twee elementen:

1. Om het draagvlak voor natuurbeleid te verbreden, worden organisaties, instellingen en voorzieningen geïnventariseerd die maatschappelijke waardering krijgen die op één of andere manier met natuur te maken hebben, zonder er niet primair op te zijn gericht. Er is een inschatting gemaakt welke organisaties een bijdrage kunnen leveren aan het natuurbeleid. De vraag is dus wie potentiële partners zijn, welke natuurbeelden bij deze actoren leven, hoe zij met natuur omgaan, natuur gebruiken en wat hun rol zou kunnen zijn in de beleidsvorming.
2. Om meer draagvlak te krijgen moet niet alleen verder gekeken worden dan de huidige contacten van het ministerie van LNV, maar is ook aandacht nodig voor de manier waarop beleid vormgegeven en gecommuniceerd wordt, dus in hoeverre het ministerie haar marketing- en communicatiebeleid rondom het thema natuur heeft vormgegeven en uitvoert

¹ Volgens de opdrachtgever spelen bij de Drie Natuur de volgende dilemma's:

- draagvlak voor natuur is niet hetzelfde als draagvlak voor natuurbeleid;
- een regulerende rol versus een faciliterende rol van de overheid;
- het gebruik van (ecologische/technische) beleidstermen als bijvoorbeeld Ecologische Hoofd Structuur (EHS) versus 'mensenwensen'.

1.3 Aanpak van het onderzoek en inhoud van dit boekje

De eerste twee activiteiten van dit onderzoek lopen parallel aan elkaar: het bestuderen van literatuur en het inventariseren van potentiële partners middels een deskresearch. De literatuur die bestudeerd is, gaat in op onderwerpen als 'verschillende manieren van natuurbeleving', 'medeverantwoordelijkheid', en 'veranderende vanzelfsprekendheden'. Het resultaat van deze literatuurstudie heeft de onderzoekers geholpen bij het positioneren van potentiële partners ten aanzien van natuurbeleving én de zorgdragen voor de natuur. Daarnaast zijn zij manieren op het spoor gekomen waarmee het ministerie van LNV haar potentiële partners kan benaderen. Hoofdstuk twee doet hiër verslag van.

De potentiële partners zijn geïnterviewd middels een deskresearch. Hierbij is gebruik gemaakt van het internet en literatuur om potentiële partners op het spoor te komen. In overleg met de opdrachtgever is een selectie gemaakt van de potentiële partners die benaderd zijn voor een interview. Een belangrijk criterium bij deze selectie was dat organisaties zich op vrijwillige basis inzetten in het belang van de natuur. Organisaties die subsidies krijgen van het ministerie van LNV om hun activiteiten die betrekking hebben op natuur uit te kunnen voeren, hebben wij buiten beschouwing gelaten. Anticiperend op de analyse van de interviews en het formuleren van de aanbevelingen richting de opdrachtgever, zijn clusters van potentiële partners onderscheiden. Een overzicht van de geïnterviewden per cluster is te lezen in hoofdstuk drie.

De derde activiteit in dit onderzoek betreft de interviews met de potentiële partners. Voor een overzicht van de geïnterviewde personen, verwijzen wij naar bijlage 1. De potentiële partners zijn benaderd middels een brief (zie bijlage 2). Tijdens de interviews heeft een vragenlijst als rode draad gefungeerd (zie bijlage 3). De interviews waren semi-gestructureerd van aard: de volgorde van de onderwerpen en de formulering van de eerste vraag stonden ongeveer vast. Hoofdstuk vier beschrijft de resultaten van de interviews met een aantal kaders, waarin fragmenten uit de interviews staan. Hoofdstuk vijf sluit af met conclusies en aanbevelingen.

2. Theoretisch kader

2.1 Interesses van potentiële natuurlijke partners

Als aangrijpingspunt om potentiële partners te identificeren is het werk van Margadant (1990,1994) zinvol. Haar schema biedt handvatten om het belang van natuur voor verschillende gebruikersgroepen te typeren (1994, 58).



Figuur 2.1 De cirkel van Margadant

Margadant geeft een aantal voorbeelden (1994): zo zou een verliefd paartje de rustige ambiance die de natuur biedt, opzoeken en linksboven in de cirkel gepositioneerd kunnen worden. Een mountainbiker is actief in het decor van natuur en zal rechtsboven een plaatsje vinden. Een voorbeeld van een type dat actief is en voor wie natuur op de voorgrond staat, is een vogelaar. Een rustzoeker, die zich één wil voelen met de natuur, kan links onder worden gepositioneerd.

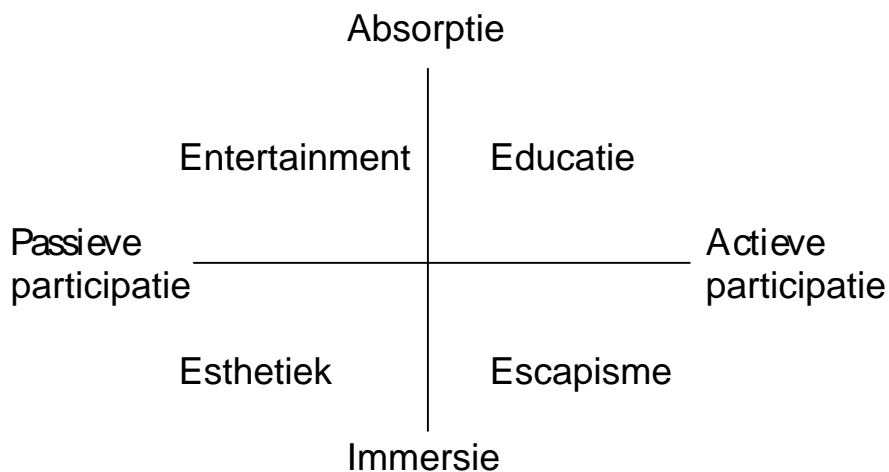
Trekken we deze voorbeelden naar het huidige onderzoek, dan bevinden organisaties die bijvoorbeeld buitensportactiviteiten aanbieden zich rechtsboven in de cirkel. Op deze manier kunnen we een overzicht krijgen van diverse partijen die op enigerlei wijze een betrokkenheid met natuur hebben.

De vraag is nu of en hoe deze partijen over de streep te trekken zijn: dat natuur niet alleen een decor is voor hun activiteiten, maar meer op de voorgrond komt te staan. Met andere woorden: kunnen zij een opstap maken van het gebruik van natuur naar zorg voor natuur? Schematisch gezien zouden zij zich dan in de cirkel langs een verticale lijn bewegen van 'natuur op de achtergrond' naar 'natuur op de voorgrond'. Deze as zouden we 'zorgdimensie' kunnen noemen. Om te onderzoeken welke partijen hiervoor in aanmerking komen, is inzicht nodig in de natuurbeelden die bij potentiële partners leven, het type natuur dat motiverend voor hen is en waarvoor en wanneer deze partijen in actie willen komen. Als hulpmiddel kunnen we weer gebruikmaken van de cirkel van Margadant. Zij maakt een onderscheid tussen vier soorten natuur (1994: 60-61), namelijk uitnodigende natuur, uitdagende natuur, imponerende natuur en intrigerende natuur.

De mensen die voor uitnodigende natuur te porren zijn, bevinden zich volgens Margadant (1994) in een smalle verticale band in het midden van de cirkel. Kinderen zijn vooral in voor dit soort natuur: het gaat hen om directe ervaringen met hier en nu, er is weinig reflexieve afstand. Ze willen het los onder hun voeten horen kraken, de structuur van een boomstam voelen, konijnenkeutels en mierenhopen vinden, op grassprietjes blazen, slootje springen. Er moet iets te beleven zijn en het moet uitnodigen tot verdere activiteiten. De uitdagende natuur is voor mensen die de rechterkant van de cirkel bezetten: deze activiteitenzoekers zoeken spanning en avontuur; een vitale, intense belevenis in de natuur. Bijvoorbeeld over een trilveen lopen waar je doornen kunt zakken. Bepaalde groepen rust- en activiteitenzoekers zijn ontvankelijk voor de imponerende natuur. Deze mensen bevinden zich in de onderkant van de cirkel. Rechtsonder bevinden zich mensen die geraakt worden door de intrigerende natuur. Margadant (1994) maakt in dit geval een speciale

opmerking over jongeren: zij zijn bijvoorbeeld meer geïntrigeerd door dieren dan door planten. Op de tweede plaats willen zij meer weten over geneeskracht, eetbaarheid en andere gebruiksmogelijkheden van planten dan over het determineren van planten.

Twee onderzoeken uit de recreatieve sector kunnen behulpzaam zijn met betrekking tot de vraag hoe en wanneer partijen in beweging kunnen komen om daadwerkelijk zorgen voor natuur. The Experience Economy (Pine and Gilmore, 1999) en De toerist op het spoor (Elands, 2002). Pine and Gilmore vragen zich af hoe de entertainment-industrie klanten zo ver krijgen dat niet alleen prettig bezig worden gehouden, maar dat ze ook daadwerkelijk geëngageerd raken. Net zoals bij Margadant het geval is, bekijken de auteurs als hulpmiddel een figuur met op de horizontale as het continuüm tussen passieve en actieve deelname. De verticale as zegt iets over de mate van verbinding die klanten met de activiteit hebben. Bovenaan wordt een persoon bewust van de omgeving of activiteit en absorbeert deze, also bij het kijken van een film het geval kan zijn. Onderaan verliest de persoon zichzelf in de omgeving of activiteit, zoals bij het spelen van een virtual reality game. De twee assen bakent vier terreinen af, vier sferen van een beleving: entertainment, educatie, escapisme en esthetiek. Pine and Gilmore geven vervolgens voorbeelden van deze sferen in de zogenaamde belevingsindustrie.



Figuur 2.2 Ervaringswerelden (Pine and Gilmore, 1999: 31)

In grote lijnen komen de typering van Pine and Gilmore overeen met die van Margadant. Maar zij gaan een stap verder door zich af te vragen hoe je consumenten een rijkere ervaring kunt geven; door een sfeer van je keuze te operationaliseren of klanten laten bewegen naar een ander segment. In principe gaat het om de kunst van het verleiden: hoe kan je consumenten zodanig verleiden dat hun vakantieplek niet zomaar een plek is, maar een buitengewone plek wordt.

In wat andere bewoordingen komt ook Birgit Elands in haar proefschrift *De toerist op het spoor* (2002) tot deze conclusie. Zij pleit voor een toerisme dat voldoende inspelt op de verschillende 'ervaringsmodaliteiten' van toeristen. Zo zou het ecotoerisme in Costa Rica gebaat zijn bij het ontwikkelen van op ervaringstypen toegesneden natuurbelevings-producten' (p. 208); door voldoende variatie zullen toeristen worden gegrepen om méér te willen zien dan een nationaal natuurpark. Hetzelfde kan zij zien voor het toerisme in de Euregio Maas-Rijn. Het is voelbaar dat ook voor wat betreft natuurbeleving er mogelijkheden zijn om mensen te laten bewegen van activiteitengericht met natuurschilderij - enigszins vergelijkbaar met de 'entertainment'-sfeer van Pine and Gilmore - naar Margadants vogelliefhebber - de pendelaars van de 'esthetic'-sfeer van Pine and Gilmore.

Met behulp van bovenstaande criteria is het mogelijk om een aantal potentiële natuurlijke plekken te identificeren en te positioneren: waar bevinden zij zich in de cirkel c.q. het figuur; voor welk soort natuur zijn zij gemonteerd en welk type bijdrage zouden zij kunnen leveren?

2.2 (...en hun) Medeverantwoordelijkheid

Natuur is tegenwoordig niet meer een gebied waar een hek om staat, maar ook een plek waar het hek juist voor iedereen open gaat. De nota NvMMvN (LNV 2000) heeft de wens in zich dat mensen die zich door dit open hek laten bewegen niet alleen 'natuurlijk' consumeren, maar ook een stukje zorg dragen voor diezelfde natuur, in welke vorm dan ook. Met andere woorden: natuur komt meer op de voor-

grond (Margadant) dan wel actieve participatie toe (Pine and Gilmore).

Deze vermaatschappelijking van natuur is een mooi streven, de praktijk lijkt echter weerbarstiger ook al hebben actoren misschien iets met natuur, uiteindelijk hebben zij vaak niets met natuurbeleid en -beheer. Redenen voor deze weerbarstige praktijk staan uitvoerig beschreven in de bundel Medeverantwoordelijkheid voor natuur (2004) waarin Greet Overbeek en Susanne Lijmbach inleidende hoofdstuk een aantal knelpunten van medeverantwoordelijkheid noemen. Ten eerste is het de vraag voor welk type natuur een inzet wordt gevraagd. De vermaatschappelijking van natuur laat een diversiteit aan beelden en wensen zien, waartussen nog weinig integratie plaatsvindt. Ten tweede lijkt de Fauna- en Faunawet - die tot doel heeft vele soorten te beschermen - 'natuur voor mensen' soms in de weg te staan. Ten derde is natuur voor veel particulieren nog steeds een consumptiegoed, waarvoor zij bereid zijn te betalen, maar waar anderen in moeten voorzien. Hier blijft medeverantwoordelijkheid vaak beperkt tot de vraag om te dragen aan het behoud en beheer van door anderen bepaalde natuur. En ten slotte stuit het vragen van individuele verantwoordelijkheid voor natuur aan particuliere eigenaren en instellingen door een beroep te doen om bepaalde activiteiten (niet) uit te voeren, vaak op weerstand.

Naast het signaleren van knelpunten biedt de bundel aanknopingspunten voor het opstellen van de vragenlijst die in het onderhavige onderzoek is gebruikt. Zo zijn een aantal auteurs zich over de achtergronden van de discrepantie tussen het (rijks)natuurbeleid enerzijds en de betrokkenheid bij natuur van burgers anderzijds. Kris van Oop en Gert Spaargaren (2004) beschrijven in hun essay dat natuurbeleid in Nederland steeds meer wordt gebaseerd op internationale afspraken en universeel-wetenschappelijke argumenten. Daarmee verandert de plaats van natuurbescherming in de belevenissen van burgers. Vanouds was natuurbescherming iets van 'als nationaal collectief' – zoals dat kernachtig werd uitgedrukt in de termen Nationaal Park en Nationaal Landschap. Tegenwoordig wordt dit niet meer als businessbeschouwd. Voorop staat de bescherming van internationaal waardevolle

soorten en ecosystemen. Natuurbeleving neemt daarmee afstand van de leefwereld van burgers, wat betreft het aspect van genieten, als wat betreft het gevoel van nationale verbondenheid. Vanwege deze veronderstelde discrepantie hebben wij in de vragenlijst voor de interviews een vraaggenomen over het al dan niet aansluiten van het rijksnatuurbeleid bij de natuurbeleving van burgers.

Maarten Jacobs (2004) constateert in zijn essay dat het Kabinet burgers en bedrijven vraagt medeverantwoordelijkheid te dragen voor beleid dat vrijwel exclusief vanuit het ecosysteemmodel is geformuleerd, en niet vanuit de beleving van mensen en de wensen die daaruit voortvloeien. Hij gaat concreet op de vraag wanneer mensen zich verantwoordelijk voelen voor iets. Zijn antwoord: 1) wanneer het dicht bij je staat; 2) wanneer het concreet is (en niet abstract) en 3) wanneer je er in redelijke mate van houdt c.q. als het een schoonheidservaring geeft. Volgens Jacobs zijn mensen er voor de natuur, maar dan wel voor wat die natuur betekent voor diezelfde mensen! Er is volgens hem geen tekort aan verantwoordelijkheidsbesef, er zijn alleen maar denkkaders van de wereld waarbinnen dit besef niet verschijnt. Bovendien moet onderzoek naar het thema verantwoordelijkheid voor natuur niet alleen gaan om betekenissen van natuur, maar om het cluster van betekenissen de wijze waarop ze ingebed zijn en tot uiting komen in handelingspraktijken van mensen die een bepaalde relatie met natuur. Deze notie is voor ons aanleiding geweest om onze gesprekspartners te selecteren uit maatschappelijke actoren die concrete activiteiten met natuur ondernemen.

Handelingspraktijken komen voort uit beweegredenen en achtergronden omtrent natuurbeelden die mensen hebben. Bij de zoektocht naar potentiële natuurlijke partners is inzicht in de beweegredenen en achtergronden omtrent die natuurbeelden dan ook gewenst. Wat zijn de achtergronden of referentiekaders van natuurbeelden van burgers, is de vraag die Noëlle Aarts (2004) opwerpt. Zij onderscheidt de volgende aspecten aan referentiekader:

- Waarden en normen, wat vindt men belangrijk, wat zijn de streefbeelden en welke gedragsregels horen daar bij;
- Belangen, economische belangen maar ook sociale belangen (bijvoorbeeld het hebben en houden van een gewenste identiteit)

- op een bepaald moment) emotionele belangen;
- Overtuigingen, opvattingen over hoe dingen nu eenmaal zijn, veelal impliciete veronderstellingen en aannames; en
- Kennis, gebaseerd op verhalenbeelden, associaties en (re)constructies van informatie.

De aspecten die Noëlle Aarts noemt - waarden en normen, belangen, overtuigingen en opvattingen, kennis - hebben wij meegenomen om natuurbeelden van potentiële partners voor natuurbeleid inzichtelijk te maken. Ook kunnen zij inzicht geven in het potentieel van maatschappelijke partijen om de komende jaren te gaan zorgen voor natuur.

Het laatste essay uit de bundel Medeverantwoordelijkheid voor natuur dat wij hier willen aanhalen is van Van der Klundert (2004). Dit essay gaat in op de vraag of medeverantwoordelijkheid zich beperkt tot gebruik en beheer van natuur of dat ook betrekking kan hebben op de planning en inrichting ervan? Volgens Van der Klundert kan medeverantwoordelijkheid net zo goed betrekking hebben op het laatste. Op nationaal niveau kan dit tot uiting komen in stemgedrag of lidmaatschap van een vereniging; op lokaal niveau in de vorm van inspraak bij planning en uiterlijk ook bij het concrete inrichten en beheren. Medeverantwoordelijkheid is in de opvatting van Van der Klundert een actiebegrip. Zoals in de inleiding reeds vermeld is dit één van de criteria geweest bij selectie van onze gesprekspartners: het gaat om actief vormgeven van de kwaliteit van de leefomgeving zonder dat daar een vergoeding tegenover staat. Volgens Van der Klundert moet deze vorm van medeverantwoordelijkheid gepaard gaan met beslisruimte, de kans om eigen keuzen te maken. Wanneer deze vorm van zelfsturing serieus genomen wordt, zouden burgers de ruimte geboden moeten worden om leiding te bepalen en niet alleen om mee te praten over de uitvoering of het beheer. Deze gedachtegang raakt het tweede element van onze doelstelling, namelijk de manier waarop beleid vormgegeven wordt.

Het boek Empowerment: Over laten en doen (Arns en Van Doorn, 2004) gaat dieper in op het principe van 'zelfsturing'. Meer specifiek gaat het dan over een sturingsstijl die de kracht en kennis,

empowerment van de samenleving centraal stelt. Een sturingsstrategie die een andere rol van de overheid vraagt: niet als verzorger en probleemoplosser van alle problemen in de samenleving, maar als 'in staat steller'. De strategie gaat uit van het probleemoplossend vermogen van burgers en bedrijven. De overheid heeft dan ook de samenleving nodig in deze andere rol. Empowerment gaat uit van het gegeven dat meer dan twee vijftig jaar geleden het geval was, burgers door hun hoge opleidings- en organisatiegraad de kennis en ervaring hebben om maatschappelijke problemen te lijf te gaan. Daar waar kennis ligt, liggen vaak ook ideeën over oplossingen van problemen. En vaak ook onaangesproken kracht. De overheid kan door een andere aanpak die kracht benutten en versterken. Kernelementen van empowerment zijn:

- Andere verdeling van collectieve en individuele verantwoordelijkheden.
- Instrumenten geven die burgers en bedrijven eigen keuzes laten maken en kaders stellen waarbinnen ze dat kunnen doen (en niet: die gedrag van alle burgers bepalen).
- Slimme regels laten individuen eigen kennis en verantwoordelijkheid gebruiken en geven ruimte (kaders) waarbinnen andere oplossingen mogelijk zijn en zijn gericht op duidelijke doelstellingen. Daarmee laten ze ruimte voor concurrentie, kritiek en feedback en gaan niet uit van één waarheid voor iedereen en elke situatie.
- Toezicht dat rekening houdt met verschillende kwaliteitscriteria zullen dynamisch moeten zijn. Dat kan door meer mensen te betrekken bij de beoeding van kwaliteit.

2.3 Veranderende vanzelfsprekendheden

Zoals in de vorige paragraaf bleef, groeien de natuurbeleving van mensen en het natuurbeleid Nederland uit elkaar. De bundel Medeverantwoordelijkheid voor natuur (Overbeek en Lijmbach, 2004) beschrijft een aantal theoretische noties over de oorzaken van deze kloof. Ook het rapport Kwaliteitsbare vanzelfsprekendheden rond

natuur (Innovatienetwerk Groene Ruïnen Agrocluster, 2004) gaat hier op in en zoekt de oorzaken van die kloof het grote aantal vanzelfsprekendheden die in het huidige natuurbeleid zijn gesloten (figuur 3).

- | |
|--|
| <p>Vanzelfsprekendheden in het natuurbeleid</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. De Ecologische Hoofdstructuurconcept moet je niet te discussie stellen. 2. Economisch gewin en natuur gaan niet samen 3. Natuur is een wetenschappelijke verzameling beestjes en planten. 4. Alleen deskundigen kunnen natuur beheren. 5. Natuur heeft sturing nodig, anders wordt het een bende. <p>Vanzelfsprekendheden ontstaan in de natuurbeleving</p> <ol style="list-style-type: none"> 6. Natuur is er allereerst om te beleven. 7. Natuur is een luxe. 8. Natuur is goed en niet gevaarlijk. 9. Met de natuur komt het vanzelf goed. |
|--|

Figuur 2.3 Kwetsbare vanzelfsprekendheden rond natuur (Innovatienetwerk Groene Ruïnen Agrocluster, 2004)

Deze vanzelfsprekendheden staan denken over vernieuwing behoorlijk in de weg en maken niet alleen het natuurbeleid kwetsbaar, maar ook de natuur zélf. Natuur is geworden van professionals, van beleidsmensen die er verstand hebben en van beheerders met een degelijke ecologische opleiding. Gewone mensen' voelen zich daar steeds minder bij betrokken.

Vanzelfsprekendheden brengen met zich mee dat het debat erover niet meer gevoerd wordt. Wanneer vanzelfsprekendheden niet (meer) ter discussie worden gesteld, dan maakt dit de natuur kwetsbaar. Om natuurbeleving en natuurbeleid weerman elkaar toe te laten groeien zijn vernieuwingen nodig. Voorbeelden hiervan zijn een nieuw Nederlands natuurverhaal dat mensen aanspreekt, dat breed in onze samenleving wordt gedragen en waarmee mensen zich kunnen identificeren; loslaten van restricties met behoud van kwaliteit; natuur als drager van regionale kwaliteit en nieuwe vormen van

eigenaarschap en medeverantwoordelijkheid.

De strategieën die potentiële natuurlijke partners hanteren, kunnen een inspiratie zijn bij het veranderen van de vanzelfsprekendheden. Deze worden ingewerkt in hoofdstuk vier, waarin de potentiële partners duidelijk aan het woord komen.

3. Clusters van potentiële partners

3.1 Inleiding

Dit hoofdstuk biedt een overzicht van de potentiële natuurlijke partners. Dit zijn diverse organisaties waarvoor natuur niet het centrale issue hoeft te zijn, maar waar natuur wel degelijk een belangrijke rol speelt. De activiteiten van deze organisaties brengen de burgers in nauw contact met de natuur; er is dus sprake van een maatschappelijke betrokkenheid met natuur. In dit hoofdstuk willen wij een indruk geven van het grote aantal partijen in Nederland dat zich met natuur bezig houdt. Het karakter en de mate van deze betrokkenheid is onderwerp van hoofdstuk vier.

Op het internet presenteren organisaties zich met een veelheid van informatie waar wij dankbaar gebruik van hebben gemaakt. Om een goede selectie te kunnen maken van potentiële partners die wij wilden benaderen voor een interview hebben wij vier sectoren of clusters onderscheiden. De eerste sector is de tweede sector is groen werken en levede derde is cultureel erfgoed en de laatste is gezondheid. Achtereenvolgens worden deze sectoren in de paragrafen 3.2 tot en met 3.5 nader toegelicht.

3.2 Cluster 1: Recreatie

Buitensportactiviteiten vinden veelal plaats in aantrekkelijke natuurgebieden. Voorbeelden van activiteiten zijn: abseilen, mountainbiken, kano- en vlotvaren, droppings(GPS)wandeltochten, klimmen, handboogschieten, survivaltochten, touwbruggen parcours, tokkelen, schatgraven en zelfs speleologie. De natuur geeft deze activiteiten mede hun glans en attractiviteit. Buitensportorganisaties geven in toenemende mate aandacht aan het belangrijk is dat de natuur niet lijdt onder hun activiteiten en dat zij ook verantwoordelijkheid dragen voor de natuurlijke omgeving. Een aantal buitensportorganisaties beheren

terreinen in bosrijke omgevingen. De Vereniging voor Buitensportondernemingen (VeBon) verleent aan haar aangesloten organisaties een zogenaamd 'Waarborg Groen & Veilig'. Deze waarborg is een belofte dat de organisaties zorgvuldig mogelijk omgaan met de veiligheid van de deelnemers en de omgeving waarin de activiteiten plaatsvinden. Op dit moment vindt een praktijkexperiment plaats met een Productgericht Milieuzysteem voor buitensportondernemingen. Dit project beperkt zich niet tot de bij de VeBon aangesloten leden, maar richt zich ook op andere belanghebbenden zoals reisbureaus en touroperators, terreinbeheerders, (semi-)overheden, consumentenorganisaties, vervoerorganisaties als de Vereniging van Recreatie Ondernemers in Nederland (RECRON), Algemene Vereniging voor Natuurbescherming (AVN), Nederlands Bureau voor Toerisme (NBT), en de ministeries van VROM, V&W en EZ.

Tot de recreatieve openluchtsport behoren ook de talloze organisaties die wandel- en fietsroutes aanbieden. Eén van deze organisaties die natuur hoog in het vaandel heeft, is SNP Natuurreizen. De Nationale Spoorwegen (NS) werkt via haar grondbezit mee aan (de instandhouding van) ecologische verbindingen en biedt wandeltochten aan via de Fe-op-Uit-gids. Daarnaast zijn er organisaties die actieve kampeervakanties aanbieden waarin onderhoud aan natuurgebieden wordt gepleegd. De meest bekende zijn ANWB-Vrijbuitens en Vobula (Vrijwillig Onderhoud van Buitenplaatsen en Landschappen). Gezinnen of jonge kamperen op zeer eenvoudige kampeerterreinen en werken een deel van de dag op terreinen van bijvoorbeeld Natuurmonumenten, Provinciale Landschappen, Staatsbosbeheer en particuliere Landgoedeigenaren. ANWB-Vrijbuitens en Vobula onderhouden contact met elkaar. Overigens heeft ANWB-Vrijbuitens te lijden van een afnemende belangstelling voor actieve werkvakanties onder primitieve omstandigheden.

Kamperen in en bij natuurgebieden heeft veel belangstelling. De belangrijkste organisatie van aanbieder van openluchtrecreatie naar de overheid is de RECRON. De RECRON telt circa 1.500 leden die 80% van de omzet binnen de recreatiebranche vertegenwoordigen. De RECRON onderschrijft het belang van zo groot mogelijke variatie aan natuur- en landschapswaarden en ondersteunt het streven naar

'koppeling' van natuurgebieden door middel van verbindingszones en het toevoegen van 'nieuwe' natuur aan bestaande om vergroting van het natuuroppervlak te verkrijgen. De recreatieve kwaliteit van Nederland is hierbij gebaat. De natuur moet dan wel toegankelijk zijn voor recreatie.

Er zijn ook aanbieders van recreatie die consumenten zelf wijzen op hun natuurgebruik. Zo verenigt de Stichting Natuurkampeerterreinen 139 aanbieders van Natuurkampeerterreinen in Nederland, waaronder Staatsbosbeheer, Vereniging Gastvrije Landgoederen en Kastelen en Nivon Natuurvrienden. Zij bieden eenvoudige, kleinschalige kampeerterreinen die in een aantrekkelijke natuurlijke omgeving zijn gelegen. Om de kwaliteit te toetsen worden de aanbieders tweemaal geïnspecteerd, terwijl de verblijvende consumenten een zogenaamde Natuurkampeerkaart krijgen waarmee wordt op de richtlijnen om rust, ruimte en kamperen in een landschappelijke fraaie omgeving mogelijk te maken.

In de recreatiesector is de jeugd een belangrijke doelgroep. Zo organiseert de Vobula speciale kampen voor de jeugd. Scouting Nederland is een jeugd- en jongerenvereniging waar ruim 100.000 jongens en meisjes lid van zijn. Scouting Nederland probeert een actuele invulling te geven aan de maatschappelijke betrokkenheid. Zo nemen groepen deel aan activiteiten zoals het bouwen van een vluchtelingendorp, samenwerken en spelen met kinderen van asielzoekers, het schoonmaken van natuurgebieden met deelnemen aan uitwisselingsprogramma's met groepen uit het buitenland. Het buitenleven hoort bij Scouting. Kamperen is dan ook zeer populair. De vereniging heeft daar vele terreinen voor, soit op aan het water en andere in de bossen.

3.3 Cluster 2: Groen werken en leven

Tot dit cluster behoren de hobbytuinders, zoals de landelijke vereniging voor hobbytuinders (AVVN), Bond van volkstuinters, de Koninklijke Maatschappij Tuinbouw en Plantkunde (KMPT), Plantum, de brancheorganisatie voor bedrijven die actief zijn in plantaar-

dig uitgangsmateriaal, en commerciële tuinen die zich richten op de hobbytuiniers (bijvoorbeeld Appeltern). Wij werken hier enkele organisaties nader uit: de landelijke vereniging voor hobbytuinders (AVVN) komt op voor de belangen van haar verenigingen (ongeveer 215 verenigingen zijn lid) en bij die verenigingen aangesloten individuele tuinders. De AVVN is in 1996 van start gegaan met het project 'Nationaal Keurmerk Natuurlijk Tuinieren' (NKNT). Gedurende twee jaar worden grondbeheerders (besturen van tuinparken) begeleid bij een (meer) natuurvriendelijk beheer van de openbare ruimte. Naast dit initiatief probeert de AVVN mensen te motiveren om niet alleen in een tuinenpark bezig te zijn met natuurlijk tuinieren, - zodanig tuinieren, dat de natuur zich optimaal in de tuin kan ontwikkelen - maar ook in de achtertuin of op het balkon.

De Bond van Volkstuinders is een vereniging van 29 volkstuinparken in Amsterdam en omstreken. Het belangrijkste aspect van een volkstuin is 'het tuinieren'. Tuinieren in de volkstuin is een actieve recreatie waarbij de werkzaamheden zich niet alleen beperken tot de eigen tuin, maar zich uitstrekken tot het terrein van het gehele tuinenpark.

Plantum is een organisatie die zich naast belangenbehartiging tevens bezig houdt met onderzoek naar innovatie en duurzaamheid. Deze investeringen geven uiteindelijk een antwoord op maatschappelijke vragen naar duurzame, veilige en voldoende, gevarieerd en gezond voedsel. Naast het organiseren van lezingen en excursies verzorgt de Koninklijke Maatschappij Tuinbouw en Plantkunde (KMPT) activiteiten als basiscursus tuinieren, zaai- en vermeerderingscursussen, natuurvriendelijk tuinieren en cursussen over houtgewassen en plantenkennis.

Een tweede groep organisaties in dit cluster houdt zich bezig met biodiversiteit. Het gaat om organisaties als de Stichting Zeldzame Huisdierrassen (SZH), de Stichting De Nationale Proeftuin, de Stichting Museum De Oerakker, de Nederlandse Pomologische Vereniging (NPV), de Stichting Fruithof Fredriksoord, het Nederlands Genootschap der Vergeten Groenten en Stichting Hortus Bulborum. Wij werken hier enkele organisaties nader uit: de SZH richt zich op behoud van diversiteit onder (landbouw)huisdieren en met name op

het in stand houden van traditionele Nederlandse rassen. De Stichting de Nationale Proeftuin is opgericht om Nederlandse rassen te betrekken bij het onderwerp biodiversiteit. Het eerste doel van de Stichting is om bijzonder zaad aan te bieden, bijvoorbeeld door de onderlinge uitwisseling tussen partijen te stimuleren. Sinds 2003 biedt de Nationale Proeftuin ook de mogelijkheid aan om kennis uit te wisselen, in samenwerking met AVVN en Naturalis. De NPV stimuleert het gebruik van oude fruitrassen en moogstamvruchtboomen. Ze geeft tevens voorlichting, speurt oude fruitrassen op en houdt deze in stand.

Een derde groep in deze cluster samen te vatten onder de term lifestyle/eten. De keuze voor het consumeren van bepaalde producten kan een stap zijn tot (of is een afspiegeling van) natuurbewustzijn. Voor het thema eten geldt dat het makkelijk te vertalen is in een (tastbaar) product, dat op haar beurt een kans biedt om meer betrokkenheid bij natuur te bewerkstelligen. Een voorbeeld hiervan is het vlees van de Groene Wege en keten van ambachtelijke slagerijen met agrarische bedrijven waar dieren op diervriendelijke wijze worden gehouden. Het hooi en kuilvoer komt soms van de natuurweiden van Staatsbosbeheer, het Geldersch Landschap en Natuurmonumenten, die de boeren pachten. Ook streekproducten verheugen zich in de belangstelling van de kritische consument. De Stichting Streekeigen Producten Nederland (SPN) is een onafhankelijke keurmerkorganisatie die zich inzet voor ondersteuning van regionale initiatieven op het gebied van streekeigen productie. Producten van duurzaam geproduceerde streekproducten kunnen zich door het gebruik van het keurmerk Erkend Streekproduct in de markt onderscheiden en hiermee hun marktpositie versterken.

Slow Food is een onafhankelijke organisatie van, voor en door lekkerbekken: (top)koks, kritische consumenten, eetgekken, ambachtelijke producenten, hobbykoks, kortom iedereen die lekker eten en drinken belangrijk vindt. Slow Food staat voor:

- behoud en ontwikkeling van diversiteit aan smaken, biodiversiteit, authentieke productiewijzen, kleinschalige productie;
- bewaren van tradities en eetcultuur in de vorm van seizoensproducten en -gerechten en sociale functie van eten;
- kennis van ingrediënten, kwaliteiten en bereidingswijzen als basis

om te kunnen genieten; smaakwinkeling en smaakeducatie.

De relatie tussen lifestyle/eten en natuur komt verder naar voren in de biologische landbouw. De vertegenwoordigende organisatie is Biologica. Gezamenlijk werken biologische boeren, handelaren, verwerkers en detaillisten aan het groten van de bekendheid en de markt van het biologische product. Door zijn structuur beschikt Biologica over directe contacten met verschillende schakels in de biologische keten. Biologica behartigt direct en indirect de belangen van aangesloten verenigingen door middel van consumentenvoorlichting, promotie van biologische producten, persvoorlichting, beleidsontwikkeling en politieke lobby. Daarbij coördineert Biologica de samenwerking van 27 maatschappelijke organisaties in het 'Appel, Groen Licht voor de biologische landbouw' en een sectorberaad, een open overleg van zo'n veertig organisaties werkzaam in de biologische sector. Biologica is nauw betrokken bij het adviseren over en ontwikkelen van regels en normen voor de biologische landbouw en maakt zich sterk voor kennisontwikkeling die bijdraagt aan verdieping en verbreding van de biologische landbouw. Het PR-instrument van de natuurvoedingswinkels is het kwartaalmagazine Smaakmakende, een uitgave van Biologica. Het is een belangrijk middel om consumenten te enthousiasmeren en informeren over biologische voeding. Korte bedrijfsreportages worden gewisseld met recepten. Smaakmakend kan Biologica de natuurvoedingswinkeliers bijstaan in hun streven zich verder te profileren als biologische speciaalzaak.

Biologische landbouw komt niet alleen voor op gezinsbedrijven, maar ook de agrarische activiteiten van een landgoed als leerlijkheid Mariënwaerd zijn al grotendeels op biologische leest geschoeid. De omschakeling naar biologische landbouw past in de doelstelling om uit de agrarische productie een hogere meerwaarde te realiseren. Daarnaast drijft het landgoed opkomsten die met lifestyle/eten te maken hebben. In de landgoedwinkels naast (biologische) voedingsmiddelen ook kleding te koop en zowel de Landgoedfair als de Kerstfair zijn enorme publiekstellers. Verder nodigt het natuurschoon op het landgoed uit tot wiel- en fietstochten.

Een bijzonder initiatief op het gebied van eten en lifestyle. De

Historische GroentehofDe Historische Groentehof is een in 2002 gestart initiatief van Jac en Sjanne Nijsskens. Ze heeft als doel om de rijkdom aan historische, bijzondere en zeldzame groentes aan iedereen te laten zien. Er staan dit jaar meer dan 250 rassen oude, bijzondere en zeldzame groenten. De Historische Groentehof wordt beheerd door de Stichting Vergeten Groentendie daartoe door bovengenoemde personen is opgericht. Deze stichting wil de kennis over en consumptie van oude groentesoorten en gewassen bevorderen en het genootschap zijn een pluriforme, enthousiaste groep van top- en amateur koks, moestuiniers, zaadbankhouders, professionele of amateur-veredelaars, kookboekenverzamelaars, culinaire historici, etc. Een divers gezelschap. Het blijft niet alleen bij de tuin, maar ook de culinaire mogelijkheden worden verkend in de aangrenzende kookboerderij. Het platteland is geschikt om samen actief te zijn. Naast het programma voor gezamenlijk koken is er een aanbod van teambuilding activiteiten zoals fietsen, bootvaren, koken in het bos, en dergelijke.

3.4 Cluster 3: Kunst en cultureel erfgoed

Steeds vaker gaan organisaties zich primair op natuur toeleggen, deze natuur in verband brengend met behoud van cultuurhistorische waarden en kunst. Zo wil het Zuidhollands Landschap het kasteelbos rond Huys te Warmont inrichten en beheren, met een balans tussen natuur- en cultuurbehoud. Natuurmonumenten zet zich in voor het behoud van oude hoogstamfruitbomen op de landgoederen die zij beheert en houdt excursies over kastelen, forten en landgoederen. Verder organiseert Natuurmonumenten een poëzietocht over de Wieden in Overijssel, een Henriëtte Roland Holsttocht en een muziekfestival op Schiermonnikoog. In de ledenbladen van zowel Zuidhollands Landschap als Natuurmonumenten zijn vaak gedichten of werk van fotografen opgenomen. Ook vanuit de wandelsport wordt cultureel erfgoed en natuur in één adem genoemd. De gidsen van veel lange-afstand wandelpaden bevatten beschrijvingen van de natuurlijke en cultuurhistorische omgevingen waar de wandelaar zich bevindt.

Een voorbeeld is het 145 kilometer lange Waterliniep pad dat langs een 19e eeuwse verdedigingslinie loopt.

De link tussen kunst en natuur is duidelijk ingezien door Stichting wAarde. De Stichting organiseert zogenaamde kunst- en participatieprojecten met diverse Nederlandse kunstenaars en collega-organisaties. Deze projecten zijn gebaseerd op de overtuiging dat ieder draagvlak voor het waarborgen van natuur begint bij het waarderen van natuur, en dat deze waardering zijn beurt begint bij het waarnemen van natuur. Kunstenaars zijn 'van nature' in staat om mensen hun leefomgeving met anderen te laten zien.

Maar ook de kunstsector, die natuur niet als primaire doelstelling heeft, ziet het belang van natuur. Veel beeldentuinen zijn niet alleen gesitueerd in parkachtige natuurlijke gebieden, maar maken ook bewust gebruik van natuur waardoor aan de kunstwerken iets extra's wordt toegevoegd. Ditzelfde geldt voor kunstmanifestaties zoals Terschellings Oerol Festival en Art Below Sealevel. Er is een Nederlandse Vereniging voor Beeldhouders, die op haar beurt opgenomen is in de koepelorganisatie NedArt Nederland. Deze laatste stichting vormt een platform voor Nederlandse organisaties die volledig of ten dele betrokken zijn op beeldende en/of toegepaste kunst. Door middel van dit platform wil NedArt de ondersteuning en goede ontwikkeling van het cultureel erfgoed bevorderen en in het verlengde daarvan opkomen voor verbanden in de kunstwereld.

Belangstelling voor het cultureel erfgoed - met de daaraan verbonden natuurwaarden - is ook in het onderwijs bij het vak Culturele en Kunstzinnige Vorming (CKV). Het Bureau voor Cultureel Erfgoed en Educatie organiseerde in mei 2004 een expertmeeting, waarbij diverse didactische mogelijkheden voor erfgoededucatie werden uitgediept. Ook zijn er een groot aantal lespakketten ontwikkeld, waarmee CKV-docenten in alle provincies in hun eigen omgeving aan de slag kunnen. Leerlingen worden gestimuleerd om actief het culturele erfgoed in hun eigen omgeving in kaart te brengen. Ze gaan op zoek naar sporen uit het verleden - ook in het landschap, bekijken een monument, bezoeken een museum en spitten in een archief.

Een andere organisatie die zich onder andere bezighoudt met de

relatie tussen kunst en natuur de Stichting Kunst en Openbare Ruimte (SKOR). Dit is een landelijke opererende organisatie die bijzondere kunstprojecten ontwikkelt relatie tot de openbare ruimte. SKOR heeft tot taak om bijzondere beeldende kunstprojecten te realiseren. Door op te treden als adviserende en belijdende partij wil de stichting het opdrachtgeverschap op dit gebied bevorderen en verbeteren. SKOR werkt samen met gemeenten, culturele instellingen, instellingen in de gezondheidszorg en onderwijs, maar ook met private organisaties of de rijksoverheid.

Naast bovengenoemde organisaties met name op de combinatie van kunst en natuur gericht zijn, noemen wij hier een aantal organisaties met zowel beheersmatige als educatieve functie bestaan in Nederland een aantal musea op het gebied van geologie, paleontologie en flora en fauna. Deze musea zijn vaak gerelateerd aan de regio waarin ze gelegen zijn organiseren tevens educatieve rondleidingen c.q. ontdekkingstochten en practica voor kinderen/scholen. Voorbeelden van regionale musea zijn: Biesbosch Museum in Werkendam, Naturalis Leiden, Natuurhistorisch Museum Maastricht, Natuurmuseum Brabant, Natuurmuseum Groningen, Noord-Brabants Natuurmuseum. Ook dierentuinen en -parken en de Nationale Plantencollectie behoren tot dit cluster. Natuurmuseum en dierentuinen bereiken doorgaans een groot publiek en hebben goed doordachte strategieën om de belangstelling voor natuur bij dat brede publiek op te wekken.

3.5 Cluster 4: Gezondheid

In de laatste paragraaf van dit hoofdstuk willen wij de aandacht vestigen op de invloed van natuur op de gezondheid en het welbevinden van mensen. Het zicht op de actoren die in de relatie tussen gezondheid en natuur een belangrijk rol kunnen (gaan) spelen, is nog pril. Toch zou deze relatie in toenemende mate een impuls kunnen geven aan het zorgdragen voor natuur. Bij Alterra ende Gezondheidsraad verscheen een essay waarin een eerste stap gezet naar een samenhangende visie op de relatie tussen natuur en gezondheid (Van

den Berg, A. en Van den Berg, M (2001). Zij concluderen dat veel meer dan nu het geval is de positieve relatie tussen beide waarden een rol zou kunnen spelen in beleid. Gezondheid zou meer gebruikt kunnen worden als motivatie om natuurwaarden te bevorderen. Bij het NIDO loopt het programma Landbouw en Groen voor een Gezonde Samenleving, waarin de waarde van zorgboerderijen, stadsboerderijen, stadstuinen, educatieve parken en groen in de wijk inzichtelijk wordt gemaakt. Daarnaast is er gegeven dat veel instellingen die werkzaam zijn in de zorg - zoals geestelijke gezondheidszorg, gehandicaptenzorg, ziekenhuizen, verzorgingstehuizen en bejaardentehuizen - nogal wat grond in beheer hebben. Er zijn instellingen die vanwege dat grondbezit betrokken zijn bij de totstandkoming van streek- en structuurplannen. Vanuit het idee dat de natuurlijke omgeving van belang is voor het welbevinden van mensen zijn zorginstellingen steeds vaker op zoek naar samenwerking met natuurorganisaties zoals Staatsbosbeheer en met bedrijven in de landbouwsector.

4. Potentiële partners aan het woord

4.1 Inleiding

Het centrale onderdeel van het onderzoek bestaande uit interviews met respondenten afkomstig van verschillende organisaties. Twaalf respondenten hebben wij face-to-face gesproken, van twee respondenten hebben wij op een digitale manier de antwoorden op onze vragen ontvangen en één respondent heeft telefonisch geïnterviewd. Zoals reeds in de inleiding is vermeld, hebben wij onze respondenten geselecteerd op hun actieve vrijwillige bijdrage aan het belang van de natuur. De respondenten waren afkomstig van de volgende organisaties (in willekeurige volgorde): Dutch Outdoor Nature, VeBon, RECRON, Scouting Nederland, Stichting wAarde, NedArt, AVVN, ANWB, Plantum, Naturalis, Heerlijkheid Mariënwaerd, Stichting Zeldzame Huisdierrassen, de Natuurschool, Noorderdierenpark Emmen en Alterra (zie bijlage 1 voor een overzicht).

Het algemene beeld van het verloop van de interviews is als positief te omschrijven. De respondenten hadden een deskundige inbreng, en een open houding waardoor de sfeer over het algemeen ontspannen was. Op één uitzondering zijn alle interviews en antwoorden die wij op een schriftelijke manier mochten ontvangen, bruikbaar gebleken voor ons onderzoek.¹

In de interviews hebben we erdoor gevraagd naar een definitie of eenduidig beeld dat van natuur wordt gehanteerd door de betreffende organisatie. In de meeste gevallen blijken onze respondenten een ruim natuurbegrip te hanteren vanwege de verscheidenheid aan natuurbeelden die in de samenleving bestaat. Zo kan natuur een stukje

¹ Plantum ontplooit geen activiteiten die gerelateerd zijn aan de zorg voor de natuurlijke omgeving en valt daarmee - zo bleek achteraf - buiten de scope van ons onderzoek. Plantum is een organisatie die belang heeft bij het behoud van genetische bronnen dat het uitgangspunt vormt voor het veredelingsproces. De activiteiten die Plantum onderneemt zijn gericht op een zo goed mogelijke kwaliteit en smaak van het gewas met een zo hoog mogelijke opbrengst.

groen om je huis - zelfs op het balkon - zijn, maar ook de Nationale Parken.

Ten behoeve van de analyse van de interviewverslagen hebben wij twee vragen als leidraad gebruikt, namelijk:

1. Wat bedoelen we met naar voren treden van natuur?
 - a. Het benutten van ervaringswerelden of activiteiten waarmee een actieve opname van de natuur wordt beoogd; natuur dichterbij de consument brengen. Het 'ervaringswereldenmodel' van Pine and Gilmore (1999) is ons hierbij behulpzaam (paragraaf 4.2.1).
 - b. Daadwerkelijk bijdragen aan natuur: gedrag, in termen van geld en tijd, maar ook ideeën over de zorg voor natuur (paragraaf 4.2.2).
2. Via welke mechanismen gebeurt vrijwillig naar voren treden van natuur? (paragraaf 4.3).

Verder komt in dit hoofdstuk aan de orde welke relatie potentiële partners (mogelijk) willen hebben met beleid (paragraaf 4.4). Het hoofdstuk wordt afgesloten met deelconclusies (paragraaf 4.5).

4.2 Natuur op de voorgrond

4.2.1 Natuur dichterbij de consument brengen

Het benutten van ervaringswerelden of activiteiten waarmee een actieve opname van de natuur wordt beoogd, ofwel natuur dichterbij de consument brengen is uitgewerkt met behulp van het model van Pine and Gilmore. In dit model worden vier domeinen onderscheiden: entertainment, educatie, esthetiek en escapisme. Deze begrippen dekken in grote lijnen de belangrijkste activiteiten van onze gesprekspartners, waarbij natuur een rol speelt. Hieronder volgt een beschrijving van de manieren waarop de betrokken organisaties opereren in de diverse domeinen en welke betekenis natuur heeft.

'Entertainment'

Natuur fungeert als decor voor buitensportondernemingen. Het natuurbeleid van de overheid zegt de buitensportondernemers en hun klanten niets: het is synoniem met groen om hen heen. Toen Hans Ligtermoet met zijn werk voor de VeBON begon, wist hij ook niet wat biodiversiteit inhield. Het gaat hem niet om het herkennen van flora en fauna, maar toch probeert het bestuur van de VeBON natuur een meer prominente plaats te geven. De VeBON organiseert workshops en is trekker van natuurprojecten. Het belang van workshops en projecten over natuur en milieu voor de ondernemers minimaal: ze krijgen er niet meer boekingen door. Toch weet Hans Ligtermoet door vasthoudendheid natuur onder de aandacht van de VeBON aangesloten leden te brengen (bodem gestuurd). De belangstelling onder buitensportondernemers voor natuur neemt toe, maar de terminologie van het beleid is te moeilijk voor ze. Hun eerste oogmerk is winst maken en ze willen zo weinig mogelijk tijd kwijt zijn aan het lezen van ingewikkelde verhalen. De branche wordt bevolkt door 'cowboys', het zijn vrije jongens. Maar ze staan wel dicht bij de natuur, weten hoe ze moeten overleven in natuur.

Een vergelijkbare positie neemt de RECRON in. Recreatieondernemers krijgen niet meer klanten door het feit dat zij mee doen aan activiteiten die op natuur zijn gericht. Desondanks zijn er enkele koplopers die, zonder inmenging van de RECRON, wel activiteiten met/in de natuur ondernemen. De RECRON ziet zichzelf niet als trekker van natuurprojecten, hoewel er wel enkele natuurgerelateerde projecten zijn waar de RECRON aan mee doet. Aandacht voor natuur valt in de categorie maatschappelijk verantwoord ondernemen. Van de geïnterviewden staat de RECRON het verste af van 'natuur meer op de voorgrond laten treden'. Dat neemt niet weg dat individuele recreatieondernemers diverse initiatieven kunnen ontplooiën.

Ook bij de Scouting (evenals bij ANWB-Vrijbuitens en VOBULA) staat een plezierige vrijetijdsbesteding in de natuur voorop. In 2003 en 2004 is extra aandacht besteed aan activiteiten op het gebied van buitenleven, natuur en milieu onder de noemer 'BuitenGewoon-Actief'. Dit en het overige Scoutingprogramma wordt gekenmerkt

door leren door doen. Binnen de kaders zijn groepen vrij hun activiteiten te organiseren. Het hangt af van de interesse van de verschillende groepen of ze zelf iets aangeboden activiteiten vanuit de programma's doen of niet. Vraag gestuurd werken is het motto. Over het algemeen geldt dat door het actieve onderhoudswerk in de natuur en spannende activiteiten, de jeugd de natuur ook echt 'beleeft'.

Wanneer ik het gebouw van de Scouting in Leusden binnenwandelen, vallen de vele kleuren van de wanden, wanden en kleding die medewerkers dragen mij onmiddellijk op. Ik ontmoet Fedde Boersma, die bioloog is en werkzaam is als beleidsmedewerker wet- en regelgeving. Hij vertelt over de activiteiten die Scouting voor de jeugd organiseert en die veelal plaatsvinden in de natuur: kapperen, varen, lopen van tochten, hutten bouwen en nachtdroppings in het bos. Fedde geeft aan dat door het doen van deze activiteiten in de natuur, de jeugd de natuur ook echt beleeft. Daarbij is met name 'toegankelijke' natuur nodig en niet zo zeer 'bijzondere' natuur. Bij de Scouting staat een zierige vrijetijdsbesteding voorop. Het bestuderen van vogels en planten daarvoor (de meeste) jeugdleden geen onderdeel van. Onsmakelijk verbonden met deze vrijetijdsbesteding in de natuur is het groepsproces, maar ook 'ongedwongenheid', 'ontdekking' en het 'speleleren'. En: kattenkwaad is toegestaan!

Andere geïnterviewde organisaties die activiteiten ontplooiën in het domein entertainment zijn: Noorderdierenpark Emmen en Heerlijkheid Mariënwaerd met haar 'Landgoedfair'. Zoals Henk Hiddingh het beschrijft: Dierenpark Emmen biedt een groot publiek een onweerstaanbare natuurbeleving. Voor Mariënwaerd geldt dat - naast de inkomsten uit de agrarische sector - een andere tak van sport nodig was om de reventuut het landgoed te vergoeden om het natuurgebied te kunnen onderhouden. Het gezellig kunnen shoppen is een attractie die in augustus tijdens de Landgoedfair 51.000 mensen verleiden het landgoed een bezoek te brengen. Overigens geldt voor deze en ook andere organisaties die (enigszins) in het domein entertainment bewegen dat de activiteiten in dit domein niet altijd tot hun core business behoren, maar als het ware daarvan afgeleid zijn.

'Educatie'

Het Nationaal natuurhistorisch museum Naturalis tracht natuur dichterbij de consument te brengen middelen aansprekend verhaal over natuur. Veel voorlichting over 'natuur' - door allerlei instanties - ging en gaat volgens Dirk Houtgraaf van Naturalis vaak verkeerd - al zijn er ook goede voorbeelden. Het probleem zit hem vaak in de vorm en inhoud van de boodschappen (geiten wollen sokken'-manier; hapsnap, weinig spannend/speels, te veel negatieve boodschappen) als de positionering. In de communicatie met de doelgroep is het belangrijk om optimale aansluiting te vinden bij de belevingswereld van die doelgroep en welke positionering je wilt dat natuukrijgt in de beleving van mensen.

Ook de activiteiten van de Natuurschool draaien om natuureducatie. De manier waarop zij haar boodschappen vormgeeft gaat zeker in de richting van entertainment. De Natuurschool (en ook Stichting Ark, die wij overigens niet geïnterviewd hebben) 'verpakken' hun educatieve boodschap in aantrekkelijke producten met een hoog discovery-gehalte, zoals arrangementen, schiedspellen en bedrijfsuitjes. Het feit dat de Natuurschool een marktconforme prijs voor haar activiteiten vraagt en toch succesvol is tussen gesubsidieerde organisaties als het IVN en Veldwerk Nederland, toont het succes van de combinatie natuur-educatie-plezier aan.

De omgekeerde formule entertainmentals spel met een educatieve component, wordt gehanteerd door Bart Roth (Dutch Outdoor Nature). Hij organiseert bedrijfsuitjes en wandel- en fietstochten met GPS op de Utrechtse Heuvelrug. Een tiental B-points, plekken die deelnemers met behulp van enkele coördinaten zoeken, bevatten vragen die betrekking hebben op natuur en cultuurhistorie. Dat mensen gaan nadenken over natuur is 'all in the game'. Overigens is Bart Roth, die van huis uit bioloog is, op de hoogte van het rijksnatuurbeleid, maar hij schat in dat het merendeel van zijn klanten dat beslist niet zijn.

'Esthetiek'

In de kunstwereld speelt natuur op verschillende wijzen een rol. Bij beeldentuinen fungeert natuur als decor voor de kunst en niet anders-

om. Door het andere decor (hielen museum maar een park of na tuurgebied) krijgt de kijker een andere blik op de kunst. Natuur verhoogt hier de esthetische ervaring van de kunstbeleving, terwijl de natuur meer op de achtergrond blijft. Daarnaast zijn er kunstprojecten waar natuur een meer prominente rol speelt en veel meer onderdeel vormt van de kunst. Voorbeelden zijn: Land-Art in Zuid-Nidderland, Below Sealevel in Zuid-Holland, optedens van de Dogtroep in het Groene Hart en het grootschalige Oerol-festival. Ook vergankelijkheid (tijd) speelt een rol, aangezien de kunstwerken worden teruggegeven' aan de natuur. Citaat uit Below Sealevel: Kunst kan het onzichtbare ontdekken en zichtbaar maken, het oude verbinden met het heden. Kunst biedt een intensivering aan je persoonlijke (natuur)ervaring. Hier komt - naast de intensivering van de esthetische ervaring de kunstbeleving - natuur meer op de voorgrond.

Ik spreek met Antoon Ott, directeur van NedArt, in hartje Leiden, in de buurt van het Volkenkundig Museum. Hij studeerde kunstgeschiedenis en rechten. Hij onderscheidt verschillende relaties tussen kunst en natuur, afhankelijk van de vraag wie het meest op de voorgrond treedt. Zij hebben gemeen zowel de kunst als de natuurbeleving te intensiveren. Land-Art is betrokken bij kunstprojecten waar natuur een meer prominente rol speelt en veel meer onderdeel vormt van de kunst. Bij de grootschalige festivals zoals Oerol is natuur één dancendecor, het is een speelplaats. Vanwege de massaliteit is nauw overleg met lokale overheden nodig, zodat de natuur niet wordt aangetast. Over het algemeen levert dit geen problemen op, want de bezoekers en deelnemers hebben liefde voor kunst én liefde voor natuur.

Ook Stichting Waarde neemt kunst als ingang om natuur onder de aandacht van burgers te brengen, 'je in de natuur te verdiepen' en 'zich met de natuur te verbinden'.

De esthetische waarde van de nabije omgeving wordt ook benadrukt in het project Nationaal Keurmerk Natuurlijk Tuinierend dat door de landelijke vereniging van hobbytuinders is geïnitieerd. Het negatieve imago van tuinen (parken (volkstuinters zijn gifspuiters' en 'volkstuincomplexen zijn ecologische woestijnen') was de aanleiding voor het van start gaan van het project. In het project worden grond-

beheerders begeleid bij een (meer) natuurvriendelijk beheer van de algemene ruimte. Participanten worden meestal gaandeweg enthousiast. Naast dat tuinieren leuker blijft zijn als je tegelijkertijd aandacht hebt voor het in harmonie brengen van de planten- en dierenwereld, maakt het de tuin ook 'kleiner en fleuriger op bijna ieder moment van het jaar'. Volksparken fungeren overigens ook als wegbereiders voor natuur in de stad. De AVVN probeert natuur nog dichter bij de mensen te brengen, niet alleen in de achtertuin en op het balkon, want ook daar valt 'natuurwinst' te boeken.

'Escapisme'

Anders dan bij de andere domeinen het geval is, bewegen de in dit onderzoek opgenomen organisaties zich niet uitgesproken in het domein escapist. Toch zijn er activiteiten die aan dit aspect raken. Bij survivaltochten komen mensen fysiek dicht bij de natuur en er bestaat het 'gevaar' van verdwalen, deze zin zou je kunnen spreken van activiteiten die in het domein escapist vallen. Overigens geldt dat ook een aantal andere buitensportactiviteiten leiden tot een min of meer afhankelijke relatie met natuur waardoor de betrokkenheid toeneemt. Mensen willen zich verliezen in de natuur. In termen van Pine and Gilmore zou dit betekenen dat consumenten gaan bewegen langs de verticale as: van absorption (domein entertainment) naar immersion (domein escape).

4.2.2 Daadwerkelijke bijdrage aan de zorg voor natuur

Bart Roth wil niet alleen de natuurlasting door recreatie activiteiten zoveel mogelijk beperken, maar ook de natuur op de langere termijn sterker maken. Toerisme kan natuurgebieden in stand houden wanneer je de opbrengsten van toerisme (deels) terugsluist. Door zijn verblijf in het buitenland heeft hij kennis gemaakt met ecotoerisme. Hij is ervan overtuigd geraakt dat dit niet alleen in Oeganda kan maar ook in Nederland mogelijk moet zijn. Zelf is hij een deel van zijn inkomsten door naar natuur (terreinhoudende organisaties). Op grotere schaal zou je kunnen denken aan het betalen van inkomsten uit toerisme voor natuur.

Bart Roth is een enthousiaste enbener in de outdoor-recreatie. We spreken kkaar op eenterras in hartje Utrecht, dicht bij de Utrechtse Heuvelrug, waar hij fiets- en wandeltoeh uitzet. Bart Roth is biologoogheeft in Afrika gewerkt. Hier kwarij in contact met het zogenaadde eco-toerisme dat natuur op de langereerrijn sterker beoogt te aken door de inkomsten uit het toerismendeels teug te sluizen naar die natuubieden. Waarom zou dat hier niet kunnen?Bart Roth onderhoudt goede contacte met de natuurbehedeers in het gebied waarin hij zijn GPS-tochten uitzet, en sluiet 10% van de opbrengsterug naar natuurbehoud. Op deze manier slaat hij een brugtussen recreatie en nat. Het klinkt behoorlijk idealistisch, beaartBart Roth, en hij denkt eerlijk gezegdkodat hij wa dit betreft uniek is in de outdoor-setor. Toch zijn dergelijke initiatieven belangrijk om recreanten bewusttaken van het belang van de natuur.

Behalve een bijdrage in geldtepekt Bart Roth vel tijd in een goede verstandhoudingentStaatsbdeheer en het Utrechts Landschap. Zijn ideeogje is eenbrug te slaan tussen buitensport en natuurbehedeersHet contact en sameerking met het Utrechts Landschap wordt bevorderd doordBat een deelvan de inkomsten terugslust naar deze organisatiOok met de Provincie heeft hij goed contact doordat de wederzijdsbeelstellingen bij elkaar passen. Natuurbehoud en zijn wandel- enets tochten sliten aan bij het openbaar vervoer, wat een deelsing is van de Provincie.

De Vebonis trekker van een aantal projectenzoals het Groen & Veilig waarborg, ProductgerichtMilieu Zorgsysteem en Duurzaam Ardennen. Het project DuurzaamArdennen is net afgesloten. In de Ardennen werd het steedsveerlijker om buitensport activiteiten aan te bieden vanwege resticties in verband met natuur. Het project laat zien dat zorg voor natuur ogelijk is. De communicatie met lokale overheden neemeen belangrijke plaatsin. Men hecht ook aan goede contacten met terrebeheerders. Communicatie is het sleutelwoord: afspraken worden geaakt in overeg met de beheerders van het betrokken gebied, bijvoorbeeld ovhet gebruik van fietspaden. In sommige gevallen, zoals met Waterschappewordt samen nagedacht over de inrichting van gebied(OUde IJssel en Regge-Dinkel).

Hans Ligtermoet was eerder **usicus** en recreatieondernemer, voordat hij nu als consultant bij de RECRON/**VeB** een aantal projecten over natuur en milieu trekt. We lunchen op **en** zomers terras in Driebergen, op loopafstand van zijn kantoor. Toen Hans **et** met werk begon, wist hij **nte** wat biodiversiteit inhield. Ook **voode** buitensportondernemers en hun klanten is natuur synoniem **et** het gaan om hen heen. Het gaat **niet** om het herkennen van flora en fauna. Er is in de buitenwereld **ts** **poche** **vel** belangstelling om voor natuur te **zogen**, denk hij, maar er is wat **zache** dwang en directe, heldere **communicatie** voor nodig. Bijvoorbeeld, **aanmeldingen** voor een door de **VeB** georganiseerde **orkshop** over milieu komen niet **vazelf**. Door intensief te **mailen** lukt het uiteindelijk wel om deelnemers te krijgen. Zorg voor natuur zit **meer** in de visie van **he** bestuur die dat dit soort ontwikkelingen aanstuurt.

De RECRON participeert in een aantal projecten- maar is geen trekker. Dit zijn Masters in Nature' (een concept van de Stichting Veldwerk Nederland) en de cursus 'Groen uitgerust' natuur en landschap voor recreatiehouders (is) samenwerking met Landschapsbeheer Nederland). Bij 'Masters in Nature' stelt de RECRON geldmiddelen ter beschikking zodat recreatieondernemers een opleiding tot boswachter kunnen volgen. De cursus 'Groen uitgerust' helpt recreatieondernemers met het opstellen van een bedrijfsnatuurplan en uitwerking van concrete maatregelen ter bevordering van natuur en landschap. Voor deze cursus heeft de RECRON bijgedragen aan de fondswerving.

Derk-Jan Verstand, adjunct-directeur van de RECRON, vertelt **ij** dat natuur en landschap voorwaarden zijn voor de recreatiesector. De zorg die de RECRON kan bieden aan de natuurbestaat vooral **nogit** ideeën. Hij doelt hiermee op **et** beleidsplan dat geen aparte (zorg voor) natuurparagraaf kent. De activiteiten op het gebied van zorg voor natuur die tot stand komen, zijn activiteiten die Verstand er af **doe** zelf bij doet'. Voorbeelden hiervan zijn Masters in Nature' en de cursus 'Groen Uitgerust' die de RECRON onder de **aand** van haar leden brengt

De AVVN levert haar bijdrage aan natuur **indels** het project 'Nationaal Keurmerk Natuurlijk Traieren'. Gedurende twee jaar

worden grondbeheerders (erstal zijndit besture van tuinparken) begeleid bij een (meer) natuurvriendelijk beheer van de algemene ruimte. Aan het einde van de twijfel moet een duidelijke verbetering van de natuurwaarden in het park, tuin of stedelijk groengebied merkbaar zijn. De organisatie zoekt daarnaast veel in het trachten te bereiken van de burgers middels tentoonstellingen, advertenties in lokale media, posters en brochures. Ook participeren zij in gemeentelijke projectgroepen die een volkstuinnotavillen maken.

Met hulp van mijn gesprekspartner Herman Vroklage en zijn secretares vind ik - na flink gezocht te hebben - het industrieterrein waar de AVVN haar kantoor gevestigd heeft: niet een natuurlijke omgeving. Zij zijn op zoek naar een andere locatie. Herman Vroklage is consultant R & projecten van AVVN, in dagelijks spraakgebruik de voorlichter. Naast dit werk houdt hij zich ook bezig met de organisatie van projecten op het gebied van natuur en natuurlijk tuinieren en Herman is tevens vrijwilliger bij de IVN. In 1996 is het project Nationaal Keurmerk Natuurlijk Tuinieren' gestart. Er zijn nu ongeveer 30 tuinenparken die het Nationaal Keurmerk dragen. In het project werkt de AVVN samen met de vereniging voor veldbiologie (KNNV), De Kleine Aarde en de vereniging voor natuur- en milieueducatie (IVN).

Scouting Nederland levert haar bijdrage aan de bewustwording bij de jeugd middels de projecten die zij organiseert onder de naam 'BuitenGewoonActief'. Daarnaast werkt de Scouting mee aan de organisatie van de Natuurwerkdag op 6 november 2004. Op ongeveer 250 locaties door heel Nederland gingen mensen op deze dag actief in de natuur klussen: wilgen knotten, onkruid wieden, poelen schonen, Amerikaanse Vogelkers steken, bommen planten, wildrichels aanleggen, takken snoeien, bramen trekken, boompjes planten en sloten baggeren.

Van de Stichting Waarde zijn de daadwerkelijke bijdragen moeilijk eenduidig vast te stellen. Van elk project zijn prachtige foto's, posters en boeken. Aansprekend is de poster 'Water heeft Waarde' met een moderne Turks-Marokkaanse esthetiek in het kader van het project 'Multiculturele waardering van natuur & Milieu'. Een schitte-

rend fotoboek van de publieksopdracht van Nationaal Park 'De Loonse en Drunense Duinen' in het kader van het project 'Archaeopteryx... zand erover'. Dit project is ook op het Jeugdjournaal uitgezonden. Met dit kunstproject wordt de verankering van landschapskunst verduidelijkt. Alhoewel de producten aansprekend zijn, is het moeilijk om het maatschappelijke effect te meten.

Het kantoor van de oprichter van de Stichting wAarde, Thomas Slobbe, is gevestigd in een kunstzinnig voorgegeven villa aan de voet van de Duivelsberg, waar ook de stichting Deas en Boomis gevestigd. Er heerst een gemedelijke sfeer onder de vijf werknemers en ook de kansen van Thomas weerspiegelt de creatieve en speelse invalshoek van Stichting wAarde. Het idee van Stichting wAarde is gelegen in een drietrapsraket: via het waarden van natuur kom je naar het waarderen van natuur, en via het waarderen van natuur naar waarborgen ervan. Kunstprojecten zijn als het ware de drager van dit proces, omdat kunst de creativiteit in de natuurbeleving terugbrengt. Na afloop van het interview maak ik kennis met de dassen die in het pand zijn gehuisvest en de korenwolf, die een minder imposant uitziet dan zijn naam doet vermoeden. Volgens maken we een natuurwandeling, waarbij we enkele vlechteggen bekijken. Zij passen in de filosofie van Stichting wAarde, namelijk de mogelijkheid om in onze industriële samenleving opnieuw in contact te komen met de natuur.

De ANWB geeft tijdschriften en boeken uit met als doel consumenten te informeren en te enthousiasmeren om de natuur te gaan. Een bekend voorbeeld is 'Op Pad'. De ANWB doet ook mee in het debat over ruimtelijke ordening; zij zoeken actief contact met natuur- en milieuorganisaties. Verder is de ANWB actief bij het vinden van oplossingen zoals het afsluiten van erfpactcontracten met agrarische verenigingen of Landschappen om het labelen vervoeristenbelasting voor natuur en landschap. Een project dat nog idee maak is, is 'Dag van het Park' om het recreëren dicht bij huis onder de aandacht te brengen. Daarnaast wil de ANWB onderzoeken of het financiële zin mogelijk kan zijn om natuur te stimuleren. Je beoogt je daarbij op de charitatieve markt en het onderzoek moet duidelijk maken of en

hoe dat te realiseren valt. Arjan Bakker denkt dat er latent wel een groot bewustzijn bij de leden aanwezig is met betrekking tot het belang van het buitengebied. Immers, door de oprukkende bebouwing worden rust, ruimte en stilte steeds verder afgekalfd. Leden hebben behoefte aan ruimte en stilte, maar het is nog de vraag of zij er voor willen betalen.

Ik moet even wachten in het prachtige ANWB-gebouw voordat Arjan de Bakker me op komt halen. We lopen door lange gangen en langs vele kamers; het is er een rijkte van belang, alhoewel het vakantietijd is. Het geeft wel aan dat de ANWB een organisatie is die meetelt in Nederland. Voor de ANWB is natuur in de eerste plaats bedoeld om in te reëren, vertelt Arjan. Het leden van de ANWB weerspiegelen de samenstelling van de bevolking, het is dus heel breed en ook het natuurbegrip is heel ruim: alles wat groen en levend is. De organisatie wordt door de leden gestuurd. Het is dus onmogelijk om zelf één bepaald natuurbeeld uit te dragen. Natuur moet toegankelijk zijn. Misschien kunnen bepaalde restricties voor wat betreft toegankelijkheid opgeheven worden. Na het interview grasduin ik in de boeken kaartenwinkel van de ANWB. Een greep: De mooiste vogelwandelingen in Nederland; ANWB broedvogelgids; ANWB natuurgidsen (insecten, vlinders, bloemen); ANWB landschappenboek.

NedArt signaleert en maakt problemen zichtbaar rondom cultureel erfgoed. Een voorbeeld van beheer van het culturele erfgoed is dat de Stichting zich inzet voor het behoud van Huis Doorn. De Stichting is onafhankelijk, krijgt geen overheidsfinanciering. Bescherming van het onroerend erfgoed, zoals een steelpark dat bepalend is voor een dorpsgezicht, wordt meer en meer speerpunt van NedArt.

De bijdrage van de Stichting Zeldzame Huisdierrassen (SZH) naar het behoud of beheer van natuur is met name bewustwording van de relatie tussen raskenmerken en natuur. Voorlichting (scholen, projecten, bezoek aan evenementen en dergelijke), educatie en wetenschap (stimulering en begeleiding van onderzoek) over zeldzame landbouw huisdierrassen hebben een uitstekend effect op het belang van en de relatie met natuurbehoud. Genoemde activiteiten dragen bij aan het

draagvlak voor natuur. De SZH heeft ook contacten met fokcentra, natuurbeheerders, geïntegreerde en individuele fokkers en houders van zeldzame rassen. De SZH richt ook de erkenning van educatieve centra in die zich toeleggen op zeldzame rassen (bijvoorbeeld Milieu-educatieve centra).

Naturalis is goed in het uitleggen van ingewikkelde zaken die met natuur te maken hebben. Dat betreft de analyse van de inhoud - en vervolgens de vertaling naar de uitvoering. Naturalis heeft daarin ervaring binnen de tentoonstellingen (verschillende manieren om spel, inhoud en voelen te combineren) maar ook toenemend binnen websites. Naturalis heeft ook haar eigen wetenschappelijke tekenaars in dienst die regelmatig hun producten testen bij het publiek. Heldere structuren, kleurgebruik en eenvoud zijn de sleutel tot succes te zijn.

Ook de Natuurschool en de tuin Emmen hebben deskundigheid in huis om natuur op een goede wijze onder de aandacht van burgers te brengen. Zoals de directeur van Noorderdierenpark Emmen het uitdrukt: 'Wij willen als het ware een reclamebureau zijn voor de levende natuur en op die manier bijdrage leveren aan het maatschappelijk draagvlak voor duurzame ontwikkeling en dus natuurbehoud.' Het Noorderdierenpark Emmen omschrijft haar sterke punt als 'het bereiken van een groot publiek, ook een publiek dat niet een vooraf aanwezige belangstelling voor natuurbehoud heeft. Men komt als recreant en gaat weg met een geïnteresseerde interesse en een grotere betrokkenheid. Kortom wij fungeren als een soort breekijzer waarmee de geest van het publiek wordt opgevoerd voor het thema natuurbeheer/behoud'. De doelstelling van de Natuurschool is 'Het kweken van enthousiasme en zorgzaamheid voor de natuurlijke leefomgeving door middel van educatie en interpretatie'. De programma's van de Natuurschool laten kinderen en volwassenen op een aansprekende manier kennis maken met dieren en de natuur waarin zij leven, maar ook met beroepen die plaatsvinden in de natuur, zoals bioloog, garnalenvisser en boswachter.

Op het landgoed Heerlijkheid Mariënwaerd neemt zorg voor natuur een belangrijke plaats in. Een actieve vereniging 'Vrienden van Heerlijkheid Mariënwaerd' die spreekt over het beheer van het

landgoed. Elk jaar organiseert deze vereniging een achttal activiteiten die betrekking hebben op zorg voor natuur. Voorbeelden zijn: boomplantdag, het snoeien van de bomen, Appeldijk, wilgen knotten, zwerfvuil opruimen. Mensen uit diverse sociale geledingen vinden het leuk om hieraan een bijdrage te leveren. Ook via commerciële activiteiten van het landgoed zoals de winkel en de fair, wordt natuur een stukje dichterbij de burgers gebracht.

Tenslotte zijn er een aantal organisaties die in meer of mindere mate hun deskundigheid inbrengen bij inrichtingsvraagstukken. Buiten de ANWB, praten enkele zoninstellingen en incidenteel de VeBon mee bij de totstandkoming van streek- en structuurplannen.

4.3 Mechanismen

Via welke mechanismen gebeurt vrijwillig naar voren treden van natuur? In de interviews hebben wij creatieve manieren gehoord om burgers meer te betrekken bij natuur. Het kan in eerste instantie ongemerkt gaan (Bart Roth). Daarnaast kan natuur op een bewuste manier meer naar voren treden. Dit gebeurt directe wijze verloopt dit bijvoorbeeld via recreëren, spelen en werken in de natuur (Bart Roth, ANWB-Vrijbuiten, VOBULA, Scouting Nederland). Het kan ook zijn dat via het genieten van kunst het behoud van cultureel erfgoed mensen als het ware verleid worden om natuur een meer prominente plaats te geven (Stichting Waarde en NedArt). Een directe manier om natuur meer op de voorgrond te plaatsen is via het formaliseren van kwaliteitswaarborgen, zoals de VeBon, AVVN voor ogen staat. In deze paragraaf geven wij een kort impressie uit de interviews.

'Ongemerkt'

Bart Roth gaat ervan uit dat mensen niet gelijk geïnteresseerd zijn in de details van natuur. Voor de meeste mensen is natuur synoniem met het leven buiten de gebruikelijke beslommingen van werk en huishouden. Natuur behoort tot de vrije tijd en men wil dan vermaak en recreëren. Mensen willen geen verplichtingen aangaan voor de natuur waarin ze recreëren. In eerste instantie gaat de bijdrage voor natuur

ongemerkt, want Bart sluist 10% van de financiële opbrengsten gewoon door, zonder dat mensen actief zijn.

Fedde Boersma geeft aan dat plezierige vrijetijdsbesteding bij de Scouting voorop staat. Het bestuderen van vogels en planten is hier voor de (meeste) jeugdleden een onderdeel van. Bij deze vrijetijdsbesteding in de natuur zijn een aantal zaken van belang: gedwongenheid, ontdekking, het spelelement, belang van het groepsproces en 'kattenkwaad is toegestaan'. Deze elementen dragen bij 'aan het meer op de voorgrond komen van natuur' bij de jeugd.

'Bewust, maar indirect'

Stichting wAarde gebruikt kunst op drie manieren om natuur meer op de voorgrond te plaatsen bij burgers:

- Als eensausje om het aantrekkelijk te maken om je in natuur te verdiepen
- Door kunst met natuur te verbinden worden mensen gemobiliseerd om actief te participeren. Een voorbeeld is de Atlas van het Nederlandse Weidegevoel, een project dat door kunstenaars is begeleid en waaraan veel amateur-fotografen en -schilders een bijdrage in leverden. Het resultaat is een prachtig boek, Thomas van Slobbe leverde de poëtische inschrijvingen. Een ander voorbeeld is het project 'Koeien Kijken!', een publiekswedstrijd waarvoor men foto's en tekeningen kon insturen.
- Het maken van pure kunst in en met natuur. Een voorbeeld is het video-project 'De wereld door de ogen van de koe', waarbij een koe zijn omgeving vastlegde met behulp van een videocamera die op zijn kop was bevestigd.

Thomas van Slobbe is van mening dat mensen vast/geprikeld moeten worden om termen zoals biodiversiteit en Ecologische Hoofdstructuur te begrijpen en te ervaren. Hij is bezig met een plan om artistieke filmpjes die te maken hebben met biodiversiteit in het sterreclameblok uit te zenden. Een andere creatieve manier om natuur onder de aandacht van het grote publiek te brengen is een gedichtenactie met medewerking van ook van Zomeren op Campina-melkpakken.

Antoon Ott concludeert dat middels een ander thema zoals kunst, het effect op natuurbeleving wordt versterkt. Kunst ontroert 'Beelden aan Zee' heeft een versend effect, het heeft ook effect op de natuurbeleving. Iedere seizoen voelt anders en je ontdekt dat duidelijk, bijvoorbeeld de ervaring van die mooie terpkerkjes in Friesland wordt versterkt als je zit in een dreigende onweerslucht. Natuur en onroerend erfgoed versterken elkaar. Het water maakt dat je een plek herkent: dat huis staat aan de IJssel en dat huis aan de IJssel. Voor wat betreft de relatie tussen behoud van natuur en behoud van het culturele erfgoed kan de goede samenwerking tussen het Gelders Landschap en Gelderse Kerken als voorbeeld dienen.

Een 'ander thema' kan ook een commercieel thema zijn, zoals de Heerlijkheid Mariënwaerd laat zien. De producten die in de landgoedwinkel en de fairs worden verkocht hebben direct betrekking op het buiteneven, zoals biologische voedingsmiddelen en kleding. Een bezoek aan de landgoedwinkel en fairs nodigen dan ook uit tot een wandeling in de natuur die op het terrein te vinden is.

Vlakbij de snelweg A2, afslag Beesd, ligt het Landgoed Heerlijkheid Mariënwaerd (HM). Opeens bevind ik mij in een oase van rust en rust. Ik ben verrast dat ik in zo snel in een andere wereld bevind, als ik het Landgoed oprijd. Ik ontmoet Frans van der Verschuer, de directeur van het Landgoed, in een monumentaal pand. We voeren het gesprek in een prachtige zaal waardoor ik bijna het gevoel krijg dat ik in de 18e eeuw leef! Frans vertelt dat het niet zo zeer een uitgekende visie is geweest die heeft gezorgd voor het succes van de HM. Het is eerder de combinatie van gedrevenheid, organisatievermogen en toevalligheden geweest die hebben geleid tot het succes. Een belangrijke activiteit van de HM is de Landgoedfair die jaarlijks georganiseerd wordt. De Landgoedfair kenmerkt zich door toegankelijkheid, een gastvrije ambiance waardoor er een bepaald 'wij-gevoel' ontstaat bij mensen. De aanwezigen kunnen ook in contact komen met de familie die rondloopt. Frans merkt dat de bezoekers het levensverhaal van de familie willen horen. Soms gaat dat gepaard met een kijkje in het kasteeltje waar de ouders van Frans wonen. Dit zorgt voor een bepaalde aantrekkingskracht bij de bezoekers van het Landgoed.

Ook het thema gezondheid kan een stap betekenen voor het meer op de voorgrond plaatsen van natuur. In enquêtes over de kwaliteit van

het leven kortgezondheid altijd op de eerste plaats; natuur staat niet zo hoog, maar komt wel altijd voor in de top-tien van belangrijke zaken in het leven. Het ontwikkelen van een samenhangende visie over de relatie tussen gezondheid en natuur staat echter nog in de kinderschoenen.

Het idee om via recreatie en educatie een bewustwordingsproces met betrekking tot natuur op gang te brengen is op een aansprekende manier uitgewerkt door Naturalis Noorderdierenpark Emmen en de Natuurschool. Deze organisaties zijn meesters in het onder de aandacht brengen van natuur op een originele en pakkende manier. Het gaat om het 'verpakken' van natuur in aantrekkelijke producten die aansluiten bij de wensen en behoeftes wereld van een groot publiek.

Ik spreek Ib Huysman, directeur van de Natuurschool, aan de telefoon. Hij vertelt over hun doelstelling: het kweken van enthousiasme en zorgzaamheid voor de natuurlijke leefomgeving door middel van educatieve interpretatie. We laten zien dat de natuur eigenlijk heel mooi, slim en inventief is en doen dat op een discovery-achtige manier. Op een originele en pakkende manier brengen we mensen in aanraking met de natuur. Bijvoorbeeld: Vissen met een groot net langs het strand. Waar haal je allemaal uit de zee? Dat is spannend, het zorgt voor openbaring en verwondering: planten en dieren waar je helemaal niet zou verwachten dat ze ook bij ons, in Nederland, vorkomen! De belangrijkste doelgroepen van de Natuurschool zijn leerlingen maar we krijgen ook meer bedrijfs-groepen. Voor deze volwassen doelgroepen is er een speciaal programma Nature X.P. De intentie van dit programma is vergelijkbaar met de programma's die bedoeld zijn voor de jeugd, namelijk 'wanneer je eenmaal zelf hebt ontdekt hoe mooi en slim de natuur in elkaar zit, dan krijg je er vanzelf meer waardering voor'. Het verschil tussen benadering van de jeugd en volwassenen is dat bij volwassenen meer en dieper uitleg gegeven kan worden. Maar wanneer volwassenen met het blubber van het al bezig zijn, dan zie je ze gewoon weer even kind zijn en zo wordt dat i veel gevallen ook door hen ervaren.

- 'Bewust en direct'

Door participatie in het AVVN project Nationaal Keurmerk Natuurlijk Tuinieren worden deelnemers enthousiast voor natuur. De ervaring van onze gesprekspartij is dat medetuiniers overtuigd

kunnen worden met het benadrukken van de esthetische waarde: mooie vlinders en lieveheersbeestjes, een verrijking van de tuin. Daarnaast werken argumenten als 'leuk', 'avontuurlijk' en 'niet moeilijk' ook goed om mensen te overtuigen.

4.4 Relatie met beleid

Een aantal respondenten geven aan (bte lijnen) op de hoogte te zijn van het rijksnatuurbeleid en een aantal geeft aan dit niet te zijn. Sommige respondenten gaan uitvoerig op de vragen die betrekking hebben op de relatie met beleid en andere veel minder. In deze paragraaf geven we een impressie van dit onderwerp van gesprek.

De meeste respondenten zouden bereid zijn van gedachten te wisselen met het ministerie van LNV over (toekomstig) natuurbeleid. De directeur van de Natuurschoon zou zich wel bereid zijn, maar voelt er niet voor om in grote, andere overleggen recht te komen. Hij kijkt liever naar concrete successen dan naar bureaucratische vormen van beleid maken. Eén van de respondenten verwoordde het als volgt: 'Ik zou graag willen dragen aan de totstandkoming van een natuurbeleid waarin ruimte is voor de natuurbeleving van 16 miljoen Nederlanders'. Een ander is van overtuigd dat natuur sterker zal staan naarmate meer particuliere organisaties zich er hard voor maken. De mogelijkheid hiertoe wordt echter in twijfel getrokken door weer een andere respondent. Zij is van mening dat het zeer moeilijk te realiseren zal zijn om natuurlijke partners op nationaal niveau te betrekken. In sommige gevallen wordt het LNV-beleid door gemeenten niet eens begrepen, laat staan door maatschappelijke organisaties, denkt zij. Er is volgens haar geen lineair verband tussen nationaal natuurbeleid en initiatieven die natuurlijke partners ondernemen. Je zou ze hoogstens op gebiedsniveau kunnen betrekken. Daarmee samenhangend is twijfel van een andere respondent die tegen de verscheidenheid beoordeling van particuliere initiatieven aanloopt. Een initiatief dat door het Ministerie van LNV wordt toegejuicht, kan door gemeenten worden geweigerd voor het daadwerkelijk verlenen van vergunningen. Er is soms sprake van

inconsistentie bij de bestuursaanpak hetgeen belemmerend kan werken voor het realiseren van natuur. Dit komt naar voren dat de instrumenten voor het zorgdragen voor natuur soms te sectoraal zijn. Voor het één is er een zogenaamd 'potje' bij VROM, voor het ander moet je bij LNV zijn. Hierdoor zijn gesubsidieerde particuliere initiatieven soms lastig te combineren.

Sommige respondenten hebben concrete ideeën over hun potentiële bijdragen wanneer zij in gesprek met LNV zouden gaan over (toekomstig) natuurbeleid. Voorbeelden hiervan zijn 'bijdragen aan productontwikkeling rond natuur en veiligheid' en 'ideeën over de herinrichting van natuurgebieden'. Andere respondenten noemen voorwaarden om met het ministerie van LNV in gesprek te gaan: 'Dan zou het wel moeten gaan over taakgerichte natuur, natuur waarin beleefd en ervaren kan worden als het doen van activiteiten' of 'Dan moet het wel gaan over de ecologische waarde in de binnenstad'. Eén van de respondenten ziet een concrete rol voor zichzelf weggelegd, namelijk die van waakhond om te zorgen dat het natuurbeleid niet te veel terugvalt op ecologische formuleringen.

Een aantal respondenten geeft concrete aanbevelingen richting het ministerie van LNV. Zij raden het ministerie van LNV aan om niet alleen beleid te maken, maar er ook iets mee te doen in termen van communicatie richting de doelgroep. 'Wees bondig en direct in je communicatie' is het advies. Ook zou het ministerie van LNV op een meer structurele manier kunnen nadenken over de vormgeving en positionering van haar beleid. Daarnaast kan niet alleen aan educatieve functies gedacht worden om natuur dichterbij mensen te brengen, maar ook aan de marketing van natuur. Overigens speelt dit communicatie- en marketingvraagstuk niet alleen bij het beleidsthema natuur. Ten aanzien van het beleidsthema voeding wordt deze discussie namelijk ook gevoerd. Het rapport Voedselbeelden: Conceptuele en empirische verkenning (Dagevos 2004) biedt een beschouwing op de huidige overheidscampagnes over voeding die gekenmerkt wordt door een cognitief, rationele houding. Denk hierbij aan de zogenaamde 'schijf vijf' die ons vertelt wat wij per dag aan vitamines nodig hebben. Private levensmiddelenfabrikanten benaderen de consument op een andere manier: emoties en

beelden zijn prominent aanwezig in deze wereld van voedsel. Wanneer de overheid consumentwil bereiken én begrijpen, dan zou zij de angstvalligheid ten opzichte van beelden en stories moeten laten varen. Het gebruik van beelden en stories in communicatie zou de overheid kunnen helpen om de kloof tussen het begrippenkader van de overheid en de publiekstaal te reduceren.

Wanneer ik rij in de glazen lift na de vijfde verdieping verplaats in het kantoorgedeelte van museum Naturis, zie ik onder mij een levensgroot skelet van een dinosaurus. Spontaan bevind ik mij in dit kantoorgebouw in een meer natuurlijke sfeer. Ik spreek Dirk Houtgraaf, de adjunct-directeur productie en publiek. Hij is bioloog en heeft veel gewerkt in organisaties die zich met natuur bezig houden, als Wereld Natuur Fonds, Noorder Dierenpark en de Vlinderstichting. Dirk is zich tijdens zijn loopbaan meer en meer voor de marketing van natuur gaan interesseren en is nu dankbaar voor een marketingopleiding. In de marketing leer je hoe je allereerst een goede positie moet bepalen voor je bedrijf, product of denkbeeld (kloof gebaseerd op bedrijfseconomische principes) en vervolgens moet vertalen naar een goede propositie en boodschap. Daar maakt Dirk nu dankbaar gebruik van in zijn werk voor Naturis, maar ook het ministerie van LNV zou (meer) energie kunnen, ja zelfs zou moeten steken in de communicatie en marketing van haar natuurbeleid.

4.5 Deelconclusies

De vertegenwoordigers van de organisaties die wij gesproken hebben hanteren een ruim natuurbegrip. Zij benadrukken de grote verscheidenheid aan natuurbeelden die burgers bestaan. Natuur is niet alleen de flora en fauna in natuurgebieden, maar kan ook bestaan uit een stukje groen op je huis - zelfs op het balkon. Zij vinden het rijksnatuurbeleid te ver van de burgers af staan en zien een kloof tussen het beleid en de beleving van burgers en de inconsistentie tussen bestuurslagen. De meesten zijn bereid om de communicatie tussen ministerie en burgers te verbeteren.

De in dit onderzoek betrokken organisaties sluiten aan bij de maatschappelijke trend naar meer entertainment. Zij haken in op het

succes van de belevingsindustrie en weten nieuwe verbindingen met natuur tot stand te brengen door mensen creatieve opdrachten te geven en te laten spelen in de natuur. Door mensen te verrassen en te prikkelen en door natuur te verpakken in aantrekkelijke recreatieve en educatieve producten komt natuur meer op de voorgrond te staan. Duidelijk wordt dat ook middels andere thema's, zoals kunst, mode en gezondheid de natuurbeleving van burgers versterkt kan worden.

De vier domeinen van Pinand Gilmore - entertainment, educatie, esthetiek en escapisme - hebben de aard van de belangrijkste activiteiten van de organisaties waarmee wij contact hebben gehad. De meeste organisaties bewegen zich op meerdere domeinen. De combinatie van domeinen is niet toevallig, maar vaak een bewuste keuze van de betrokken organisaties 'klanten' geïnteresseerd en enthousiast te maken voor natuur. Een voorbeeld is entertainment als middel om natuureducatie te bevorderen. De strategieën van de organisaties kunnen erop gericht zijn om natuur ongemerkt of juist bewust meer op de voorgrond te laten treden. Voor wat het laatste betreft: op indirecte wijze worden mensen als het ware verleid om natuur een meer prominente plaats te geven, bijvoorbeeld via recreëren, spelen en werken in de natuur of via het genieten van kunst of het behoud van cultureel erfgoed. Een directe manier om natuur meer op de voorgrond te plaatsen is via formaliseren van kwaliteitswaarborgen. Door activiteiten in verschillende domeinen met elkaar te combineren kan een verschuiving plaatsvinden van een passieve relatie met natuur naar een actieve; van een bewustwording van natuur naar een meer intensieve betrekking (onderdompeling).

De combinaties van domeinen of verschuivingen tussen domeinen kunnen worden opgevat als strategieën van organisaties om hun doelstellingen te bereiken. Omdat zij klantgericht werken hebben zij vaak feeling met de belevingswereld van gewone burgers en weten daar op aan te sluiten. Zij hebben kennis en ervaring in huis voor wat betreft marketingen zouden op dit gebied veel te bieden hebben in overleg met de overheid over de formulering van beleid en communicatie over beleid.

De bijdragen van door ons geselecteerde organisaties aan natuur

zijn divers van aard. Van daadwerkelijk onderhoud en terugsluizen van geld; via het actief in contact brengen van burgers met natuur; tot trekker van projecten die te maken hebben met zorg voor natuur. Deze bijdragen zijn niet slechts te beoordelen naar de mate waarin zij bereiken dat burgers tijd en geld in natuur gaan investeren. Verwondering en bewondering voor natuur, het meer willen leren over natuur, het op gang brengen van stuk bewustwording; dit zijn evengoed resultaten van activiteiten van betrokken organisaties, die bijdragen aan een groter draagvlak voor natuur in de samenleving.

5. Conclusies en aanbevelingen

Het onderzoek 'Nieuwe Natuurlijke Partners' laat diverse organisaties zien die maatschappelijk ingebed zijn bij welke natuur een belangrijke rol speelt, maar niet het primaire issue is. De activiteiten van deze organisaties brengen de burgers in nauw contact met natuur. Er zijn vier clusters van potentiële partners onderscheiden: recreatie, groen werken en leven, kunst en cultuur erfgoed, en gezondheid. De clusters omvatten grotere en kleinere organisaties die gericht zijn op zeer uiteenlopende activiteiten zoals survival, kamperen, onderhoudswerkzaamheden in de natuur, tuinen, behoud van biodiversiteit, koken, eten, biologisch boeren, kunst maken en beleven, beheer van natuurlijk en cultureel erfgoed, onderwijs en gezondheidszorg. Door middel van deskresearch en interviews zijn een aantal organisaties in beeld gebracht.

Uit het onderzoek wordt duidelijk dat er in de samenleving meer aandacht voor natuur is dan vaak wordt ondersteld. Vele maatschappelijke organisaties hebben natuur hoog in het vaandel staan. De aandacht voor natuur varieert van 'nat als decor' tot een intensieve natuurbeleving en daadwerkelijke betrokkenheid en zorg voor natuur. Het natuurbegrip dat wordt gehanteerd is breed en wordt mede ingegeven door de vertaling naar concrete activiteiten die in en met natuur plaatsvinden. De pluriformiteit is groot.

Tevens wordt uit het onderzoek duidelijk dat natuurbeleid van de rijksoverheid ver af staat van de gewone burgers. De overheid zou een te eenduidig natuurbeleid vanuit een abstracte en wetenschappelijke wereld ontwikkelen. De samenleving voelt zich niet verantwoordelijk voor een dergelijk beleid dat niet tastbaar en concreet is en waarvan de meeste mensen de achtergrond niet begrijpen. Er bestaat in de samenleving dus een verschil tussen draagvlak voor natuur en voor natuurbeleid. In het onderzoek is veel ingegaan op de manieren waarop maatschappelijke organisaties bijdragen aan het vergroten van draagvlak voor natuur en hoe zij eventueel kunnen bijdragen aan het overbruggen van de eerder genoemde kloof.

De organisaties die in dit onderzoek onder de loep genomen zijn, staan midden in de samenleving. Zij houden zich bezig met activiteiten waar burgers om vragen omdat in een zodanig contact met hun leden dat zij invloed kunnen uitoefenen op de inspanningen die de leden voor natuur vruchten. Ze hebben een gevoel met de natuurbehoef- ten van burgers. Om natuur meer op de voorgrond te laten treden bij burgers, hebben de organisaties verschillende directe en indirecte manieren. Een indirecte strategie bijvoorbeeld zijn om via recreëren, spelen en werken in de natuur via het genieten van kunst en behoud van cultureel erfgoed natuur een meer prominente plaats te geven. Een directe manier om natuur meer op de voorgrond te plaatsen is via het formaliseren van kwaliteitswaarborgen.

De activiteiten van de onderzochte organisaties kunnen in verschillende domeinen liggen. Dit onderzoek zijn wij uitgegaan van de vier domeinen: entertainment, educatie, esthetiek en escapisme (Pine and Gilmore, 1999). Doordat activiteiten in verschillende domeinen met elkaar te combineren kan een verschuiving plaatsvinden van een passieve relatie met natuur naar een actieve; van een bewustwording van natuur naar een meer actieve betrekking (onderdompeling). De organisaties in dit onderzoek hebben gebruik gemaakt van de verschillende mogelijkheden tot combineren. Daarbij hebben zij begrepen dat de belevingsindustrie in de moderne samenleving een grote plaats inneemt. De maatschappelijke trend naar meer entertainment hebben zij benut om natuurbeleving in te 'verpakken'.

Waarom zou de rijksoverheid dat hebben bij het inschakelen van nieuwe natuurlijke partners? Het onderzoek komt naar voren dat de betrokken organisatie van nature posities innemen die dicht bij de belevingswereld van grote burgers staan. Zij hebben gevoel voor de natuurbeleving van burgers die niet zo gericht is op het bereiken van ecologische doelstellingen, maar meer op duurzaam gebruik van het groen om hen heen. Natuurlijke partners zijn in staat om burgers meer bewust te maken van natuurwaarden en het draagvlak van zorg voor natuur in de directe omgeving van burgers te vergroten. Wellicht kunnen dan ook andere natuurdoelstellingen in beeld komen. In deze zin fungeren natuurlijke partners als intermediair tussen rijksoverheid en burgers. Ook kunnen zij een spel spelen in een betere afstemming

tussen het hoge niveau waarop ethische/wettelijke zaken worden geregeld en de maatschappelijke betrokkenheid die meestal op kleine schaal of lokaal plaatsvindt. De vertegenwoordigers van de natuurlijke partners die wij hebben gesproken zijn bovendien gedreven en hebben een zekere charismatische uitstraling. Ook al om deze reden zouden zij goed functioneren als intermediaire partijen.

Een tweede voordeel van de maatschappelijke positie van natuurlijke partners is dat zij goed kunnen aansluiten op de stijl en taalgebruik van gewone burgers. De rijksoverheid zou veel kunnen leren van de creativiteit die natuurlijke partners aan de dag leggen om mensen te laten leren over natuur en bij natuur te betrekken. Het gaat hier om een gevoel voor doelgroepen en deskundigheid in marketing en communicatie. Overheidscommunicatie zou niet alleen gekenmerkt moeten worden door feitelijke informatieverschaffing. Wanneer de overheid het publiek wilt bereiken én begrijpen, dan zou zij de angstvalligheid ten opzichte van beelden en emoties moeten laten varen. Het domein van suggestie en associatie spreekt namelijk meer tot de verbeelding van mensen dan het domein van rationaliteit en objectiviteit.

Ten derde laten natuurlijke partners zien dat draagvlak voor natuur op veel manieren vorm kan krijgen. Als het gaat om het doorbreken van vanzelfsprekendheden, vervullen natuurlijke partners hier een rol in, want zij werken aan draagvlak zonder dat dit persé tot uiting komt in geïnvesteerd geld. Door hun activiteiten kweken zij verwondering en bewondering voor de natuur; ze stimuleren dat mensen meer over natuur willen leren en brengen een stuk bewustwording op gang. Dit zijn eveneens resultaten van de activiteiten van de betrokken organisaties, die bijdragen aan een groter draagvlak voor natuur in de samenleving. De overheid zou het vermogen van natuurlijke partners om het maatschappelijke draagvlak voor natuur te vergroten meer kunnen benutten en versterken. Dit kan zij doen door het begrip 'natuur' te verruimen en door eerder in het beleidsproces communicatief deskundige stakeholders met een maatschappelijk perspectief te betrekken.

Literatuur

Aarts, N. (2004) Communicatieve wetenschappelijke kijk op verantwoordelijkheid voor natuur. In: Medeverantwoordelijkheid voor natuur. Wageningen, Wageningen Academic Publishers.

Berg A. van den en M. van den Berg (1991) In buiten word je beter (essay; bijlage bij Jaarboek 2001). Wageningen, Alterra.

Dagevos, H. (red) (2004) Voedselbeelden: Concreet en empirische verkenningen Den Haag, LEI.

Elands, B. (2002) De toerist op het spoor. Onderzoek naar de tijd-ruimtelijke samenhang in toeristisch gedrag als expressie van een zoektocht naar betekisvolle ervaringen (Proefschrift) Wageningen, Ponsen & Looijen BV.

Innovatienetwerk Groene Ruimte en Agrocluster, (2004) Kwetsbare vanzelfsprekendheden rond natuur Den Haag.

Jacobs, M. (2004) Grenzeloos Gruttogenoegen. In: Medeverantwoordelijkheid voor natuur Wageningen: Wageningen Academic Publishers.

Klundert, B. van de (2004) Medeverantwoordelijkheid tussen zelfdiscipline en zelfsturing, tussen verheven en triviaal, tussen doel en middel. In: Medeverantwoordelijkheid voor natuur. Wageningen: Wageningen Academic Publishers.

Koppen, K. van en G. Spaargaren (2004) Natuurgebruik; medeverantwoordelijkheid voor natuur via productie- en consumptieketens. In: Medeverantwoordelijkheid voor natuur Wageningen: Wageningen Academic Publishers.

Ministerie van LNV (2000) Natuur voor mensen, mensen voor natuur. Nota natuur, bos en landschap in de 21^e eeuw. Den Haag: Ministerie

van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.

Ministerie van LNV (2000) Impuls voor vernieuwing. Den Haag: Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.

Ministerie van LNV (2003) LNV Consumentenplatform Vernieuwend werken. Den Haag: Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit.

Margadant-van Arcken, M. (1990) Groen verschiet. Natuurbeleving en natuuronderwijs bij acht tot twaalfjarige kinderen. Den Haag: SDU-Uitgeverij.

Margadant-van Arcken, M. (1994) Natuur en milieu uit de eerste hand. Denkbeelden, belevingen en ervaringen van dertien- tot achttienjarigen. Den Haag: SDU-Uitgeverij.

Overbeek, G. en S. Lijnbach, red (2004) Medeverantwoordelijkheid voor natuur Wageningen: Wageningen Academic Publishers.

Pine, B.J. and J.H. Gilmore, (1999) The Experience Economy. Work is Theatre & Every Business a Stage. Boston, Massachusetts: Harvard Business School Press.

Vos, Mei Li en Karin van Doorn (2004) Empowerment: Over laten en doen. Eburon. http://www.xpin.nl/expertise/xpin_empower.php

Websites van organisaties die op eenlei wijze met natuur van doen hebben

www.scouting.nl | www.recron.nl | www.avvn.nl | www.anwb.nl |
www.natuurkampeerterreinen.nl | www.naturalis.nl | www.szh.nl |
www.natuurschool.nl | www.heerlijkmariënwaerdt.nl |
www.noorderdierenpark.nl | www.dutchnature.nl | www.vebon.nl |
www.nedart.com | www.waarde.nl;

Bijlage 1 Overzicht van geïnterviewden

Naam	Bedrijf	Functie
Arjan de Bakker	ANWB	Coördinator binnen het cluster Algemeen Ledenbelang
Fedde Boersma	Scouting Nederland	Beleidsmedewerker wet- en regelgeving
Dirk Houtgraaf	Naturalis	Adjunct directeur productie en publiek
Anke van den Hurk	Plantum	Senior beleidsmedewerker
Hans Ligtermoet	Vereniging voor Buiten-sportondernemingen	Productmanager
Antoon Ott	NedArt	Directeur
Bart Roth	Dutch Outdoor Nature	Startende ondernemer
Thomas van Slobbe	Stichting wAarde	Directeur
Derk-Jan Verstand	RECRON	Adjunct-directeur belangenbehartiging binnendienst
Herman Vroklage	AVVN	Consultant PR en projecten
Frans van Verschuere	Heerlijkheid Mariënwaerd	Directeur
Yvon Schuler	Alterra	Onderzoeker
Telefonisch:		
Ib Huysman	Natuurschool	Directeur
Schriftelijk:		
Henk Hiddingh	Noorderdierenpark Emmen	Directeur
Geesje Kuit	Stichting Zeldzame Huisdierrassen	Secretaris

Bijlage 2 Brief voor de geïnterviewden

Geachte heer/mevrouw,

Het Ministerie van Landbouw, Natuur en Voedselkwaliteit (LNV) zoekt naar manieren om burgers te betrekken bij het natuurbeleid in Nederland. Op dit moment bestaat de indruk dat het rijksnatuurbeleid onvoldoende draagvlak heeft in de samenleving. Het Ministerie wil graag onderzoeken wat hiervan de achtergronden zijn en welke stappen zij kan ondernemen om hier verandering in te brengen. Een eerste stap is inmiddels gezet door het opstarten van het onderzoek Nieuwe Natuurlijke Partners. Dit onderzoek wordt uitgevoerd door het LEI in Den Haag.

In het onderzoek is een inventarisatie gemaakt van organisaties die op enigerlei wijze belang hebben bij of zich inzetten voor natuur. Daarbij zijn onze ogen met name gericht op andere dan de gebruikelijke gesprekspartners van LNV die het om natuur gaat, bijvoorbeeld Vereniging Natuurmonumenten, Staatsbosbeheer en de Provinciale Landschappen. Ook uw organisatie is in deze inventarisatie opgenomen. Misschien is natuur niet de belangrijkste doelstelling van uw organisatie maar heeft het wel degelijk belang bij de instandhouding van mooie en diverse natuurgebieden en het behoud van biodiversiteit. Misschien ook is er binnen uw organisatie een reservoir aan kennis en ervaring over natuur beschikbaar. Waarschijnlijk heeft u bepaalde opvattingen over hoe het natuurbeleid eruit zou kunnen zien. In dit onderzoek proberen we partijen op het spoor te komen die mogelijk een rol kunnen spelen in de vormgeving van het natuurbeleid.

Middels een interview willen we graag verkennen welk belang natuur voor uw organisatie heeft en ook omgekeerd, welke zorg u voor natuur kunt nemen. Eén van de onderzoekers zal u binnenkort telefonisch benaderen met de vraag of u aan een dergelijk interview mee wilt werken. Indien het antwoord bevestigend is, kan hier direct een afspraak voor gemaakt worden.

Enkele punten die in het interview aan de orde komen zijn:

- Het belang van natuur voor de activiteiten van uw organisatie.
- Specifieke natuurwaarden die een rol spelen in uw organisatie.
- De bijdrage van uw organisatie aan het behoud of beheer van natuur.
- De relatie tussen het beleid van uw organisatie met het natuurbeleid van verschillende overheden.
- De sterke kanten van uw organisatie waarmee u iets toevoegt aan natuur in Nederland en mogelijk aan het natuurbeleid.

Wij hopen op een positieve respons uit naar een interessant gesprek.

Hoogachtend

Sandra van der Kroon
onderzoeker LEI
telefoon 070-3358195
of 06-41746136

Email: sandra.vanderkroon@wur.nl

Nadet Somers
Freelance onderzoeker LEI
Telefoon 0181-487032
of 06-53449796

Email: b.m.somers@wxs.nl

Bijlage 3 Vragenlijst

Algemeen

Kunt u iets over uw organisatie vertellen (omvangdoel, activiteiten) en uw functie/positie daarin?

Werkt de organisatie samen met andere organisaties om hun doelstellingen te verwezenlijken? Zo ja, wat zijn uw ervaringen. Zo nee, waarom niet?

Waar wilt u met uw organisatie aan over vijf jaar (t.a.v. doel, strategie, aantal leden, etc.)

Betrokkenheid met natuur

Kunt u iets vertellen over doelingen en activiteiten van uw organisatie die direct met natuur van doen hebben?

Welke relatie hebben uw activiteiten met natuur? Of: Waarom is natuur belangrijk voor uw activiteiten? (N.B. let op economische - ideële - sociale - emotionele aspecten van deze belangen)

Welke elementen uit de natuur zijn van bijzonder belang voor uw activiteiten?

Wat vindt u (uw organisatie) belangrijk om de natuur te bewaren, voor te zorgen? Welke elementen uit de natuur?

Welke taak ziet u hierin voor uzelf/zorg voor gebruik en beheer of ook participatie in planning en inrichting?

Neemt natuur een plaats in het beleids- c.q. werkplan van uw organisatie?

Communiqueert u met uw leden/gebruikers over natuurwaarden? Zo ja: hoe en in welke mate? Zo nee, waarom niet?

Onderschrijven uw leden/gebruikers uw natuurdoelstellingen?

Is er een strategie om uw leden/gebruikers meer bij natuur te betrekken? Zo ja, wat is deze strategie?

Wat vindt u de sterke en zwakke punten van uw organisatie m.b.t. natuur?

Relatie met beleid

In hoeverre heeft uw organisatie te maken met provinciaal en gemeen-

telijk natuurbeleid?

Treden er wel eens fricties op deze relatie en zo ja, waar liggen deze?

Bent u op de hoogte van het natuurbeleid van de rijksoverheid?

Welke betekenis heeft het beleid van overheden voor uw organisatie?

Wat zou uw organisatie kunnen toevoegen aan het behoud/beheer van natuur? (kan zowel in het materiële als immateriële vlak kan liggen.

De organisatie kan verschillende soorten kapitaal inzetten: economisch, op het gebied van R. en mobilisatie, kennis).

Vindt u dat u daar voldoende ruimte of ondersteuning voor krijgt?

Heeft u ideeën over de contouren van een nieuw natuurbeleid?

Heeft u ideeën over het betrekken van burgers bij natuurbehoud c.q. -beheer?

Bent u geïnteresseerd om met de rijksoverheid in gesprek te raken over het natuurbeleid?

Zo ja, onder welke voorwaarden? Zo nee, wat moet er gebeuren om dit een 'ja' te laten worden. Of vindt dat de natuur meer baat heeft met samenwerking met andere organisaties/bedrijven dan met de overheid?