

Communiceren over de voordelen van natuurontwikkeling

Handvaten voor de initiatiefnemer

Lieven De Smet

INBO.R.2014.1353923
D/2014/3241/031

Voorwoord

Natuurontwikkeling creëert voordelen voor de mens. Deze voordelen zijn de ecosysteemdiensten, zoals voedselproductie, houtproductie, waterzuivering, klimaatregulatie en recreatie, die de natuur aan de mens levert. Hoewel de projectcommunicatie een belangrijke rol heeft in het verzekeren van het maatschappelijk draagvlak voor een natuurontwikkelingsproject speelt deze de voordelen van natuurontwikkeling nog te weinig uit. Het is natuurlijk zo dat je de houding van de stakeholders ten aanzien van een project via communicatie enkel kunt proberen beïnvloeden. Succes is niet gegarandeerd. Desondanks heeft de initiatiefnemer van een project wel zelf in handen welke acties hij onderneemt om draagvlak te creëren en of hij hierbij verwijst naar de voordelen die zijn project oplevert.

We zijn van oordeel dat de initiatiefnemers van natuurontwikkelingsprojecten vaker en doelgerichter kunnen communiceren over de voordelen van hun projecten en dat dit kan bijdragen tot het vlotter – met minder weerstand – realiseren van hun projecten. Het doel van dit rapport is om de initiatiefnemers de nodige houvast aan te reiken voor wanneer ze zouden willen communiceren over de voordelen van hun projecten. Dit rapport is een eerste bundeling van ideeën en inzichten die nog verder afgetoetst, uitgebreid en verdiept moeten worden.

We hopen dat dit rapport de initiatiefnemers van natuurontwikkelingsprojecten kan inspireren om in hun communicatie met de burger aan de slag te gaan met de voordelen van hun projecten. Daarnaast wensen we dat binnen de natuursector een proces in gang wordt gezet waarbij projectleiders, communicatiespecialisten, economen, ecologen en sociale wetenschappers hun kennis, ervaring en ideeën samenbrengen om de actuele ideeën en inzichten over het communiceren over de voordelen van natuurontwikkeling verder te ontwikkelen.

Hoewel niet het onderwerp van dit rapport, wijzen we er op dat er nog andere goede redenen zijn om met de voordelen van natuur en natuurontwikkeling aan de slag te gaan in een project: vergroten van de politieke steun voor natuur(ontwikkeling), verbeteren van de besluitvorming en planning, bouwen van allianties voor natuur(ontwikkeling) en aanboren van alternatieve financieringsbronnen (TEEB, 2010). De investering die het vergt van een organisatie en haar medewerkers om doelgerichter te communiceren over de voordelen van hun projecten loont deels ook voor deze andere doeleinden.

Dankwoord

Een woord van dank gaat uit naar Dirk Bogaert, Evelien De Munter, Evy Dewulf, Dries Gorissen, Elvira Jacques en Hannah Van Nieuwenhuysse (ANB), Karolien Bracke, Thomas Lemmens, Raf Nilis en Leen van den Bergh (VLM), Joris Gansemans en Stefan Versweyfeld (Natuurpunt vzw) en Johan Van Den Bosch (Regionaal Landschap Kempen en Maasland) voor hun zeer gewaardeerde medewerking bij het in kaart brengen van de huidige praktijk met betrekking tot het communiceren over de voordelen van natuurontwikkeling. Daarnaast ook een welgemeende dank je wel aan Wouter Van Reeth en Niko Boone (INBO) voor hun commentaren en suggesties op de eerste versie van dit manuscript.

Hoofdpijnen

Vlaanderen moet de komende jaren een versnelling hoger schakelen inzake natuurontwikkeling en -herstel.

Ondanks een groot algemeen draagvlak voor natuur stuiten natuurontwikkelingsprojecten lokaal geregeld op weerstand.

Natuur heeft niet voor iedereen dezelfde betekenis. Een gebrek aan aandacht voor verschillen in natuurbeelden kan bijdragen tot het ontstaan van draagvlakproblemen en zelfs protest.

De praktijk leert dat een gebrek aan participatie door burgers bij natuurontwikkeling een belangrijke oorzaak kan zijn van draagvlakproblemen en protest.

Hoewel de communicatie over de voordelen van natuur en natuurontwikkeling voor de mens nog geen algemeen gebruik is, wordt het belang hiervan door de natuursector steeds meer erkend. De boodschap die ze meer of beter zouden moeten communiceren, is 'natuurontwikkeling levert u een waaier aan voordelen op'.

Het ontbreken van een communicatiestrategie en -plan voor veel natuurontwikkelingsprojecten is waarschijnlijk een belangrijke reden waarom de voordelen van een project vaak onderbelicht blijven. Zonder een communicatiestrategie en -plan is de kans reëel dat de projectcommunicatie meer ad hoc en reactief zal zijn.

In de communicatie over natuurontwikkeling wordt het vaakst verwezen naar de voordelen op het vlak van 'recreatie en beleving'. Een ander voordeel dat frequent wordt vernoemd is 'veiligheid'. Het aantal ecosysteemdiensten waarover wordt gecommuniceerd blijft meestal beperkt.

Doordat de voordelen van natuurontwikkeling voor de mens meestal niet de focus vormen van de communicatie over natuurontwikkeling worden deze voordelen geregeld in relatief bedekte termen uitgedrukt.

De voordelen hoeven alvast niet vertaald te worden in euro's of kwantitatieve scores. De communicatie over de voordelen moet de mensen aanspreken, niet afstoten. Het mag geen opbod van kennis worden.

Er is veelal een gebrek aan tijd, kennis en middelen bij de initiatiefnemers om over de voordelen van hun projecten te communiceren.

De reacties van burgers tegenover natuurontwikkelingsprojecten kunnen vooraf ingeschat worden door zowel de binding van deze burgers met de natuur of het projectgebied te analyseren als de mate waarin deze burgers zich kunnen vinden in de doelen en maatregelen van een project.

Met de Natuurwaardeverkenner is er een instrument beschikbaar waarmee voor de veranderingen in een aantal ecosysteemdiensten relatief snel en eenvoudig een economische waardering kan worden uitgevoerd.

Omwille van het lokale karakter van natuurontwikkelingsprojecten kan het belang van lokale kennis, lekenkennis en participatie bij het bepalen van de voordelen van natuurontwikkeling voor de burgers nauwelijks overschat worden.

De communicatie met de burgers moet gaan over de componenten van menselijk welzijn, zoals 'gezondheid' en 'veiligheid', waarop de beschouwde ecosysteemdiensten een invloed uitoefenen.

Er is nood aan een groter communicatieverhaal over de voordelen van natuur en natuurontwikkeling waar individuele projecten bij kunnen aansluiten.

Het rapport is een eerste bundeling van ideeën en inzichten over het communiceren over de voordelen van natuurontwikkeling. Die ideeën en inzichten zijn geen eindpunt, maar kunnen gaandeweg nog verder afgetoetst, uitgebreid en verdiept worden door de mensen uit de natuurontwikkelingssector.

Inhoudstafel

Voorwoord	4
Dankwoord	4
Hoofdlijnen	5
Lijst van figuren	8
1 Inleiding	9
1.1 Probleemstelling.....	9
1.1.1 Natuurontwikkeling: werk aan de winkel	9
1.1.2 Draagvlak voor natuur en weerstand tegen natuurontwikkeling	9
1.1.3 Beter communiceren over de voordelen voor een groter draagvlak voor natuurontwikkeling	10
1.2 Doelstelling.....	11
1.3 Aanpak	12
2 Aandachtspunten bij het communiceren over natuur	13
2.1 Welk natuurbeeld heeft het doelpubliek?	13
2.2 Vermijd polarisatie: zoek overeenkomsten met het doelpubliek	14
2.3 Taalgebruik.....	15
2.4 Instrumentele en interactieve communicatie	15
2.5 Breng een positieve boodschap	16
3 Communicatie over de voordelen van natuurontwikkeling vandaag	17
3.1 Wordt er gecommuniceerd over de voordelen?	17
3.2 Waarom wordt er (niet) gecommuniceerd over de voordelen?	18
3.3 Over welke voordelen wordt er gecommuniceerd?	19
3.4 Hoe worden de voordelen benoemd en uitgedrukt?	19
3.5 Wanneer wordt er gecommuniceerd over de voordelen?	20
3.6 Welke voorbereiding vergt het communiceren over de voordelen?	21
4 Handvaten en aanbevelingen	23
4.1 Analyseren van de reacties van burgers	24
4.2 Bepalen van de voordelen	26
4.2.1 Niet over alle ecosystemen is er evenveel kennis en informatie beschikbaar ...	26
4.2.2 De Natuurwaardeverkenner: een handig instrument voor het bepalen van de voordelen van een project	27
4.2.3 Sociale waardering	29
4.3 Evalueren van de betekenis van de voordelen van een project	30
4.4 Communiceren over de voordelen.....	30
4.4.1 Welke voordelen communiceren?.....	31
4.4.2 Uitdrukken van de voordelen	32
4.4.3 Taalgebruik.....	32
4.4.4 Breng een positieve boodschap	34
4.4.5 Wanneer communiceren?	34
4.4.6 Laat anderen de boodschap brengen.....	35
4.5 Conclusies en aanbevelingen.....	35
Referenties	38

Lijst van figuren

Figuur 1 Scope van de handvaten uit dit rapport schematisch weergegeven met behulp van een eenvoudige voorstelling van het klassieke communicatiemodel	12
Figuur 2 Levering van ecosystemendiensten door het landschap (Bron: Van Reeth et al., 2014 op basis van PBL, 2010)	24
Figuur 3 De draagvlakmatrix: analysekader om de potentiële reacties van burgers op een project te verklaren en te voorspellen (Bron: Buijs, 2009b)	25
Figuur 4 De waarderingspiramide (Bron: op basis van Kettunen et al., 2009)	27
Figuur 5 Het belang van ecosystemendiensten voor menselijk welzijn en economische welvaart (Bron: Van Reeth et al., 2014)	34

1 Inleiding

1.1 Probleemstelling

1.1.1 Natuurontwikkeling: werk aan de winkel

Vlaanderen moet de komende jaren een versnelling hoger schakelen inzake natuurontwikkeling. Om de Europees beschermde habitats en soorten die in Vlaanderen voorkomen tegen 2050 in een gunstige regionale staat van instandhouding te brengen, zoals verplicht door de Europese Habitat- en Vogelrichtlijn, is er immers nog een hele weg af te leggen. Het Vlaamse Natura 2000-programma geeft aan hoe Vlaanderen dit wil bereiken en stelt hiertoe tussentijdse doelstellingen voor 2020 voorop. In lijn met de Europese Biodiversiteitsstrategie moet een derde van de hier voorkomende Europees beschermde habitats in 2020 in een gunstige staat verkeren of verbetering vertonen. Daarnaast is het ook de ambitie om in 2020 op 70% van de oppervlakte die nodig is voor het bereiken van de gunstige regionale staat van instandhouding een gepast beheer te voeren. (Implementatienota IHD, 2013)

Om de vooropgestelde doelen voor 2020 te behalen, wordt er meer dan ooit geïnvesteerd om gedegradeerd habitat via herstelbeheer opnieuw in goede staat te brengen. Dit volstaat evenwel niet. Ook natuurontwikkeling, het creëren van extra habitat door de omvorming van bestaande natuur en de uitbreiding van natuur op percelen zonder hoge actuele natuurwaarde, is onontbeerlijk. Uit een raming van het benodigde budget voor eenmalige natuurontwikkelingsmaatregelen blijkt dat, mits focus op de Europese instandhoudingsdoelen, de huidige budgetten voor inrichting met 60% verhoogd moeten worden. (Budget IHD, 2013; Implementatienota IHD, 2013)

1.1.2 Draagvlak voor natuur en weerstand tegen natuurontwikkeling

Bogaert (2004) concludeert op basis van Vlaams opinieonderzoek (Mens en Ruimte, 1999; Hegeman, 2002) dat het overgrote deel van de bevolking natuur belangrijk tot zeer belangrijk vindt. Hoewel mensen verschillende natuurbeelden hanteren, bestaat er volgens Bogaert (2004) duidelijk draagvlak voor natuur en de gestelde natuurbeleidsdoelen. Dit vertaalt zich onder meer in een grote steun voor de aanleg van nieuwe natuur.

Uit onderzoek naar de maatschappelijke waardering van groen en landschap (Mens en Ruimte, 1999) blijkt eveneens dat de Vlaming vindt dat er in Vlaanderen te weinig aandacht wordt besteed aan natuur. Een derde van de bevolking zou bereid zijn deel te nemen aan een optocht voor het behoud van de natuurgebieden in Vlaanderen (SCV-bevraging van de Studiedienst van de Vlaamse Regering, 1995, 2000, 2005, 2010 en 2013).¹ Desondanks verklaarde slechts een minderheid (13%) zich bereid om meer belastingen te betalen voor de verbetering en het onderhoud van natuur en groen (Mens en Ruimte, 1999).

Natuurontwikkeling omvat steeds een of meerdere eenmalige maatregelen die ingrijpen op het abiotisch (afgraven van bodem, herstellen van reliëf, aanpassen van waterlopen, wijzigen van waterpeilen, ...) of het biotisch milieu (eenmalige kappingen, verwijderen van exoten, introductie van soorten, ...) (Van Uytvank en De Blust, 2012). Ondanks een groot algemeen draagvlak voor natuur stuiten natuurontwikkelingsprojecten lokaal geregeld op weerstand (Bogaert, 2004; Buijs, 2009a en 2009b; De Somviele en De Vreese, 2009). Natuurontwikkeling vindt immers niet plaats in een maatschappelijk vacuüm. Het grijpt in op (claims vanwege) andere sociaaleconomische activiteiten en belangen en het houdt mensen bezig die zich verbonden voelen met hun omgeving.

¹ De bereidheid om deel te nemen aan een optocht voor het behoud van natuurgebieden in Vlaanderen kende volgende evolutie: 1995: 35,1%; 2000: 39,9%; 2005: 35,4%; 2010: 32,1%; 2013: 31,6%.

De uitbreiding van natuur is dan ook een potentiële bron van conflict. Dit geldt zeker voor een kleine, dichtbevolkte en economisch welvarende regio als Vlaanderen met een sterke concentratie van verschillende functies (ondernemen, landbouw, wonen, recreatie, natuur, ...) op een beperkte, erg versnipperde ruimte. In de mate dat de claims vanuit verschillende functies niet verenigbaar zijn met natuurontwikkeling stijgen de opportuniteitskosten van – en dus ook de weerstand tegen – natuurontwikkeling. Natuurontwikkeling heeft een offensief karakter waardoor het bedreigend overkomt voor andere activiteiten (Bogaert, 2004).

Ook de omvorming van bestaande natuur kan voor weerstand zorgen. Het risico bestaat dat natuurontwikkeling door omvorming niet overeenstemt met de beelden die (sommige) omwonenden en gebruikers hebben van natuur en dat natuurontwikkeling daardoor zelfs gepercipieerd wordt als natuurvernietiging (Bogaert, 2004). Een dergelijke situatie heeft zich onder andere voorgedaan tijdens het Natuurinrichtingsproject Averbode Bos en Heide. Ontbossing voor heideherstel heeft hier geleid tot protest van buurtbewoners, met vertraging van de werkzaamheden en negatieve publiciteit tot gevolg.

Het beeld dat de uitbreiding van natuur en de omvorming van bestaande natuur de belastingbetaler bovendien handenvol geld kost, kan een extra uitdaging vormen. Dit beeld ontstaat niet zomaar. Ter illustratie hebben we met behulp van Mediargus, een digitaal archief met onder meer de integrale teksten van de artikels verschenen in de Vlaamse dagbladen, de krantenartikels gescreend over de natuurontwikkelingsprojecten in het Zwin en in de Vallei van de Zwarte Beek. Hieruit blijkt dat de kosten van deze projecten expliciet en uitvoering worden vermeld terwijl over de voordelen eigenlijk niets wordt gezegd.² Een dergelijke eenzijdige berichtgeving komt het draagvlak voor natuurontwikkeling waarschijnlijk niet ten goede.

Om het draagvlak voor het bereiken van de Natura2000-doelen te vergroten, wordt het maatschappelijk middenveld nauw betrokken bij de beleidsvoorbereiding. Dit is onder meer het geval bij het bepalen waar welke Europees beschermde habitats zullen worden gerealiseerd. Deze participatieve aanpak heeft evenwel een impact op de kostprijs van de realisatie van het Vlaamse Natura 2000 Programma. Omwille van de sociaaleconomische randvoorwaarden die de stakeholders in het proces hebben ingebracht, zal waarschijnlijk vaker vanuit ecologisch minder optimale uitgangssituaties vertrokken moeten worden. Dit betekent dat de natuurontwikkeling op het terrein mogelijk ingrijpender zal zijn en grotere budgetten zal vergen. Kortom, ondanks inspanningen om een groter middenveld draagvlak te realiseren, blijft het geboden om het lokaal draagvlak voor natuurontwikkeling niet uit het oog te verliezen. (Implementatienota IHD, 2013)

De kans is reëel dat een gebrekkig lokaal draagvlak voor natuurontwikkeling niet alleen de uitvoering van het Vlaamse Natura 2000-programma bemoeilijkt en vertraagt, maar eveneens kansen voor de ontwikkeling van regionaal belangrijke natuur hypothekeert. Het politiek en ambtelijk draagvlak staat immers niet los van het lokaal sociaal draagvlak.

1.1.3 Beter communiceren over de voordelen voor een groter draagvlak voor natuurontwikkeling

Natuurontwikkeling wordt ten onrechte gepercipieerd als een kostenverhaal met weinig tastbare financiële, economische of maatschappelijke voordelen. De Groot et al. (2013)

²Een zoekactie in Mediargus voor de periode 1 januari 2000 tot en met 31 december 2013 leverde voor de woordencombinatie 'het Zwin' en 'Zwarte Beek' in de inleiding van de artikels in Mediargus respectievelijk 1197 en 435 resultaten op. Voor het Zwin werd in 62 artikels een kostenraming of een verwijzing naar de financiële kosten opgenomen. In andere artikels kwamen daarnaast ook de negatieve gevolgen voor de landbouw van de uitbreiding van het Zwin met de Willem-Leopoldpolder uitvoerig in beeld. Over de voordelen werd, een enkele uitzondering niet te na gesproken, niet gerept. Voor de Vallei van de Zwarte Beek zien we een vrij gelijkaardig beeld. In 5 artikels werden de kosten van onderdelen van het Natuurinrichtingsproject Zwarte Beek expliciet vermeld. Over de voordelen van natuurontwikkeling van dit project voor mens en samenleving werd ook hier niet gerept al zijn er, net als over het Zwin, vele korte berichtjes waarin er activiteiten in de natuur, zoals georganiseerde wandelingen en – specifiek voor het Zwin – het ringen van ooievaars, worden aangekondigd.

tonen aan dat natuurontwikkeling vaak een aantrekkelijke investering is op middellange tot lange termijn. Ze komen tot deze conclusie op basis van een meta-analyse van studies over de kosten en de voordelen van natuurontwikkelingsprojecten wereldwijd. Ook in Vlaanderen worden studies uitgevoerd over de voordelen van natuur(ontwikkeling). De studies 'Raming van de baten geleverd door het Vlaamse Natura 2000-netwerk' (Broekx et al., 2013a) en 'Daarom groen! Waarom u wint bij groen in uw stad of gemeente' (Aertsens et al., 2012) beschrijven en kwantificeren de voordelen die natuur(ontwikkeling) voor de mens genereert.

Communicatie over natuurontwikkeling is al langer een aandachtspunt van natuurbeheerders. De voordelen van natuurontwikkeling worden hierbij lang niet altijd belicht. Hoewel weerstand tegen een natuurontwikkelingsproject nooit kan worden uitgesloten, geldt wel dat het draagvlak voor natuurontwikkeling er op vooruitgaat wanneer burgers begrijpen dat natuurontwikkeling voordelen genereert en bijdraagt aan de lokale ontwikkeling (De Somviele en De Vreese, 2009). Communicatie (over de voordelen) is dan ook een instrument waarvan de initiatiefnemers van natuurontwikkelingsprojecten zich vaker kunnen bedienen om hun projecten met minder weerstand te realiseren.

1.2 Doelstelling

Dit rapport handelt specifiek over het communiceren over de voordelen van natuurontwikkelingsprojecten door de initiatiefnemers, zoals het Agentschap voor Natuur en Bos (ANB), de Vlaamse Landmaatschappij (VLM) en de erkende terreinbeherende verenigingen. Het klassieke communicatiemodel, waarbij een 'zender' een 'boodschap' verstuurt aan een 'ontvanger' via een bepaald 'kanaal', laat toe om het onderwerp van dit rapport verder af te bakenen, zie Figuur 1. De initiatiefnemers zijn de zenders uit het communicatiemodel. De boodschap die ze meer of beter zouden moeten communiceren, en waarvoor dit rapport handvaten aanreikt, is 'natuurontwikkeling levert u een waaier aan voordelen op'. Met die voordelen worden de ecosysteemdiensten bedoeld die de natuur aan de mens levert. We denken hierbij onder meer aan voedselproductie, waterzuivering, bescherming tegen overstromingen, klimaatregulatie en recreatie. Het communiceren over de voordelen van natuurontwikkeling is er op gericht om het draagvlak voor een project te vergroten en zo weerstand te helpen voorkomen. De ontvangers zijn de doelgroep(en) die de initiatiefnemers van natuurontwikkelingsprojecten wensen te bereiken met hun boodschap. In dit rapport worden de burgers, omwonenden en gebruikers, die rechtstreeks de gevolgen ondervinden van een project, als doelgroep beschouwd. De zender kan zijn boodschap via verschillende kanalen tot bij de ontvanger brengen. Algemeen wordt een onderscheid gemaakt tussen instrumentele communicatie, waarbij gebruik gemaakt wordt van kanalen zoals radio, televisie, kranten, brochures, brieven en infoborden, en interactieve communicatie. Bij instrumentele communicatie komt de zender niet rechtstreeks in contact met de doelgroep, bij interactieve communicatie gaan mensen, individueel of in groep, met elkaar in gesprek. In dit rapport wordt niet gefocust op een specifiek communicatiekanaal waarmee de boodschap tot bij de ontvangers wordt gebracht.

Het doel is om de initiatiefnemers van natuurontwikkelingsprojecten handvaten aan te reiken om te communiceren over de voordelen van hun projecten. Dit rapport is echter geen draaiboek voor de opmaak van een communicatiestrategie of een kant-en-klaar communicatieplan. Een degelijke communicatieplanning start bij een goed begrip van de reden(en) waarom je wenst te communiceren. Eveneens essentieel is dat je precies weet wat (welke boodschap) je aan wie (welke doelgroep) wil communiceren en hoe (via welk medium) en wanneer je dit best doet (ECNC, 2000 en VLM, 1999). De handvaten die dit rapport aanreikt, focussen voornamelijk op het vormgeven van de boodschap 'natuurontwikkeling levert u een waaier aan voordelen op', in de communicatie met burgers.



Figuur 1 Scope van de handvaten uit dit rapport schematisch weergegeven met behulp van een eenvoudige voorstelling van het klassieke communicatiemodel

1.3 Aanpak

Hoofdstuk 0 geeft een beknopt overzicht van een aantal vaak voorkomende problemen bij het communiceren over natuur. Dit overzicht is integraal gebaseerd op literatuur.

Hoofdstuk 3 schetst de huidige praktijk in verband met de communicatie over de voordelen van natuurontwikkelingsprojecten in Vlaanderen. De inhoud voor dit hoofdstuk werd verzameld tijdens semi-gestructureerde interviews met medewerkers van ANB, VLM, Natuurpunt vzw en het Regionaal Landschap Kempen en Maasland. In totaal werden er gesprekken gevoerd met 8 projectleiders en 5 communicatieverantwoordelijken. Tijdens deze gesprekken werd meestal gefocust op een natuurontwikkelingsproject waarmee de geïnterviewden zeer vertrouwd zijn.

Hoofdstuk 4 omvat een eenvoudig stappenplan om de boodschap 'natuurontwikkeling levert u een waaier aan voordelen op' vorm te geven en bouwt hiertoe verder op de inzichten uit hoofdstukken 0 en 3. De handvaten die in dit hoofdstuk worden aangereikt, dienen immers aan te sluiten bij de inzichten, kennis en ervaringen met het communiceren over natuur in het algemeen en over de voordelen van natuurontwikkeling in het bijzonder. Met betrekking tot het communiceren over de voordelen van natuurontwikkeling worden nog extra inzichten aangeboord uit de literatuur. Omdat de handvaten ook voldoende praktisch moeten zijn, wordt, waar mogelijk, verwezen naar bestaande tools, methodes en analysekaders die gebruikt kunnen worden om het stappenplan uit te voeren. Het hoofdstuk eindigt met enkele suggesties voor samenwerking, verder onderzoek en discussie.

2 Aandachtspunten bij het communiceren over natuur

Een initiatiefnemer van een natuurontwikkelingsproject is voor het welslagen van zijn project afhankelijk van derden. Communicatie is een belangrijk middel om de nodige steun en medewerking van deze derde partijen te verkrijgen en zo een project te kunnen verwezenlijken.

We hebben het communicatieproces in paragraaf 1.2 voorgesteld als een proces waarbij een 'zender' een 'boodschap' verstuurt aan een 'ontvanger' via een bepaald 'kanaal'. Deze eenvoudige voorstellingswijze verhuult echter een veel complexere realiteit. Het communicatieproces vindt immers plaats in een dynamische omgeving en wordt beïnvloed door tal van factoren waarop de zender geen of nauwelijks vat heeft. De betekenis die een ontvanger geeft aan een bepaalde boodschap is dan ook niet noodzakelijk dezelfde als deze die de zender bedoelde te communiceren.

In dit hoofdstuk worden een aantal vaak voorkomende problemen geschetst bij het communiceren over natuur. Het is belangrijk om deze problemen in het achterhoofd te houden bij de ontwikkeling van de handvaten voor het communiceren over de voordelen van natuurontwikkelingsprojecten.

Dit hoofdstuk is in belangrijke mate gebaseerd op de publicatie 'Communicating nature conservation' van het European Centre for Nature Conservation (ECNC, 2000). De stellingen die in dit hoofdstuk worden gepresenteerd zonder dat hierbij expliciet een referentie wordt vermeld, zijn afkomstig uit deze publicatie.

2.1 Welk natuurbeeld heeft het doelpubliek?

Natuur heeft niet voor iedereen dezelfde betekenis. De invulling die iemand aan het begrip 'natuur' geeft, is onder meer afhankelijk van zijn of haar woon- en werkomgeving, leeftijd, culturele achtergrond, persoonlijke interesses, kennis en opleiding, ervaringen en invloeden van familie, vrienden en kennissen (Bogaert, 2004; Tack, z.d.). De onderling samenhangende betekenissen die mensen toekennen aan de natuur noemt men natuurbeelden (Buijs, 2009a, p.25).

Op basis van Vlaams opinieonderzoek (Mens en Ruimte, 1999) concludeert Bogaert (2004) dat de mensen in Vlaanderen een breed natuurbeeld hebben. Naast onder andere zee, zon, bossen en wild beschouwt 60% van de ondervraagden grazende koeien in de weide eveneens als 'echte natuur'. Dit natuurbeeld is veel breder dan de natuurbeelden die door het beleid en de wetenschap gehanteerd worden (Bogaert, 2004). De realiteit is echter dat ook deskundigen het onderling niet altijd met elkaar eens zijn.

De veelheid aan natuurbeelden uit het natuurbeeldenonderzoek wordt door Keulaerts et al. (2000) herleid tot drie archetypen: het wilde, het arcadische en het functionele natuurbeeld.³ Eenvoudig gesteld, kunnen deze drie natuurbeelden gesitueerd worden op een schaal van afnemende natuurlijkheid en toenemende menselijke beïnvloeding. In de praktijk is het zo dat natuurontwikkelingsprojecten vandaag voornamelijk uitgaan van het beeld van de wilde natuur. Dit type natuur is veelal de favoriet van deskundigen, terwijl bij andere personen en groepen een ander natuurbeeld kan overheersen. (Bogaert, 2004; De Somviele en De Vreese, 2009)

³ Om het wilde natuurbeeld ergens te bereiken moet de invloed van de mens er tot een minimum beperkt worden. In het arcadische natuurbeeld vervult de mens daarentegen een belangrijke rol. Dit natuurbeeld draait immers vooral om het behoud van de harmonische relatie tussen mens en natuur onder de vorm van oude cultuurlandschappen. Bij het functionele natuurbeeld zijn natuur- of cultuurhistorische waarden van ondergeschikt belang. Het gebruik van de natuur, bijvoorbeeld voor de productie van hout, staat hierbij voorop.

Een gebrek aan aandacht voor verschillen in natuurbeelden kan bijdragen tot het ontstaan van draagvlakproblemen en zelfs protest (Bogaert, 2004; Buijs, 2009a). Kennis van de natuurbeelden van de burgers en groepen die bij een project betrokken zijn, kan initiatiefnemers helpen om een project beter te laten aansluiten bij de wensen van die betrokkenen. Die kennis is niet alleen dienstig bij het ontwerpen van een project, maar eveneens bij de communicatie over het project. Goede communicatie is immers afhankelijk van de kennis over de doelgroepen tot wie de communicatie gericht is. (Tack, z.d.)

De praktijk heeft geleerd dat het risico bestaat dat natuurontwikkeling, en dan vooral de omvorming van bestaande natuur zoals bijvoorbeeld ontbossing voor heide- of graslandherstel, door omwonenden en gebruikers aanzien wordt als natuurvernietiging en uitmondt in protest. Dit kan te maken hebben met het feit dat natuurontwikkeling geregeld botst met de natuurbeelden van de betrokkenen. Het is echter belangrijk te beseffen dat protest tegen natuurontwikkeling net getuigt van een groot draagvlak voor natuur. (ANB, 2012a; Bogaert, 2004; De Somviele en De Vreese, 2009)

2.2 Vermijd polarisatie: zoek overeenkomsten met het doelpubliek

Het gebeurt dat de initiatiefnemer van een natuurontwikkelingsproject zich laat leiden door een stereotiep beeld over de groep tot wie hij zich richt. Dit heeft soms tot gevolg dat beslist wordt om niet te communiceren omdat men oordeelt dat dit tijd- en energieverspilling is. Wanneer er toch gecommuniceerd moet worden, wordt in een dergelijke situatie eerder naar instrumentele communicatie gegrepen en gaat men een dialoog uit de weg.

In conflictsituaties hebben de groepen die tegenover elkaar staan dikwijls een verkeerde voorstelling van elkaar. Als men dan niet de moeite doet om te achterhalen welk natuurbeeld de andere groep er op na houdt en wat haar drijft, is het vrij onwaarschijnlijk dat communicatie succesvol zal zijn.

Zoals eerder aangehaald vinden zowel deskundigen als de gewone burger natuur en natuurbescherming belangrijk. Buijs (2009a, p. 34) stelt: "Veel conflicten over natuurbescherming gaan niet zozeer over het belang van de natuur, maar vooral over hoe de natuur beschermd moet worden." Om beter te kunnen communiceren over onder meer natuurontwikkeling, is het leerrijk om te kijken naar de verschillen in de natuurbeelden van deskundigen en burgers. Hiertoe beschouwen we de drie dimensies waaruit natuurbeelden, of de betekenis die mensen aan de natuur toekennen, zijn opgebouwd: de ethische (het waarderen van de natuur), cognitieve (het kennen van de natuur) en expressieve (het beleven van de natuur) dimensie. (Buijs, 2009a)

Deskundigen hechten veel belang aan de ethische dimensie van de natuur. Zij zijn doorgaans zeer gemotiveerd om de natuur te beschermen. Omwille van de wettelijke verplichtingen ter zake, maar vooral ook op basis van morele argumenten. Niettemin vinden veel deskundigen de cognitieve dimensie nog belangrijker. Vanuit hun doorgaans wetenschappelijke vorming maken zij in discussies over de ontwikkeling en het beheer van natuur vaak gebruik van ecologische kennis. Hoewel deskundigen ook genieten van de natuur hechten zij meer gewicht aan de ethische en cognitieve argumenten dan aan de schoonheid en de beleving van de natuur. Net als de deskundigen vinden ook burgers de ethische dimensie van de natuur belangrijk. Dit is een wezenlijk punt van overeenstemming tussen beide groepen. Burgers hechten daarnaast ook erg veel belang aan de expressieve dimensie van de natuur. Zij appreciëren vooral de schoonheid, vrijheid, ruimte, rust en verbondenheid met de natuur. Van al deze elementen zijn burgers bovenal erg gevoelig voor de verbondenheid met plaatsen die ze goed kennen of waar ze vaak komen. Anders dan bij deskundigen is de kennisdimensie van de natuur bij burgers zowel minder belangrijk als ontwikkeld. (Buijs, 2009a)

Op basis van de hierboven geschetste inzichten, lijkt het raadzaam om in communicatie over natuurontwikkeling voldoende aandacht te besteden aan de ethische en de expressieve dimensies en spaarzaam om te springen met het gebruik van kennisargumenten. De kans is echter reëel dat het gewicht dat deskundigen toekennen aan de kennisdimensie van de natuur zich weerspiegelt in hun wijze van communiceren. Bovendien hebben de initiatiefnemers van natuurontwikkeling soms ook de neiging om weerstand tegen hun projecten toe te schrijven aan een gebrek aan kennis bij de burgers (Buijs, 2009a). De realiteit is dat wanneer men de 'tegenpartij' probeert te overtuigen met een overdosis kennisargumenten dit ongeveer hetzelfde is als zeggen dat ze verkeert zijn. Dit is niet verstandig, want in hun ogen houdt hun zienswijze wel degelijk steek. Als mensen voelen dat ze niet ernstig genomen worden, bestaat de kans dat ze zich afsluiten voor de boodschap die de initiatiefnemer hen wenst te bezorgen. In een dergelijke situatie halen zelfs de beste argumenten niets uit.

2.3 Taalgebruik

Deskundigen hebben een eigen jargon ontwikkeld. Ze communiceren met elkaar over natuur in termen van biodiversiteit, habitats, ecosysteemdiensten, Rode Lijstsoorten, Speciale Beschermingszones, instandhoudingsdoelstellingen, etc. Hoewel dit jargon moeilijk te begrijpen is voor buitenstaanders biedt het gebruik hiervan absoluut een meerwaarde om de communicatie tussen deskundigen te stroomlijnen.

Voor gebruik in de media of in de dagdagelijkse contacten met bijvoorbeeld landbouwers en omwonenden is dit jargon niet of minder geschikt. Mogelijk begrijpen mensen niet of onvoldoende wat er precies wordt gezegd of geschreven. Daarnaast kan het gebruik van jargon door gewone burger worden aanzien als een bevestiging dat deskundigen het niet de moeite vinden om hen op een goede manier te informeren, omdat hun oordeel toch niet voor vol aanzien wordt.

2.4 Instrumentele en interactieve communicatie

Communicatie bij natuurontwikkelingsprojecten bestaat meestal uit een mix van instrumentele en interactieve communicatie. Instrumentele communicatie wordt ingezet wanneer een zender een concreet doel of project heeft. Hij zal communicatie inzetten als een instrument om het gedrag of de opinie van bepaalde groepen te beïnvloeden teneinde zijn doel of project te realiseren. Instrumentele communicatie is vaak eenrichtingsverkeer en biedt geen of weinig ruimte voor interactie tussen de zender en de doelgroep. Interactieve communicatie wordt ingezet wanneer de zender samen met de belanghebbenden een bepaald doel of project concreet vorm wil geven. Deze vorm van communicatie kan gezien worden als een proces van communicatie en overleg. Tijdens dit proces werken de deelnemers samen een concreet doel of project uit dat idealiter min of meer gedragen wordt door alle deelnemers. Een dergelijk participatieproces heeft als voordeel dat het de implementatie van een doel of project vergemakkelijkt. De steun voor een project groeit dan geleidelijk doorheen het participatieproces zodat die niet inderhaast gecreëerd moet worden tijdens of net voor de uitvoering van een project.

De natuursector heeft een rijke traditie in het gebruik van communicatie om zijn doelstellingen te bereiken. Bij de keuze van het type communicatie grijpt men misschien nog te vaak naar instrumentele communicatie. Dit is te verklaren doordat instrumentele communicatie eenvoudiger lijkt en, tenminste op korte termijn, minder tijd en middelen vergt. Het kan daarnaast ook comfortabeler aanvoelen om niet rechtstreeks in gesprek te hoeven gaan met de doelgroepen. Een ander argument waarom men afziet van het gebruik van instrumentele communicatie is dat het actief betrekken van andere groepen kan resulteren in het terugschroeven van de doelstellingen.

Bovendien houdt natuurontwikkeling dikwijls verband met Europese regelgeving. Voor de initiatiefnemers van natuurontwikkelingsprojecten bestaat er een reëel risico om in dit geval het belang van inspraak en participatie te onderschatten (Buijs, 2009a). Het is immers

verleidelijk om er gemakshalve vanuit te gaan dat de realisatie van Europese taakstellingen een project voldoende legitimatie biedt.

De praktijk leert dat een gebrek aan participatie door burgers bij natuurontwikkeling een belangrijke oorzaak kan zijn van draagvlakproblemen en protest. Onvrede over de gevoerde communicatie wordt doorgaans in de hand gewerkt wanneer een project ingaat tegen het heersende natuurbeeld bij een deel van de belanghebbenden. Dit geldt eveneens wanneer er een verscherpte tegenstelling bestaat tussen natuurbeheerders en burgers. (Buijs, 2009a)

Kiezen voor instrumentele communicatie als de situatie net samenwerking met de belanghebbenden vereist, kan nefast zijn voor het wederzijds begrip en vertrouwen tussen de initiatiefnemers en deze belanghebbenden. Het is bovendien zo dat wanneer eenmaal bruggen worden opgeblazen het zeer lastig, en soms ook onmogelijk blijkt om alsnog tot een productieve dialoog te komen. De keuze voor een bepaalde communicatievorm is dus niet zo vrijblijvend. Instrumentele communicatie volstaat doorgaans niet wanneer de doelen die worden nagestreefd controversieel zijn en/of de belangen, standpunten en kennis van de betrokkenen aanzienlijk verschillen.

2.5 Breng een positieve boodschap

We communiceren omdat we willen dat diegene tot wie we ons richten een bepaald gedrag zou stellen (of net niet zou stellen). Dat het niet zo goed gaat met de natuur is een boodschap waaraan we geregeld worden herinnerd. Hoewel dit meestal wel klopt, is dit geen boodschap die iedereen aanspreekt. Integendeel, sommige mensen haken spontaan af omdat ze zich afschermen voor negatief nieuws terwijl anderen dit nieuws intussen beu zijn. Slecht nieuws over de toestand van de natuur is waarschijnlijk niet het meest geschikte beeld om een natuurontwikkelingsproject aan op te hangen. In het algemeen geldt dat communicatie effectiever is in het beïnvloeden van gedrag wanneer de boodschap duidelijk maakt wat de concrete voordelen zijn van een project voor de ontvanger (ANB, 2012a).

Een positieve boodschap brengen, is echter geen wondermiddel. Ook al ziet een project er op papier nog zo goed uit, mensen staan doorgaans niet te springen om verandering. De natuursector moet bovendien beseffen dat de boodschap die het communiceert niet zomaar onvervormd tot bij de ontvangers raakt. Hoe deze ontvangers de initiatiefnemers van een project en de natuursector percipiëren, is hierbij niet onbelangrijk. Het beeld van de sector was in het verleden bijvoorbeeld niet altijd even positief. Denk maar aan de vermeende ontoegankelijkheid van natuurgebieden en de beperkingen voor jacht, recreatiefmedegebruik, landbouw en andere economische bedrijvigheid.

3 Communicatie over de voordelen van natuurontwikkeling vandaag

Hoewel de communicatie over de voordelen van natuur en natuurontwikkeling voor de mens nog geen algemeen gebruik is, wordt het belang hiervan door de natuursector steeds meer erkend. In dit hoofdstuk wordt de huidige praktijk geschetst en houden we deze, onder meer gevoed door de opinie van de geïnterviewde projectleiders en communicatieverantwoordelijken, ook deels tegen het licht.

De eerste vraag waarop dit hoofdstuk ingaat, is of er vandaag in het kader van concrete natuurontwikkelingsprojecten gecommuniceerd wordt over de voordelen van die projecten voor de burger. Vervolgens beschouwen we de redenen waarom er al dan niet gecommuniceerd wordt over de voordelen van een project. Daarna gaan we na over welke voordelen men daadwerkelijk communiceert en hoe die voordelen worden benoemd en uitgedrukt. Verder staan we ook nog stil bij de vraag wanneer er over de voordelen wordt gecommuniceerd in de loop van een project. Tot slot, gaan we eveneens in op de voorbereidingen die men treft alvorens te communiceren over de voordelen.

3.1 Wordt er gecommuniceerd over de voordelen?

De initiatiefnemers van natuurontwikkelingsprojecten in Vlaanderen communiceren niet altijd over de voordelen van hun projecten. Wanneer dit wel het geval is, gebeurt het bovendien niet altijd even bewust en bijgevolg ook niet steeds even consequent doorheen de loop van een project. De initiatiefnemers besteden in hun communicatie doorgaans veel aandacht aan het waarom een natuurontwikkelingsproject wordt uitgevoerd. De invulling die initiatiefnemers aan deze motivatie geven, varieert echter gevoelig. Sommigen motiveren een project vanuit een beleidsmatige taakstelling (bv. een Europese verplichting) of een ecologische doelstelling en waarde (bv. bepaalde soorten waarvan men verwacht dat ze het beter zullen doen of bepaalde habitattypes die gecreëerd zullen worden), terwijl anderen net de voordelen voor burgers, omwonenden en gebruikers, schetsen. Het is enkel deze laatste motivering die aansluit bij hoe de voordelen van natuurontwikkeling in dit rapport worden opgevat. De reflex van initiatiefnemers om burgers uit te leggen waarom ze iets doen, betekent niet noodzakelijk dat de voordelen die een project heeft voor de mens ook daadwerkelijk worden belicht. Ondanks een groeiend besef bij projectleiders en communicatieverantwoordelijken van natuurontwikkelingsprojecten dat burgers doorgaans minder belang hechten aan de kennisdimensie van de natuur dan zichzelf, wordt in de communicatie met burgers nog vaak gebruik gemaakt van kenniselementen (Buijs, 2009a).

Tijdens de interviews gaven de projectleiders en communicatieverantwoordelijken aan dat er vandaag nog te weinig over de voordelen gecommuniceerd wordt en dat ze dit in de toekomst graag vaker zouden willen doen. Er is met andere woorden een zeker bewustzijn dat het communiceren over de voordelen van natuurontwikkeling voor de mens zinvol is. Dit bewustzijn is niet alleen aanwezig bij de individuele medewerkers van ANB, VLM en Natuurpunt vzw, maar bestaat bij ANB bijvoorbeeld ook op het niveau van de organisatie. In functie van het versterken van het draagvlak voor natuur bij het brede publiek, voorziet ANB in haar ondernemingsplan voor 2014 (ANB, 2013) een communicatie-initiatief te ontwikkelen dat erop gericht zal zijn om het bewustzijn bij de mensen voor de waarde van ecosysteemdiensten die de natuur levert, te verhogen. Met het project 'Groen in de Stad' en de bijhorende publicatie 'Investeer in groen, winst verzekerd' communiceert ANB nu reeds generiek over de voordelen van natuur, zij het dan wel over de voordelen van natuur in een bebouwde omgeving (ANB, 2012b).

Een andere vaststelling is dat de motivatie die door initiatiefnemers wordt gegeven voor een project vaak vertrekt vanuit een probleem. In het geval van de uitbreiding van het Zwin met de Willem-Leopoldpolder wordt in de communicatie met burgers bijvoorbeeld de verzanding van het Zwin of de zoektocht naar natuurcompensaties voor het uitdiepen van de Schelde

aangegrepen als redenen voor het uitvoeren van dit project. Zoals aangegeven in paragraaf 2.5 is het vanuit communicatieoogpunt niet ideaal om een natuurontwikkelingsproject te benaderen vanuit een probleemsituatie. Dit spreekt mensen doorgaans niet of minder aan. De kans is bovendien reëel dat een dergelijke aanpak mensen juist afstoot.

3.2 Waarom wordt er (niet) gecommuniceerd over de voordelen?

Over de reden waarom er gecommuniceerd wordt over de voordelen bestaat er behoorlijk wat eensgezindheid. Tijdens de gesprekken met projectleiders en communicatieverantwoordelijken werd aangegeven dat de initiatiefnemer van een project duidelijk moet uitleggen wat er staat te gebeuren en waarom. Vooral de motivatie waarom een project wordt uitgevoerd is belangrijk om bij burgers draagvlak te creëren voor een project. De invulling die hier doorgaans aan wordt gegeven, dient, zoals aangehaald in paragraaf 3.1, wel nog explicieter te zijn over hoe mensen, en in eerste instantie omwonenden en gebruikers, voordeel halen uit het project.

Er wordt echter niet altijd gecommuniceerd over de voordelen van een natuurontwikkelingsproject. Hoewel dit doorgaans geen bewuste keuze is, zijn er wel redenen waarom initiatiefnemers soms terughoudend zijn. Zo is bijvoorbeeld nog niet iedereen overtuigd van de meerwaarde. Daarnaast zou het communiceren over de voordelen van een project het proces kunnen vertragen doordat dit bijvoorbeeld extra studiewerk vergt. Dit studiewerk kost bovendien ook nog eens geld. Deze argumenten worden zeker niet door iedereen gedeeld. Zo zijn er initiatiefnemers die stellen dat de snelste weg naar een succesvol project niet noodzakelijk de kortste is. Je moet soms extra stappen zetten om je project te laten rijpen, de juiste partners te vinden en om draagvlak te creëren. Dat kan onderweg meer tijd en energie vergen, maar aan het eind van de rit blijkt deze investering vaak de moeite waard. Een ander argument waarom het volgens sommigen niet (altijd) aangewezen is om over de voordelen van een project te communiceren, is dat de communicatie van de overheid, die via VLM en ANB tal van natuurontwikkelingsprojecten uitvoert, zakelijk en neutraal moet zijn.

Wanneer er niet gecommuniceerd wordt over de voordelen van een project is dit zeker niet steeds het gevolg van een negatieve keuze. Het ontbreken van een communicatiestrategie en -plan voor de meeste natuurontwikkelingsprojecten is waarschijnlijk een belangrijke reden waarom de voordelen van een project vaak onderbelicht blijven. Zonder een communicatiestrategie en -plan is de kans reëel dat de projectcommunicatie meer ad hoc en reactief zal zijn. Ook zal in dat geval veelal teruggesproken worden naar de traditionele communicatierecepten waarmee de projectleider of communicatieverantwoordelijke vertrouwd is. In de praktijk betekent dit dat de kans dan kleiner is dat er proactief over de voordelen gecommuniceerd zal worden.

Vooral de grotere natuurontwikkelingsprojecten, zoals het Nationaal Park Hoge Kempen, Bosland en het Sigmaplan, beschikken over een communicatiestrategie en/of -plan. Ook voor het Vlaamse Natura 2000 Programma zal er een communicatiestrategie en -plan ontwikkeld worden (ANB, 2013). Dit betekent echter niet dat er in deze strategieën en plannen sprake is van het communiceren over de voordelen. Het Communicatieplan natuurinrichting van de VLM bevat bijvoorbeeld geen verwijzing naar de mogelijkheid om te communiceren over de voordelen van natuurontwikkeling (VLM, 1999). Voor het overgrote deel van de natuurontwikkelingsprojecten, zowel deze op initiatief van de overheid als van de terreinbeherende verenigingen, bestaat er geen communicatiestrategie en/of -plan. In het beste geval beschikt een project over een overzicht met de geplande communicatieacties op hoofdlijnen.

Tot slot, dient nog aangegeven te worden dat het communiceren over de voordelen die natuurontwikkeling voor de mensen kan creëren, verwachtingen schept. Het is echter zo dat de plannen van een natuurontwikkelingsproject nog gerealiseerd moeten worden op het

terrein. De realisatie van het vooropgestelde eindbeeld kan niet alleen lang duren, maar is bovendien nooit helemaal zeker. Verschillende gesprekspartners geven aan dat het belangrijk is dat de natuursector haar beloftes waar maakt. Zo niet, dan is dit niet alleen contraproductief voor het geloof in en de steun voor het desbetreffende project, maar bij uitbreiding de ganse natuursector.

3.3 Over welke voordelen wordt er gecommuniceerd?

In de communicatie over natuurontwikkeling wordt het vaakst verwezen naar de voordelen op het vlak van 'recreatie en beleving'. Een ander voordeel dat frequent wordt vernoemd is 'veiligheid' en dan vooral in de betekenis van 'bescherming tegen overstromingen'. Soms wordt ook gewezen op de voordelen van natuurontwikkeling op het vlak van 'houtproductie' en de 'regulatie van het globaal klimaat' door de opslag van koolstof in de bodem en in biomassa. Over andere ecosysteemdiensten wordt in de courante communicatie met burgers niet of nauwelijks gesproken. Het aantal ecosysteemdiensten waarover wordt gecommuniceerd is met andere woorden beperkt. Doorgaans worden er per project slechts enkele voordelen belicht.

Eerder uitzonderlijk wordt er in het kader van een natuurontwikkelingsproject toch meer uitgebreid gecommuniceerd over de voordelen. Dit gebeurt dan vooral in de grotere projecten. De publicatie 'Getijdennatuur: onschatbare natuur' (Pantarein et al., 2012) is hiervan een voorbeeld. In deze brochure worden naast 'recreatie en beleving' en 'bescherming tegen overstromingen' ook andere voordelen van het Sigmaplan belicht zoals 'voedselvoorziening', 'waterzuivering' en 'bescherming tegen erosie'. Hoewel de boodschap in een relatief begrijpbare taal wordt gebracht, is het onzeker of de boodschap in zijn huidige vorm de beoogde doelgroep ook effectief bereikt. Het is immers zo dat het hier om een uitgebreid document gaat. De kans bestaat dat de burgers die neutraal staan tegenover een natuurontwikkelingsproject in hun buurt juist omwille van hun (neutrale) houding niet snel geneigd zullen zijn veel tijd te spenderen aan een boodschap die (omwille van de omvang) minder toegankelijk is. Op het eerste zicht lijkt dit misschien geen groot probleem. Het is echter zo dat de mensen met een neutrale houding, die doorgaans een meerderheid vormen, vatbaar zijn om hun mening bij te stellen onder invloed van de tegenstanders van een project. Wat we hiermee willen zeggen, is dat een uitgebreide publicatie niet de enige communicatiedrager mag zijn waarmee de voordelen van een project onder de aandacht worden gebracht.

Waar ook geregeld aandacht aan wordt besteed in de projectcommunicatie met burgers zijn de sociaaleconomische voordelen van natuurontwikkeling voor de regionale economie. Men belicht hierbij niet alleen de extra werkgelegenheid in de natuursector, maar eveneens de bijkomende bestedingen van toeristen en recreanten, en de impact hiervan op de creatie van werkgelegenheid en toegevoegde waarde in de horeca en de toeristische sector. Ook de toename van woningprijzen en de vruchten die de overheid hiervan plukt onder de vorm van fiscale ontvangsten worden als voordeel naar voor geschoven.

3.4 Hoe worden de voordelen benoemd en uitgedrukt?

Hoe de voordelen benoemd worden, verschilt per project. Vooral de voordelen op het vlak van 'recreatie en beleving' worden op veel verschillende manieren onder woorden gebracht. Vaak beperkt men zich niet tot woorden alleen, maar worden ook beelden gebruikt. Deze diversiteit hoeft geen probleem te zijn zolang de mensen begrijpen waar het over gaat. Doordat de voordelen van natuurontwikkeling voor de mens meestal niet de focus vormen van de communicatie over natuurontwikkeling worden deze voordelen geregeld in relatief bedekte termen uitgedrukt. In relatie tot 'recreatie en beleving' wordt bijvoorbeeld gesproken over 'beter toegankelijk' terwijl anderen dezelfde boodschap sprekender verwoorden 'nieuwsgierige wandelaars verkennen de prachtige getijdennatuur via houten paden'. Uit de interviews blijkt dat het communiceren over de voordelen een leerproces is. De manier waarop die voordelen worden uitgelegd aan het publiek is geëvolueerd doorheen

de tijd. In het Sigmaproject bleek de wijze waarop de ecosysteemdienst 'waterzuivering' aanvankelijk werd uitgelegd bijvoorbeeld te ingewikkeld. Het evenwicht bewaren tussen inhoud en verstaanbaarheid is doorgaans een hele uitdaging. De uitwisseling van kennis en goede praktijken over hoe project- en communicatiemedewerkers de voordelen van hun project onder woorden (kunnen) brengen en uitleggen, lijkt ons dan ook zinvol.

Tijdens de looptijd van een project wordt de boodschap 'natuurontwikkeling levert u een waaier aan voordelen op' via verschillende communicatiekanalen tot bij de burger gebracht. Dit houdt in dat de voordelen via elk kanaal, zoals brochures, kranten en infoavonden, op gepaste wijze verwoord en uitgelegd moeten worden. Wanneer gebruik gemaakt wordt van interactieve communicatie treden projectmedewerkers in contact met burgers. Het is daarom aangeraden de boodschap en hoe deze te verwoorden op voorhand vast te leggen. Een goede voorbereiding is hierbij dan ook belangrijk.

Ook de wijze waarop de voordelen worden uitdrukt, varieert. Meestal worden de voordelen gewoon onder woorden gebracht. Verschillende voordelen worden ook functioneel ondersteund door beeld- en kaartmateriaal. Hoewel sommige voordelen zoals 'houtproductie', 'bescherming tegen overstromingen' en 'opslag van koolstof in de bodem en biomassa' kwantitatief en monetair gewaardeerd (kunnen) worden, wordt dit niet of alleszins niet systematisch in de communicatie met het brede publiek gebruikt. Wanneer er gecommuniceerd wordt over de voordelen van een natuurontwikkelingsproject voor de regionale economie, dan wordt dit doorgaans wel in kwantitatieve of monetaire termen uitgedrukt.

De antwoorden van de geïnterviewde projectleiders en communicatieverantwoordelijken op de vraag hoe ze de voordelen van hun projecten het liefst zouden uitdrukken in hun communicatie met burgers zijn zeer gelijklopend. De voordelen hoeven alvast niet vertaald te worden in euro's. Ook voor kwantitatieve scores zijn de betrokkenen geen vragende partij. De voordelen hoeven niet al te concreet te worden gepresenteerd. Het communiceren over de voordelen moet de mensen aanspreken, niet afstoten. Het mag geen opbod van kennis worden, want daar hebben de mensen niets aan. Hierbij aansluitend, is men ook van mening dat burgers eveneens beter niet belast worden met informatie over de eventuele onzekerheden verbonden aan de voordelen.

3.5 Wanneer wordt er gecommuniceerd over de voordelen?

De ervaring met communicatie over natuur leert dat mensen vaak een goede reden hebben, tenminste in hun eigen ogen, waarom ze een bepaald gedrag stellen of op een bepaalde houding aannemen. Het gevolg is dat mensen hun gedrag of houding doorgaans niet snel zullen wijzigen. Vaak zal een eenmalige communicatie dan ook niet volstaan. (ECNC, 2000)

In het Sigmaplan worden de voordelen 'veiligheid' en 'recreatie en beleving' vandaag quasi altijd wel op de een of andere manier vermeld en dit vanaf het eerste contact met de burger. De andere voordelen worden eerder sporadisch onder de aandacht gebracht, bijvoorbeeld naar aanleiding van een kritische fase in het project zoals de start van de werken. De case van het Sigmaplan is interessant in de zin dat het bestaat uit een heel aantal projecten die zowel in de ruimte als in de tijd van elkaar gescheiden zijn. Als gevolg hiervan is de communicatie met de burger doorheen de verschillende deelprojecten kunnen groeien. De voordelen op het vlak van 'recreatie en beleving' staat nu bijvoorbeeld veel centraler in de projectcommunicatie met het brede publiek dan dat eerst het geval was. De communicatie over de voordelen kan bovendien als zeer proactief bestempeld worden. Desondanks heeft onvrede over een deelproject ad hoc geleid tot extra communicatie over het project en de voordelen die het voor de omwonenden en de gebruikers van een gebied inhoudt.

Ook in andere projecten heeft men de ambitie om de voordelen van een project ter sprake te brengen bij nagenoeg elk contact met de burger. De communicatie over de voordelen is echter veelal niet de focus. Er is immers zoveel dat gecommuniceerd moet worden. Een

belangrijk onderscheid met het Sigmaplan en zijn deelprojecten is dat deze over veel meer middelen beschikken om te communiceren over de voordelen.

De praktijk leert dat het aangewezen is om tijdig en aangehouden te communiceren. Alle voorafgaande inspanningen ten spijt, worden burgers, omwonenden en gebruikers, zich pas echt bewust van een project als de kranen op het terrein staan. Dit is een realiteit waar je als initiatiefnemer van een natuurontwikkelingsproject moeilijk omheen kunt. Naar aanleiding van de aanvang van de werken, wordt er daarom best extra aandacht besteed aan het uitleggen op welke manier een project goed is voor de mensen.

De uitvoering van projecten verloopt niet altijd even vlot. Voor het publiek uit dat zich wanneer de voortgang van een project niet of nauwelijks merkbaar is. Wanneer er geruime tijd niets noemenswaardigs gebeurt in een project, is dat vanuit communicatieoogpunt niet altijd dankbaar. Dit hoeft evenwel geen groot probleem te zijn. Het belangrijkste is dat de timing die naar de buitenwereld toe werd gecommuniceerd niet te veel in het gedrang komt. De geloofwaardigheid van het project, de projectmedewerkers en de organisaties waartoe die medewerkers behoren of waarmee zij geassocieerd worden, staat immers op het spel. De kans is groot dat wanneer de geloofwaardigheid in het gedrang komt dit een impact heeft op de effectiviteit van de communicatie over de voordelen.

3.6 Welke voorbereiding vergt het communiceren over de voordelen?

In paragraaf 3.4 werd reeds aangegeven dat een goede voorbereiding erg belangrijk is om degelijk te kunnen communiceren over de voordelen van een natuurontwikkelingsproject. Welke voordelen breng je in beeld? Hoe benoem je deze voordelen en hoe leg je ze uit? Hoe druk je de waarde van die voordelen uit? Dit zijn slechts enkele vragen die bij voorkeur vooraf beantwoord zijn om vlot en met kennis van zaken te kunnen communiceren over de voordelen van een project.

De studie 'Raming van de baten geleverd door het Vlaamse Natura 2000-netwerk' (Broekx et al., 2013a), beschrijft, kwantificeert en monetariseert een aantal van de voordelen die het Vlaamse Natura 2000-netwerk voor de mens levert. Deze studie kan gezien worden als een bron van informatie waaruit ANB, en de andere partners die het Vlaamse Natura 2000 Programma mee helpen realiseren op het terrein, kunnen putten om te communiceren over de voordelen van hun inspanningen voor de mens. Algemeen beschouwd, zijn de voordelen voor een minderheid van de natuurontwikkelingsprojecten expliciet in beeld gebracht tijdens een soort voorbereidende analyse. In de gevallen waarin dit wel is gebeurd, was dit meestal niet (of althans niet in eerste instantie) bedoeld als input voor de projectcommunicatie met de burger. Zonder een goed zicht op de voordelen en zonder een communicatiestrategie en -plan zal de communicatie over de voordelen van een project eerder een ad hoc en gevoelsmatige aangelegenheid zijn.

Hoewel de projecten waarvoor de voordelen (deels) expliciet in beeld gebracht werden in de minderheid zijn, variëren de redenen waarom projectleiders de voordelen van hun project wensen te kennen. In het project Bosland werden de voordelen bijvoorbeeld reeds in een vroeg stadium geïdentificeerd en gebruikt om het project, en de projectcommunicatie, mee vorm te geven. Dit is ook het geval voor het Sigmaproject dat vooral ontwikkeld werd om het voordeel 'veiligheid tegen overstromingen' te optimaliseren. Het is wel zo dat het ruimere ecosysteemdienstenverhaal dat samenhangt met de natuurdimensie van het Sigmaproject pas later in het project ontwikkeld werd om de projectcommunicatie te versterken. Ook in andere natuurontwikkelingsprojecten werden de voordelen pas in een latere fase van het project expliciet in beeld gebracht. In een aantal gevallen werd hiertoe waarschijnlijk beslist na onvrede over het project, dus als een soort tegenreactie. Voor het Nationaal Park Hoge Kempen (Bade et al., 2011), het Natuurinrichtingsproject Averbode Bos en Heide (Van Mispelaar, 2007) en de Uitkerkse Polder (Berends et al., 2007) heeft men vooral de voordelen voor de regionale economie in beeld gebracht. Zoals eerder gesteld, is de

communicatie met de burger niet de belangrijkste drijfveer geweest om de economische voordelen in kaart te brengen.

Een eerste reden waarom de voordelen niet vaker bij aanvang van een project worden bestudeerd, heeft te maken met het feit dat niet iedereen hiervan de mogelijkheden kent en de meerwaarde erkent. Projectmedewerkers die wel interesse hebben om te communiceren over de voordelen, geven aan dat er bovendien veelal een gebrek is aan tijd, kennis en middelen. De communicatiediensten van ANB, VLM en Natuurpunt vzw kunnen natuurontwikkelingsprojecten, gegeven hun huidige taken en capaciteit, slechts beperkt ondersteunen. Het gevolg is dat projectleiders en hun -medewerkers, als niet-communicatiespecialisten, doorgaans zelf veel van hun tijd spenderen aan projectcommunicatie. Daarnaast valt ook de beperkte kennis van en ervaring met het ecosysteemdienstenconcept op. Het kader waarbinnen veel initiatiefnemers werken, is met andere woorden niet ideaal om proactief aan de slag te gaan rond de voordelen van een project.

4 Handvaten en aanbevelingen

De initiatiefnemers van natuurontwikkelingsprojecten kunnen meer en beter communiceren over de voordelen van hun projecten. Ter ondersteuning hiervan, reiken we in dit hoofdstuk elementen aan waarmee zij aan de slag kunnen.

De vragen die in dit hoofdstuk worden behandeld, en waarop we een eerste antwoord proberen geven of waarvoor we een analysekader voorstellen, zijn: Hoe staan burgers tegenover een concreet natuurontwikkelingsproject en welke reacties kunnen we van hen verwachten? Welke voordelen levert een natuurontwikkelingsproject op? Hoe kunnen we deze voordelen bepalen? Wie geniet er allemaal van de voordelen van een natuurontwikkelingsproject? Over welke voordelen communiceren met burgers? Welk taalgebruik en welke voorstellingswijze gebruiken om met burgers over die voordelen helder en overtuigend te communiceren?

Succesvol communiceren over de voordelen van natuurontwikkeling vereist van de initiatiefnemers een goed begrip van wat deze voordelen precies inhouden, maar ook dat zij dit zelf op een verstaanbare manier kunnen overbrengen op hun doelgroep. We gebruiken hiertoe het ecosysteemdienstenconcept als kader, zie Kader 1. De keuze voor de ecosysteemdienstenbenadering houdt in dat we focussen op de waarde of het belang van natuur voor de mens. Het gevolg van deze keuze is dat we de intrinsieke waarde van natuur en biodiversiteit niet beschouwen.

Het hoofdstuk is opgebouwd rond een stappenplan dat een initiatiefnemer kan doorlopen wanneer hij met de burger wenst te communiceren over de voordelen van zijn project:

1. analyseer de reacties van burgers (= bepaal in welke mate het nodig is om te communiceren over de voordelen);
2. bepaal de voordelen;
3. evalueer wat deze voordelen betekenen voor burgers;
4. formuleer een boodschap op maat van de burgers.

Het stappenplan dat hieronder wordt toegelicht, biedt houvast om in het kader van een individueel natuurontwikkelingsproject aan de slag te gaan met de voordelen in de communicatie met de burger. Het stappenplan is echter geen kant-en-klaar draaiboek, maar een eerste plan van aanpak en een bundeling van ideeën en inzichten. Die ideeën en inzichten moeten nog afgetoetst, uitgebreid en verdiept worden. Kortom er is nog werk aan de winkel. Daartoe formuleren we op het einde van dit hoofdstuk een reeks conclusies en aanbevelingen ter oriëntering van de volgende stappen.

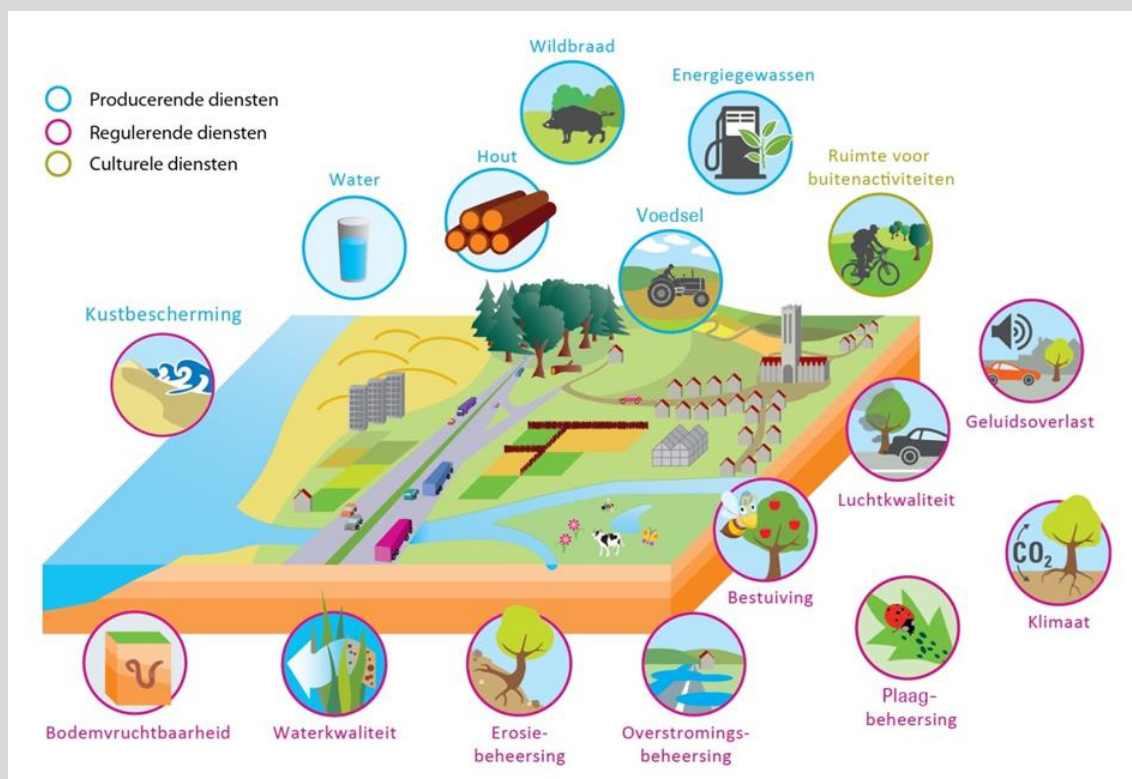
Kader 1 Ecosysteemdiensten

De baten of voordelen die de natuur aan de mens levert, worden ecosysteemdiensten genoemd. In dit rapport wordt het ecosysteemdienstenconcept gebruikt als kader om de afhankelijkheid van de mens van het natuurlijk systeem concreet te benoemen. Door de term 'voordelen' te vervangen door concrete ecosysteemdiensten zoals voedselproductie, houtproductie, waterzuivering, klimaatregulatie en recreatie, wordt het mogelijk om (veranderingen in) de voordelen die de natuur aan de maatschappij levert, zichtbaar te maken en te communiceren. Die veranderingen kunnen kwalitatief, kwantitatief en/of monetair uitgedrukt worden. De verschillende ecosysteemdiensten worden doorgaans opgesplitst in vier groepen: producerende, regulerende, culturele en ondersteunende diensten (MA, 2005). Figuur 2 schetst hoe het landschap rondom ons een waaier aan ecosysteemdiensten levert.

Het ecosysteemdienstenconcept kende de laatste jaren een steile opgang. Omdat het gebruik van verschillende ecosysteemdienstenclassificaties niet bevorderlijk is om de resultaten van ecosysteem assessments, waarderingsstudies, nationale milieurekeningen en

ecosysteemdienstenindicatoren te vergelijken en te integreren, werd een 'Common International Classification of Ecosystem Services (CICES)' ontwikkeld (Haines-Young en Potschin, 2013). Onder meer het Natuurrapport (NARA-T 2014) voor Vlaanderen en de Natuurwaardeverkenner baseren zich op de meest recente versie van deze classificatie (CICES 4.3). Omdat de ondersteunende ecosysteemdiensten slechts onrechtstreeks voordelen opleveren, meer bepaald via het ondersteunen van producerende, regulerende en culturele ecosysteemdiensten, zijn ze niet opgenomen in de CICES-classificatie. Op deze manier wenst men bijvoorbeeld dubbeltellingen te vermijden bij de monetaire waardering van ecosysteemdiensten. (Haines-Young en Potschin, 2013; Turkelboom, 2013)

In dit rapport willen we vooral wijzen op het bestaan van een internationaal gecoördineerde classificatie. Het is niet zozeer de classificatie zelf die van belang is, maar wel het feit dat zo'n classificatie kan gebruikt worden als checklist om er zeker van te zijn dat alle ecosysteemdiensten die mogelijk relevant zouden kunnen zijn, niet zomaar over het hoofd gezien worden.



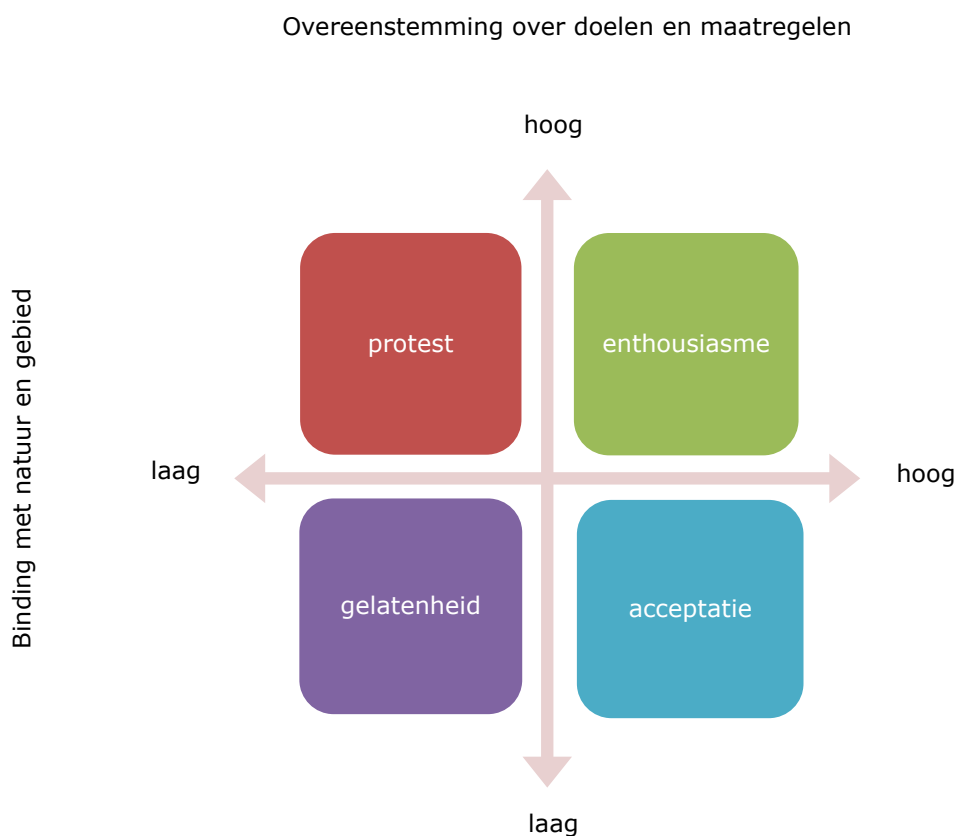
Figuur 2 Levering van ecosysteemdiensten door het landschap (Bron: Van Reeth et al., 2014 op basis van PBL, 2010)

4.1 Analyseren van de reacties van burgers

Niet elk natuurontwikkelingsproject loopt eenzelfde risico op draagvlakproblemen en protest. Inzicht in de grootte van het risico kan gebruikt worden om vooraf te beslissen in welke mate er over de voordelen van natuurontwikkeling gecommuniceerd moet worden. De draagvlakmatrix van Buijs (2009b) is een interessant analysekader om de potentiële reacties van burgers op een project (of het uitblijven daarvan) te verklaren en te voorspellen.

De draagvlakmatrix, zie Figuur 3, bestaat uit twee dimensies: de 'inhoudelijke overeenstemming over de doelen en maatregelen van een project' en de 'betrokkenheid of binding van mensen met de natuur of een specifiek gebied'. Elke dimensie kan de waarde 'hoog' of 'laag' aannemen. Zo worden vier kwadranten gevormd. Aan elk kwadrant van de matrix wordt een potentiële reactie van de betrokken burgers gekoppeld. (Buijs, 2009b)

Een eerste groep burgers heeft een grote binding met de natuur of het projectgebied én gaat inhoudelijk akkoord met doelen en maatregelen van een project. De verwachting is dat deze groep enthousiast zal zijn over het project. Een tweede groep burgers voelt zich wel verbonden met de natuur of het projectgebied, maar is het inhoudelijk niet eens met de doelen en maatregelen (zoals ontbossen of vernatten) van een project. Van deze groep van burgers kunnen we verwachten dat ze zich zullen verzetten tegen het project. Een sterke verbondenheid met een gebied zorgt er soms voor dat mensen het gevoel hebben dat een gebied van hen is, ook al zijn ze juridisch geen eigenaar. Zij voelen zich door hun emotionele betrokkenheid immers gemotiveerd om hun onvrede te laten blijken. Een derde en vierde groep van burgers voelen zich veel minder betrokken bij de natuur of een projectgebied. Omwille van hun minder sterke binding zijn deze groepen waarschijnlijk ook minder snel geneigd om hun mening over een project, positief of negatief, actief te verdedigen. De burgers die het niet eens zijn met een project, maar weinig binding hebben, zullen eerder gelaten reageren, tenzij een actiegroep hen weet te mobiliseren. Van diegenen die wel akkoord gaan met het doel en de maatregelen van een project, wordt verwacht dat zij het project stilzwijgend accepteren. (Buijs, 2009b)



Figuur 3 De draagvlakmatrix: analysekader om de potentiële reacties van burgers op een project te verklaren en te voorspellen (Bron: Buijs, 2009b)

De draagvlakmatrix kan gebruikt worden als hulpmiddel om zicht te krijgen op de houding van burgers tegenover natuurontwikkelingsprojecten. Op basis hiervan kunnen dan de mogelijke reacties van burgers voorspeld worden. Praktisch kan dit bijvoorbeeld gebeuren door een aantal focusgroepen te organiseren met burgers, omwonenden en gebruikers, en (vertegenwoordigers van) groepen die rechtstreeks de gevolgen ondervinden van een project. De bedoeling van deze focusgroepen is dan om voor een steekproef van burgers na te gaan hoe belangrijk de vier kwadranten van de draagvlakmatrix zijn voor een bepaald project. Een focusgroep laat bovendien ook toe om te peilen naar de achterliggende

motivaties van burgers. Naast de twee dimensies uit de matrix kan het zinvol zijn om eveneens aandacht te schenken aan de 'invloed of macht' van de burgers of groepen die een grote binding hebben met de natuur of het projectgebied. De houding van diegenen met extra invloed of macht kan immers doorwegen.

De uitkomst van die oefening biedt dus houvast om te beoordelen in welke mate er over de voordelen van een natuurontwikkelingsproject gecommuniceerd dient te worden. Een initiatiefnemer beschikt daarnaast nog over andere handelingsmogelijkheden. Indien uit de analyse blijkt dat burgers en initiatiefnemer inhoudelijk helemaal niet op dezelfde golflengte zitten, bijvoorbeeld omwille van afwijkende natuurbeelden, kan er voor gekozen worden om een natuurontwikkelingsproject bij te sturen. Dit is meteen ook een kans om een meer participatief proces te ontwikkelen en te kiezen voor meer interactieve communicatievormen.

4.2 Bepalen van de voordelen

De impact van de maatregelen in een natuurontwikkelingsproject op het biotisch en abiotisch milieu kan de levering van ecosysteemdiensten op verschillende manieren beïnvloeden. Terwijl sommige diensten erop vooruitgaan, gaan andere erop achteruit. Een project heeft vaak niet alleen positieve, maar ook negatieve effecten op de levering van ecosysteemdiensten. Zo zal de vernatting van een gebied de levering van een heel aantal ecosysteemdiensten ten goede komen, maar waarschijnlijk ten koste gaan van andere ecosysteemdiensten zoals bijvoorbeeld houtproductie en voedselproductie. (Broekx, 2013a; Stevens et al., 2014)

Natuurontwikkeling heeft niet alleen een effect op de levering van ecosysteemdiensten, maar kan – zoals reeds werd aangegeven in hoofdstuk 3 – ook andere sociaaleconomische voordelen opleveren. Gekende voorbeelden zijn de bijkomende werkgelegenheid in de natuursector, de toeristische sector en de horeca. De extra bestedingen door deze sectoren en zijn werknemers zwingelen bovendien de economische activiteit verder aan. (Kettunen et al., 2009)

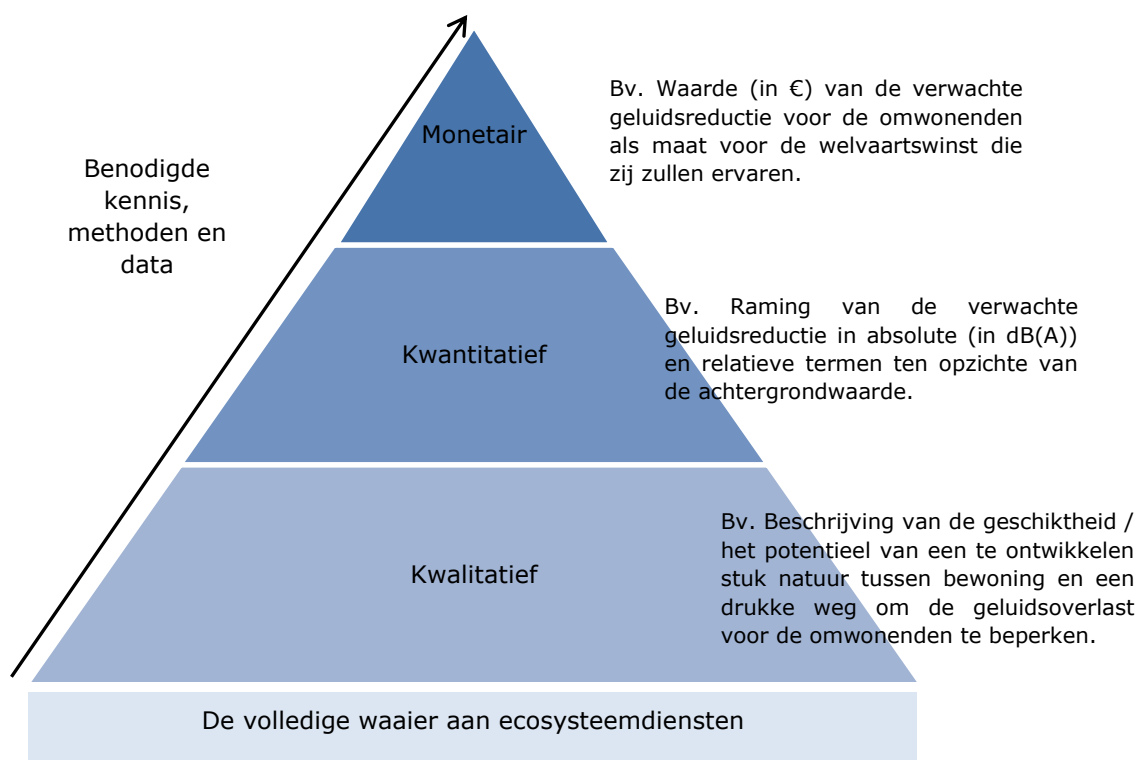
Deze paragraaf bevat geen handleiding voor het bepalen van de voordelen van een project. Het is daarentegen wel de bedoeling om een aantal zaken onder de aandacht te brengen die van belang zijn in relatie tot het bepalen van de voordelen van natuurontwikkeling. Een eerste boodschap is dat er meestal minder kennis en informatie beschikbaar is dan gewenst. Een volgende boodschap is dat er met de Natuurwaardeverkenner een instrument beschikbaar is waarmee voor de veranderingen in een aantal ecosysteemdiensten relatief snel en eenvoudig een economische waardering kan worden uitgevoerd. Daarnaast belichten we ook de mogelijkheden van sociale waardering, een waarderingsvorm die op een groeiende interesse kan rekenen vanuit het beleid en de wetenschappelijke wereld.

4.2.1 Niet over alle ecosystemen is er evenveel kennis en informatie beschikbaar

De effecten van een natuurontwikkelingsproject op de levering van ecosysteemdiensten kunnen, afhankelijk van de kennis van de economische, sociale en ecologische systemen en hun samenhang, op verschillende manieren uitgedrukt worden: kwalitatief, kwantitatief en/of in geldtermen. De waarderingspiramide in

Figuur 4 illustreert dat de kennis, methoden en data die vandaag beschikbaar zijn, ontoereikend zijn om de effecten op de waarde van de levering van alle ecosysteemdiensten te bepalen. Onze kennis van en informatie over ecosystemen, en hun interacties met economische en sociale systemen op meerdere schaalniveaus, is vandaag onvoldoende om de effecten van een project kwalitatief te kunnen beschrijven voor alle ecosysteemdiensten. De kwantificering van deze effecten, en zeker de vertaling daarvan in geldtermen, vereist nog meer kennis, betere modellen en meer en betere data. Daardoor kunnen lang niet alle ecosysteemdiensten die we kwalitatief kunnen beschrijven ook daadwerkelijk gekwantificeerd en/of gemonetariseerd worden. De waarde van een verandering in de levering van een

ecosysteemdienst voor de samenleving hangt overigens niet alleen af van het aanbod van die dienst zelf, maar ook van de behoeften en voorkeuren van de mensen in de nabije of ruimere omgeving, nu en in de toekomst (Van Reeth et al., 2012).



Figuur 4 De waarderingspiramide (Bron: op basis van Kettunen et al., 2009)

De keuze om de effecten van een project kwalitatief, kwantitatief en/of in geldtermen uit te drukken, hangt niet alleen af van de beschikbare kennis, methoden en data. Ook de doelstellingen van de initiatiefnemer en de eigenschappen van de doelgroep spelen mee. Het is bijvoorbeeld niet altijd nodig of gewenst om de effecten van een project te waarderen in euro's. Het nut dat mensen toekennen aan een verandering in de levering van ecosystemediensten kan bijvoorbeeld ook uitgedrukt worden in termen van effecten op gezondheid of andere maatschappelijke of culturele waarden. Als we het voorbeeld uit Figuur 4 over het effect van natuurontwikkeling op geluidsoverlast beschouwen, kan het aangewezen zijn om de verwachte geluidsreductie (in dB(A)) door te vertalen naar de overeenkomstige gezondheidswinst (bv. in DALY's, de hoeveelheid gezondheidswinst in een populatie) in plaats van euro's. Tot slot hebben ook de beschikbare tijd, middelen en capaciteit waarover een initiatiefnemer beschikt, een impact op de wijze waarop de effecten van een project uitgedrukt kunnen worden.

We beschikken dus niet voor alle ecosystemediensten over voldoende kennis en data om de effecten van een project op de maatschappij integraal te begroten. Dit geldt zeker wanneer we een monetaire waardering ambiëren. De conclusie die we hieraan moeten verbinden is dat de kosten en de voordelen van een project steeds (in meerdere of mindere mate) buiten beeld blijven. Dit is een realiteit waarmee bij de communicatie over de voordelen rekening gehouden moet worden.

4.2.2 De Natuurwaardeverkenner: een handig instrument voor het bepalen van de voordelen van een project

De voordelen van een natuurontwikkelingsproject bepalen, gebeurt idealiter door een team van ecologen, economen en sociale wetenschappers. Desondanks kan een initiatiefnemer zich wel al een eerste beeld proberen vormen van de voordelen van zijn natuurontwikkelingsproject met behulp van de Natuurwaardeverkenner, zie Kader 2. Hoewel

dit instrument in principe door iedereen gebruikt kan worden, is het aangewezen om de resultaten te laten valideren door mensen met de nodige lokale, ecologische en sociaaleconomische kennis.

Kader 2 Natuurwaardeverkenner

De Natuurwaardeverkenner (www.natuurwaardeverkenner.be) is een online rekentool waarmee relatief snel en eenvoudig een inschatting gemaakt kan worden van de impact van projecten of beleidsvoorstellen op het aanbod van ecosysteemdiensten en de waarde die de samenleving hieraan toekent. De tool is, op initiatief van het Departement Leefmilieu, Natuur en Energie van de Vlaamse overheid, ontwikkeld om belanghebbenden (beleidsmakers, ruimtelijke planners, overheden, initiatiefnemers en beheerders, studie bureaus, natuurorganisaties of actieve burgers) in staat te stellen de waarde van ecosystemen voor de mens aan te tonen. Naast het inschatten van het welvaartsverlies door het verdwijnen van natuur, kan de Natuurwaardeverkenner eveneens gebruikt worden om de voordelen van natuurontwikkeling te berekenen en dus investeringen in natuurontwikkeling te helpen verantwoorden. Informatie over de voordelen van een natuurontwikkelingsproject kan bijvoorbeeld gebruikt worden om de communicatie met de belanghebbenden of een maatschappelijke kostenbatenanalyse te voeden. (Liekens et al., 2013)

De Natuurwaardeverkenner bevat geen berekeningsmethode voor alle ecosysteemdiensten. Bovendien is het niet evident, en daarom ook niet altijd gewenst, om voor elke ecosysteemdienst de impact van landgebruiksveranderingen monetair te waarderen. De Natuurwaardeverkenner is dan ook opgevat volgens de piramidestructuur uit Figuur 4. Dit houdt in dat de rekentool in de eerste plaats methodes bevat om de effecten van een landgebruiksverandering op de levering van ecosysteemdiensten kwalitatief te verkennen. Voor een deel van deze ecosysteemdiensten reikt de Natuurwaardeverkenner ook methodes aan om de impact van veranderingen in de levering van deze ecosysteemdiensten te kwantificeren en de economisch waarde daarvan te schatten.

Met behulp van de rekentool, en de achterliggende pragmatische methodes, kan je als gebruiker snel een ruwe inschatting maken van de welvaartseffecten van een fysische verandering in de natuur. Indien de veranderingen in een of meerdere ecosysteemdiensten belangrijk blijken en/of vatbaar zijn voor discussie, wordt aanbevolen om een meer gedetailleerde, projectspecifieke, ecologische en/of economische analyse uit te voeren. (Liekens et al., 2013)

De Natuurwaardeverkenner wordt steeds verder uitgebouwd en verbeterd. Het aantal ecosysteemdiensten die je met de tool kunt verkennen, neemt toe. Ook worden de bestaande methodes op basis van nieuwe wetenschappelijke inzichten verfijnd. Dit resulteert in regelmatige updates.

Naast de online rekentool is er de handleiding 'Waardering van ecosysteemdiensten' (Liekens et al., 2013). Deze handleiding documenteert en verduidelijkt voornamelijk de rekenmethoden uit de tool. Per ecosysteemdienst worden de methoden, functies en/of kengetallen voor de kwalitatieve, kwantitatieve en monetaire waardering beschreven en geïllustreerd met een fictief voorbeeld. Om de gebruikers van de tool beter te ondersteunen, werd een praktische handleiding ontwikkeld waarin het gebruik van de Natuurwaardeverkenner wordt geïllustreerd aan de hand van een reële case (Liekens et al., 2014).

Hoewel de tool en de achterliggende methodes laagdrempelig zijn, vergt een eerste gebruik van de Natuurwaardeverkenner enige inwerkingstijd. Een gelijkaardige kanttekening kan geplaatst worden bij de vereiste gegevens om de effecten van een project op een ecosysteemdienst te bepalen. Ondanks het feit dat de Natuurwaardeverkenner voor veel ecosysteemdiensten enkel een minimum aan, voornamelijk gebiedspecifieke, inputgegevens vereist, is het mogelijk dat deze gegevens niet onmiddellijk voorhanden zijn. Zoals steeds is

het aangewezen om de resultaten te laten valideren door mensen met de nodige expertise ter zake.

Broekx et al. (2013b) bevat een kritische bespreking van de tool en een bespreking van enkele gevalstudies waarvoor de Natuurwaardeverkenner werd gebruikt.

Tenzij de initiatiefnemer van een project de effecten op de levering van ecosysteemdiensten integraal en in detail in beeld wenst te brengen, kan een meer pragmatische, getrapte aanpak gehanteerd worden. De kwalitatieve scoringsmethodiek uit de Natuurwaardeverkenner kan dan gebruikt worden om te bepalen welke ecosysteemdiensten de belangrijkste veranderingen ondergaan. Wanneer de projectcommunicatie kwantitatieve en/of monetaire informatie vereist, kunnen deze diensten vervolgens nader onderzocht worden. Dit kan voor een aantal ecosysteemdiensten op een pragmatische manier met de Natuurwaardeverkenner. Wanneer de kwantitatieve of monetaire waardering van de dienst(en) die u wenst te beoordelen niet mogelijk is met de Natuurwaardeverkenner of een andere waarderingstool of u stelt hoge kwaliteitseisen, dan is er een meer gedetailleerde ecologische, economische en maatschappelijke analyse nodig.

4.2.3 Sociale waardering

De economische of monetaire waardering van de voordelen van een project is niet altijd mogelijk, nodig of wenselijk. Omwille van het lokale karakter van natuurontwikkelingsprojecten en de bijhorende draagvlakproblemen is het gebruik van expertkennis en modellen bovendien vaak geen volwaardig alternatief voor lokale kennis, lekenkennis en participatie. Sociale waardering kan hier een oplossing bieden.

Van Reeth et al. (2014) stellen dat de sociale waardering van ecosysteemdiensten zich richt op de maatschappelijke effecten en de sociale voordelen die met veranderingen in ecosystemen en ecosysteemdiensten samenhangen. Ook de voorkeuren, verwachtingen en eisen van mensen ten aanzien van een project, waaronder veranderingen in de levering van ecosysteemdiensten, kunnen via sociale waardering onderzocht worden (Chan et al., 2012). Kenmerkend voor sociale waardering is dat het belang van veranderingen in ecosystemen en ecosysteemdiensten niet hoeft herleid te worden naar geldtermen, maar in diverse eenheden uitgedrukt kan worden (Kelemen et al., 2014). Sociale waardering kan de zichtbaarheid vergroten van de minder tastbare en niet-meetbare bijdrages van de natuur aan de maatschappij. Vaak wordt daarbij gebruik gemaakt van participatieve methoden waardoor een brede waaier aan perspectieven en belangen in beeld gebracht kan worden. (Van Reeth et al., 2014)

Er bestaat een waaier aan methoden en procedures om de voorkeuren van belanghebbenden te achterhalen: enquêtes, (diepte-)interviews, focusgroepen, burgerjury's, delphi-studies, Q-methodology, tijdgebruiksstudies, enz. De keuze voor een bepaalde methode of combinatie van methoden zal onder meer afhangen van het doel van de initiatiefnemer, de context van een project en de beschikbare tijd en capaciteit bij zowel de initiatiefnemer als de belanghebbenden (Kelemen et al., 2014). De mate waarin deze methoden participatie met de betrokkenen toelaat en stimuleert varieert. Christie et al. (2012) wijzen op de extra voordelen van het gebruik van methoden waarbij er ruimte is voor actieve participatie en overleg: vergroten van het eigenaarschap en de mate waarin mensen mee verantwoordelijkheid opnemen voor bepaalde problemen, bevorderen van sociaal leren en ontwikkelen van het vermogen om lokaal problemen te analyseren en samen betere beslissingen te nemen.

We kunnen echter pas spreken over echte stakeholderparticipatie wanneer de belanghebbenden voldoende vroeg worden betrokken en invloed hebben op hoe een project er zal uitzien. De participatieve waardering van de voordelen van een project an sich kan daarom niet als echte participatie bestempeld worden. Zolang de sociale waardering enkel en

alleen gebeurt in functie van communicatiedoelinden, worden er kansen gemist om het draagvlak voor een project structureel te vergroten.

Het ecosysteemdienstenkaartenspel (Simoens en Demeyer, z.d.) is een hulpmiddel om vragen te beantwoorden over de percepties, voorkeuren en verwachtingen van mensen ten aanzien van ecosysteemdiensten in een gebied. Het kaartenspel kan zowel gebruikt worden tijdens individuele interviews als in groep. Het gebruik van het kaartenspel in een workshop of focusgroep stimuleert het overleg tussen belanghebbenden over de effecten van een project op de levering van ecosysteemdiensten en de waardering hiervan.

We menen dat sociale waardering een bijdrage kan leveren tot het bepalen van de voordelen van natuurontwikkeling voor de burgers. Daartegenover staat dat de toepassing van sociale waardering vaak relatief tijdsintensief is en specifieke vaardigheden vergt van diegene die de waardering uitvoert. De uitdaging bij sociale waardering heeft vooral betrekking op de omgang met een verscheidenheid aan belanghebbenden die verschillende visies, waarden en belangen kunnen hebben. Tot slot, dient vermeld te worden dat ook met de voorkeuren die worden uitgedrukt door lokale belanghebbenden kritisch moet worden omgesprongen. Zo zou het belang van regulerende diensten bijvoorbeeld onderschat worden wanneer enkel rekening gehouden wordt met de voorkeuren van lokale belanghebbenden. (Van Reeth et al., 2014)

4.3 Evalueren van de betekenis van de voordelen van een project

De schaalniveaus waarop de voordelen van de diensten die ecosystemen leveren zich uitstrekken, kunnen sterk verschillen. Terwijl een stadsrandbos op warme zomerdagen een onmiddellijk verkoelend effect heeft op zijn directe omgeving, mildert datzelfde bos door de koolstof die het vastlegt ook de opwarming van de aarde, en dit zowel vandaag als in de toekomst. De ecosysteemdienst 'regulatie globaal klimaat' wordt wel lokaal geleverd, maar de voordelen worden gedeeld met de rest van de wereld. De voordelen van natuurontwikkeling zijn met andere woorden niet integraal voor de lokale bevolking. Dit betekent dat wanneer je de betrokken burgers wil vertellen wat voor hen de voordelen zijn van een natuurontwikkelingsproject niet elke ecosysteemdienst als (even) relevant zal worden ervaren. Ook het gebruik van sommige ecosysteemdiensten kan zowel lokale, regionale als globale implicaties hebben.

Het is dus belangrijk om de ruimtelijke spreiding en sociale verdeling te kennen van de voordelen die een project oplevert om te weten wie er de voordelen van zal plukken (IEEP, 2009). Ook de levering van de voordelen doorheen de tijd varieert. Het is immers zo dat een investering in natuur vaak pas na verloop van tijd voordelen oplevert.

Omdat natuurontwikkeling niet alleen positieve effecten heeft op de levering van ecosysteemdiensten, is het ook zinvol om te kijken welke ecosysteemdiensten erop achteruitgaan en wie hierdoor getroffen wordt (TEEB, 2010). Een courant voorbeeld is de afname van de ecosysteemdienst 'voedselproductie' bij natuurontwikkeling op gronden die voorheen in landbouwgebruik waren. Een ander voorbeeld is de afname van de ecosysteemdienst 'regulatie globaal klimaat' door ontbossing ten voordele van heideherstel, of door bebossing van venige natte bodems. Informatie over wie er verliest bij natuurontwikkeling heeft zeker nut. Het kan dienen om een project bij te sturen en om flankerende maatregelen te ontwikkelen.

4.4 Communiceren over de voordelen

Wanneer we een goed beeld hebben van de voordelen van een natuurontwikkelingsproject, komt het er op aan om de boodschap 'natuurontwikkeling levert u een waaier aan voordelen op' vorm te geven. Hieronder formuleren we een eerste antwoord op volgende vragen: Over welke voordelen communiceren met burgers? Welk taalgebruik en welke voorstellingswijze

hanteren om met burgers over de voordelen te communiceren? Wanneer communiceren over de voordelen? Door wie de boodschap laten brengen?

4.4.1 Welke voordelen communiceren?

Communiceren over de voordelen van natuurontwikkeling is geen doel op zich. In het kader van een concreet project is het meestal niet nodig, noch mogelijk of aangewezen, om over alle voordelen te communiceren. Het kan volstaan om er enkele voordelen uit te pikken die de mensen aanspreken en waarvoor ze gevoelig zijn, en deze onder de aandacht te brengen. In het Sigma-plan is er bijvoorbeeld voor gekozen om 'veiligheid' en 'recreatie en beleving' nauw te verbinden aan het project.

Hoe de voordelen selecteren waarover we gaan communiceren? Er zijn verschillende criteria waarvan we deze beslissing kunnen laten afhangen. Een eerste optie is om die ecosysteemdiensten te kiezen waarvan verwacht wordt dat ze, in vergelijking tot de uitgangssituatie, het grootste voordeel zullen genereren. Een tweede mogelijkheid zou erin kunnen bestaan om die diensten te kiezen die er verhoudingsgewijs het sterkst op vooruitgaan. Een derde optie is om die diensten te selecteren waarvoor burgers het meest gevoelig zijn, afgezien van het feit of deze er al dan niet het meest op vooruitgaan of de grootste welvaartsbijdrage leveren. Ongeacht het criterium dat wordt gehanteerd, geldt dat niet alle voordelen sowieso lokaal terecht komen bij de burgers en groepen die rechtstreeks de gevolgen ondervinden van een project. Met deze ruimtelijke dimensie wordt best rekening gehouden. Het zijn immers vooral de lokale voordelen die voor de betrokkenen van tel zijn. Ook is het zo dat niet elke belangengroep veranderingen in de levering van een ecosysteemdienst op dezelfde manier waardeert. Jagers hebben immers niet noodzakelijk dezelfde verwachtingen van een gebied als wandelaars of gezinnen met jonge kinderen. Om deze reden kan het aangewezen zijn om de ecosysteemdiensten te selecteren in functie van de doelgroep tot wie de communicatie zich richt. Tot slot wordt best ook rekening gehouden met de mate waarin de verwachte verandering in de levering van bepaalde ecosysteemdiensten en/of de waarde die hieraan wordt toegekend, door de betrokken burgers en groepen als betrouwbaar wordt ervaren.

Metz en Weigel (2010 en 2013) adviseren, op basis van studiewerk uitgevoerd in opdracht van The Nature Conservancy, om eerst te communiceren over de voordelen van een project op het vlak van veiligheid en gezondheid.⁴ Vooral zuiver drinkwater vinden mensen erg belangrijk. Ook zuivere lucht, de productie van gezonde voeding en medicijnen en de bescherming tegen rampen zoals overstromingen scoren hoog. Goed om weten is dat mensen erkennen dat natuur, en dus ook natuurontwikkeling, een belangrijke rol vervult bij het leveren van de diensten die ze zo belangrijk vinden. Communicatie over natuurontwikkeling kan dit beeld nog versterken door de klemtoon te blijven leggen op de vele manieren waarop de natuur bijdraagt aan onze gezondheid. De sociaaleconomische voordelen van natuurontwikkeling, zoals de creatie van groene jobs, kunnen eveneens worden vermeld. (Metz en Weigel, 2010 en 2013)

Metz en Weigel (2013) raden aan om de klimaatverandering niet te gebruiken als het belangrijkste argument om draagvlak te creëren voor een project. De opwarming van de aarde is zonder twijfel een van de belangrijkste uitdagingen van deze tijd. De realiteit is echter dat in een wereld zonder een globaal, bindend en ambitieus klimaatakkoord, niet iedereen overtuigt is van het belang van lokale, kleinschalige initiatieven. Op de koop toe zijn de voordelen (of nadelen) die een project genereert door de opslag (of afname) van koolstof in de bodem en biomassa, per definitie globaal. De kosten en de voordelen zijn dus niet gelijk verdeeld. Anderzijds is het wel zo dat uit het natuurbeeldenonderzoek blijkt dat burgers de ethische aspecten van natuur belangrijk vinden (Buijs, 2009a). Waarschijnlijk biedt dit mogelijkheden om burgers aan te spreken op hun verantwoordelijkheid om het

⁴ The Nature Conservancy is een natuurbehoudsorganisatie die wereldwijd actief is. Voor meer informatie zie <http://www.nature.org/>.

klimaatprobleem aan te pakken. Het is natuurlijk wel zo dat je met de verwijzing naar de klimaatproblematiek een natuurontwikkelingsproject zou gaan motiveren vanuit een probleemsituatie. Zoals eerder aangegeven in paragraaf 2.5 is dit minder aangewezen.

4.4.2 Uitdrukken van de voordelen

Wanneer er in politieke en beleidsmiddelen geen consensus is over de voordelen van natuurontwikkeling, dan is het wellicht nodig om de voordelen concreet aan te tonen (TEEB, 2010). Economische waardering wordt vaak gezien als een instrument om beter geïnformeerde beslissingen te nemen (Laurans et al., 2013). Of het ook aangewezen is om burgers actief te informeren over de monetaire waarde van de voordelen die een project zal genereren, is niet zeker.

Wat is de meest aangewezen manier om burgers bewust te maken van de voordelen van natuurontwikkeling? Op basis van hun ervaringen in het Interreg IV A project 'Natura People' oordelen Struyf en Declercq (2013) dat treffende voorbeelden, die aansluiten bij de leefwereld van de doelgroep, efficiënter zijn om bewustwording te creëren over de voordelen van natuur dan indrukwekkende berekeningen en monetaire getallen. Pas als mensen voldoende bewust zijn, staan ze open voor meer kwantitatieve informatie. Het is met andere woorden niet zo dat wanneer je de mogelijkheid hebt om de waarde van de voordelen in euro's te communiceren, het ook zinvol of aangewezen is om dit te doen. Ook Metz en Weigel (2013) en Kettunen et al. (2009) delen deze mening. Zoals in paragraaf 3.4 reeds vermeld, zijn ook de geconsulteerde projectleiders en communicatieverantwoordelijken van ANB, VLM en Natuurpunt vzw geen vragende partij om de voordelen per se te vertalen in euro's. Dit geldt eigenlijk ook voor het kwantitatief uitdrukken van de voordelen. De motivering is dat het communiceren over de voordelen geen opbod van kennis mag worden. Wanneer enkel kwalitatieve informatie wordt gecommuniceerd, hoeft bovendien ook geen informatie meegeven te worden over de onzekerheden verbonden aan kwantitatieve schattingen en riskeer je deze ook niet te moeten uitleggen.

Er worden nog andere redenen genoemd waarom het communiceren over de voordelen in monetaire termen niet altijd aangewezen is of tenminste met het nodige overleg dient te gebeuren. Deze hebben vooral te maken met het foutief of onbedoeld gebruik van de monetaire waarden die gecommuniceerd worden. Cijfers kunnen immers een eigen leven gaan leiden, zonder dat de assumpties en omstandigheden waaronder de resultaten tot stand gekomen zijn, worden meegenomen. Zo is het bijvoorbeeld mogelijk dat het gebruik van een partiële schatting van de voordelen van een project in euro's zich tegen natuurontwikkeling kan keren, bijvoorbeeld omdat de kosten groter zijn dan het deel van de voordelen dat in euro's wordt uitgedrukt (Kettunen et al., 2009). Deze kanttekening is eveneens van toepassing op andere, niet-monetaire voorstellingswijzen. (TEEB, 2010)

Omwille hiervan is het aan te raden om informatie over de voordelen in euro's enkel te gebruiken samen met andere argumenten (TEEB, 2010). Bovendien zou aangegeven moeten worden dat de voordelen van een project, en niet alleen deze die uitgedrukt worden in euro's, eigenlijk een onderschatting zijn (Kettunen et al., 2009). Zowat iedereen erkent immers dat we de waarde van natuur niet helemaal kunnen bevatten, laat staan kwantificeren in euro's. (Metz en Weigel, 2013)

4.4.3 Taalgebruik

Het ecosysteemdienstenconcept wordt steeds vaker gebruikt als een manier om de afhankelijkheid van de mens van het natuurlijk systeem te schetsen (Gómez-Baggethun et al., 2010). Het gaat over wat de natuur voor de mensen doet en plaatst de natuur zo in het centrum van de maatschappij (Van Reeth en Panis, 2013). Op het niveau van het maatschappelijk debat bevordert het concept de dialoog tussen disciplines en belangengroepen en creëert het mee een groter bewustzijn van de afhankelijkheid van de mens van de natuur. Op beleidsniveau biedt het concept een meerwaarde ter onderbouwing

van beslissingen tussen alternatieve vormen van landgebruik (Bateman et al., 2005; Bateman, 2009; Jax et al., 2013).

Hoewel wetenschappers en beleidsmensen meer vertrouwd geraken met de term 'ecosysteemdiensten', is het niet altijd aangewezen om die te gebruiken in communicatie met burgers. De term is voor velen abstract en roept foutieve associaties op (Define Research and Insight, 2007; Struyf en Declercq, 2013). Metz en Weigel (2010 en 2013) stellen dat, ook in het Engels, de term 'ecosystem services' niet erg geschikt is voor de communicatie met burgers. Mensen bezoeken immers geen 'ecosystemen', maar landschappen met bossen, heide, duinen, rivieren, enz. Bovendien gaat niet iedereen akkoord met het idee dat de natuur 'diensten levert aan', laat staan, 'ten dienste staat van' de mens. Het beeld dat mensen afhankelijk zijn van de natuur en dat de natuur baten of voordelen in petto heeft voor de mens ligt daarentegen minder gevoelig.

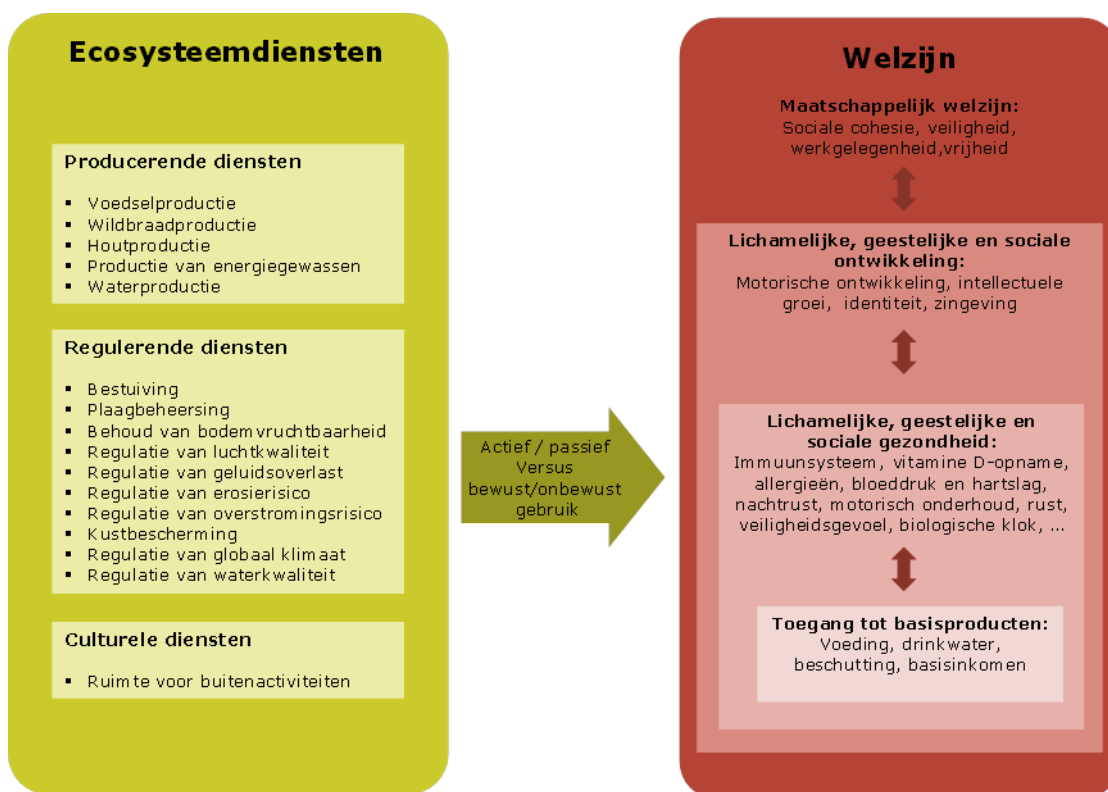
Volgens Metz en Weigel (2013) spreken we in de communicatie met burgers beter over 'nature's benefits' of, in het Nederlands, 'natuurbaten' of 'voordelen van de natuur' in plaats van 'ecosysteemdiensten'. Zij besluiten dit op basis van een reeks focusgroepen (uitgevoerd in 2009) en 2 nationale enquêtes (uitgevoerd in 2009 en 2012). Ook de term 'nature's value' of, in het Nederlands, 'natuurwaarde' komt uit het onderzoek van Metz en Weigel (2010 en 2013) naar voor als een goed alternatief. Het woord 'waarde' is echter niet het meest neutrale begrip. Het zet de mensen ertoe aan om de voordelen die de natuur levert te bekijken door een economische of monetaire bril, terwijl dit niet altijd strookt met de boodschap die je wenst te brengen. Define Research and Insight (2007) schuiven, op basis van een tiental groepsdiscussies met mensen uit alle lagen van de bevolking, dan weer 'nature's services' of, in het Nederlands, 'diensten van de natuur' naar voor als alternatief voor 'ecosysteemdiensten'.

Op niveau van een individuele ecosysteemdienst stelt zich dezelfde vraag. Hoe benoem je een specifieke ecosysteemdienst wanneer je hierover communiceert met burgers? De naamgeving van ecosysteemdiensten in de CICES 4.3 classificatie is globaal genomen niet geschikt voor communicatie met de burger. Volgens communicatieprofessionals is het beter om de verschillende diensten die ecosystemen leveren door te vertalen naar zaken zoals 'gezondheid' en 'veiligheid'. Eigenlijk komt het er op aan om te communiceren over die componenten van menselijk welzijn waarop de ecosysteemdiensten een invloed uitoefenen. Het schema in Figuur 5 geeft de relatie weer tussen ecosysteemdiensten en de componenten van menselijk welzijn. In functie van communicatiedoelinden zouden de relaties in dit schema wel nog verder geconcretiseerd moeten worden. Ook de terminologie is nog niet op maat van de gewone burger.

In de brochure 'Investeer in Groen, winst verzekerd' (ANB, 2012b) wordt in mensentaal gesproken over hoe groen in de stad het welzijn van mensen in de stad verhoogt. Men refereert naar veiligheid, gezondheid en sociale relaties met beelden zoals 'fit en gezond', 'oases van koelte en rust', 'droge voeten', 'de stad haalt weer adem' en 'groen brengt mensen samen'.

Woorden zoals 'reservaat', 'natuurbehoud en -bescherming' en 'speciale beschermingszone' worden door mensen niet geassocieerd met toegankelijke natuur. Hoewel het gebruik van deze woorden in de communicatie over natuurontwikkeling niet noodzakelijk wil zeggen dat mensen die nieuwe natuur niet zullen kunnen betreden, is het beter om hier spaarzaam mee om te springen. Het suggereren van beperkingen doet immers afbreuk aan de positieve boodschap die je wil communiceren. (Metz en Weigel, 2013)

Creëer eigenaarschap en betrokkenheid door bijvoorbeeld te spreken over 'ons' Nationaal Park (Metz en Weigel, 2013). Wanneer mensen deze uitdrukking overnemen en dus zelf spreken over 'ons' Nationaal Park, weet je dat mensen zich identificeren met het project.



Figuur 5 Het belang van ecosysteemdiensten voor menselijk welzijn en economische welvaart (Bron: Van Reeth et al., 2014)

Wanneer de voordelen van natuurontwikkeling op het vlak van 'recreatie en beleving' worden geschetst, is het beter om deze specifiek te benoemen. Praat over wandelen, fietsen, kamperen, vissen, dieren bekijken en genieten. Hoe levendiger de taal, hoe meer mensen zich deze nieuwe natuur zien gebruiken. Dit is waarschijnlijk geen echt nieuws voor de natuursector in Vlaanderen, die reeds heel wat ervaring heeft met het communiceren over de recreatie- en belevingswaarde van natuur. (Metz en Weigel, 2013)

4.4.4 Breng een positieve boodschap

Communiceren over de voordelen van natuur is op zich al een positief gegeven. Zoals eerder aangehaald, wordt er best wel over gewaakt om een project niet te motiveren vanuit de problemen die het zal oplossen. Concentreer de boodschap die je brengt daarom zoveel als mogelijk op de voordelen van het project voor de doelgroep. (ANB, 2012a; Metz en Weigel, 2013)

De boodschap over de voordelen van een project kan bovendien in een breder verhaal geschoven worden, waarbij natuurontwikkeling aan de betrokken burgers wordt voorgesteld als een investering in hun regio. Je zou dan tegelijkertijd de regio kunnen bestoefen om de mensen te charmeren en trots te maken op hun regio. Misschien biedt deze verhaallijn ook mogelijkheden om de investeringen in natuurontwikkeling te kaderen in langetermijnplan om de economische welvaart en het welzijn van de mensen binnen de regio te verbeteren. Hierbij aansluitend kan eveneens vermeld worden dat natuur en een sterke economie samengaan. (Metz en Weigel, 2013)

4.4.5 Wanneer communiceren?

In de loop van een project kan geregeld gecommuniceerd worden. De boodschappen die een initiatiefnemer in de verschillende fases van een project aan de burgers communiceert, variëren. Ook de mate waarin de projectcommunicatie de voordelen van een project belicht,

zal wellicht verschillen doorheen de verschillende fases van een project. Zowel in het begin van een project, als voor en tijdens de uitvoering van maatregelen die mogelijk niet door iedereen worden gedragen, is het waarschijnlijk aangewezen om uitgebreider te communiceren over de voordelen. Buiten deze fases kan de projectcommunicatie meer algemeen verwijzen naar de voordelen van een project. Het gaat hierbij om een soort van 'branding'. Herhaling van dezelfde boodschap is nodig om de houding en het gedrag van mensen effectief te beïnvloeden (ECNC, 2000).

4.4.6 Laat anderen de boodschap brengen

De impact van een boodschap hangt ten dele af van de zender ervan, of beter gezegd van het beeld dat de ontvanger heeft van de zender. Bij het communiceren over de voordelen van natuurontwikkeling treden ANB, VLM en de erkende terreinbeherende verenigingen op als zenders. Zij geven vorm aan de boodschap 'natuurontwikkeling levert u een waaier voordelen op' en communiceren die vervolgens aan de burger. Het is echter zo dat ANB en zeker ook VLM niet of weinig gekend zijn bij het brede publiek. De kans bestaat dat zij door de burgers, zeker als die zich sterk identificeren met een gebied waarop deze organisaties een project uitvoeren, als buitenstaander worden beken. Voor Natuurpunt vzw, de grootste erkende terreinbeherende vereniging in Vlaanderen, is de situatie meestal enigszins anders. Natuurpunt vzw is sterk lokaal verankerd. De omwonenden en gebruikers van het projectgebied kennen vaker het werk van Natuurpunt vzw en de mensen die de organisatie lokaal een gezicht geven. Het gevolg is dat Natuurpunt vzw, tenminste als zij lokaal stevig verankerd is, sneller geloofd en vertrouwd wordt. Wanneer ANB en zeker VLM, die steeds een tijdelijke passant is voor de looptijd van een project, communiceren over hun plannen, moeten zij zich, ondanks eerdere verwezenlijkingen, lokaal waarschijnlijk deels opnieuw bewijzen.

Een strategie die in deze situatie kan worden gevolgd, is dat de initiatiefnemer van een project de voordelen van het project laat brengen door iemand die lokaal gekend is en geloofd wordt. Je doet met andere woorden beroep op de reputatie van iemand anders. De burgemeester van de gemeente waarin het project gelegen is, kan een geknipte persoon zijn voor deze taak. Deze methode wordt, zo bleek uit de interviews met projectleiders en communicatieverantwoordelijken, vandaag al regelmatig toegepast.

Daarnaast is het ook aangewezen om in de loop van een project elke kans te grijpen om de bestaande coalities en samenwerkingsverbanden voor natuurontwikkeling te vermelden. De bedoeling hiervan is om het beeld te scheppen dat het project kan rekenen op een brede consensus en steun. Op deze manier is het mogelijk om eventuele tegenstand de wind uit de zeilen te nemen. Het kan deels ook cynische reacties voorkomen wanneer de overheid of natuurorganisaties grotendeels alleen handelen. (Metz en Weigel, 2013)

4.5 Conclusies en aanbevelingen

De conclusies en aanbevelingen die hieronder worden gepresenteerd, zijn geen exhaustieve opsomming. Ze zijn vooral bedoeld ter oriëntering van de verdere stappen die de sector zou kunnen zetten om aan de slag te gaan rond het communiceren over de voordelen van natuurontwikkeling. Het stappenplan dat in dit hoofdstuk wordt voorgesteld en de ideeën en inzichten die worden gebundeld, zijn geen eindpunt, noch te nemen of te laten en dienen afgetoetst en verder ontwikkeld te worden.

De communicatie over de voordelen van natuurontwikkeling mag zich niet beperken tot enkel en alleen het communiceren van de voordelen van concrete projecten. **Er is nood aan een groter communicatieverhaal over de voordelen van natuur en natuurontwikkeling waar individuele projecten bij kunnen aansluiten.** De bedoeling van dit initiatief zou erin moeten bestaan om het draagvlak voor natuur en natuurontwikkeling te vergroten. De plannen voor de uitvoering van een TEEB-studie voor

Vlaanderen kunnen we in dit verband alleen maar aanmoedigen.⁵ Er zijn bovendien zeker en vast ook synergiën mogelijk met een aantal initiatieven binnen de strategische projecten van ANB rond Groen in de Stad en IHD.

De sector erkent dat er vandaag te weinig over de voordelen van natuurontwikkeling wordt gecommuniceerd in het kader van concrete projecten. Desondanks is er binnen de sector reeds heel wat kennis en ervaring aanwezig en dit over de verschillende aspecten van het proces. Deze kennis en ervaring zit echter verspreid en is niet altijd in voldoende mate toegankelijk en inzetbaar voor natuurontwikkelingsprojecten. Daarnaast bevinden de projectleiders zich vaak fysiek niet in het centrum van de organisatie, wat de uitwisseling van kennis en ervaringen waarschijnlijk niet ten goede komt. **Binnen de natuursector moet de kennis over en ervaring met de verschillende aspecten verbonden aan het communiceren over de voordelen van natuurontwikkeling actief gedeeld worden.** Hoe begin je eraan? Welke expertise, (lokale) kennis, middelen, interne organisatie, enz. heb je nodig? Waar vind je de nodige expertise en kennis? Wat werkt en wat niet en waarom? Dit zijn een aantal van de vragen waarrond kennis en ervaring kan worden uitgewisseld.

Ontwikkel voor je project een communicatiestrategie en -plan. Een aantal grotere projecten beschikken hier vandaag reeds over en boeken hier positieve resultaten mee. **Integreer in de communicatiestrategie van projecten het principe 'communiceren over de voordelen van natuurontwikkeling' en leg in een communicatieplan de acties vast die je zal ondernemen.** Zonder communicatiestrategie en -plan waarin het communiceren over de voordelen wordt opgenomen, is de kans groot dat er ofwel niet ofwel eerder ad hoc en reactief gecommuniceerd zal worden over de voordelen. Doordat het engagement om te communiceren over de voordelen niet geëxpliciteerd wordt, mis je niet alleen de kans om het draagvlak voor een project te versterken, maar bouw je ook geen expertise, kennis en capaciteit op.

De meeste projectleiders spenderen een aanzienlijk deel van hun tijd aan communicatie hoewel dit doorgaans niet hun kernactiviteit en -competentie is. De communicatieverantwoordelijken hebben dan weer eerder een ondersteunende, adviserende rol, maar zijn zelden de echte eigenaars van de gevoerde communicatie. Het communiceren over de voordelen van een project zorgt echter voor extra taken en vergt bijkomende vaardigheden. **Kunnen deze taken uitgevoerd worden met de huidige mensen, organisatiestructuur en de beschikbare tijd en middelen?**

Communiceren over de voordelen kan, maar hoeft niet noodzakelijk veel tijd en geld te kosten. Ook het identificeren, bepalen en beschrijven van de voordelen hoeft geen onmogelijke opdracht te zijn. Het komt er wel op aan om aan het bepalen van de voordelen de nodige prioriteit te geven en eventuele koudwatervrees te overwinnen. Bovendien is het zo dat de procesvoering participatief kan worden opgevat wat – zelfs zonder daadwerkelijk te moeten communiceren over de voordelen – de kwaliteit van en het draagvlak voor een project ten goede kan komen.

Ter ondersteuning van de stappen uit het stappenplan worden hier verschillende **aanbevelingen voor onderzoek en ontwikkeling** gedaan:

- ontwikkel een draaiboek voor de ex-ante analyse van de reacties van burgers op een natuurontwikkelingsproject;
- blijf inzetten op de verdere ontwikkeling van de Natuurwaardeverkenner en gelijkaardige tools;

⁵ TEEB staat voor 'The Economics of Ecosystems & Biodiversity'. Een TEEB-studie heeft tot doel om de waarde van biodiversiteit en ecosysteemdiensten zichtbaar te maken en hierrond een bewustwording te creëren. Van Reeth et al. (2013) voerden een verkennende studie uit waarin de haalbaarheid en toegevoegde waarde van een TEEB-studie voor Vlaanderen werd onderzocht.

- bundel (en/of ontwikkel) goede praktijkvoorbeelden met betrekking tot het identificeren, bepalen, benoemen en beschrijven van en het communiceren over de voordelen van een natuurontwikkelingsproject;
- ontwikkel kennis over de gangbare ruimtelijke en temporele verdeling van de voordelen verbonden aan het gebruik van de verschillende ecosysteemdiensten en bundel deze op een overzichtelijke en voor niet-specialisten begrijpbare manier;
- bundel de beschikbare kennis over hoe de verschillende ecosysteemdiensten interageren met het menselijk welzijn en hoe de betreffende welzijnscomponenten benoemd kunnen worden in functie van de communicatie met de burger;
- ontwikkeling van een onderzoeksprogramma over draagvlak voor natuur en de rol van communicatie.

Organiseer een seminarie/workshop waarop de mensen uit de natuursector worden samengebracht om na te denken over (1) de zin en onzin van het communiceren over de voordelen van natuurontwikkeling, (2) de plaats en rol van het communiceren over de voordelen binnen de projectcommunicatie en (3) de volgende stappen. Het rapport dat voor u ligt, bevat alvast stof voor discussie.

Referenties

Aertsens, J., De Nocker, L., Hugo, L., Katelijne, N., Simoens, I., Meiresonne, L., Turkelboom, F., Broekx, S., 2012. Daarom groen! Waarom u wint bij groen in uw stad of gemeente. Studie in opdracht van het Agentschap voor Natuur en Bos. 144 p.

ANB, 2012a. Waarom bomen kappen soms wél zinvol is. Spoorzoeker. Jaargang 5, juni 2012, p. 12-14.

ANB, 2012b. Investeer in groen, winst verzekerd. Agentschap voor Natuur en Bos: Brussel. 71 p.

ANB, 2013. Ondernemingsplan Agentschap voor Natuur en Bos – 2014: Blik op de toekomst. Agentschap voor Natuur en Bos: Brussel. 89 p.

Bade, T., van Erk, A., Houben, S., Smid, G., 2011. Hoge Kempen, hoge baten. De baten van het Nationaal Park Hoge Kempen in kaart gebracht. Triple E Productions: Arnhem. 112 p.

Bateman, I. (2009). Bringing the real world into economic analyses of land use value: Incorporating spatial complexity. *Land Use Policy*. Vol. 26, N. 1, p. 30-42.

Bateman, I.J., Lovett, A.A., Brainard, J.S., (2005). *Applied Environmental Economics. A GIS Approach to Cost-Benefit Analysis*. Cambridge: Cambridge University Press.

Berends, H.I., Stegink, M., Slabbinck, B., Verheye, L., Versweyveld, S., Natuurpunt Blankenberge, 2007. Uitkerkse polder, een recreatieve meerwaarde voor de Vlaamse kust. Studie uitgevoerd in opdracht van Natuurpunt. 19 p.

Bogaert, D., 2004. Natuurbeleid in Vlaanderen: natuurontwikkeling en draagvlak als vernieuwingen? PhD Thesis. Instituut voor Natuurbehoud: Brussel. 337 p.

Broekx, S., De Nocker, L., Liekens, I., Poelmans, L., Staes, J., Van der Biest, K., Meire, P., Verheyen, K., 2013a. Raming van de baten geleverd door het Vlaamse NATURA 2000-netwerk. Studie in opdracht van het Agentschap voor Natuur en Bos. 215 p.

Broekx, S., Liekens, I., Peelaerts, W., De Nocker, L., Landuyt, D., Staes, J., Meire, P., Schaafsma, M., Van Reeth W., Van den Kerckhove, O., Cerulus, T., 2013b. A web application to support the quantification and valuation of ecosystem services. *Environmental Impact Assessment Review*. Vol. 40, p. 65-74.

Budget IHD, draft document 2013.

Buijs, A.E., 2009a. Natuurbeelden. Publieke visies op natuur en de consequenties voor het natuurbeheer. Samenvatting van het proefschrift 'Public natures. Social representations of nature and local practices'. Wageningen: Wageningen UR. 80 p.

Buijs, A.E., 2009b. Protest door betrokkenheid: De draagvlakmatrix als denkmodel voor protest in het Drents Friese Wold. In: Elands, B.H.M., Turnhout, E., eds., *Burgers, beleid en natuur: tussen draagvlak en betrokkenheid*. Wageningen: Wettelijke Onderzoekstaken Natuur & Milieu nr.9. p 15-23.

Chan, K.M.A., Satterfield, T., Goldstein, J., 2012. Rethinking ecosystem services to better address and navigate cultural values. *Ecological Economics*. Vol. 74, p. 8-18.

Christie, M., Fazey, I., Cooper, R., Hyde, T. and Kenter, J.O., 2012. An evaluation of monetary and non-monetary techniques for assessing the importance of biodiversity and ecosystem services to people in countries with developing economies. *Ecological Economics*. Vol. 83, p. 67-78.

Define Research and Insight, 2007. Public understanding of the concepts and language around ecosystem services and the natural environment. Studie in opdracht van DEFRA. 83 p.

De Groot, R.S., Blignaut, J., Van Der Ploeg, S., Aronson, J., Elmqvist, T., en Farley J., 2013. Benefits of investing in ecosystem restoration. *Conservation Biology*. Vol. 27, N. 6, p. 1286-1293.

De Somviele, B., en De Vreese, R., 2009. Vademecum Draagvlakverbreding voor Bosuitbreiding & Natuurontwikkeling. Een leidraad voor lokale overheden. Vereniging voor Bos en Vlaanderen vzw: Gontrode. 42 p.

ECNC (European Centre for Nature Conservation), 2000., Communicating nature conservation. A manual on using communication in support of nature conservation policy and action. 95 p.

Gómez-Baggethun, E., de Groot, R., Lomas, P.L., Montes C., 2010. The history of ecosystem services in economic theory and practice: From early notions to markets and payment schemes. *Ecological Economics*. Vol. 69, N. 6, p. 1209-1218.

Haines-Young, R., Potschin, M., 2013. Common International Classification of Ecosystem Services (CICES): Consultation on Version 4, August-December 2012. Studie uitgevoerd in opdracht van het Europees Milieugentschap. 34 p.

Hegemann, L., 2002. De Vlaming over "ons" milieu en "zijn" gedrag'. Resultaten van de APS-surveys 1996-2000, APS-publicatie, Brussel, Stativaria nr. 25, juli 2002.

Implementatienota IHD, draft document 2013.

Jax, K., Barton, D.N., Chand, K.M.A., de Groot, R., Doyle U., Eser U., Görg, C., Gómez-Baggethun, E., Griewald, Y., Haber, W., Haines-Young, R., Heink, U., Jahn, T., Joosten, H., Kerschbaumer, L., Korn, H., Luck, G., Matzdorf, B., Muraca, B., Neßhöver, C., Norton, B., Ott, K., Potschin, M., Rauschmayer, F., von Haarenw, C., Wichmann, S., 2013. Ecosystem services and ethics. *Ecological Economics*. Vol. 93, p. 260-268.

Kelemen, E., García-Llorente, M., Pataki, G., Martín-Lopez, B., Gómez-Baggethun, E., 2014. Non-monetary techniques for the valuation of ecosystem service. In: Potschin, M., Jax, K., (eds): *OpenNESS Reference Book*. EC FP7 Grant Agreement no. 308428. Available via: www.openness-project.eu/library/reference-book.

Kettunen, M., Bassi, S., Gantoler, S., ten Brink, P., 2009. Assessing Soio-economic Benefits of Natura 2000 – a Toolkit for Practitioners. Output of the EC project Financing Natura 2000: Cost estimate and benefits of Natura 2000. Institute of European Environmental Policy (IEEP): Brussel. 210 p.

Keulartz, F.W.J., Swart, J.A.A., van der Windt, H.J., 2000. Natuurbeelden en natuurbeleid. Theoretische en empirische verkenningen. NWO-programma Ethiek en Beleid nr. 00/1, Den Haag.

Laurans, Y., Rankovic, A., Billé, R., Pirard, R., Mermet, L., 2013. Use of ecosystem services economic valuation for decision making: questioning a literature blindspot. *Journal of Environmental Management*. Vol. 119, p. 208-219.

Liekens, I., 2014. Een praktisch voorbeeld bij de natuurwaardeverkenner: case Ertbrugge. Studie in opdracht van LNE, afdeling milieu-, natuur- en energiebeleid. 57 p

Liekens, I., Van der Biest, K., Staes, J., De Nocker, L., Aertsens, J., Broekx, S., 2013. Waardering van ecosysteemdiensten, een handleiding. Studie in opdracht van LNE, afdeling milieu-, natuur- en energiebeleid. 158 p.

MA – Millennium Ecosystem Assessment, 2005. Ecosystems and Human Well-being: Synthesis. Island Press: Washington. 137 p.

Metz, D., Weigel, L., 2010. Key Findings From Recent National Opinion Research on "Ecosystem Services". 12 p.

Metz, D., Weigel, L., 2013. The Language of Conservation 2013: Updated Recommendations on How to Communicate Effectively to Build Support for Conservation. 11 p.

Mens en Ruimte, 1999. Maatschappelijke waardering van groen en landschap. Ministerie van de Vlaamse Gemeenschap departement Leefmilieu en Infrastructuur, AMINAL afdeling bos en groen: Brussel. 492 p.

Pantarein, Tritel, DenS Communicatie, 2012. Getijdennatuur: onschatbare natuur. Waterwegen en Zeekanaal: Antwerpen. 43 p.

PBL – Planbureau voor de Leefomgeving, 2010. Wat natuur de mens biedt. Ecosysteemdiensten in Nederland. 31 p.

Simons, I., Demeyer, R., z.d. Het ecosysteemdiensten kaartenspel. Een kwalitatieve waarderingsmethode om ecosysteemdiensten (ESD) van een gebied in kaart te brengen. 10 p.

Stevens, M., Demolder, H., Jacobs, S., Michels, H., Schneiders, A., Simoens, I., Spanhove, T., Van Gossum, P., Van Reeth, W., Peymen, J. (red.), 2014. Natuurrapport - Toestand en trend van ecosystemen en ecosysteemdiensten in Vlaanderen. Syntheserapport. Mededelingen van het Instituut voor Natuur- en Bosonderzoek, INBO.M. 2014.1988666, Brussel. 80 p.

Struyf, K., Declercq, L., 2013. Ecosystem Services in Nature Education in the Province of West Flanders. In: Jacobs, S., Dendoncker, N., Keune, H., Ecosystem Services: Global issues, Local Practices. Elsevier: San Diego en Waltham. p. 389-392.

Studiedienst van de Vlaamse Regering, z.d. SCV-bevragingen uit 1995, 2000, 2005, 2010 en 2013.

Tack K., z.d. Basiscurus Natuur- en Milieueducatie – Natuurbeelden.

TEEB, 2010. The Economics of Ecosystems and Biodiversity for Local and Regional Policy Makers. 207 p.

Turkelboom, F., Raquez, P., Dufrene, M., Raes, L., Simoens, I., Jacobs, S., Stevens, M., De Vreese, R., Panis, J., Hermy, M., Thoonen, M., Liekens, I., Fontaine, C., Dendoncker, N., van der Biest, K., Casaer, J., Heyrman, H., Meiresonne, L., Keune, H., 2013. CICES going local: Ecosystem services classification adapted for a highly populated country. In: Jacobs, S., Dendoncker, N., Keune, H., Ecosystem Services: Global issues, Local Practices. Elsevier: San Diego en Waltham. p. 223-247.

Van Mispelaar, A., Hagens, J., Caalders, J., Laro, J., 2007. Economische impact plattelandsproject 'De bossen van Merode en Omgeving'. Leidraad instrument. Studie in opdracht van de Vlaamse Landmaatschappij, 116 p.

Van Reeth, W., De Saeger, S., Lommaert, L., 2012. Verkenning van de economische waarde van de groene infrastructuur langs de R11 in Wilrijk en Mortsels. Achtergrondrapport bij advies INBO.A.2012.6. Rapporten van het Instituut voor Natuur- en Bosonderzoek 2012 (INBO.R.2012.15). Instituut voor Natuur- en Bosonderzoek: Brussel. 37 p.

Van Reeth, W., De Smet, L., Demeyer, R., Spanhove, T., Van Gossum, P., 2014. Hoofdstuk 8 – Waardering. In: Stevens, M., Demolder, H., Jacobs, S., Schneiders, A., Van Gossum, P., Van Reeth, W., Peymen, J. (editors). Natuurrapport - toestand en trend van ecosystemen en

ecosysteemdiensten in Vlaanderen. Technisch Rapport. Rapporten van het Instituut voor Natuur- en Bosonderzoek 2014 (INBO.R.2014.6000179). Instituut voor Natuur- en Bosonderzoek: Brussel. 73 p.

Van Reeth, W., Panis, J., 2013. TEEB Vlaanderen Haalbaarheidsstudie. Discussietekst voor beleid, onderzoekers en belanghebbenden. Rapporten van het Instituut voor Natuur- en Bosonderzoek 2013 (INBO.R.2013.3). Instituut voor Natuur- en Bosonderzoek: Brussel. 195 p.

Van Reeth, W., Stevens, M., Demolder, H., Jacobs, S., Peymen, J., Schneiders, A., Simoens, I., Spanhove, T., Van Gossum P., 2014. Hoofdstuk 2 – Conceptueel Kader. In: Stevens, M., Demolder, H., Jacobs, S., Schneiders, A., Van Gossum, P., Van Reeth, W., Peymen, J. (editors). Natuurrapport - toestand en trend van ecosystemen en ecosysteemdiensten in Vlaanderen. Technisch Rapport. Rapporten van het Instituut voor Natuur- en Bosonderzoek 2014 (INBO.R.2014.6000094). Instituut voor Natuur- en Bosonderzoek: Brussel. 59 p.

Van Uytvanck, J., De Blust, G., 2012. Handboek voor beheerders. Europese natuurdoelstellingen op het terrein. Deel I. Habitats. LannooCampus: Leuven. 302 p.

VLM, 1999. Communicatieplan natuurinrichting. 34 p.