

Principles natuur/gastvrijheidseconomie

Achtergrond

Onderstaande principes¹ zijn in opdracht van InnovatieNetwerk geformuleerd ter voorbereiding op en gepresenteerd als aftrap van het gesprek tijdens de Ronde Tafel bijeenkomst op de Natuurtop van 22 juni 2013 en de voorbereidende workshop van 6 juni 2013. Het gesprek tijdens de Natuurtop heeft geresulteerd in de Intentieverklaring Natuur en Gastvrijheid die ter plekke aan staatssecretaris Dijkema van EZ is aangeboden. Het uiteindelijke doel is om te komen tot een Actieagenda Gastvrijheid en Natuur en daar dan vervolgens mee aan de slag te gaan. Deze Actieagenda speelt in op het streven van de regering naar meer synergie tussen natuur en andere maatschappelijke belangen waaronder gastvrijheidseconomie en ondernemerschap.

Algemeen

De grondslag van het cradle-to-cradle denken is gestoeld op de drie hoofdprincipes zoals geformuleerd door William McDonough & partners. Die hoofdprincipes stellen ontwerpers in staat om de intelligentie van de natuurlijke systemen toe te passen op menselijke ontwerpen. Ze vormen ook een goed vertrekpunt voor de principes voor natuur en gastvrijheidseconomie.

De drie hoofdprincipes zijn²:

- *Afval is Voedsel*
In de natuur dragen de processen van elk organisme bij aan de gezondheid van het geheel. Het afval van het ene organisme wordt voedsel voor het andere en er is een onafgebroken stroom van voedingsstoffen in regeneratieve, cradle-to-cradle-cycli van geboorte, afbraak en wedergeboorte
- *Het huidige zonne-inkomen gebruiken*
De cradle-to-cradle cycli van de natuur worden aangedreven door de energie van de zon. Bomen en planten vervaardigen voedsel op zonlicht, een elegant en effectief systeem dat de enige blijvende bron van energie-inkomen van de aarde gebruikt.
- *Diversiteit huldigen*
Gezonde ecosystemen zijn complexe gemeenschappen van levende wezens, die elk een uniek antwoord op hun omgeving hebben ontwikkeld dat harmonieus samenwerkt met andere organismen om het systeem in stand te houden. Elk organisme *past* op zijn plek en in elk systeem overleven de best *passende*. Overvloedige diversiteit vormt de bron van de kracht en de veerkracht van een ecosysteem.

De kracht van het gebruik van deze hoofdprincipes is dat ze erop wijzen dat natuurkwaliteit en gastvrijheidssector deel uit maken van eenzelfde systeem. Intelligent gebruik van dit systeem, dat focust op het verbinden van natuurkwaliteit en gastvrijheidssector (in plaats van de verschillen te benadrukken), legt het fundament voor een duurzame samenwerking. De hoofdprincipes zijn universeel en zijn zowel van

¹ Naar voorbeeld van de Almere Principles die richting geven aan de ontwikkeling van de stad.

² Bron: De Almere Principles; citaten van pagina 20 en 21

toepassing op EHS en Natura 2000 als natuur in andere delen van het land; dus van vensterbank tot oesterbank.

Verandering beleid ministerie

De brief van de staatssecretaris van 09 maart 2013 geeft twee krachtige lijnen:

- Natuur staat middenin de moderne samenleving.
- Een sterke natuur is van kapitaal belang voor het welzijn van mensen.

De brief vertaalt deze lijnen via kernpunten uiteindelijk in vijf elementen van het natuurbeleid:

Kernpunten

- Burgers, bedrijven en maatschappelijke organisaties willen en kunnen een actieve rol spelen in natuur (meer dan vrijwilligerswerk en liefdadigheid). Het natuurbeleid moet maximaal aansluiten op die beweging.
- Het natuurbeleid wil natuur intelligenter combineren met andere maatschappelijke belangen.
- Natuurbeleid richt zich op biodiversiteit, gezondheid, economie, ruimtegebruik en veiligheid.

De vijf elementen van het toekomstig beleid zijn

- Natuurbeleid dient ons *maatschappelijk welzijn*. Natuur van iedereen en natuur voor iedereen.
- De maatschappelijke betekenis van natuur zit in de *veelzijdigheid* van natuur.
- We moeten zorgdragen voor *veerkrachtige natuur* (ecologisch en maatschappelijk).
- We moeten investeren in *natuurcombinaties* waarbij natuurwinst samen gaat met het verzilveren van het belang voor andere maatschappelijke sectoren.
- EZ wil ruimte bieden aan het *zelforganiserend* vermogen in de maatschappij – van burgers, ondernemers en andere maatschappelijke actoren.

De brief biedt voor ondernemers in de gastvrijheidssector de uitdaging om versterking van natuurkwaliteit integraal onderdeel van het verdienmodel van hun bedrijf te maken. Het is een interessante gedachte om het winstbegrip van de gastvrijheidssector te omschrijven in termen van het totaal van de gecreëerde waarde voor gebruiker, ondernemer en natuur. Dit past in een algemene trend om het winstbegrip van ondernemingen te verbreden door ook de maatschappelijke consequenties (positief en negatief) van het ondernemen in het winstbegrip tot uitdrukking te brengen.

Bouwstenen principes

De principes zelf zijn gestoeld op een aantal bouwstenen die hier worden weergegeven. De visie dat natuurkwaliteit en de gastvrijheidssector deel uitmaken van eenzelfde systeem betekent dat natuurkwaliteit en gastvrijheidssector geen gescheiden werelden zijn, maar juist met elkaar verbonden. Werelden waarbij verandering in de ene wel degelijk resulteert in veranderingen in de andere. Vanuit deze optiek is de focus van de principes het benadrukken van de verbinding tussen natuurkwaliteit en gastvrijheidssector in plaats van de verschillen uitvergroten.

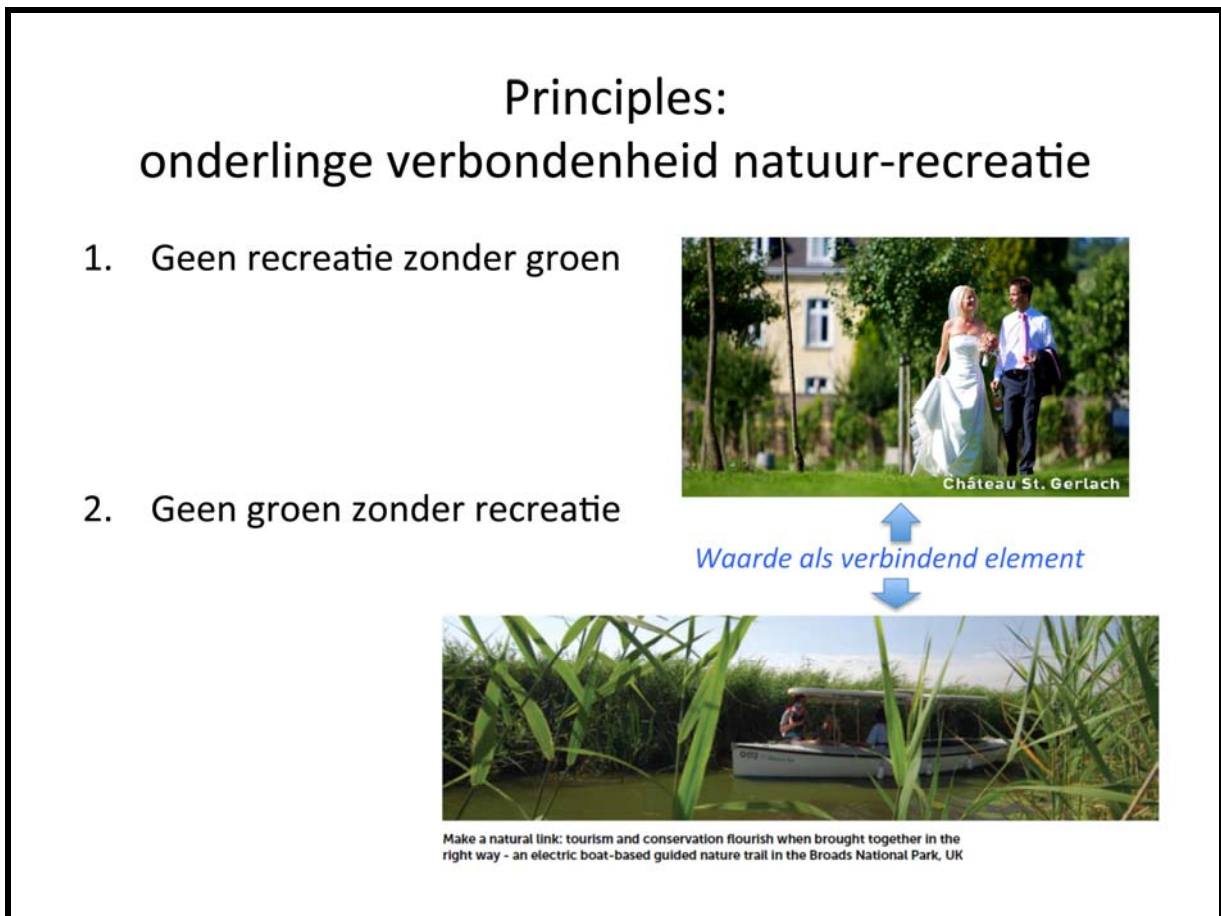
Goede principes prikkelen, zijn uitdagend en soms ook provocerend met als doel om de lezer te confronteren met de eigen (onbewuste) wijze van kijken naar het onderwerp. De

principles vormen ankerpunten in de discussie over natuurkwaliteit en gastvrijheidssector en zijn daarom op een wat hoger aggregatie niveau geformuleerd.

De omschrijving van het begrip 'natuur' is cruciaal; we gaan uit van natuur in de bebouwde omgeving (rond de woning en in de stad), het buitengebied zowel landbouw als bossen, heide, etc. als ook de natte natuur (rivieren, meren en de kust). Tot slot staat de waardecreatie voor de consument of afnemer centraal; vraagsturing bepaalt uiteindelijk ook op welke wijze (verschijningsvorm) de synergie tussen natuurkwaliteit en gastvrijheidssector gestalte krijgt.

'Principles'

A. Onderlinge verbondenheid natuur-recreatie



Geen recreatie zonder groen

Natuur is belangrijk voor de locatie- en vestigingskeuze van de gastvrijheidssector.

De natuurkwaliteit en attractiviteit van de omgeving zijn sterk bepalend voor de locatie en vestigingskeuze van bedrijven in de gastvrijheidssector. Het 'groen' is in de luchthavenmetafoor de startbaan die het mogelijk maakt om een aantrekkelijk *shopping centre* in de terminal te exploiteren. Recreanten zoeken primair de attractiviteit van de natuur om te verblijven; de gastvrijheidsdiensten passen binnen dit kader. Deze diensten bestaan niet alleen uit de diensten van de bedrijven zelf, maar ook de verbindingen tussen de bedrijven in de vorm van wandel-, fiets-, ruiterspaden of waterroutes om de natuur te ontsluiten, beleven en ervaren. De natuur is een essentieel onderdeel van het bedrijfsvoeringsmodel van recreatie. We zien echter dat het budget van natuurterreinbeheerders, maar ook beheerders van groen in bebouwde omgeving voor recreatieve voorzieningen door bezuinigingen op natuur terugloopt. Voor de gastvrijheidssector wordt het daardoor belangrijker om te investeren in die voorzieningen (dus buiten de eigen poorten). Europese studies laten zien dat de natuurrecreant bewust kiest voor de natuur in een gebied en de gastvrijheidssector is hierbij faciliterend om het verblijf met de gewenste kwaliteit en diversiteit mogelijk te maken.

Geen groen zonder recreatie

Gastvrijheidssector investeert in behoud en versterking van natuur rond het bedrijf.

Behoud en versterking van natuurkwaliteit vraagt in ons drukke land constant aandacht en onderhoud. De uitdaging is om natuur van kostenpost naar maatschappelijke winstpost om te vormen (zie brief staatssecretaris).

Ondernemers die investeren in kwalitatief hoogwaardige recreatie zullen een deel van hun opbrengsten letterlijk terugploegen in natuurkwaliteit³. Alleen op deze wijze zijn ondernemers in staat om het seizoen te verlengen, meerdere doelgroepen variërend van dagtoerist tot langdurig verblijf, bedrijfsleven of hobbyist als klant aan te trekken. Door bezuinigingen bij natuurterreinbeheerders, maar ook op groen in de stad wordt investeren in en onderhoud van natuurkwaliteit nog meer een randvoorwaarde voor het voortbestaan van de onderneming.

In diverse Europese regio's zien we dat door de wijze waarop de recreatiesector de natuur ontsluit juist overlast beperkt en diversiteit versterkt wordt. Park en regiobenadering bieden via de gastvrijheidssector de infrastructurele en economische basis om de kwaliteit van de natuur in die regio te versterken en gericht te investeren in versterking van de natuurkwaliteit in de regio.

³ *al dan niet in partnership met terreinbeheerders, voorbeelden In Style in Maarssen, Duincamping Geversduin in Castricum*

B. Regionale of interregionale samenwerking

Principles: (regionale) samenwerking

1. Samenwerking is het ecosysteem van recreatie

*Vraag centraal
Bereikbaarheid
Platteland/dorp/stad*

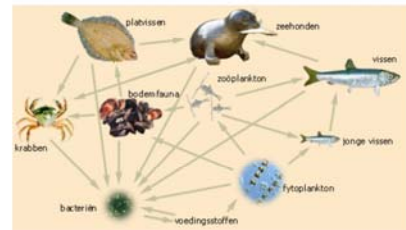


Give and take: managing protected areas for tourism is a two way process - a girl presents a loaf of bread while greeting a local government official

2. Kleine organismen schragen het ecosysteem

3. Natuur en recreatie zijn gebaat bij diversiteit

Gebruik verrijkt natuur



Samenwerking is het ecosysteem van recreatie

Netwerken van ondernemers zorgen samen voor een attractief aanbod en versterking van de natuur in de regio.

(Grote) individuele spelers als Efteling zijn te beschouwen als gesloten ecosystemen, gericht op het zo lang mogelijk binnen houden van de bezoeker en de door hem/haar gegenereerde geldstroom.

In regio's echter stoelt het succes van de gastvrijheidssector op de kwaliteit van het netwerken tussen de ondernemers; deze zijn de knooppunten in het netwerk.

Netwerken is synoniem met het *door samenwerking* creëren van zoveel mogelijk verbindingen tussen de knooppunten. Deze verbindingen maken het voor de recreant mogelijk om te bewegen binnen de regio (of zelfs tussen regio's).

De kernwaarden voor samenwerking in een netwerk zijn vertrouwen, elkaar omzet gunnen, gemeenschappelijke definitie van kwaliteit, elkaar aanspreken op gerealiseerde kwaliteit, samen investeren in infrastructuur (dus ook versterking natuurkwaliteit) en zorgen voor een compleet dienstenpakket (in de ogen van de klant). Essentieel is dat iedere ondernemer verantwoordelijk is voor zijn eigen bedrijfsvoering, maar bewust meerwaarde voor zijn eigen onderneming creëert door de zelfstandigheid deels op te geven ten bate van de collectiviteit van het netwerk. Met andere woorden samenwerking is een bewuste keuze en stelt eisen aan de competenties van de ondernemer.

Voorbeelden: zowel in eigen land als in het buitenland werken ondernemers bewust

samen als ambassadeurs van een regio, serveert men regionale producten met eigen logo en merk, zoeken ondernemers nieuwe collega's om gaten die de recreant ervaart in de dienstverlening op te lossen of vormen poortwachters de verbinding tussen de ondernemers. In Duitsland en Frankrijk houden overheden en ondernemers samen regionale enquêtes onder bezoekers om beter te begrijpen wat de eisen van klant zijn. De ervaren natuurkwaliteit is een belangrijk onderdeel in deze vragenlijsten en blijkt in de antwoorden ook een belangrijke factor te zijn. Dit geldt ook voor bijvoorbeeld de bezoekers van de Utrechtse Heuvelrug.

Kleine organismen schragen het ecosysteem

Een natuurlijk eco-systeem bestaat uit grote maar vooral ook uit kleine organismen

Vele kleine bedrijven samen maken de gastvrijheidssector; de kleintjes zorgen voor de samenhang van het systeem.

De gastvrijheidssector bestaat vooral uit kleine ondernemingen (2-20 medewerkers), met een relatief laag opleidingsniveau. De kracht van het ecosysteem is dat het in staat is ook de eenvoudige, kleine organismen een cruciale rol bij de instandhouding van het systeem te geven. Dit is ook van belang in de gastvrijheidssector in een regio. Diversiteit zorgt voor een aanbod voor verschillende typen bezoekers; juist de kleine spelers zorgen voor de goede mix aan faciliteiten en versterking van de kwaliteit van de regio. De zichtbare grote succesvolle spelers kunnen de neiging hebben om de kleine spelers weg te drukken, maar krachtige netwerken zijn juist in staat de verbinding tussen de kleine en grote spelers te versterken.

In de luchtvaartwereld zien we dat bijvoorbeeld de verbinding Amsterdam-New York niet kan bestaan zonder de verbindingen met afgelegen Noorse regio's. De kleine verbindingen maken de grote mogelijk, al is dit niet altijd voor iedereen herkenbaar. In de ontwikkeling van Oost- en Midden Europese regio's vormt de samenwerking tussen de kleine bedrijven het netwerk en de vereiste diversiteit in het aanbod naar de toerist. De ontwikkeling van de regio en daarmee ook de versterking van de natuurkwaliteit groeit op de activiteiten van de kleine ondernemingen. Deze kleine ondernemingen zorgen er in veel regio's voor dat plekken in de natuur verbonden worden en natuur beheerd wordt. Dit netwerk werkt bijvoorbeeld weer samen met een reisorganisatie die de reizen naar het gebied aanbiedt of organiseert.

Natuur én recreatie zijn gebaat bij diversiteit


De natuur laat overtuigend zien dat vitale natuur gebaat is bij diversiteit; zoals het basisprincipe aangeeft moet diversiteit gehuldigd worden. Diversiteit in de gastvrijheidssector biedt enerzijds een gevarieerd aanbod aan de toerist/bezoeker, maar zorgt ook voor een gespreide en diverse benutting/belasting van de natuur. Bedrijven moeten hierbij ook rekening houden met het feit dat consumenten/bezoekers een gevarieerde interesse hebben en dus naast diensten van de gastvrijheidssector en natuur ook belangstelling hebben voor regionale cultuur, voedsel etc. Samenwerking met andere branches is daarom een vereiste om het aanbod te kunnen leveren dat de consument vraagt.

C. Ondernemer en Innovatiekracht

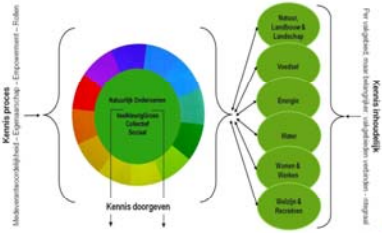
**Principle:
Ondernemer + innovatiekracht**


- 1. Gastvrijheid zit in de natuur**

Gastvrijheid helpt natuur beschermen


- 2. Geen nieuw verdienmodel zonder innovatie**

Natuur is ook voedsel, eten, drinken


- 3. Innovatie verandert**



Gastvrijheid zit in de natuur

De gastvrijheidssector moet zich als een goede gast in de natuur gedragen.

Gastvrijheid is de kernwaarde van de gastvrijheidseconomie en zit in de genen van de succesvolle ondernemer. Kijkend naar de basisprincipes (zie begin v/h stuk) is ook de natuur gastvrij in het inpassen van de gastvrijheidseconomie in het eigen ecosysteem. Balanceren tussen waarden, wat is echte/doorleefde gastvrijheid en wat is een toneelstukje/fake, maakt dat gast en gastheer evenwichtig met elkaar omgaan en dit in de toekomst ook kunnen blijven doen. Met andere woorden: niet doorleefde gastvrijheid die met de mond beleden wordt, maar niet met het hart is een dode letter. De prikkels die de overheid middels subsidies, regels en procedures geeft moeten de kernwaarde stimuleren en geen checklist zijn met afvinkbare waarden zonder echte inhoud. Dus de ondernemer zal zich als goede gast (of beter als goed huisvader) in de natuur behoren te gedragen en te zorgen dat hij zijn rol in het ecosysteem optimaal invult. Dit betekent streven naar lange termijn verbintenissen, echte zorg om en voor de natuur en natuur één van de dragers van het businessmodel laten zijn. Negatief geformuleerd: door alleen te voldoen aan de letter van de procedure en streven naar winstmaximalisatie verliest de ondernemer zijn geloofwaardigheid en voldoet deze niet aan zijn maatschappelijke functie. De ondernemer heeft dus tot taak om de investering in de natuur als onderdeel van het businessplan zichtbaar en toetsbaar te maken.

Een andere invulling van dit principe is in de richting van de toerist die bewust een regio bezoekt voor de natuurkwaliteit. De natuur is gastvrij in de zin dat deze veel ruimte biedt voor gebruik en beleving. Randvoorwaarde is dat de recreatiedruk op aantrekkelijke plekken niet te groot wordt.

Geen nieuw verdienmodel zonder innovatie

Natuurwinst én ondernemingswinst als uitkomst van een nieuw verdienmodel kan niet zonder innovatie.

We hebben reeds geconstateerd dat groen en recreatie sterk met elkaar verbonden zijn. De bezuinigingen van de overheid veranderen de balans tussen publieke en private investeringen in natuur. De gastvrijheidssector moet nieuwe verdienmodellen ontwikkelen waardoor additionele investeringen in natuur mogelijk zijn. Verandering van de verdienmodellen vraagt om innovatie door anders te kijken naar natuur en beleving van natuurkwaliteit. De ondernemer moet zich afvragen hoe natuur en versterking van natuurkwaliteit het eigen verdienmodel kunnen versterken. We zien voorbeelden van ondernemers die met partners de natuurkwaliteit rondom hun bedrijf verbeteren als onderdeel van de beleving van de gasten. De uitdaging is ook om in regio's ondernemers samen de natuurkwaliteit te laten verbeteren; voorbeelden zijn te zien in Noord-Brabant waar gewerkt wordt met streeklogo's, poortwachters, ontwikkeling van de Baronie. Dit zijn duidelijke pogingen om natuurontwikkelingen in verdienmodellen mee te nemen. Nieuwe verdienmodellen vragen niet alleen om (publieke of private) investeringen maar ook om innovatieve onderhoudsmodellen. Instandhouding en versterking van bestaande kwaliteiten is wellicht niet aansprekend, maar kan wel zeer attractief voor de ontwikkeling van de business zijn.

Innovatie verandert

Succesvolle ondernemers proberen het speelveld te bepalen; innovatieve ondernemers veranderen het speelveld en vaak ook de spelregels.

We hebben de neiging sterk te kijken naar de succesvolle ondernemers op dit moment. Deze geven fantastische voorbeelden hoe gastvrijheid en natuur elkaar versterken. Aan de andere kant moeten we beseffen dat succesvolle ondernemers hun succes willen beschermen en door lobby de standaard willen zetten. Incrementele innovatie verhoudt zich goed met dit systeem doordat het gericht is op constante verbetering en aanpassing van het bestaande.


Echter 'disruptive' innovatie, die geheel andere werkwijzen en business modellen mogelijk maakt, staat juist op gespannen voet met de successen uit het heden. Vernieuwing doet pijn en vraagt dat we openstaan voor andere ondernemers, andere werkwijzen en experimenteren. Geef ondernemers de kans te experimenteren, een nieuw aanbod voor een andere markt te ontwikkelen. Het benoemen van deze partijen tot cowboys of *free riders* doet in essentie afbreuk aan dit principe. Bewust opzoeken van nieuwe partijen en bewust zijn van welke spelers wel en niet aan tafel zitten is een eerste vereiste om (disruptive) innovatie mogelijk te maken. Zie het voorbeeld in de luchtvaartsector waar nu vele regio's in Europa enkel ontsloten worden door low-cost carriers tegen lage prijzen.

Tweede constatering is dat innovatie pas echt innovatie is als deze daadwerkelijk is toegepast. Dus kleine pilots die drijven op subsidies, papieren gedachte experimenten en dergelijke kunnen aanjagers voor innovatie zijn, maar zijn nog geen innovatie! Denk hierbij aan de succesvolle ondernemers in de gastvrijheidssector die investeren in natuurkwaliteit en diversiteit. We hebben de neiging (te) veel op te trekken met deze voorbeeldondernemers. Daarbij moeten we ons wel de vraag stellen of we ook voldoende open blijven staan voor ondernemers met andere businessmodellen. Denk hierbij aan de metafoor van low-cost carriers in de luchtvaart die in relatief korte tijd het speelveld ingrijpend veranderden en andere oplossingen mogelijk maakten.

D. Productkwaliteit is een kernwaarde

Principles: Productkwaliteit

1. Duurzame gastvrijheid is een werkwoord
2. Gastvrijheid is onderscheidend



Identify your unique experiences: such as foraging for and cooking traditional foods like these mushrooms (mainly porcini – Boletus edulis) gathered in the Carpathians, Ukraine

*Verantwoordelijkheid nemen:
1 'gek' kan meer rommel maken
dan 10 'wijzen kunnen opruimen*

Duurzame gastvrijheid is een werkwoord

Een duurzame relatie tussen gastvrijheidssector en natuur vraagt continue actie.

Duurzame gastvrijheid die goed ingepast is in en actief werkt aan blijvende/continue versterking van natuurkwaliteit in de omgeving is hard werken. In een wereld van kleine marges, seizoensgebonden productie en trendgevoeligheid ligt verloedering constant op de loer. Blijven investeren en verbeteren van het product is een vereiste. Daar waar bedrijven hier niet in slagen en verloedering optreedt moet actief ingrijpen mogelijk zijn om te zorgen dat de kwaliteit van de gehele regio op peil blijft. Ondernemers kunnen ingrijpen om de waarde van hun eigen onderneming te beschermen, de overheid kan hierbij faciliteren. Als wetten en regels worden overtreden ligt het primaat voor ingrijpen en handhaven bij de overheid.

In deze zin valt te leren van de 'broken window theory' die in New York is toegepast om de metro weer gastvrij en toegankelijk te krijgen. Elk eerste spoor van verloedering werd meteen de kop ingedrukt en hersteld. Door consequente handhaving van dit principe is de kwaliteit en toegankelijkheid van het gehele systeem gegarandeerd en gingen ook de reizigers het normaal vinden dat deze kwaliteit gehandhaafd werd en maakten deze deel van hun eigen handelen.

Gastvrijheid is onderscheidend

De keuze om een regio uiteindelijk wel of niet te bezoeken wordt bepaald door de

kwaliteit en diversiteit van het aanbod van de gastvrijheidssector.

De recreant kiest voor recreatie buiten de eigen regio, onder andere op basis van de kwaliteit van de natuur waarin hij wil verblijven. Bedenk daarbij dat de natuur ook in de stad kan liggen; de meeste recreatie vindt immers daar plaats ('de stad is het nieuwe buiten'). Echter de feitelijke keuze voor een regio wordt sterk bepaald door het aanbod van de gastvrijheidssector. Een mooie regio zonder aanbod wordt niet gekozen; een regio met een niet passend aanbod voor het type bezoeker ook niet (bijvoorbeeld alleen luxe hotels voor de natuurrecreant die vooral eenvoud en eenheid met de omgeving zoekt). Een renderende gastvrijheidssector is in staat om te investeren in versterking van de natuur en omgekeerd versterkt hoge natuurkwaliteit de aantrekkelijkheid van de regio.

Kennis en inzicht in de persoon van de bezoeker, zijn wensen en behoeften zijn cruciaal voor de ontwikkeling van en het type dienstverlening in een regio. De kwaliteit van de natuur en de mogelijkheden om daarin te verblijven trekken bepaalde typen bezoekers aan; of deze daadwerkelijk komen bepaalt het aanbod van de gastvrijheidssector.

In Nederland ligt een extra uitdaging omdat de grootste groep bezoekers de eigen lokale bevolking is. De gastvrijheidsondernemers moeten in ons land daarom altijd zorgen voor goede inpassing in de lokale omstandigheden, niet alleen in termen van communicatie en afstemming met de regio (hinderbeleving), maar vooral ook in het verleiden van de lokale bewoners als klant.

E. De kracht van de natuur benutten

Principle: Kracht natuur benutten

1. Natuur zit vol waarde



2. Natuur is ook afvalstromen benutten



afvalcafé

Natuur is vol waarde

Aanwezigheid van groen en natuur voegt op vele manieren waarde toe aan activiteiten van bewoners, bedrijven en dus ook de gastvrijheidssector. Het is de kunst deze waarden te herkennen en duurzaam (lees herbruikbaar) te benutten.

Het nieuwe beleid van de regering slaat een brug tussen de ecologische en maatschappelijke waarde van de natuur. De ecologische waarde zit in de beschermde of aangewezen natuurgebieden, maar ook in de natuur om de hoek of in de achtertuin. De maatschappelijke waarde van natuur is groot en divers, variërend van basis voor verblijf, onderwijs en opvoeding, leverancier van grondstoffen, voedsel, energie en schone lucht, opslag van CO₂, versterking van de kwaliteit van de woonomgeving, etc. Waardevolle natuur is natuur waarbij de verschillende waarden in balans zijn en elkaar versterken in plaats van uitsluiten. De kunst is om waardeketens van en met de natuur te bouwen. Krachtige verbindingen tussen de schakels versterken deze ketens. Dit vraagt (deels) om overdracht van taken van overheid en/of NGO's naar de private gastvrijheidssector die de ruimte moet krijgen om deze -binnen randvoorwaarden- naar eigen inzicht in te vullen.

Voorbeelden in regio's zijn combinaties van verblijf met streekproducten, tot en met het hanteren van vaste regiogebonden bouwstijlen, maar ook cursussen over en in de natuur (o.a. in Duitsland: *Ein Prakticum für die Umwelt*), hergebruik van grondstoffen en lokale

opwekking van schone energie met zon, wind of biomassa.

Natuur is ook afvalstromen benutten

Benut het regeneratief vermogen van de natuur om tot CO₂- neutrale regio's te komen

Natuur kent geen afval, en nieuwe bronnen voor grondstof. Hiermee bouwt de natuur systemen die elkaar in evenwicht houden. Regio's kunnen gebruik maken van deze kracht van de natuur om tot CO₂- neutrale regio's te komen; regio's met een kleine ecologische footprint die het regeneratief vermogen van de regio niet te boven gaat. Voor de gastvrijheidssector ligt hier de uitdaging om de ecologische footprint van de recreatie te beheersen. Bewust versterken van de natuur, gebruik maken van de kracht van de natuur om te recyclen, korte kringlopen of verwerkingscycli hanteren van voedselproductie, lokale opwekking van energie (kleinschalig), zorgen voor CO₂-neutraal transport van, naar en binnen de regio zijn bouwstenen waarmee de gastvrijheidssector kan werken.

In de UK zijn voorbeelden van CO₂-neutrale regio's die deze principes in praktijk brengen en zich ook op deze wijze profileren naar de bezoeker/toerist. In Nederland zien we dat NHTV onderzoek doet naar de ecologische footprint van toerisme en recreatie in Nederland en Europa; voor- en natransport van en naar de regio is een van de onderscheidende factoren hier.

F. Regelgeving en instrumentatie als Haarlemmerolie

Principles: Regelgeving en instrumentatie

1. De geest moet uit de procedure én in de ondernemer

Samen ruimte maken voor slim ondernemerschap in de natuur



2. Besteding toeristenhellingen zichtbaar voor betaler

Guidelines for reducing public resistance to fees

- Use fee revenues for quality improvements to trails, toilets, maps and other facilities.
- Make small fee increases rather than making them in large jumps.
- Use moneys for operational costs rather than as a control mechanism for visitor entry.
- Retain and use money for specific, known park purposes rather than for general revenues.
- Use extra money for conservation of the area visited.
- Provide abundant information to the public about the income earned and the actions funded through it.

Source: Sustainable tourism in protected areas (UNEP/WTO/IUCN, 2002)

De geest moet uit de procedure en in de ondernemer

Niet de letter van de procedure is belangrijk, maar de geest van wat we willen bereiken.

De green deals zijn een belangrijk instrument om ondernemen in natuur en gastvrijheidssector te bevorderen. Toch wordt vaak door overheden en/of rechter nog dominant gestuurd op het volgen van de letter van de procedure. De innovatieve ondernemer moet aangeven dat een nieuwe werkwijze of business model past binnen het oude systeem. Het gevolg is dat procedures vaak jaren duren voordat de feitelijke investering gedaan kan worden.

We moeten juist de ondernemer prikkelen om middels innovatieve concepten natuur en business te versterken. Bij deze geest past in essentie een 'Ja, mits' (of 'can do') mentaliteit en geen 'Nee, tenzij' mentaliteit.

De angst dat recreatie een te grote druk op de natuur legt is geen reden om te sturen op de letter van de procedure, noch om nieuwe regels te maken en in te voeren. Beperking en beheersing van de recreatiedruk op de natuur is in het belang van de investerende ondernemer omdat natuurkwaliteit een hoeksteen van het bedrijfsmodel is. Het hand aan de kraanprincipe⁴, dat gericht monitort in kwetsbare gebieden, biedt voldoende aanknopingspunten om te sturen volgens de geest van de procedure. Een bevlogen ondernemer zal deze monitoring overigens uit welbegrepen eigenbelang zelf ook doen als onderdeel van zijn kwaliteitsmonitoringsysteem. Ook in het buitenland zien we dat

⁴ Zie rapport : *Recreatie en Natuur; Alterra rapport 2334*

overheden en ondernemers bewust afspraken maken over beperking van de druk op de natuur en ondernemers de omvang van de dienstverlening daarop afstemmen.

Besteding van de toeristenbelasting is zichtbaar voor de betaler

Toeristenbelasting draagt bij aan de versterking van de lokale kringlopen.

Investeren in versterking van de natuurkwaliteit is een gemeenschappelijke verantwoordelijkheid van de ondernemers in de gastvrijheidssector en overheid. De overheid kan door het heffen van toeristenbelasting of een concessie op de omzet van de ondernemer (zoals ook in het buitenland gebeurt) zorgen voor de collectieve basis. Ervaringen in Europa laten zien dat de kwaliteit van natuur en recreatie verbetert als de overheid de ontvangen gelden zichtbaar (in de zin van transparant in de besteding) terugploegt in de sector. Toeristen zien dat door de belasting die zij betalen de kwaliteit van hun verblijf nu en in de toekomst versterkt wordt; bedrijven krijgen de mogelijkheid hun bedrijf te versterken en daardoor betere kwaliteit te leveren en zo ontstaat er een positieve waarde kringloop.

Apart aandacht moet er besteed worden aan de lokale bewoners. De groep is een belangrijke, zo niet de grootste, gebruiker van de natuur in de regio het gehele jaar rond. Deze groep moet goed ingepast worden in het totale aanbod van activiteiten en beheersing van de natuurdruk. Onderzoek onder deze groep laat ook zien dat de bereidheid om mee te werken aan versterking van natuurkwaliteit door vrijwilligerswerk en vrijwillige financiële bijdrage relatief groot is (orde grootte 40%). Verder zijn de lokale bewoners een belangrijke doelgroep voor de afname van regionale producten en diensten. De grootste potentie in deze groep zit bij de zeer regelmatige gebruikers van de natuur in de regio.

Interessant voorbeeld is de discussie over het ontwikkelen van Bedrijfs-Investeringszones in het buitengebied in combinatie met (of in plaats van) toeristenbelasting. De discussie richt zich op de inzet van deze middelen door de ondernemers.