



Nieuwe Malegenootschappen: een potentiële financieringsbron voor aanleg en beheer van bos en natuur



Nieuwe Malegenootschappen: een potentiële financieringsbron voor aanleg en beheer van bos en natuur

Stichting Probos, i.s.m. Bureau Oveland, Buurtgroen en Brusse
expertisecentrum nieuwe landgoederen

Projectleider InnovatieNetwerk: Marleen van den Ham

Afbeeldingen kapt: Martijn Boosten (boven) en kaart De Man
1802-1812 (onder).

InnovatieNetwerkrapport nr. 14.2.326, Utrecht, maart 2014

Lees meer over 'Nieuwe Malegenootschappen':

<http://www.innovatienetwerk.org/nl/concepten/view/255/Malegenootschappen.html>

1. Inleiding

Eigenaren en beheerders van bos en natuur zijn, vooral de afgelopen jaren, op zoek naar nieuwe manieren om het beheer (aanvullend) te financieren. Tegelijkertijd wil een groeiende groep burgers participeren in het beheer van bossen en natuurterreinen. In de zoektocht van InnovatieNetwerk naar manieren om een omslag in denken en handelen op het gebied van de financiering van natuur in Nederland te bewerkstelligen, heeft Stichting Probos in opdracht van InnovatieNetwerk het concept 'nieuwe malegenootschappen' ontwikkeld. Dit concept is gebaseerd op een historische organisatievorm voor het beheer van gemeenschappelijke gronden, de zogenoemde 'marke-' of 'malegenootschappen'. De term 'male' werd gebruikt wanneer het terrein voornamelijk uit bos bestond. Aangezien dit project in eerste instantie gericht is op bos, wordt de term 'male' en 'malegenootschap' gebruikt.

In de historische vorm waren in een malegenootschap lokale gemeenschappen verenigd die gezamenlijk bossen bezaten, beheerden en gebruikten. Probos en InnovatieNetwerk hebben dit oude concept vertaald naar de huidige tijd als

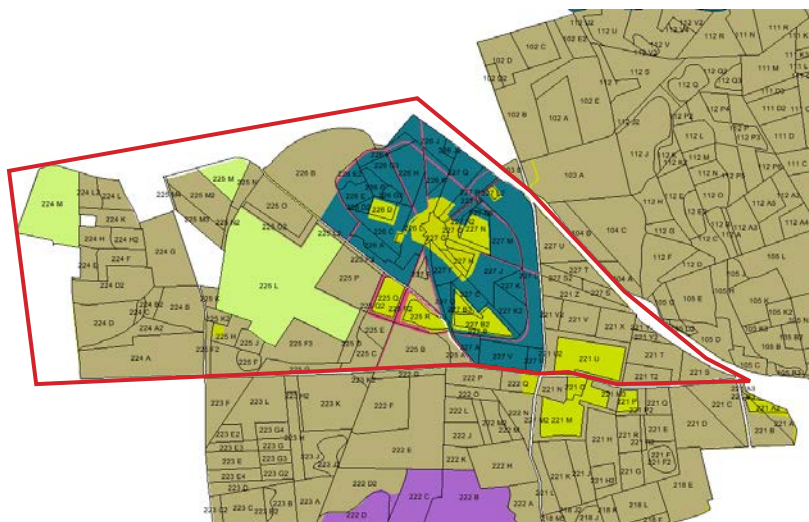
financieringsmechanisme voor bos- en natuurbeheer. Naar aanleiding van een rapport waarin het concept 'nieuwe malegenootschappen' is uitgewerkt, heeft InnovatieNetwerk, na een breed verspreide oproep, aan een drietal partijen (Bureau Overland, Buurtgroen en Probos) opdracht gegeven praktijkpilots uit te werken en de leerervaringen te delen met geïnteresseerden.

De pilot van Bureau Overland betrof een verkenning in het Groene Woud in Noord-Brabant in samenwerking met Staatsbosbeheer en betrokken bewonersgroepen. In het geval van Buurtgroen ging het om een verkenning van de mogelijkheden voor het opzetten van een malegenootschap in zowel de omgeving van Zeijen als van Veeningen met diverse lokale vrijwilligersorganisaties. Probos onderzocht met Staatsbosbeheer de mogelijkheden voor het opzetten van een malegenootschap op de Veluwe.

Deze pilots hebben tot dusverre nog niet geleid tot de daadwerkelijke oprichting van een malegenootschap. Gezien de grote interesse hiervoor bij bos- en natuurbeheerders en betrokken burgers wordt echter verwacht dat er in de nabije toekomst wel één of meerdere malegenootschappen tot stand zullen komen.



Nationaal Landschap Het Groene Woud: het groene element van de stedendriehoek Eindhoven, Tilburg en Den Bosch.



Beheertypenkaart Staatsbosbeheer tussen Putten en Garderen. De rode lijn vormt de begrenzing van het gekozen gebied. Bron: Staatsbosbeheer.

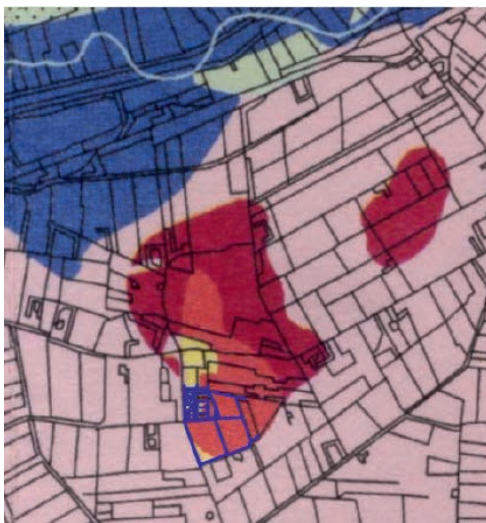
In de genoemde pilots is waardevolle kennis en ervaring opgedaan over het opzetten van een nieuw malegenootschap. Middels deze brochure wil InnovatieNetwerk deze kennis en ervaring delen met mogelijke andere initiatiefnemers en worden succes- en faalfactoren voor het opstarten van een nieuw malegenootschap beschreven. Het is belangrijk te beseffen dat alle vermelde aspecten, zoals gebiedskeuze, doelgroep en bijdrage van geërfden, sterk onderling verbonden zijn. De keuzes voor elk van deze aspecten moet leiden tot een logische strategie; deze keuzes vereisen daarom ook tijd en denkwerk.

2. De geschiedenis van marke- en malegenootschappen

De eerste marke- en malegenootschappen zijn waarschijnlijk al in de dertiende eeuw ontstaan. Ze hebben zich vermoedelijk ontwikkeld vanuit de al bestaande gemeenschappen die gezamenlijk gebruik maakten van gronden en bossen die zich rondom hun dorpen bevonden. De druk op deze terreinen nam door een toename van de bevolking steeds verder toe, waar-

door de terreinen ontbost raakten en soms nog verder degradeerden tot schrale heideterreinen of zelfs tot stuifzand. De plaatselijke gemeenschappen besloten zich daarom te organiseren en zich op die manier te wapenen tegen de degradatie van de bossen en andere terreinen. Zo ontstonden de eerste marken en malen. In sommige streken werden ook wel andere termen gebruikt, zoals bijvoorbeeld buurtschap en gemeeynten.

De bezitsstructuur van de malen kende twee uitersten. Er waren de zogenoemde 'vrije' malen, waarin de plaatselijke gemeenschap de gemeenschappelijke gronden in bezit had, en daarmee ook het gebruik van de gronden. De personen binnen de vrije male die een hoeve in eigendom hadden, en daarmee het recht hadden op het gebruik van het bos en de gemeenschappelijke gronden, werden 'geërfden' genoemd. Tijdens de holtprake diende een geërfde eerst als maalsman tot de vergadering te worden toegelaten voordat hij mocht meebeslissen binnen de vergadering. De maalsmannen bepaalden gezamenlijk op een vergadering, die vaak 'marke' of 'holtsprake' werd genoemd, wat er in het bos moest gebeuren. Tijdens de holtprake werd bijvoorbeeld bepaald welke bomen gekapt zouden worden en hoe deze onder de malen werden verdeeld (houtdeling). De besluiten werden in de meeste gevallen bij meerderheid van stemmen genomen. Alle zaken die tijdens de holtprake werden afgehandeld en de regels waartoe werd besloten, werden in maleboeken



Paleogeografische bodemkaart Veeningen, Vroege Middeleeuwen, rond 1000 na Christus.

Bron: Theo Spek, Het Drentse esdorpenlandschap, 2004.

vastgelegd. Het stemrecht, en dus ook het bosgebruik, was meestal gebonden aan de aanwezige hoeven en het bijbehorend bouwland. Echter, indien een hoeve werd verpacht, dan ging het stemrecht niet over op de pachter, maar bleef het bij de eigenaar. Daardoor kon het gebeuren dat mensen van buiten de eigen gemeenschap stemrecht bezaten. De holt-sprake werd voorgezeten door twee holtrichters, die door de geërfden uit hun midden werden gekozen. Verder werden er boswaarders, gecommiteerden en gedeputeerden aangesteld.

Daarnaast waren er 'grondheerlijke' of 'onvrije' malen, waarbij de gronden en ook de gebruiksrechten bij één persoon in bezit waren. Deze eigenaar (de grondheer) bepaalde de gang van zaken in het bos. Er kwam ook nog een tussenvorm voor. Dit betrof de 'gemengde' of 'half-vrije' malen. Een of meerdere personen uit de gemeenschappen hadden meer stemrecht dan de overige personen, waardoor zij zonder alle gronden in bezit te hebben, toch konden bepalen wat er moest gebeuren.

De malegenootschappen hebben vele eeuwen gefunctioneerd. Afhankelijk van de standvastigheid van de geërfden met betrekking tot roofbouw, werden de bossen op een redelijk duurzame manier beheerd. De oudste



Zeijen, Topografische Militaire Kaart van 1898.

bossen in Nederland zijn voor een groot deel malebossen geweest. Het tijt keerde aan het einde van de negentiende eeuw. Door het gemeenschappelijke karakter van de genootschappen was het grondgebruik nogal conservatief van aard, terwijl er in die periode juist behoefte was aan de 'ontwikkeling' van deze gronden.

Er was behoefte aan ontginning voor de landbouw of, als dat niet lukte, aan hoogproductieve bosbouw. De genootschappen werden onder druk gezet om de gronden te verkopen of te verdelen en ze vervolgens te ontwikkelen. Toen dit niet op basis van vrijwilligheid lukte, dwong de regering dat in 1886 af met de zogenoemde Markewet. Door deze wet werden de bestaande malegenootschappen verplicht om hun gronden te verdelen of te verkopen. Veel van deze gronden zijn verkocht aan rijke particulieren die er landgoederen op hebben gesticht, en aan gemeenten die voor de aankoop en de ontginning of bebossing 'renteloos geld' konden lenen bij de rijksoverheid. Hiermee kwam een einde aan eeuwen van gemeenschappelijk grondbezit van de malegenootschappen.

3. Wat zijn 'nieuwe malegenootschappen'?

Binnen dit concept wordt een 'nieuw malegenootschap' gedefinieerd als: een organisatie die wordt opgericht met als primair doel een financiële bijdrage te leveren aan het beheer van een concreet, bestaand bos- en natuurgebied of de aanleg van een nieuw gebied. Het vergroten van het draagvlak voor bos- en natuurbeheer en het opstarten of uitbreiden van vrijwilligerswerk zijn secundaire doelen.



Het concept van nieuwe malegenootschappen kan bijdragen aan het vergroten van het draagvlak voor bos- en natuurbeheer doordat mensen worden betrokken bij het beheer. Foto: Martijn Boosten.

Binnen de zogenoemde financieringsvariant van een nieuw malegenootschap kunnen personen en eventueel ook organisaties lid worden tegen betaling van een eenmalige en/of jaarlijkse financiële bijdrage. De deelnemers mogen zich 'geërfde' van het betreffende gebied noemen en krijgen bepaalde exclusieve diensten en/of producten in het betreffende gebied in ruil voor hun financiële bijdrage. Dit kan bijvoorbeeld ook enige mate van inspraak in het beheer zijn. Vrijwilligerswerk kan kosten besparen en past daarom prima in het concept van het nieuwe malegenootschap. In zo'n geval kan bijvoorbeeld vrijwilligerswerk een standaardis zijn voor het lidmaatschap van het malegenootschap of kan een deel van de financiële bijdrage worden omgezet in vrijwilligerswerk. Het uitsluitend gebruikmaken van vrijwilligerswerk zonder een financiële bijdrage valt niet binnen de definitie van een nieuw malegenootschap zoals deze voor dit project is gedefinieerd.

De meest verregaande vorm van een nieuw malegenootschap is de vorm waarbij het eigendom van het gebied geheel of gedeeltelijk in handen komt van de geërfden (eigendomsvariant).

4. Gebiedskeuze

Uit de ervaringen met de drie pilots is duidelijk geworden dat de gebiedskeuze een cruciale factor is. Een belangrijke valkuil voor een project dat met het oog op één bepaald gebied start, is dat er niet nauwkeurig genoeg gekeken wordt of het betreffende gebied wel geschikt is. Doorgaan met het opzetten van een nieuw malegenootschap in een gebied dat zich hier eigenlijk niet voldoende voor leent, kan dan leiden tot teleurstellingen. Hieronder worden enkele factoren beschreven die van belang zijn bij de keuze van een bepaald gebied of de bepaling of een bepaald gebied geschikt is.

1. Alle betrokkenen – van de terreineigenaar zelf tot de beheerder, medewerkers, belangengroepen, (potentiële) geërfden en investeerders – moeten ervan overtuigd zijn dat het concept 'nieuwe malegenootschappen' in hun gebied kan gaan werken. Zij moeten volledig achter het ontwikkelen van het concept staan. Het opzetten en het laten functioneren van een nieuw malegenootschap kost tijd en energie. Het draagvlak onder deze personen is daarom van groot belang voor het welslagen

van het malegenootschap. Uitgangspunt moet uiteraard zijn dat het malegenootschap meer oplevert voor de eigenaar/beherende instantie dan dat deze er aan tijd en geld in steekt.

2. De terreineigenaar moet bereid zijn om de geërfd en specifieke (exclusieve) rechten te geven. Deze rechten – bijvoorbeeld in de vorm van producten, diensten en inspraak – moeten voldoende zijn om geïnteresseerden over de streep te trekken om geërfd te worden. Het is belangrijk te beseffen dat rendement vaak niet de enige overweging is bij het besluit tot deelname.
3. Het terrein moet mogelijkheden bieden om voldoende producten en diensten te bieden aan geërfd en. Exclusiviteit is hierbij een belangrijk aandachtspunt. Denk hierbij aan (brand)hout, fruit, wildbraad, kampeerrechten, het gebruik van gebouwen, recht op een aantal boswachtersexcursies per jaar of toegang tot niet-opengestelde gebieden. Het aantal



potentiële producten en diensten is uiteraard sterk afhankelijk van het karakter van het terrein en de omvang.

4. De terreineigenaar dient zich af te vragen hoeveel zeggenschap hij wil geven aan de geërfden. Vraag is ook hoeveel inspraak de geërfden zelf ambiëren. Een concreet uitdagend beheervraagstuk – zoals een gebied met een beheerachterstand of een gebied waarvan het beheer grondig zal worden herzien – kan meer mogelijkheden bieden bij het geven van inspraak in beheer en inrichting dan een gebied waar het beheer grotendeels vastligt en waar weinig te vernieuwen is.
5. Het gebied moet een duidelijke ruimtelijke eenheid zijn, waarvan het karakter en imago bij voorkeur een grote groep mensen aanspreekt. Het is een voordeel als het gebied al kan rekenen op bekendheid en betrokkenheid. Hierdoor zal de bereidheid om geërfde te worden immers groter zijn.
6. Er moeten voldoende potentiële geërfden zijn. Dit kunnen, afhankelijk van de bekendheid van het gebied, personen uit de directe omgeving van het bosgebied zijn, maar bijvoorbeeld ook personen uit andere gebieden, of bedrijven en andere organisaties. Personen uit de directe omgeving hebben eerder een band met het terrein dan mensen die verder weg wonen. Een bos in een sterk verstedelijkte omgeving lijkt daardoor goede kansen te bieden. Mensen die verder weg wonen, kunnen echter – als het imago van het gebied goed is en er interessante producten en diensten worden aangeboden – ook een goede doelgroep vormen. Het is in elk geval belangrijk om vooraf goed te bepalen op welke doelgroep(en) het nieuwe malegenootschap zich richt, en de producten, diensten en marketing daarop aan te laten sluiten.
7. Met het oog op het draagvlak bij omwonenden is het verstandig dat het malegenootschap geen of slechts beperkt inperking van de huidige rechten van omwonenden en andere gebruikers tot gevolg heeft. Zelfs als het malegenootschap zich niet of nauwelijks richt op personen uit de directe omgeving, is het belangrijk om hen erbij te betrekken.

5. Doelgroep

Voor het wetslagen van een nieuw malegenootschap is het belangrijk om een duidelijke doelgroep te kiezen. Elke doelgroep heeft haar eigen afwegingen om geërfde te worden. Hier moet op aangesloten worden, enerzijds bij het maken van de keuze tussen financieringsvariant, eigendomsvariant of een



Bij het inrichten van een nieuw malegenootschap zal rekening moeten worden gehouden met de verschillende doelgroepen. Sommige mensen zoeken bijvoorbeeld rust en zingeving in het bos, terwijl anderen er vrijwilligerswerk willen doen of sporten. Foto: Mark van Benthem.

mix van beide en anderzijds bij het bepalen van de producten en diensten. Welke doelgroep is bereid daadwerkelijk (mede-)eigenaar te worden? Met welke producten en diensten kan de doelgroep worden overgehaald om geërfde te worden? De terreinkeuze en de doelstelling van de terreineigenaar is daarom ook medebepalend voor de keuze van de doelgroep. Ook de marketing moet goed aansluiten op de doelgroep: hoe kan deze doelgroep worden aangesproken?

Tevens is het belangrijk vooraf na te denken over de gewenste grootte van de doelgroep. Er kan bijvoorbeeld worden gekozen voor een kleine groep



Veeningen: gedunde houtwal en bosrand, bosrabatten.

Foto's: Ruurd van Donkelaar.



Globale ligging van De Geelders tussen Boxtel, Kasteren, Gemonde en Olland.

Bron: Andes/ANWB.

geërfden met een grote jaarlijkse bijdrage of een grotere doelgroep met een kleinere financiële bijdrage. In het eerste geval wordt een heel andere doelgroep aangesproken, namelijk vermogende particulieren en bedrijven. Hierbij is exclusiviteit belangrijk en dient er waarschijnlijk in een wat grotere straal rondom het gebied gezocht te worden. In het tweede geval zijn aspecten als affiniteit en emotionele betrokkenheid bij het gebied belangrijk. Deze doelgroep zal overwegend uit de directe omgeving komen. Het is aan te bevelen om voor een duidelijk afgebakende doelgroep te kiezen, om later wrijvingen tussen doelgroepen te voorkomen.

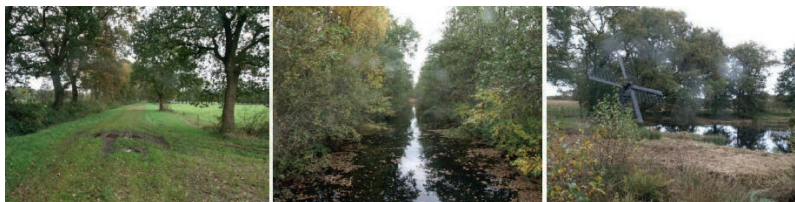
Naast een gewenste doelgroep kan er ook sprake zijn van groepen belangstellenden die niet gewenst zijn als deelnemer. Het kan bijvoorbeeld zijn dat er uitsluitend particulieren worden toegelaten en geen bedrijven. Het is raadzaam om vooraf te bedenken welke personen of organisaties mogen deelnemen. In de statuten van de op te richten organisatie zal goed moeten worden vastgelegd wie dit zijn en waarom deze personen, bedrijven of organisaties al dan niet mogen deelnemen.

6. Bijdrage

De geërfden wordt om een financiële bijdrage gevraagd, in ruil waarvoor zij bepaalde exclusieve rechten krijgen, zoals concrete producten, diensten of enige mate van medezeggenschap in het beheer. Het geldt dat door de geërfden wordt bijgedragen, komt ten goede aan het beheer, de inrichting of de verfraaiing van het gebied. De bijdrage van het malegenootschap moet dan ook substantieel zijn, omdat het anders de moeite niet loont om een malegenootschap op te richten. Het is belangrijk de kosten voor de organisatie beperkt te houden, want het nettoresultaat is uiteindelijk van belang. Het is sterk afhankelijk van de doelen van de terreineigenaar hoeveel geld het nieuwe malegenootschap moet opleveren. Dit kan uiteenlopen van duizenden tot tienduizenden euro's.

Welk bedrag van een geërfde gevraagd wordt, hangt af van de gekozen strategie en het gewenste aantal geërfden. Als de doelgroep bestaat uit welgestelde particulieren en bedrijven, kan dit bijvoorbeeld 5.000 euro per jaar zijn. Bij een doelgroep van kleine particulieren zal dit eerder zo'n 500 tot 1.000 euro zijn. Ook is het belangrijk om na te denken over de manier waarop een financiële bijdrage wordt geleverd – bijvoorbeeld eenmalig en/of jaarlijks – en hoe lang de doorlooptijd zal zijn.

Een malegenootschap kan ook een combinatie worden van geërfden die alleen financieel bijdragen en geërfden die alleen of voornamelijk in arbeid bijdragen. Dit levert kansen op doordat er dubbel geprofiteerd kan worden door de beherende organisatie en doordat de gebiedskwaliteit sneller verhoogd kan worden. Maar het kan ook een knelpunt opleveren, namelijk doordat er spanningen ontstaan tussen potentiële investeerders (voornamelijk geld, minder betrokkenheid) en vrijwilligers (weinig geld, veel betrokkenheid).



Zeijen: oud kerkenpad met houtwal, Zeijerwiek en Bollenveen.

Foto's: Ruurd van Donkelaar.



Voor de werving van geërfden is een goede communicatie, bijvoorbeeld middels excursies, essentieel. Foto: Patrick Jansen.

Het regelen van deze organisatorische zaken van het malegenootschap kan het nettoresultaat onder druk zetten. Door dit zoveel mogelijk aan de geërfden over te laten, kan de inzet van de beheerder worden beperkt en komt het geïnvesteerde geld zo veel mogelijk direct ten goede aan het beheer en de (aanvullende) inrichting.

7. Continuïteit van het malegenootschap

De opstartfase van het malegenootschap kost de meeste tijd en inzet, maar ook daarna zal er nog de nodige inspanning worden gevraagd van een terreineigenaar.

Bij de financieringsvariant is het handhaven van de motivatie van de deelnemers om zich te blijven verbinden, de belangrijkste kans en tegelijkertijd het grootste knelpunt bij het in stand houden van het malegenootschap. Een gebied kan bijvoorbeeld op termijn de interesse verliezen doordat er geen uitdagingen meer liggen of doordat er geen urgentie meer is tot vernieuwing. Het blijven vernieuwen van producten en diensten kan sterk bijdragen aan het voortdurende succes van een malegenootschap. Hierbij wordt zoveel

mogelijk ingespeeld op de wensen vanuit de geërfden en op ontwikkelingen in de samenleving. Op basis hiervan kan blijken dat er aanpassingen in de organisatie van het malegenootschap nodig zijn. Het is goed om periodiek een moment van herijking van de organisatie vast te stellen. Er kan dan ook rekening worden gehouden met eventuele bedreigende dynamiek voor het gebied, zoals stedenbouwkundige activiteiten, wegenbouw of wijzigingen in wet- en regelgeving.

Bij het in stand houden van de motivatie van de deelnemers is het van belang na te denken over de looptijd van de overeenkomst. Geeft een bepaalde bijdrage bijvoorbeeld recht op deelname voor een bepaalde tijd, zodat er periodiek opnieuw moet worden bijgedragen of ingekocht? Of koopt men zich eenmalig 'voor het leven' in? Dit zorgt voor continue inkomsten, maar het geeft wel een groter risico om potentiële deelnemers af te schrikken. Er moeten dan ook goede regels en voorwaarden worden opgesteld over de rechten en plichten die zowel de terreineigenaar als de deelnemers hebben bij eventuele beëindiging van de overeenkomst. De periode van overeenkomst moet in elk geval lang genoeg zijn, zodat de terreineigenaar verzekerd is van continuïteit en financiële zekerheid voor een bepaalde periode. Daardoor krijgen de deelnemers ook de kans om een band met het gebied en het malegenootschap op te bouwen.

Zou er gekozen worden voor een variant waarbij de geërfde zich eenmalig voor zijn levensduur inkoopt, dan is het van belang regels te stellen hoe het gaat met de overerfbaarheid van het 'aandeel'. Vervalt het na overlijden van de geërfde aan de terreineigenaar, kan het geërfd worden door nazaten of verkocht worden?

Als men besluit dat verkoop van een aandeel of van deeleigendom mogelijk moet zijn, dan zullen hierover zeer duidelijke spelregels moeten worden afgesproken. Wordt er bijvoorbeeld toegestaan dat een persoon een meerderheidsbelang kan verkrijgen? Zo niet, hoe wordt dit voorkomen? Vanaf welk moment kan men de aandelen overdoen aan een andere persoon, en wat zijn de regels hiervoor?

Het aantrekken van nieuwe geërfden als het malegenootschap eenmaal loopt, kan zowel kansen bieden als een knelpunt vormen. Het kan voor vernieuwing zorgen en is natuurlijk een extra financieringsbron. Hierbij moet echter goed rekening worden gehouden met de wensen en gevoelens van

de deelnemers die al eerder zijn ingestapt. Hoe staan zij tegenover uitbreiding en wat zijn de voorwaarden die zij stellen, bijvoorbeeld als bij de oprichting van het malegenootschap is ingezet op het 'landgoedeigenaarschap'? Binding met een landgoed wordt doorgaans gecreëerd door een beperkte groep geërfden langdurig hetzelfde te houden en het 'wij-gevoel' te behouden. Een uitbreiding staat meestal haaks op het landgoedgevoel en moet daarom goed worden overdacht.

8. Werving en communicatie

Het succes van een malegenootschap is voor een belangrijk deel afhankelijk van de marketingstrategie. Hoe kan deze doelgroep worden bereikt en hoe moet deze worden aangesproken? Afhankelijk van de doelgroep kan ervoor gekozen worden om hiervoor een specialist in te huren. Zeker bij moeilijk te bereiken doelgroepen kan zo'n investering de moeite waard zijn.

Enkele aspecten die kunnen helpen bij het succesvol promoten van een malegenootschap zijn de exclusiviteit van deelname, de keuze voor een bijzonder gebied, het benadrukken van het belang bij te dragen aan de kwaliteit van de eigen leefomgeving, een duidelijk uitgangspunt (bijvoorbeeld met als wervings slogan: "Voel u landeigenaar"), het benadrukken van de link met een historische organisatievorm en het inschakelen van bekende personen voor de promotie.

9. Organisatievorm

Voordat kan worden begonnen met het peilen van interesse in deelname in een nieuw malegenootschap en het uiteindelijke werven van de geërfden, dient te worden bepaald welke variant de meest geëigende is voor het betreffende gebied, de financieringsvariant of de eigendomsvariant en welke organisatievorm hierbij het beste past. Bij deze keuze spelen allerlei argumenten een rol, waaronder de medezeggenschap voor de geërfden en de fiscale behandeling. Brusse expertisecentrum nieuwe landgoederen heeft een notitie geschreven over de verschillende mogelijkheden en de voor- en nadelen voor zowel geërfden als de eigenaar. Welke organisatievorm het meest geschikt is hangt van vele zaken af en er is dan ook geen algemeen advies te geven. De tabellen 1a en 1b geven een samenvatting van de mogelijkheden.



Aantrekkelijke (bos)gebieden met uitdagende beheersvraagstukken vergroten de kans van slagen van een nieuw malegenootschap. Foto: Martijn Boosten.

Zeggenschap		
	van de (verkopende) terrein-eigenaar	van de geldgevers
Stichting, niet ondernemend Het bestuur beslist alles.	Doorslaggevend mogelijk. Men dient blijvend een meerderheid aan kwaliteitszetels in het bestuur te bedingen via de opvolgingsregels in de statuten.	Maximaal medebeslissend, minimaal nihil. Mate van medebesliskracht gaat naar rato van bedongen kwaliteitszetels. Slechts een fractie van de geldgevers kan in het bestuur.
Vereniging, niet ondernemend Zwaarwegende beslissingen zijn aan de ALV; dagelijks beheer is aan het bestuur.	Maximaal medebeslissend. Men dient statutair kwaliteitszetels te bedingen die maximaal een minderheid van het bestuur mogen vormen.	Minimaal medebeslissend, maximaal 100%. Het bestuur moet in meerderheid gekozen worden dóór de ALV, uit de leden.
Vereniging van eigenaren, niet ondernemend Identiek aan vereniging. Voorts zijn alleen appartementseigenaren de leden; kwaliteitszetels niet mogelijk.	Maximaal nihil. Want de (verkopende) terrein-eigenaar moet een appartement in eigendom hebben, wil hij toegang hebben tot de ALV en het bestuur.	Minimaal bijna 100%. Want zowel ALV als bestuur bestaat enkel en alleen uit geldgevers, zij het dat het bestuur slechts een deel-verzameling van de geldgevers is en de ALV alle geldgevers omvat.
niet-transparante NSW-BV	mét St. Adm. Kantoor Stichtingsbestuur beslist alles. Periodieke verantwoording aan certificaathouders.	Doorslaggevend mogelijk tot bijna 100%. Indien stichtingsbestuur = (verkopende) terreineigenaar beslist deze over het dagelijks beheer. Periodiek moet men zich tegenover de vergadering van certificaathouders verantwoorden.
	zonder St. Adm. Kantoor Vergadering van aandeelhouders beslist over alles. Eventueel delegatie aan directie.	
transparante NSW-BV	mét St. Adm. Kantoor Idem.	Volledig identiek aan niet-transparante NSW-BV met stichting administratiekantoor.
	zonder St. Adm. Kantoor Idem.	Volledig identiek aan niet-transparante NSW-BV.
Onverdeelde boedel, niet ondernemend	Identiek aan (al dan niet-transparante) NSW-BV, zij het dat er geen beslisregels zijn en één enkel boedellid de besluitvorming lam kan leggen.	Identiek aan (al dan niet-transparante) NSW-BV, zij het dat er geen beslisregels zijn en één enkel boedellid de besluitvorming lam kan leggen.

Tabel 1a: Zeggenschap van de verschillende organisatievormen samengevat. Legenda:

 Hoog zeggenschapsniveau

 Gemiddeld zeggenschapsniveau

 Laag zeggenschapsniveau

		Fiscale behandeling	
		van de organisatievorm	van de geldgevers
Stichting, niet ondernemend		Nihil belasting.	Nihil belasting.
	Het bestuur beslist alles.	Niet afkomen jaarresultaat door vennootschapsbelasting, geen vermogensbelasting. Indien ANBI, geen schenkelasting op ontvangen geld of grond. Geen erfbelasting want geen overlijden.	Want de geldgevers zijn geen eigenaar of aandeelhouder. Bij schenken aan ANBI, aftrek schenking van eigen inkomen mogelijk.
Vereniging, niet ondernemend		Nihil belasting. Volledig identiek aan de stichting.	Nihil belasting. Volledig identiek aan de stichting.
Vereniging van eigenaren, niet ondernemend		Nihil belasting. ANBI-status niet mogelijk. Verder volledig identiek aan de stichting.	Fiscale transparantie op de volgende vlakken. Men betaalt box III belasting over de grond en gebouwen (geen NSW-vrijstelling) en box III-belasting over het banksaldo van de VVE. Erfgenamen betalen erfbelasting over de verkrijging.
niet-transparante NSW-BV	mét St. Adm. Kantoor	Nihil belasting. Geen afkomen jaarresultaat door vennootschapsbelasting, geen vermogensbelasting. Geen erfbelasting want de BV overlijdt niet.	Aandeelhouders betalen belasting. Indien aanmerkelijk belang (5% of meer aandelen), dan 25% box II-belasting over dividend en transactiewinst. Bij beheer van een natuurgebied is dit hoegenaamd nihil. Indien geen aanmerkelijk belang (<5% van de aandelen), dan 1,2 % box III-belasting over waarde aandelen. NSW-vrijstelling niet van toepassing. Bij vererving van de aandelen moet erfbelasting worden betaald.
	zonder St. Adm. Kantoor	Identiek aan mét stichting administratiekantoor	Identiek aan mét stichting administratiekantoor
transparante NSW-BV	mét St. Adm. Kantoor	Nihil belasting. BV bestaat fiscaal gezien niet, dus ook de vennootschapsbelasting is niet van toepassing (want de vennootschapsbelasting is alleen van toepassing op rechtspersonen).	Deeigenaren betalen belasting. BV bestaat fiscaal gezien niet, dus er zijn ook geen aandeelhouders, dus geen box II- belasting. Wel 1,2 % box III-belasting, met NSW-vrijstelling wel van toepassing, resulterend in 1,2% over de WOZ-waarde van de gebouwen, niet de grond. Over vererving van de deeleigendom hoeft geen erfbelasting te worden betaald.
	zonder St. Adm. Kantoor	Identiek aan mét stichting administratiekantoor.	Identiek aan mét stichting administratiekantoor.
Onverdeelde boedel, niet ondernemend		Nihil belasting. Er is geen afgescheiden vermogen; we kunnen alleen maar kijken naar de fiscale behandeling van de boedelleden, de deeleigenaren.	Identiek aan transparante NSW-BV met/zonder stichting administratiekantoor.

Tabel 1b: Fiscale behandeling van de verschillende organisatievormen samengevat. Legenda:

Hoog belastingniveau
 Gemiddeld belastingniveau
 Laag belastingniveau



Postbus 19197
3501 DD Utrecht
T 070 3785653
E info@innonet.agro.nl
W www.innovatienetwerk.org

Het ministerie van EZ nam het initiatief tot en financiert InnovatieNetwerk.
Overname van tekstdelen is toegestaan, mits met bronvermelding.
Rapportnr. 14.2.326, Utrecht, maart 2014