

‘Nationale Parken en –Landschappen: samen investeren in de toekomst’

13 juni 2012 – Radio Kootwijk



Samen investeren in de toekomst

Hoe kunnen de Nationale Parken en de Nationale Landschappen in Nederland de krachten bundelen en hun economische waarde verzilveren zonder de individuele kwaliteiten aan te tasten? Woensdag 13 juni zochten ca. honderd vertegenwoordigers van de Nationale Parken, de Nationale Landschappen en Nationaal Groenfonds samen met bestuurders en terreineigenaren op de hei bij Radio Kootwijk naar een antwoord op die vraag. Over samenwerken met commitment aan het geheel en respect voor het onderscheid.

Dagvoorzitter Kees Vriesman, voorzitter van Nationaal Park Texel, opent met een korte samenvatting van de huidige situatie en de ambities voor de toekomst. De financiering vanuit het Rijk houdt in 2013 op. De Nationale Parken en -Landschappen moeten de krachten bundelen om samen de slag van minder subsidies naar meer investeringen te maken. De in totaal 40 Nationale Parken en Nationale Landschappen kennen een hoge natuurlijke en landschappelijke kwaliteit met een onschatbare (inter)nationale waarde. Die waarde moet met overheden en marktpartijen de komende jaren verzilverd worden door samen (verder) te bouwen aan een sterk merk met 40 unieke iconen. Samen met de provincies willen de Parken en Landschappen de gebiedsopgave voor de komende jaren realiseren. Ter versterking van de regionale ambities wordt onder andere een nationaal revolverend fonds opgericht uit publiek-private middelen. De eerste stappen zijn gezet.



Welkom bij de provincie



Jan Jacob van Dijk, gedeputeerde landelijk gebied van de provincie Gelderland, is de eerste spreker van de dag. Hij kan helaas alleen het begin van de ochtend aanwezig zijn, want hij moet door naar de Provinciale Staten voor de bespreking van de provinciale beleidsnota, waarin landschap en natuur voor het eerst samen zijn opgenomen. Er blijkt meer draagvlak te zijn voor landschap dan voor natuur. De provincie wil dit spanningsveld tussen beide categorieën graag opheffen. De nota die in een bottom-up proces met betrokken partijen – terreinbeheerders, LTO, Landschapsbeheer, de waterschappen, et cetera – tot stand is gekomen, kent een vijftal speerpunten:

1. Minder regels: Nu gaat 20 procent van het budget op aan administratie. De provincie wil gaan werken met lump sum contracten met afgebakende doelstellingen.
2. De provincie wil nieuwe natuur anders ontwikkelen door gebiedsconcessies uit te geven of gebiedconsortia te vormen.

3. De provincie wil door met de Nationale Landschappen en stelt jaarlijks 1,75 miljoen extra beschikbaar om te investeren in landschapsbeheer. De uitvoering ligt bij de Nationale Landschappen zelf en bij de gemeenten.
4. Promotie is belangrijk; de provincie stelt hiervoor 500.000 euro beschikbaar.
5. De Nationale Parken en - Landschappen moeten op zoek naar onafhankelijke economische dragers.

In de korte discussie na afloop maakt Van Dijk nog eens duidelijk dat de provincie de Nationale Landschappen uitsluitend voor een deel wil financieren op basis van heldere projecten met afrekenbare doelstellingen. De verantwoording ligt bij de Landschappen zelf. Die moeten zichzelf minder afhankelijk maken van de overheid en op zoek gaan naar een verbinding met andere sectoren zoals landbouw, recreatie en toerisme. Voor de Nationale Parken gelden aparte afspraken. Ondanks dat ze in één nota zijn opgenomen kun je de Parken en de Landschappen niet onder één noemer scharen.

Wie zijn wij?

Joke Kersten, voorzitter van Samenwerkingsverband Nationale Parken, houdt een warm betoog voor het aanhalen van de banden met de Nationale Landschappen. De kiem voor de samenwerking is gelegd op 16 februari bij de netwerkbijeenkomst van Servicenet Nationale Landschappen. 'Vandaag is het eerste resultaat zichtbaar van gesprekken die toen zijn gestart over de mogelijke samenwerking tot wederzijds voordeel. Gezamenlijk beheren we een belangrijk groen product met een grote economische waarde. Dat moeten we behouden en promoten. We moeten nieuwe bronnen aanboren, maar ons ook bewust zijn van mogelijke valkuilen.'



Lennart Graaff, programmamanager van Servicenet Nationale Landschappen, sluit zich hierbij aan en spreekt de hoop uit dat er binnenkort een Servicenet Nationale Parken en Nationale Landschappen actief is. De 20 Nationale Landschappen beslaan gezamenlijk zo'n 20 procent van de oppervlakte van Nederland. Servicenet Nationale Landschappen is opgericht om de Landschappen als een sterk merk overeind te houden en de gezamenlijke belangenbehartiging, marketing en kennisontwikkeling te bevorderen, met als doel het creëren van een duurzame economische basis voor behoud. Daarvoor is begin dit jaar een bidbook uitgebracht met concrete projecten, die Servicenet in samenwerking met diverse partners gaat uitvoeren.

Een van de aanwezigen wil weten hoe Servicenet momenteel wordt gefinancierd. In de eerste plaats door de Landschappen zelf, soms via de provincie. Er loopt een aanvraag voor een bijdrage vanuit drie ministeries en een aanvraag bij de Postcodeloterij om projecten te financieren. Als er draagvlak voor is wil men komen tot één gemeenschappelijke aanvraag voor de Nationale Landschappen én de Nationale Parken.

Er wordt ook gevraagd of er samenwerking wordt gezocht met het Werelderfgoed. Dit is het geval. Binnenkort is er een eerste verkennend overleg tussen Servicenet en Werelderfgoed.nl, want het is zeker de bedoeling om meer partners te betrekken.

Het investeren waard

Dit sluit mooi aan bij het betoog van Walter Kooy, directeur van Nationaal Groenfonds, die pleit voor een vereenvoudiging van het ruimtelijk beleid in drie categorieën: Nationale Parken, Nationale Landschappen en Werelderfgoed. Samen vormen zij de mooiste landschappen en natuurgebieden van Nederland én omvatten ze een belangrijk stuk van ons cultureel erfgoed. Een eenduidig profiel is nodig om de economische waarde van natuur en landschap te verhogen; een absolute voorwaarde voor de instandhouding ervan. Om marktinkomsten te verwerven heb je draagvlak nodig. Je moet gaan denken vanuit de klant. Nu ziet het publiek door de veelheid van terreinbeheerders letterlijk door de bomen het bos niet meer. Daarom moet de stap worden gezet van organisatieprofiel naar streekprofiel: niet het Staatsbosbeheerverhaal, maar het Drentsche Aa-verhaal.



Nationale Parken en -Landschappen hebben verschillende USP's: parken zijn vooral gericht op behoud van natuur en hebben een donkergroen profiel (natuur); landschappen zijn voortdurend in ontwikkeling en hebben een lichtgroen profiel (landschap). Om een internationale metafoor te hanteren: het Grand Canyon-gevoel versus het Toscane-gevoel. Toch moet je niet de nadruk leggen op de verschillen, maar natuur en landschap onder één label brengen en daar ook de horeca en de toeristische en recreatieve bedrijvigheid in de gebieden bij betrekken. Kooy noemt hier het voorbeeld van Gastvrij Nederland. Door samen te werken kun je kosten besparen en de inkomsten omhoog brengen.

Meeliften met andere sectoren biedt kansen en mogelijkheden. Grof geschat gaat in de Nationale Parken en Landschappen jaarlijks zo'n 2,6 miljard euro om, 200.000 mensen verdienen er hun boterham aan; fietsers en wandelaars zetten alleen al 800 miljoen euro om. De opbrengsten zijn hoog, maar daar heeft de terreinbeheerder op dit moment weinig aan. Daarom moet gezocht worden naar nieuwe arrangementen die gericht zijn op een wederzijds belang. De nieuwe omgevingswet biedt ook mogelijkheden om creatieve allianties aan te gaan.

Andere sectoren om op mee te liften zijn:

- Wonen: je kunt bijvoorbeeld het recht van uitzicht vermarkten ('groengarantie').
- Energie: biomassa, windturbines en energiedaken.
- Zorg: natuurbegraafplaatsen en zorgboerderijen.

Kortom, samen sta je sterk. Daarom wil Nationaal Groenfonds met de Nationale Parken en -Landschappen een nationaal revolverend fonds oprichten met geefgeld (van bijv. de Postcodeloterij en verzekeringsmaatschappijen) en leengeld (van Nationaal Groenfonds en anderen, bijv. Provincies).

Vragen en discussie

Wat zijn de criteria om in aanmerking te komen voor leengeld? Uiteraard moet je project een bijdrage leveren aan (het duurzaam beheer van) natuur- en landschap. Verder dient het project een verdien capaciteit te bezitten. Nationaal Groenfonds leent steeds vaker geld uit aan projecten met verdienvermogen die landschap en/of natuur ten goede komen, zoals biomassa-installaties.

Wim Huijgen van Nationaal Landschap Arkenheem Eemland wil weten hoe je de bestaande horeca in een gebied aan je bindt. Volgens Walter Kooy moet je zoeken naar een manier om het wederzijds aantrekkelijk te maken. Overleg met koepelorganisaties is dan ook logischer dan met de individuele ondernemer. Kees Vriesman denkt dat het de moeite loont om hiervoor een gezamenlijke aanpak te ontwikkelen.

Een vertegenwoordiger van Nationaal Park Sallandse Heuvelrug vraagt zich af hoe je moet omgaan met partners die bang zijn voor concurrentie. Als alle partners een stukje geld investeren in een pot die ten goede komt aan het gezamenlijk belang hoef je hier niet bang voor te zijn.

Nieuwe wegen voor beheer



Chris Kalden, directeur van Staatsbosbeheer, houdt zijn betoog namens de terreineigenaren: SBB, Natuurmonumenten, de Provinciale Landschappen en andere (particuliere) grondbezitters. Hij wil het vooral hebben over synergie en het voorkomen van lekverliezen.

De Nationale Parken en -Landschappen doen ertoe. Zij vormen een sterk merk. Elk voor zich zijn ze bijzonder, maar niet uniek.

Daarom moeten ze optrekken in gezamenlijkheid én differentiatie, met respect voor de onderlinge verschillen en commitment aan het geheel.

Het is belangrijk dat Nationale Parken en -Landschappen de eigen broek gaan ophouden, vindt Chris Kalden. De besluiten van het Rijk vormen hiervoor aanleiding noch motivatie. Zeker in tijden van crisis is het niet verstandig om afhankelijk te zijn van een onbetrouwbare overheid; na elke verkiezing kunnen genomen besluiten weer op losse schroeven worden gezet. Wel vindt Kalden dat de provincies een belangrijke rol moeten blijven vervullen en in de eerste plaats de transitie naar een grotere zelfstandigheid moeten regelen, zowel op landelijk niveau, waarbij de provincies onderling moeten samenwerken, als op regionaal niveau. Een gezamenlijke inzet is cruciaal.

Wat Kalden betreft blijven de provincies verantwoordelijk voor de basisfinanciering van het beheer: water, milieu en infrastructuur. Beschermen van natuur en landschap blijft dus mede een verantwoordelijkheid van de provincies. Dan praat je over een bedrag van 100 miljoen euro op jaarbasis voor 600.000 hectare aan natuur en landschap. Beleven en benutten kan in samenwerking met private en maatschappelijke ondernemers. Collectief ondernemerschap biedt nieuwe perspectieven.

Door onderlinge samenwerking kunnen gebiedspartijen het verdienvermogen vergroten. Die samenwerking moet dan wel aan een aantal voorwaarden voldoen; het moet regionaal bruisend en op orde zijn, er moet voldoende kostenbewustzijn zijn en er moeten daadwerkelijk uren en euro's in gestoken worden. We moeten niet doen alsof. We moeten blijven streven naar optimalisatie en door verevening de gezamenlijke meerwaarde van de gebieden benutten. Ontmoeting leidt tot samenwerking, gevolgd door resultaat.

Vragen en discussie

Kees Vriesman vraagt zich af hoe Kalden omgaat met het onderscheid tussen natuur en landschap. Kalden zegt niet te werken vanuit dat onderscheid, maar het gebied centraal te stellen. 'Ik heb de pest aan donker- en lichtgroen.'

Jan Beekman van Nationaal Landschap Middag Humsterland wil weten of Staatsbosbeheer het initiatief gaat nemen voor de samenwerking. Chris Kalden vindt dat eigenlijk een taak van de provincies, maar die laten de samenwerking liggen.





Programmamanager Lennart Graaff benadrukt nog eens het belang van marketing en branding. Als kort intermezzo voor de lunch introduceert hij Angelique Vermeulen van het Nederlands Bureau voor Toerisme en Congressen (NBTC). Natuur en landschap zijn belangrijk bij de promotie van Holland in het buitenland. Onder de titel 'Holland naturally' organiseert het NBTC werksessies met betrokken partijen om natuur en landschap gezamenlijk te vermarkten. Het blijkt dat toeristen niet primair hiervoor naar Nederland komen. Wel om te fietsen, maar dat doe je natuurlijk in het landschap. 'We zoeken nu naar een overkoepelend thema.' Vermeulen vraagt het publiek om hier over na te denken. Riet Dumont van de provincie Gelderland wil graag meegeven dat een delta die ontspringt vanuit een stuwvallandschap kenmerkend is voor Nederland.

Voor de lunch worden de aanwezigen in negen groepen opgedeeld. Drie houden zich bezig met organisatie, drie met de financiën en drie met marketing. Wat zijn de raakvlakken in de opgaven van de Nationale Parken en -Landschappen op deze gebieden en wat zijn de kansen om samen op te trekken? De lunch kan worden genuttigd op de hei. Ook bestaat de mogelijkheid om een bezoek te brengen aan het voormalige zendgebouw van Radio Kootwijk.

Een landgoed in beweging

Na de lunch is het de beurt aan Nathalie van Verschuer om de aanwezigen te inspireren. Van Verschuer beheert samen met haar echtgenoot het particulier landgoed de Heerlijkheid Mariënwaardt aan de oevers van de Linge bij Beesd. Het voormalige kloostergoed van 900 hectare verwierf in de middeleeuwen de naam 'heerlijkheid' om het bezit dat regelmatig geteisterd werd door overstromingen aantrekkelijker te maken voor eventuele kopers. Ook toen waren ze zich al bewust van het belang van marketing.



Het landgoed kwam in de 18^e eeuw in het bezit van de familie Van Verschuer en was tot 1995 voor haar inkomsten vooral afhankelijk van het boerenbedrijf, via eigen bedrijfsvoering en de verpachting van boerderijen en gronden. Om het beheer te bekostigen besloot de familie om de Heerlijkheid te vermarkten. Het bezit werd officieel opengesteld onder de Natuurschoonwet (NSW) en er werd een NSW BV opgericht. Nathalie en haar echtgenoot voeren het beheer onder een VOF exploitatiemaatschappij. Zij runnen een eigen agrarische onderneming en er worden nog twee boerderijen verpacht.

De overige boerderijen, woongebouwen en (vloed)schuren hebben andere bestemmingen gekregen, waaronder twee restaurants, een bed & breakfast en sinds kort is er ook een vakantiehuisje te huur op het landgoed.

De missie is om de Heerlijkheid in stand te houden en door te geven. 'Mijn schoonvader, baron Van Verschuer, zegt altijd dat zijn grootvader het hier nog zou moeten kunnen herkennen. Maar dat betekent tegelijkertijd dat je je voortdurend moet blijven ontwikkelen. Pak je kansen en speel in op trends als beleving en terug naar de natuur.'

Om die reden wordt het landgoed duurzaam beheerd en worden er pure eerlijke Hollandse producten vervaardigd en verkocht in de eigen landgoedwinkel, zoals biologische kaas van melk van de eigen koeien en jams en chutneys van de eigen fruitoogst. Deze producten worden ook verkocht op de landgoedfair en de kerstfair die jaarlijks respectievelijk 40 en 20 duizend bezoekers trekken. Die fairs leveren veel belangrijke publiciteit op. Van Verschuer hamert op het belang van promotie en de voortdurende herhaling daarvan.

Kortom, de Heerlijkheid loopt als een trein, maar dat is geen reden om achterover te leunen. Mariënwaerdt wil zich ontwikkelen als een beleefpark voor duurzame landbouw en voedselproductie.

Vragen en discussie

Kees Vriesman: 'Mariënwaerdt is een landgoed in beweging, conform het motto van dat andere beroemde Nederlandse landgoed, Twickel: Mutandis non mutor; door te veranderen blijf je jezelf. Oftewel: Always change a winning team.'

De voorzitter van Nationaal Landschap Zuid-Kennemerland merkt op dat er wel een verschil is met de context van de Nationale Landschappen. 'U hoeft geen maatschappelijk draagvlak te creëren.'

Er wordt gevraagd naar het effect op de regionale economie. Van Verschuer geeft aan dat het landgoed een belangrijke werkgever is, er werken meer dan honderd mensen. Ook wordt samengewerkt met lokale ondernemers. Toch blijft er ook een drempel en wordt het landgoed in de omgeving ook wel als concurrent gezien.

Petrus Postma van bureau Investeren In Ruimte vraagt zich af of er geen gevaar is voor overkill als meer terreinbeheerders het voorbeeld van Mariënwaerdt zouden volgen. Van Verschuer is daar niet bang voor, zolang je maar blijft doen wat het beste bij je past.

Er is op dit moment nog geen samenwerking met de Nationale Landschappen, maar dat zouden ze vanuit Mariënwaerdt wel willen.

De Duitse methode



Voor wat buitenlandse inspiratie neemt Anja Szczesinski van het WWF Duitsland de aanwezigen mee voor een kijkje over de oostgrens. Duitsland kent 14 Nationale Parken, 16 zogeheten Biosfeer Reservaten – waar mens en natuur evenwichtig samenleven – en 103 Naturparken – cultuurlandschappen. In 2004 bleek uit een analyse van de uitstraling dat er een zeer chaotisch beeld heerste van de regelgeving en activiteiten met betrekking tot natuur en landschap en dat er behoefte was aan meer informatie. Daarom werd besloten tot de ontwikkeling van één sterk merk voor natuur en landschap.

Het idee was om door een gemeenschappelijke presentatie en landelijke communicatie de natuurbescherming in Duitsland te versterken, kennis van en aandacht voor natuur en landschap te vergroten en meer bezoekers te trekken. In een proces met alle betrokken partijen, onder de regie van de overkoepelende organisatie Europarc Duitsland werd uiteindelijk gekozen voor de merknaam Nationale Naturlandschappen. Ook werd een gezamenlijke huisstijl ontwikkeld met een sterk beeldmerk, bestaande uit een golf en een punt, voor elk park in haar eigen kleurstelling. Hierbij bestaat ook de mogelijkheid van co-branding voor bedrijven die partner willen worden van het Nationale Park.

Het merk is inmiddels succesvol geïmplementeerd en heeft geleid tot een sterke professionalisering van de communicatie. De Nationale Naturlandschappen doen ook aan merchandising, zo zijn er stropdassen, sjaaltjes en speldjes met de herkenbare 'punt' van de Naturlandschappen.

Vragen en discussie

De voorzitter van Nationaal Park Lauwersmeer verwijst naar de Engelse National Trust, een ander voorbeeld van succesvolle buitenlandse samenwerking. Maar waarom die ingewikkelde naam? Anja Szczesinski legt uit dat er een nieuwe naam moest komen die niet leek op een van de drie bestaande namen.

Jan Rutten, verantwoordelijk voor de marketing van Servicenet Nationale Landschappen, vraagt zich af of informatie op de gezamenlijke website zich alleen richt op professionals of ook op het brede publiek. De website biedt informatie voor beide partijen, inclusief links naar de websites van de afzonderlijke parken.

Wim Huijgen van Nationaal Landschap Arkenheem Eemland wil weten hoe het financieel is geregeld. Het project is gefinancierd door de nationale regering, de deelstaten en de Deutsche Bundesstiftung Umwelt.

Naast samenwerking op het gebied van communicatie zijn er ook samenwerkingsprogramma's voor zakelijke partners, vrijwilligers en de junior rangers.

Naar een gezamenlijk actieplan

De deelnemers gaan uiteen voor de werksessies. Er is gevraagd om aanbevelingen, gewenste eindresultaten en eerste stappen voor samenwerking op het gebied van marketing, financiering en organisatie op sheets te zetten. De uitkomsten van de werksessies worden kort besproken.



Marketingopgave

Aanbevelingen:

- Eenduidige profilering/herkenbaarheid – sterk merk
- Minder categorieën – misschien moeten we zelfs fuseren
- De klant centraal – beleving
- Professionalisering
- Een sterk product

Eerste stap:

- Samenwerken – fusie Samenwerkingsverband Nationale Parken en Servicenet Nationale Landschappen
- Uitbrengen gezamenlijk bidboek

Resultaat:

- Een gezamenlijke aanpak met behoud van eigen identiteit
- Betrokkenheid en trots
- Sterke economische dragers – meer bestedingen

Financiële opgave

Aanbevelingen:

- Krachten bundelen – geen concurrentie
- Eén merk, één loket, één fonds - Nationaal fonds voedt regionale fondsen
- Nationale spelers betrekken (zorgverzekeraars, Postcodeloterij)
- Combinatie geef- leengeld
- Koppeling zorg, energie, wonen, toerisme/recreatie
- Arrangementen ontwikkelen

Eerste stap:

- Uitwisselen informatie over verdienmodellen
- Een aantrekkelijk gezamenlijk aanbod voor private partijen
- Eén Servicenetwerk NP en NL

Resultaat:

- Een gezamenlijk fonds
- Een praktijkvoorbeeld met een structurele bijdrage van een private partij
- Financiële onafhankelijkheid

Organisatieopgave

Aanbevelingen:

- Op basis van vrijwilligheid
- Regionaal op orde
- Locomotief en brandstof nodig – een opgave voor de provincies
- Verenig het beste van twee werelden
- Zorg voor landelijke exposure – fondsenwerving
- Gezamenlijke belangenbehartiging

Eerste stap:

- Zoek elkaar op/verken beide werelden

Resultaat:

- Een slagvaardige faciliterende netwerkorganisatie
- NP en NL vormen één sterk merk

Samenvattend

Alle groepen vinden het belangrijk om samen te werken en naar buiten te treden als één sterk merk, maar wel met behoud van de eigen identiteit van de afzonderlijke Parken en Landschappen. Organisatorisch zou dit gestalte kunnen krijgen in een fusie of in elk geval een gezamenlijke faciliterende netwerkorganisatie. Samen sta je sterker om publieke en private partijen te verleiden om te investeren in landschap en natuur.

Er moet in ieder geval een nationaal fonds komen met geef- en leengeld, waaruit fondsen terugstromen naar de afzonderlijke Parken en Landschappen. En hoewel sommige aanwezigen hun twijfels hebben over de noodzaak van één nationaal fonds, blijkt daaruit dat de aanwezigen reeds op de koers zitten die is uitgezet door Servicenet Nationale Landschappen in samenwerking met Samenwerkingsverband Nationale Parken. De volgende stap is het opstellen van een vervolgplan. Wie mee wil doen, kan zich opgeven.

Samen de toekomst in

Tot slot herinnert Bart Krol, voorzitter van Servicenet Nationale Landschappen, de aanwezigen nog even aan de metafoor die hij gebruikte tijdens de startbijeenkomst van Servicenet, op 5 september 2011. Hij vergeleek de Nationale Landschappen toen met een klein meisje dat met een parapluutje in de regen stond.

Inmiddels is het opgehouden met regenen en is het meisje aan de hand genomen. De Nationale Parken en -Landschappen moeten zich niet afhankelijk stellen van een onbetrouwbare overheid, maar het heft in eigen hand nemen. Ze moeten gebruik maken van de kracht van de samenwerking van mensen die iets voelen bij een gebied. Ook Bart Krol pleit ervoor om zo snel mogelijk een Servicenet Nationale Landschappen en Parken op te richten.

Een aanwezige wil weten hoe de Nationale Parken ontvangen zullen worden in Servicenet. Uiteraard met open armen, maar men moet in gedachten houden dat het gaat om de kwaliteit van een gebied en niet om wie het beheert. Voor de burger is dat niet belangrijk. We kunnen elkaar versterken.



Dan is het tijd voor de ondertekening van de intentieverklaring door Joke Kersten (namens Samenwerkingsverband Nationale Parken), Bart Krol (namens Servicenet Nationale Landschappen) en Walter Kooy (namens Nationaal Groenfonds).

Met hun handtekening onderschrijven zij de gezamenlijke aanpak.



