

Investeren in landschap

Bewoners en bedrijven in Amstelland, Binnenveld,
Het Groene Woud en Ooijpolder-Groesbeek



LEI

WAGENINGEN UR







Investeren in landschap

Bewoners en bedrijven in Amstelland, Binnenveld,
Het Groene Woud en Ooijpolder-Groesbeek

Greet Overbeek
Ronald de Graaff

Rapport 2009-014
Maart 2009
Projectcode 21075
LEI Wageningen UR, Den Haag

Het LEI kent de werkvelden:

-  Internationaal beleid
-  Ontwikkelingsvraagstukken
-  Consumenten en ketens
-  Sectoren en bedrijven
-  Milieu, natuur en landschap
-  Rurale economie en ruimtegebruik

Dit rapport maakt deel uit van het werkveld Milieu, natuur en landschap.



Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van het ministerie van LNV met het oog op de beleidsondersteuning. Het cluster Vitaal Landelijk Gebied (VLG) voert beleidsondersteunend onderzoek uit en is verantwoordelijk voor onderzoek naar de ontwikkeling en inrichting van een vitaal landelijk gebied, afhankelijk van relevante beleidsvragen. Te denken valt aan: Sociaal-economische ontwikkeling platteland en randstedelijk gebied, recreatie en recreatief medegebruik, beheer en kwaliteit van bodem en water, gevolgen van klimaatverandering, landschapsontwikkeling, -beleving en -waardering, medeverantwoordelijkheid en medegebruik bij landschapsontwikkeling. Samen met de diverse betrokken (beleids-)directies van LNV maakt het clusterbestuur, die verantwoordelijk is voor de aansturing van het cluster, keuzes waar onderzoek aan wordt gedaan en in welke omvang.

Foto: Buro Hemmen.

Investeren in landschap; Bewoners en bedrijven in Amstelland, Binnenveld, Het Groene Woud en Ooijpolder-Groesbeek

Overbeek, M.M.M. en R.P.M. de Graaff

Rapport 2009-014

ISBN/EAN: 978-90-8615-299-5

Prijs € 29,25 (inclusief 6% btw)

151 p, fig., tab., bijl.

Een onderzoek naar de bekendheid, betrokkenheid en bijdrage aan landschap bij 1.360 bewoners en 235 bedrijven op basis van twee enquêtes in de vier voorbeeldgebieden 'investeren in landschap'. De voorbeeldgebieden Amstelland, Binnenveld, Het Groene Woud en Ooijpolder-Groesbeek zijn goed bekend onder bewoners en bedrijven, zij het op een beperkte schaal. De betrokkenheid bij het landschap en het landschapsbeleid is overwegend positief, maar is mede afhankelijk van het gerealiseerde beleid en de lokale binding. De bijdrage van bewoners aan landschap is divers en van bedrijven nog gering. Meer aandacht is gewenst voor de communicatie en financieringsconstructies vanuit het perspectief van de gebruikers, met name voor stedelingen en grote bedrijven.

A study of the awareness, involvement and contribution of 1,360 citizens and 235 entrepreneurs and businesses directors regarding the landscape in four designated areas in the Netherlands (Amstelland, Binnenveld, Het Groene Woud and Ooijpolder-Groesbeek) on the basis of two surveys. The areas are selected by the Ministry of Agriculture, Nature and Food Quality for generating private resources in landscape. The areas are well known, albeit on a limited scale. The involvement in the landscape and landscape policy is mainly positive, but is partly dependent on the policy already implemented and the local attachments. More attention is required for communication and financing constructions from the perspective of the users, particularly for urban citizens and large businesses.

Bestellingen

070-3358330

publicatie.lei@wur.nl

© LEI, 2009

Overname van de inhoud is toegestaan, mits met duidelijke bronvermelding.



Het LEI is ISO 9000 gecertificeerd.

Inhoud

	Woord vooraf	7
	Samenvatting	8
	Summary	13
1	Inleiding	16
	1.1 Aanleiding	16
	1.2 Achtergrond	17
	1.3 Onderzoeksvragen en methode	18
	1.4 Vier voorbeeldgebieden	20
	1.5 Leeswijzer	25
2	Bekendheid, betrokkenheid en bijdrage	26
	2.1 Inleiding	26
	2.2 Drie blokken van factoren	26
	2.3 Opzet dataverzameling en analyse	33
3	Overzicht van de respondenten	37
	3.1 Inleiding	37
	3.2 Sociaaldemografische kenmerken	37
	3.3 Geografische kenmerken	42
	3.4 Conclusies	45
4	Bekendheid en betrokkenheid van bewoners	47
	4.1 Inleiding	47
	4.2 Bekendheid van het gebied	48
	4.3 Betrokkenheid bij het landschap	50
	4.4 Betrokkenheid bij het landschapsbeleid	54
	4.5 Maatschappelijke betrokkenheid	56
	4.6 Conclusies	59

5	Bijdrage van bewoners	62
5.1	Inleiding	62
5.2	Beschermer	62
5.3	Consument	67
5.4	Kiezer	70
5.5	Conclusies	72
6	Waarom dragen bewoners bij?	74
6.1	Inleiding	74
6.2	Bewoners met een gelijke bijdrage	74
6.3	Sociaaldemografische kenmerken	76
6.4	Bekendheid en betrokkenheid	77
6.5	Conclusies	80
7	Bekendheid en betrokkenheid van bedrijven	81
7.1	Inleiding	81
7.2	Bekendheid van het gebied	81
7.3	Betrokkenheid bij het landschap	83
7.4	Betrokkenheid bij het landschapsbeleid	84
7.5	Maatschappelijke betrokkenheid	86
7.6	Conclusies	
8	Bijdrage van bedrijven	89
8.1	Inleiding	89
8.2	Beschermer	89
8.3	Consument	93
8.4	Kiezer	97
8.5	Conclusies	98
9	Waarom dragen bedrijven bij?	100
9.1	Inleiding	100
9.2	Bedrijven met een gelijke bijdrage	100
9.3	Sociaaldemografische kenmerken	102
9.4	Bekendheid en betrokkenheid	103
9.5	Conclusies	105

10	Conclusies en aanbevelingen	106
	10.1 Inleiding	106
	10.2 Algemene conclusies	106
	10.3 Aanbevelingen voor de marketingstrategieën	110
	10.4 Conclusies en aanbevelingen per voorbeeldgebied	113
	10.5 Terugblik	126
	Literatuur	127
	Bijlagen	129
	1 Enquête bewoners en bedrijven	129
	2 WIN-segmenten bewoners en bedrijven	149
	3 Tabellen van bewoners	151

Woord vooraf

De ministeries van Landbouw, Natuurbeheer en Voedselkwaliteit (LNV) en Volkshuisvesting, Ruimtelijke Ordening en Milieubeheer (VROM) hebben in 2008 de Agenda Landschap aan de Tweede Kamer gepresenteerd. Zij willen het besef versterken dat landschap van en voor iedereen is en zoeken naar duurzame financiering door particulieren. Ter ondersteuning van deze opgaven heeft LNV vier voorbeeldgebieden 'investeren in landschap' geselecteerd waar regionale en lokale partijen plannen en ideeën hebben om private middelen te genereren om het landschap mooier te maken (LNV, 2008). In ieder voorbeeldgebied wordt een marketingstrategie ontwikkeld. Dit onderzoek dient hiervoor als basis en zal ingaan op de bereidheid van bewoners en bedrijven om te investeren in hun landschap.

Dit onderzoek is uitgevoerd in opdracht van LNV binnen het thema Landschap van het cluster Vitaal Landelijk Gebied (BO-01-006). Jos Wigger en Kees Verbogt hebben namens LNV de vraag hiervoor ingediend. Het onderzoek is verricht door Greet Overbeek en Ronald de Graaff (LEI Wageningen UR).

De opzet van het onderzoek en de tussentijdse resultaten zijn uitgebreid besproken met de betrokkenen in de vier voorbeeldgebieden:

- Amstelland: Kees van Tilburg, Gerben Houtkamp en Hanneke Brummelhuis;
- Binnenveld: Marina van Casteren, Jac Meter, Wilma Pol en Brigit Huisman;
- Het Groene Woud: Willy Thijssen, Nelly Raedts, Desiree van Laarhoven en Jannie van der Heiden;
- Ooijpolder-Groesbeek: Tiny Wigman, Gerda Hendriks, Martin Bons, Christiaan Elings en Guus Béguin.

Daarnaast zijn vanuit de LNV-Directie Regionale Zaken Gerard van Wakeren (Amstelland), Marjolein Pardoën (Het Groene Woud) en Jos Wigger (Binnenveld en Ooijpolder-Groesbeek) bij de voortgang van het onderzoek betrokken geweest.

Bij dezen wil ik hen bedanken voor hun constructieve bijdrage als gebruiker.

Ik hoop dat de resultaten van dit onderzoek bijdragen aan het vergroten van het inzicht in de samenwerking tussen burgers, bedrijven en overheden bij het realiseren van projecten voor landschap.



Prof.dr.ir. R.B.M. Hulne
Algemeen Directeur LEI Wageningen UR

Samenvatting

Doel en opzet van het onderzoek

LNV heeft vier voorbeeldgebieden 'investeren in landschap' geselecteerd waar regionale en lokale partijen plannen en ideeën hebben om private middelen te genereren voor een mooier landschap. De voorbeeldgebieden zijn Amstelland, Binnenveld, Het Groene Woud en Ooijpolder-Groesbeek. Om de private financiering van landschap te stimuleren zal in ieder voorbeeldgebied een marketingstrategie worden ontwikkeld. Dit onderzoek dient hiervoor als basis en gaat in op de bereidheid van bewoners en bedrijven om te investeren in het landschap in hun gebied. Om meer inzicht in hun bereidheid te krijgen, is de vraag in hoeverre bewoners en bedrijven betrokken bij het landschap zijn en hier aan (willen) bijdragen en welke factoren hierbij een rol spelen.

Deze vragen zijn beantwoord aan de hand van literatuur en twee enquêtes onder respectievelijk 1.360 bewoners en 235 ondernemers en directeurs van bedrijven in en rond de vier voorbeeldgebieden. De resultaten van de bewoners zijn representatief voor de bevolking in en rond het voorbeeldgebied. Qua omvang van de bedrijven zijn de resultaten wel representatief, maar qua type branche niet.

Bij de opzet van het onderzoek is een driedeling uit de marketing gebruikt die uitgaat van drie B's. Deze drie aspecten geven de Bekendheid (cognitie), Betrokkenheid (emotie) en Bijdrage (gedrag) weer en verwijzen naar wederzijdse volgtijdelijkheid. In de marketing gaat het om de beïnvloeding van het gedragsaspect en daarmee om de bijdrage van bewoners en bedrijven positief te beïnvloeden, maar daarvoor richt het zich op alle drie aspecten.

De fysieke en financiële bijdragen zijn in drie domeinen van activiteiten te classificeren. Dit zijn de Beschermer (1) voor het beheer van het landschap, de Consument (2) voor het gebruik van producten en diensten van het landschap en de Kiezer (3) betrokken bij het beleid voor het landschap. Bij het domein van de Beschermer spelen activiteiten als het geven van een financiële bijdrage en het verrichten van fysieke en organisatorische activiteiten voor het landschap. Bij het domein van de Consument speelt het belang van landschap als omgevingsfactor om te wonen en recreëren en de bereidheid om voor een landschappelijke omgeving te betalen als men hieraan gerelateerde producten en diensten gebruikt. Bij het domein van de Kiezer spelen activiteiten om landschap prioriteit in het lokale beleid te geven en de bereidheid om (meer) belasting te

betalen voor het onderhoud en het versterken van de kwaliteit van het landschap.

Conclusies

Hierna volgen de algemene conclusies over de bekendheid en betrokkenheid van bewoners en bedrijven bij landschap en hun bereidheid tot een bijdrage in hun voorbeeldgebied. De specifieke conclusies per gebied (inclusief percentages) zijn terug te vinden in hoofdstuk 10.

Bekendheid

Amstelland, het Binnenveld en Ooijpolder-Groesbeek blijken goed bekend te zijn onder bewoners en bedrijven. Het Groene Woud, dat een veel groter gebied bestrijkt, is redelijk bekend. De bekendheid berust vooral op nabijheid en is groter naarmate er meer respondenten in en dichtbij het gebied gevestigd zijn. Informatie over het landschap leest men vooral in de plaatselijke krant en op borden in het gebied.

Betrokkenheid

Bewoners en bedrijven voelen zich in bijna alle voorbeeldgebieden sterk met het landschap verbonden (behalve in Het Groene Woud). Bewoners vinden het landschap aantrekkelijk (behalve het Binnenveld), bedrijven zijn hier minder positief over. Ooijpolder-Groesbeek krijgt de meeste waardering. Bewoners beoordelen de landschappelijke veranderingen in hun gebied doorgaans als neutraal of een vooruitgang en maken zich weinig zorgen. In Amstelland en het Binnenveld zien zij naar verhouding vaker een achteruitgang optreden en maken zij zich meer zorgen.

Voor het landschapsbeleid vinden met name bewoners, maar ook bedrijven, dat gemeenten meer moeten doen om hun landschap te beschermen. Zij zijn tevreden over de zorg voor een aantrekkelijk landschap en het onderhoud van de landschapselementen, maar vinden dat private actoren meer bij landschap kunnen worden betrokken. Zo vindt men zich zelf onvoldoende betrokken worden bij de plannen voor het landschap en wordt boeren onvoldoende financiële vergoeding geboden om aan landschapsbeheer te doen. Vooral bewoners in Amstelland en het Binnenveld zijn over deze laatste punten negatief gestemd.

De maatschappelijke betrokkenheid van bewoners en bedrijven bij landschap en landschapsbeleid is in Amstelland vaker kritisch. In het Binnenveld valt de gehechtheid aan de lokale gemeenschap op en - net als in Het Groene Woud - de bereidheid om bij te dragen aan regionale doelen. Bewoners en bedrijven in

Ooijpolder-Groesbeek vallen qua maatschappelijke betrokkenheid minder op. Waarschijnlijk zeggen hier de landschappelijke factoren - zoals het aantrekkelijke landschap en het gerealiseerde landschapsbeleid - meer over hun waardering.

Bijdrage van de bewoners

Minder dan een vijfde van de bewoners is fysiek actief en twee vijfde is geïnteresseerd in gezamenlijke activiteiten voor het beheer van het landschap (Beschermer). Bijna de helft is lid of donateur van een (nationaal) gerichte organisatie voor natuur en landschap. In Amstelland geven bewoners vaker, in Het Groene Woud minder. Bij de toekomstige geefbereidheid valt de interesse voor eenmalige bijdragen op, waarbij het maatschappelijk doel door de overheid erkend moet zijn en bij voorkeur een lokaal initiatief is. Bewoners hebben minder ideeën over het gewenste landschappelijke doel. Zij wensen vooral aan bestaande doelen te geven zoals het beschermen van planten en dieren en hun streek.

Als gebruiker van het landschap (Consument), vinden de meeste bewoners het voorbeeldgebied een belangrijk woonmotief. Bijna een derde van de bewoners recreëert maandelijks in het gebied. In Amstelland spelen deze zaken meer en in Het Groene Woud minder. Een meerderheid vindt dat bedrijven verplicht moeten bijdragen als zij gaan uitbreiden in het buitengebied, maar wil ook dat huiseigenaren vrijwillig bijdragen aan het lokale natuur- en landschapsbeheer.

Over de plannen voor landschap (Kiezer) willen de meeste bewoners graag worden geïnformeerd, maar wil slechts een klein deel meedenken. Bewoners tonen een behoorlijke offerbereid. Een derde is bereid om meer inkomstenbelasting voor landschap te betalen en bijna de helft wil meer gemeentebelasting (OZB) aan het landschap in hun gemeente besteden.

Bewoners tonen belangstelling voor financiële bijdragen met een semi-gebruikskarakter. Dit betreft zowel vrijwillige bijdragen (eenmalig, vrijwillige deelname door huiseigenaren aan een lokale vereniging voor natuur- en landschapsbeheer) als verplichte bijdragen (compensatie door niet-agrarische bedrijven die in het buitengebied willen uitbreiden, zelf meer belasting voor landschap betalen of meer gemeentebelasting hieraan willen besteden).

Wanneer we naar alle bijdragen kijken, dan blijken bewoners in Amstelland wat meer fysiek actief te (willen) zijn en in Het Groene Woud wat minder. Voor de financiële activiteiten bestaat er weinig verschil tussen de gebieden. Hoger opgeleide bewoners zijn vaker fysiek en financieel actief. Daarnaast zijn bewoners vaker fysiek actief als ze in of dichtbij het gebied wonen, ouder en meer betrokken te zijn. De financieel actiever bewoners maken zich vaker druk over het landschapsbeleid.

Bijdrage van de bedrijven

In het kader van maatschappelijk ondernemen staan vier op de tien bedrijven positief tegenover het aankopen van producten en diensten bij boeren, maar wil slechts ruim één op de tien bedrijven een financiële bijdrage aan landschap leveren. In Het Groene Woud en in Ooijpolder-Groesbeek staan zij hier positiever tegenover, in Amstelland minder. Bedrijven willen vooral eenmalig financieel bijdragen aan landschap, waarbij het maatschappelijk doel door de overheid erkend is en men een lokaal initiatief wenst. Als gewenst doel staat het beschermen van planten en dieren (weidevogels) voorop, gevolgd door de aanleg van paden en routes.

Het landschap heeft nog voor weinig bedrijven toegevoegde waarde gerealiseerd. Als vestigingsfactor speelt het nauwelijks een rol, als investeringsfactor staat een grote meerderheid hier neutraal tegenover. Een klein aantal vindt het landschap van belang voor het imago van het bedrijf. Bedrijven tonen vooral belangstelling voor vrijwillige financiële bijdragen.

Wanneer we naar alle bijdragen kijken, dan doen in Ooijpolder-Groesbeek bedrijven meer fysieke activiteiten en in Het Groene Woud minder. Voor de financiële activiteiten is er weinig verschil. De fysiek actieve bedrijven vinden het landschap aantrekkelijker en vinden - behalve in het Binnenveld - dat het wellicht het imago van het bedrijf kan versterken. De financieel actieve bedrijven vinden dat de gemeenten meer moeten doen om het landschap te beschermen.

Aanbevelingen

De voorbeeldgebieden zijn goed bekend onder bewoners en bedrijven, zij het op een beperkte schaal. De betrokkenheid bij het landschap en het landschapsbeleid is overwegend positief, maar mede afhankelijk van het gerealiseerde beleid en lokale binding. De bijdrage van bewoners aan landschap is divers en van bedrijven nog gering. Deze conclusies leiden tot vijf aanbevelingen die in meerdere voorbeeldgebieden relevant zijn voor hun marketingstrategie. De aanbevelingen zijn per voorbeeldgebied gespecificeerd in hoofdstuk 10.

1. Meer aandacht voor stedelingen

Besteed meer aandacht aan stedelingen door vanuit hun perspectief - op afstand van het voorbeeldgebied wonend - te zorgen voor goede informatie, meer motivatie en meer activiteiten om aan landschap bij te dragen. Zij blijken het gebied en de belangrijkste landschapsactoren minder vanzelfsprekend te kennen en dienen meer vanuit hun gebruik van het landschap te worden aangesproken.

2. Onderscheid grote en kleine bedrijven

Besteed aandacht aan zowel kleine als grote bedrijven. De resultaten tonen nu vooral de bereidheid van kleinere bedrijven die vanuit hun lokale betrokkenheid te motiveren zijn. De kunst is om deze resultaten uit te werken naar een maatschappelijke bijdrage aan landschap. Voor de grotere bedrijven zal het belang van landschap niet alleen om maatschappelijk te ondernemen, maar ook als toegevoegde waarde moeten worden onderzocht.

3. Communicatiestrategie vanuit gebruikers uitwerken

Zorg voor een goed omschreven gebied waarmee bewoners en bedrijven zich identificeren, een herkenbaar lokaal landschapsicoon en een communicatieplan dat vanuit de huidige activiteiten van de bevolking de betrokkenheid bij landschap vergroot. Houd in het communicatieplan rekening met een onderscheid tussen doelgroepen dichtbij of verder weg van het voorbeeldgebied.

4. Lokale financiële constructies opzetten

Zorg voor lokale financiële constructies voor bewoners en bedrijven om bij te dragen aan landschap (streekrekening, landschapsveiling, rentecertificaat en vereniging). Bij de opzet van lokale constructies is het belangrijk dat de maatschappelijke doelen door de overheid erkend zijn.

5. Lokaal landschapsbeleid beter profileren

Gemeenten moeten duidelijker aangeven wat ze al doen voor landschap en wat zij hiervoor meer willen gaan doen in samenhang met de te ontwikkelen private financiële constructies.

Summary

Investing in landscape; Citizens and businesses in four designated areas in the Netherlands

Objective and structure of this study

The ministry of LNV has selected four areas in which regional and local parties have plans and ideas for generating private resources for a more beautiful landscape. The designated areas are Amstelland, Binnenveld, Het Groene Woud and Ooijpolder-Groesbeek. In order to encourage private financing of the landscape, a marketing strategy will be developed for each area. This study will serve as a basis for this and will examine the willingness of citizens and entrepreneurs and directors of businesses to invest in the landscape within their region. In order to gain further insight into their willingness, the question is to what extent they are aware of and involved in the landscape and wish to contribute to this.

Based on two surveys carried out among 1,360 citizens and 235 entrepreneurs and business directors in and around the four selected areas, answers have been acquired to these questions. The results obtained from citizens are representative of the population in each area. The results obtained from businesses are representative in terms of their size, but not in terms of the type of sector.

Regarding the design of the study, a marketing three-category classification was applied, based on Awareness (cognition), Involvement (emotion) and Contribution (behaviour). The contributions can be classified into three fields of activity. These are the Protector (1) for providing financial contributions and performing activities for the landscape, the Consumer (2) using products and services of the landscape and the Voter (3) to give the landscape a priority in local policy.

Conclusions

Awareness

Amstelland, the Binnenveld and Ooijpolder-Groesbeek seem to be well known to citizens and businesses. Het Groene Woud, which covers a much larger area, is reasonably well known. The awareness is mainly based on proximity and this awareness grows when respondents live in the area or the closer that they live

to the area. Information about the landscape can be found in the local newspaper and on notice boards within the area.

Involvement

In almost all areas, citizens and businesses feel they have strong ties to the landscape (except in Het Groene Woud). Citizens find the landscape to be inviting (except for the Binnenveld), while businesses are less positive about this. Ooijpolder-Groesbeek is the most appreciated. Most citizens judge the changes in the landscape in their area to be neutral or to be an improvement and are not overly worried. Comparatively, in Amstelland and the Binnenveld they see more of a deterioration and are, therefore, more worried.

In terms of the landscape policy, particularly citizens, but also businesses, feel that municipal councils should do more to protect their landscape. They are satisfied about the attention paid to an attractive landscape and the maintenance of the rural elements, but believe that private actors could have greater involvement in the landscape.

Contribution of the citizens

Less than a fifth of the citizens are physically active and two fifths are interested in joint activities for the management of the landscape (Protector). Almost half of the citizens are members of or donors to a (nationally) oriented organisation for nature and landscape. In Amstelland they give more frequently, and in Het Groene Woud less frequently. In terms of the future willingness to donate, the interest is in the government's social objective being acknowledged and which is, preferably, a local initiative.

As users of the landscape (Consumer), most citizens find that their area is a significant motive for living there. Almost a third of the citizens participate in monthly recreation in the area. In Amstelland, these factors play a greater role, and in Het Groene Woud a lesser role. The majority believe that businesses should make compulsory contributions if they expand within the rural area, but also want home owners to contribute voluntarily to local nature and landscape management.

Most inhabitants wish to be informed about the plans for the landscape (Voter), but only want to make a limited contribution to these plans in terms of their own thoughts. Citizens demonstrate a considerable willingness to contribute. A third of citizens are prepared to pay more income tax for the landscape and almost half wish to spend more council tax (Immovable Property Tax) on the landscape within their municipal council.

When we consider all contributions, it appears that citizens in Amstelland are or wish to be more physically active and, in Het Groene Woud, less physically active. In terms of the financial activities, there is little difference between the areas. Citizens with a higher educational level are often more physically and financially active. Furthermore, citizens are often more physically active if they live in or near to the area, if they are older and more involved. The citizens that are more financially active often worry more about the landscape policy.

Contribution of the entrepreneurs and business directors

Within the context of social entrepreneur, four in ten businesses are positive about the purchase of products and services from farmers, but only around one in ten businesses want to make a financial contribution to the landscape. In Het Groene Woud and in Ooijpolder-Groesbeek, businesses are more positive about this and, in Amstelland, less positive. In terms of the future willingness to donate, businesses mention the same conditions as citizens do.

The landscape has created added value for only a few businesses. It barely plays a role as an establishment factor, and, as an investment factor, the majority of businesses have a neutral opinion of this. A small number believe that the landscape is important to the image of the business.

Recommendations

For the marketing strategies in one or more designated areas it is important to pay more attention to the urban population (1) and to distinguish large and small businesses (2). The art is to formulate the local involvement of small businesses into a social contribution to the landscape. For the larger businesses, the importance of landscape will be investigated not only in terms of the social contribution, but also as an added value to the company. Further it is important to develop the communication strategy from the users' perspective (3) and to set up local financing constructions (4) to enable citizens and businesses to contribute to the landscape. Finally, municipal councils need to indicate more clearly what they already do for the landscape and what else they would like to do in connection with the private financial constructions that are to be developed (5)

1 Inleiding

1.1 Aanleiding

De bestuurlijke aandacht voor het landschap is nog nooit zo groot geweest als nu. De ministeries van LNV en VROM hebben in 2008 de Agenda Landschap aan de Tweede Kamer gepresenteerd. Onder het motto 'landschappelijk verantwoord ondernemen' willen LNV en VROM een groter besef dat landschap van en voor iedereen is en zoeken zij naar duurzame financiering door particulieren (2008). LNV is samen met het Landschapsmanifest een publiekscampagne gestart om burgers meer bij het landschap te betrekken en heeft vier voorbeeldgebieden 'investeren in landschap' geselecteerd waar regionale en lokale partijen plannen en ideeën hebben om private middelen voor landschap te genereren (LNV, 2008). Een belangrijke stimulans voor de toegenomen bestuurlijke aandacht is het plan 'Nederland weer mooi; Deltaplan voor het landschap' (VNC, 2005) geweest.

Het doel is om in de voorbeeldgebieden Amstelland, Binnenveld, Het Groene Woud en Ooijpolder-Groesbeek samen met private partijen financieringsconstructies te ontwikkelen. De aanleiding hiertoe is de vraag in hoeverre door private actoren de baten van het landschap kunnen worden gerealiseerd. Volgens berekeningen is er een positief saldo van 17,8 miljard te verwachten (Braaksma en Bos, 2007), waardoor het voor de maatschappij aantrekkelijk zou moeten zijn om te investeren in landschap.

Bij het te verwachten positieve saldo zijn echter kanttekeningen te plaatsen, zoals de afstand van de baathebbers tot het landschap en de aanname van een maatschappelijk aantrekkelijke investering. Volgens het CBP (2007) wordt bij de empirische onderbouwing van de beoogde baten, zoals een stijging van de huizenprijzen vanwege een aantrekkelijke woonomgeving, te weinig rekening gehouden met de beperkte afstand van de baathebbers tot de beoogde maatregel voor landschap. Vaak wordt de afstand en daarmee het aantal baathebbers te hoog ingeschat, waardoor de baten van ruimtelijke maatregelen worden overschat (De Blaeij en Van der Heide, 2008). Een tweede kanttekening betreft de realisatie van de berekende waarden. Vaak blijkt realisatie lastiger dan gedacht, omdat te gemakkelijk wordt aangenomen dat het landschap niet alleen door professionals maar ook door leken waardevol wordt geacht en betrokkenheid oproept om hieraan bij te dragen.

Om de private financiering van landschap te stimuleren, zal per voorbeeldgebied een marketingstrategie (inclusief communicatie) worden ontwikkeld. Dit onderzoek dient hiervoor als basis en zal in de vier voorbeeldgebieden op een vergelijkbare wijze ingaan op de bereidheid van particulieren - bewoners en bedrijven - om te investeren in het landschap.

Meer inzicht in de particuliere bereidheid om bij te dragen aan het landschap is nuttig, omdat het per voorbeeldgebied laat zien in hoeverre deze samenhangt met de betrokkenheid en kenmerken van bewoners en bedrijven. Hierdoor kunnen bij het uitwerken van de marketingstrategie doelgroepen en hun behoeften worden geïdentificeerd. Tevens dienen de resultaten als een nulmeting van de bekendheid, betrokkenheid en bereidheid tot een bijdrage. Bij een herhalingsmeting zal blijken in hoeverre deze indicatoren in de voorbeeldgebieden zijn veranderd. Aangezien de resultaten vergelijkbaar zijn, kunnen inzichten uit de andere voorbeeldgebieden helpen bij het leggen van accenten in de regionale marketingstrategie. Verder zullen de inzichten uit de voorbeeldgebieden bruikbaar zijn voor gebieden elders in Nederland.

1.2 Achtergrond

De problemen om een bijdrage van particulieren voor landschap te realiseren vloeien voort uit de economische kenmerken van het goed 'landschap'. Landschap is vooral een publiek goed. Het heeft een groot schaalniveau dat de omvang van individuele aanbieders en vragers overstijgt (Silvis en Reinhard, 2007). Het gevolg hiervan is de praktische onmogelijkheid van uitsluiting (geen exclusiviteit), zodat mensen kunnen genieten zonder te betalen ('free riders'). Landschap kan gelijktijdig door meerdere consumenten worden genoten. De consumptie door de een gaat in de regel niet ten koste van de consumptie door de ander (geen rivaliteit). Door de afwezigheid van zowel exclusiviteit als rivaliteit kan het landschap niet aan het marktmechanisme worden overgelaten (de producent heeft er geen belang bij, de markt faalt) en is overheidsingrijpen noodzakelijk. Hoewel landschap vooral een publiek goed is, kunnen de hieraan gerelateerde goederen en diensten privaat worden genoten en anderen uitsluiten van gebruik. De vraag is dan of er een toeslag mogelijk is op de prijs van een bijvoorbeeld een bedrijventerrein, huis, streekproduct enzovoort om een aantrekkelijk landschap te onderhouden. Het nut voor bedrijven en bewoners en de noodzaak hiertoe moet dan duidelijk zijn.

De betrokkenheid van bedrijven bij landschap als vestigings- en inkomensfactor lijkt evident voor grondeigenaren in hun rol als (agrarisch of recreatie)producent of als beheerder van natuur. Bij bedrijven voor wie het landschap een consumptieve betekenis heeft, is de betrokkenheid minder concreet. De locatiekeuze van deze bedrijven gebeurt eerder vanwege factoren als bereikbaarheid, ligging ten opzichte van andere bedrijven, klanten en voorzieningen, zichtbaarheid en status van het gebouw, en de aanwezigheid van gekwalificeerd personeel. Daarnaast speelt een emotionele en functionele regionale of lokale gebondenheid (Segeren et al., 2005). De landschappelijke omgeving speelt meestal pas indirect een rol, omdat het voor werknemers een woonmotief kan zijn, met name in de zakelijke dienstverlening (Ecorys en NEI, 2002). Daarnaast kunnen door ontwikkelingen als maatschappelijk verantwoord ondernemen (MVO) bedrijven voor het landschap te interesseren zijn. Bedrijven die hier aandacht aan schenken zijn bijvoorbeeld banken die hun klanten wijzen op een mogelijke bijdrage aan klimaat, water of landschap.

De betrokkenheid en bijdrage van bewoners aan het landschap lijkt duidelijker. Een minderheid van de Nederlanders doet fysieke en financiële activiteiten voor het landschap in en rond de eigen gemeente (Overbeek en Vader, 2008). De betalingsbereid voor landschap blijkt voornamelijk bij publieke doelen, maar is nog beperkt voor het private gebruik van aan landschap gerelateerde producten en diensten. Ook in Nationale Landschappen blijken bewoners het betalen voor privaat gebruik van het landschap (nog) weinig te ondersteunen (Goossen en De Boer, 2006). Naast de onbekendheid over het nut en de noodzaak van een bijdrage, spelen ook de tevredenheid over de ruimtelijke veranderingen in het landschap en het landschapsbeleid een rol om niet financieel bij te dragen (Overbeek en Vader, 2008). Aangezien in het landelijk gebied bewoners vaker tevreden zijn dan in de steden (Ettema, 2007; Overbeek, 2008) is het de vraag hoe bewoners in en rond de voorbeeldgebieden hierover oordelen en de noodzaak van hun bijdrage zien.

1.3 Onderzoeksvragen en methode

Om meer inzicht te krijgen in de factoren waarom bewoners en bedrijven geïnteresseerd zijn in het landschap en hiervoor activiteiten (willen) verrichten, is een aantal vragen onderscheiden:

1. Hoe wordt de betrokkenheid en bijdrage van bewoners en bedrijven onderzocht?

2. Welke bekendheid, betrokkenheid bij landschap realiseren de voorbeeldgebieden en welke (bereidheid tot een) bijdrage leveren bewoners en bedrijven momenteel aan landschap?
3. Welke factoren bepalen de huidige bijdrage van bewoners en bedrijven?
4. Hoe kunnen de betrokkenheid en bijdrage van bewoners en bedrijven in elk voorbeeldgebied worden vergroot?

De eerste vraag is beantwoord aan de hand van literatuur. Om de tweede en derde vraag te beantwoorden, zijn twee enquêtes gehouden onder respectievelijk 1.360 bewoners en 235 bedrijven in en rond de vier voorbeeldgebieden (bijlage 1a bewoners en 1b bedrijven). Een verschil tussen beide enquêtes is dat bij de bewoners het uitgangspunt is dat het voorbeeldgebied al het nodige biedt om interessant te zijn, terwijl bij de bedrijven de vraag is wat het zou moeten bieden wil het voor hen interessant worden.

Bij het opstellen van de enquêtes is gebruik gemaakt van een eerdere enquête onder Nederlanders in 2007 (Overbeek en Vader, 2008). Op basis van gesprekken in de voorbeeldgebieden zijn deze herzien en aangepast aan de regionale situaties. Voor elk voorbeeldgebied is een afzonderlijke introductie met tekst, kaart en foto opgesteld en zijn bij de vragen de mogelijke antwoorden soms gespecificeerd met regionale namen.

Tot het onderzoeksgebied worden bewoners en bedrijven gerekend die binnen het voorbeeldgebied en in een straal van ongeveer vijf kilometer eromheen zijn gevestigd. Voor bedrijven is soms een iets ruimere schaal gehanteerd. Gemeenten die overwegend binnen het voorbeeldgebied liggen, zijn geheel in het onderzoeksgebied opgenomen. Van de gemeenten die buiten het voorbeeldgebied liggen, zijn vaak alleen de dichtstbijzijnde dorpen en stadsdelen geselecteerd.

De dataverzameling onder bewoners en bedrijven is uitbesteed aan het marktonderzoeksbureau TNS NIPO. Aan de hand van de opgestelde enquêtes benaderen zij respondenten per computer voor het onderzoek. Voor de bewoners is gebruik gemaakt van het TNS NIPO bevolkingspanel met circa 200.000 respondenten die tot 57.000 huishoudens behoren. Bij de ontwikkeling van dit panel is er veel energie gestoken in het werven van 'moeilijke' groepen, dat wil zeggen van respondenten die minder geneigd zijn aan onderzoek mee te werken. Hulpmiddelen als het ter beschikking stellen van een pc hebben daaraan een bijdrage geleverd. Verder krijgen alle deelnemers een vergoeding voor hun bijdrage. TNS NIPO kan daardoor uit haar panel representatieve steekproeven trekken en zo nodig de gegevens later herwegen op basis van een aantal bevolkingsgegevens volgens de *Gouden Standaard* (CBS). De ondervraagde bewo-

ners vertegenwoordigen een gezamenlijke onderzoekspopulatie in de vier voorbeeldgebieden van 1 miljoen inwoners tussen 20 en 75 jaar. De resultaten van de bewoners zullen per voorbeeldgebied representatief en dus te vertalen zijn naar de hele bevolking in het gebied.

Voor de bedrijven is gebruik gemaakt van het TNS NIPO-bedrijvenpanel met 13.000 respondenten. Dit panel vormt op nationaal niveau een afspiegeling van het Nederlandse bedrijfsleven en de overheid. Praktisch alle branches, grootteklassen en regio's zijn hierin vertegenwoordigd. Het bedrijvenpanel bevat zowel respondenten met een managementfunctie als respondenten met een ondernemers- of directiefunctie. In dit onderzoek zal alleen de laatste groep van respondenten worden geselecteerd, omdat zij naar verwachting de beslissingen zullen nemen over het bedrijfsbeleid. Op regionaal niveau zullen de bedrijven door hun kleine aantallen en door de beperking tot de eindbeslissers niet representatief zijn voor de bedrijven in het gebied.

De resultaten uit de enquêtes dienen om per gebied bewoners en bedrijven onderling te vergelijken. Zij worden gebruikt als input voor de vierde vraag, waarin we per gebied aanbevelingen doen voor de marketingstrategie om de bijdrage aan landschap te vergroten.

1.4 Vier voorbeeldgebieden

De vier voorbeeldgebieden zijn Amstelland, Binnenveld, Het Groene Woud en Ooijpolder-Groesbeek. Zij verschillen in de mate waarin er draagvlak voor landschap is gerealiseerd. Zo lijkt het draagvlak nog pril in Amstelland en het Binnenveld, terwijl in Het Groene Woud en in Ooijpolder-Groesbeek al langer in (bestuurlijke) samenwerking is geïnvesteerd en er al financieringsconstructies worden toegepast. Daarnaast lijkt de afstand tot de steden groter in Amstelland en in Het Groene Woud. In het Binnenveld en in Ooijpolder-Groesbeek zijn de stedelijke gemeenten vaker al direct betrokken bij de gezamenlijke plannen en ideeën voor het landschap. De vier voorbeeldgebieden verschillen qua oppervlakte, aantal bewoners en bedrijven (tabel 1.1), waarbij Het Groene Woud de grootste is, zoals uit de beschrijvingen valt te lezen.

Tabel 1.1	Kenmerken van de vier gebieden			
	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
Oppervlakte gebied in hectares	4.000	5.000	35.000	6.000
Aantal inwoners in en rond het gebied a)	375.000	140.000	550.000	160.000
Aandeel inwoners in het gebied	1/25	1/50	1/3	1/5
Aantal bedrijven in en rond het gebied	24.000	12.000	47.000	9.000
Gemeenten (deels) in het gebied	Ouder-Amstel,	Ede (bewoners ten zuiden van spoorlijn), Rhenen (Elst niet), Veenendaal (bew. ten oosten van rondweg), Wageningen	Best, Boxtel, Haaren, Oirschot, Oisterwijk, Schijndel, St. Michielsgestel, St. Oedenrode	Groesbeek, Millingen a/d Rijn, Ubbergen
Gemeenten, stadsdelen en dorpen rond het gebied	Abcoude, Amstelveen, O-Watergraafsmeer, Oud-zuid, Uithoorn, Zuideramstel, Zuidoost (deels)		Den Bosch (deels), Dongen, Eindhoven (deels), Heusden, Loon op Zand, Tilburg (deels), Son en Breugel, Vught	Nijmegen (bewoners ten oosten Maas Waalkanaal), Heumen (deels), Middelaar, Milsbeek, Molenhoek, Mook, Plasmolen
a) Aantal is op basis van het aantal inwoners ongeacht hun leeftijd van de gemeenten in het voorbeeldgebied en schatting van de omringende stadsdelen en dorpen binnen een straal van 5 km. Bron: CBS Statline 2008.				

Amstelland

Amstelland ligt tot ver in het stedelijk gebied van Amsterdam. Het gebied ligt onder Amsterdam Zuid en de Zuidas en wordt geflankeerd door Amstelveen, Uithoorn, Abcoude en de Bijlmermeer. Middelpunt van Amstelland vormen de blauwe linten van de Amstel, de Waver en de Bullewijk. Het gebied is een mooi, oorspronkelijk en rijkgeschakeerd landschap dat nagenoeg in de stad ligt. De druk vanuit het stedelijke gebied is groot.

Figuur 1.1 Amstelland



Het Binnenveld

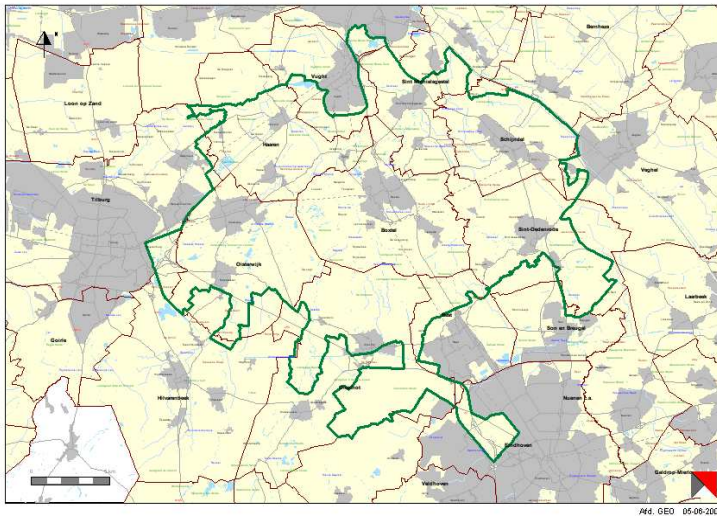
Het Binnenveld ligt op de grens van de provincies Utrecht en Gelderland in de Gelderse Vallei. Het gebied fungeert als achtertuin voor de omliggende gemeenten Wageningen, Ede, Rhenen en Veenendaal (WERV). Door het agrarische gebied loopt de Griff, dat onderdeel is van de Ecologische Hoofdstructuur (EHS) en wordt ontwikkeld tot botanisch waardevol grasland. Voor de recreanten zijn er mogelijkheden om te fietsen, wandelen, paardrijden en kanoën.

Figuur 1.2 **Het Binnenveld**

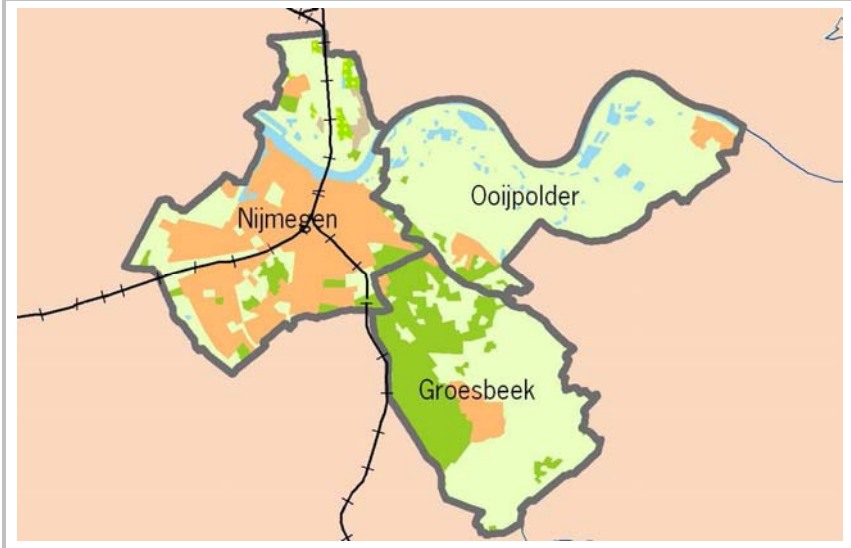


Het Groene Woud

Het Nationale landschap Het Groene Woud ligt tussen de steden Tilburg, Eindhoven en 's-Hertogenbosch. Het biedt een gevarieerde natuurkern met de Kampina heide, Oisterwijkse bossen en het Dommeldal en eromheen een cultuurhistorisch waardevol landschap, inclusief de dorpen met de dynamiek van primaire productie en verbrede landbouw. De belangrijkste karakteristiek van Het Groene Woud is de afwisseling in het landschap. Als financieringsconstructie wordt de streekrekening met renteschenking aan het gebied uitgewerkt.

Figuur 1.3**Het Groene Woud***Ooijpolder-Groesbeek*

Het landschap van Ooijpolder-Groesbeek ten oosten van Nijmegen en ten westen van Duitsland kent een grote verscheidenheid aan landschapstypen. De Ooijpolder is onderdeel van het Nationale Landschap de Gelderse Poort met een rivierenlandschap met komkleigebieden en oeverwallen. Hieruit rijst de stuwwal bij Nijmegen op die overgaat in het bos- en heuvelslandschap van Groesbeek. Als financieringsconstructie wordt de landschapsveiling uitgewerkt.

Figuur 1.4**Ooijpolder-Groesbeek**

1.5 Leeswijzer

Hoofdstuk 2 werkt aan de hand van literatuur drie blokken uit waarom bewoners en bedrijven aan landschap bijdragen. Deze blokken gaan over de bekendheid en betrokkenheid, (bereidheid tot een) bijdrage en de kenmerken van de doelgroepen. Zij laat ook zien hoe deze blokken in de enquête worden gevraagd. Hoofdstuk 3 geeft een overzicht van de respondenten per gebied aan de hand van de sociaaldemografische kenmerken van bewoners en bedrijven. Daarna volgen er ieder drie hoofdstukken voor respectievelijk bewoners en bedrijven. Hoofdstuk 4 gaat in op de bekendheid van de gebieden en de betrokkenheid van bewoners bij landschap. Hoofdstuk 5 beschrijft hun (bereidheid tot een) bijdrage voor landschap. In hoofdstuk 6 worden de redenen voor de bijdrage van bewoners geanalyseerd aan de hand van hun sociaaldemografische kenmerken en hun betrokkenheid. Daarna volgen drie soortgelijke hoofdstukken voor bedrijven, waarbij hoofdstuk 7 ingaat op de bekendheid en betrokkenheid, hoofdstuk 8 op de (bereidheid tot een) bijdrage voor landschap en hoofdstuk 9 de redenen voor de bijdrage analyseert. Hoofdstuk 10 besluit met de gemeenschappelijke conclusies en aanbevelingen en de conclusies en aanbevelingen per voorbeeldgebied.

2 Bekendheid, betrokkenheid en bijdrage

2.1 Inleiding

Dit hoofdstuk gaat in op de bekendheid, betrokkenheid en bijdragen van bewoners en bedrijven bij landschap volgens de literatuur. Om zicht te krijgen waarom bewoners en bedrijven (geen) aandacht aan landschap schenken, werken wij drie blokken uit. Deze blokken gaan over de:

- bekendheid en betrokkenheid bij landschap en het landschapsbeleid;
- bereidheid tot bijdrage aan landschap;
- sociaaldemografische kenmerken.

In principe gelden deze blokken zowel voor bewoners als voor bedrijven, al kan de uitwerking verschillen. De blokken werken wij in de volgende paragraaf uit (2.2). Vervolgens gaan wij in op de wijze waarop deze blokken in de vragen voor de enquêtes zijn geoperationaliseerd en worden geanalyseerd (2.3).

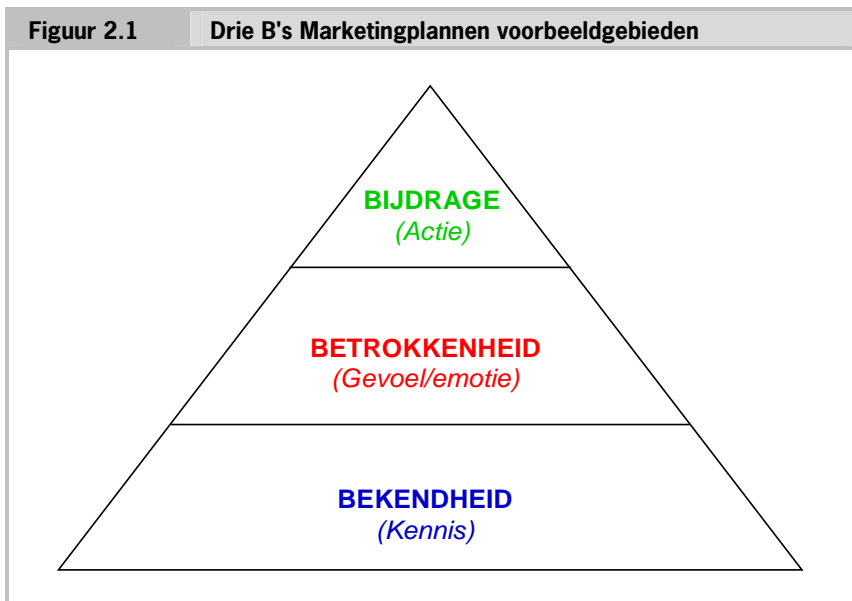
2.2 Drie blokken van factoren

Bij de opzet van de indeling in blokken houden wij rekening met de later uit te werken marketingstrategie. In deze strategie gaan wij uit van de drie B's die respectievelijk de Bekendheid, Betrokkenheid en Bijdrage weergeven (figuur 2.1). Deze drie B's verwijzen naar fasen en naar wederzijdse volgtijdelijkheid. Zonder bekendheid met een gebied is er geen betrokkenheid en zonder betrokkenheid zal er weinig bereidheid tot een bijdrage voor het landschap zijn. Anderszijds is er ook een wisselwerking denkbaar, waarbij een bijdrage de betrokkenheid bij het landschap vergroot enzovoort.

De gehanteerde driedeling wordt veel gebruikt in de marketing. Het gaat dan om de beïnvloeding van de attitude van consumenten ten aanzien van een product of aangeboden dienst. Dit begrip komt uit de psychologie en bestaat uit drie aspecten, namelijk het cognitieve of kennisaspect, het affectieve of gevoelsaspect en het gedragsaspect. Het doel van marketing is de koopbeslissing van de consument (= gedragsaspect) positief te beïnvloeden, en richt zich daarvoor op alle drie de aspecten. De kennis en ervaring die binnen de marketing is opgedaan om de attitude van consumenten te beïnvloeden is interessant voor

dit onderzoek en de uitwerking van de marketingplannen van de vier voorbeeldgebieden.

Op grond van de gesprekken met de indieners in de voorbeeldgebieden is de verwachting dat bewoners hoger in de piramide zullen zitten dan bedrijven. De betrokkenheid en bijdrage van bewoners voor landschap zal dus naar verwachting concreter zijn dan die van bedrijven. Bij bedrijven is het belangrijk hun betrokkenheid bij landschap te concretiseren en te verkennen welke bereidheid er voor een (financiële) bijdrage bestaat.



Bekendheid en betrokkenheid bij landschap en het beleid

Bij het eerste blok spelen in hoeverre bewoners en bedrijven bekend zijn met het gebied en in hoeverre zij betrokken zijn bij het landschap en het beleid hiervoor. Bij de betrokkenheid is een onderscheid gemaakt tussen motieven die direct in relatie tot landschap staan en motieven die meer indirect op basis van de maatschappelijke betrokkenheid ontstaan.

Bij de motieven voor een bijdrage aan landschap en natuur blijken op basis van een uitgebreid literatuuronderzoek binding (gehechtheid) met het landschap en de waardering van veranderingen hierin - ten goede of ten kwade - belangrijk (Buijs en De Vries, 2005). De vraag is in feite of het voorbeeldgebied emotie

weet op te roepen, omdat bewoners en bedrijven zich ermee verbonden voelen, het aantrekkelijk vinden, zich zorgen maken of blij zijn met de ruimtelijke veranderingen en het gevoerde beleid en maatschappelijke functies zien.

Uit eerder onderzoek (Overbeek, 2008) blijkt dat bewoners die meer bijdragen, vaker positief betrokken zijn bij het landschap in hun gemeente (vinden het aantrekkelijk en zijn eraan gehecht). Daarnaast is een deel van de bewoners die bijdragen ook negatief betrokken, omdat zij zich zorgen maken over de gevolgen van veranderingen van landschap en het gevoerde beleid.

Maatschappelijke betrokkenheid

Voor het bepalen van de marketingstrategie is het nuttig om inzicht in de (maatschappelijke betrokkenheid van de) doelgroepen te krijgen wat betreft hun leefstijl, opvattingen, gedrag en communicatie. Om de maatschappelijke betrokkenheid te duiden worden in het sociaalwetenschappelijk onderzoek verschillende dimensies gehanteerd (Holbrook, 1999; Dagevos et al., 2000; Meeuwssen et al., 2003). De belangrijkste zijn de gerichtheid van burgers op zichzelf versus de ander, stilstand versus ontwikkeling en materiële versus immateriële zaken. Bij landschap zijn de dimensies als volgt te vertalen (Overbeek en Vader, 2008):

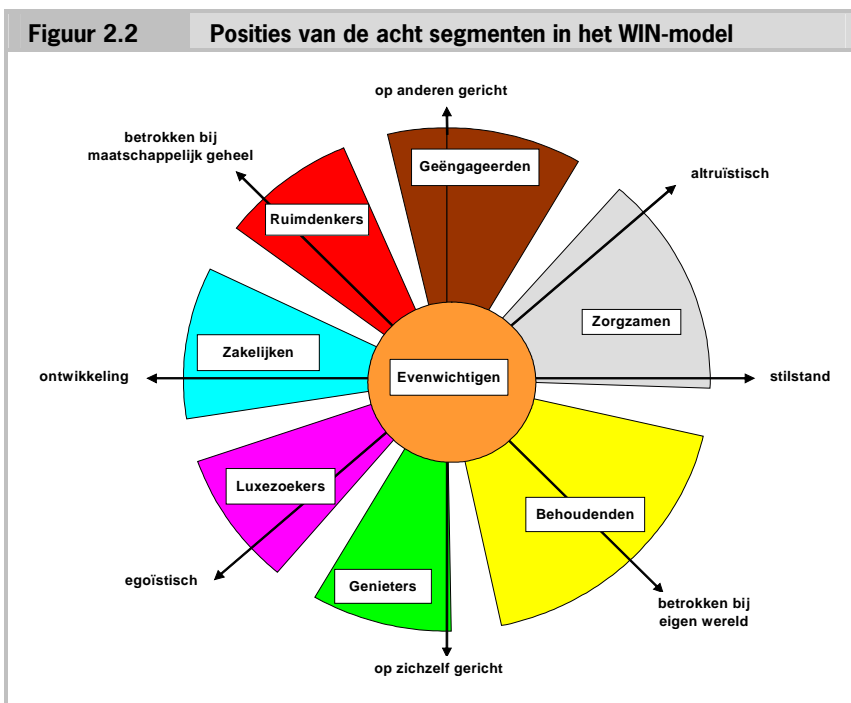
- zelf - ander: landschap(sbeleid) voor eigen voordeel of voor iedereen;
- stilstand - ontwikkeling: het landschap handhaven of ontwikkelen;
- materieel - immaterieel: landschap als gebruiks- of als intrinsieke waarde.

De eerste twee dimensies hebben tot matrices geleid met gevalideerde indelingen voor de maatschappelijke betrokkenheid van burgers via het Mentality-model van Motivaction en het WIN-model van TNS NIPO. Het WIN-model (Waarden In Nederland) zal hier worden gebruikt en beperkt zich tot de eerste twee dimensies. Het WIN-model is gebaseerd op de theorie van Rokeach, Schwartz & Bilsky en Oppenhuisen. Rokeach onderscheidt twee soorten waarden, namelijk instrumentele waarden en eindwaarden. Instrumentele waarden geven aan hoe iemand zich zou moeten gedragen (vergelijk het begrip 'norm' in het alledaagse taalgebruik) en eindwaarden bepalen wat iemand wil bereiken. Het onderscheid tussen instrumentele waarden en eindwaarden heeft Rokeach uitgewerkt in een intuïtieve waardenlijst die door de andere onderzoekers verder is gesystematiseerd en geanalyseerd (zie Meeuwssen et al., 2003).

TNS NIPO heeft op basis van instrumentele waarden en eindwaarden het WIN-model ontwikkeld. Zij conceptualiseert waarden als een soort meta-attitudes (houdingen). Deze zijn niet direct waarneembaar, maar komen wel tot uitdruk-

king in het (talig) gedrag van burgers. Het WIN-model is een op waarden en sociodemografische kenmerken gebaseerde segmentatie van de Nederlandse bevolking. TNS NIPO heeft burgers opgedeeld in acht homogene segmenten aan de hand van de wijze waarop zij maatschappij en overheid percipiëren (Hessing et al., 2004). Een beschrijving van deze WIN-segmenten voor burgers wat betreft leefstijl, opvattingen, gedrag en communicatie in bijlage 2a terug te vinden. De WIN-segmenten zijn tot vier kwadranten te herleiden (figuur 2.2). Dit betreft burgers met een:

- mondiaal perspectief (ander/ontwikkeling): Zakelijken en Ruimdenkers;
- altruïstisch perspectief (ander/stilstand): Geëngageerden en Zorgzamen;
- lokaal perspectief (zelf/stilstand): Behoudenden;
- egoïstisch perspectief (zelf/ontwikkeling): Genieters en Luxezoekers.



De achtergrond van de maatschappelijke perspectieven volgens de vier kwadranten biedt inzicht in de motivatie van burgers waarom zij (niet) aan landschap bijdragen en hoe zij het beleid van de overheid percipiëren. Om de ver-

schillende groepen te bereiken, zal de communicatie over beleid en voorzieningen hierop in moeten spelen. Zo zijn burgers met een mondiaal perspectief (linksboven) kritisch over het overheidsbeleid en het landschap. Zij zijn onafhankelijk, non-conformistisch, maar tonen een sterk sociaal en maatschappelijk verantwoordelijkheidsbesef. Burgers met een altruïstisch perspectief (rechtsboven) zien het overheidsbeleid harmonieuzer. Zij tonen ook een sterk sociaal en maatschappelijk verantwoordelijkheidsbesef, maar staan welwillender tegenover gezag en regels en willen meewerken aan het goede. Zij willen graag iets doen voor landschap als het rekening houdt met de menselijke maat. Burgers gericht op de lokale omgeving (rechtsonder) staan argwanend tegenover de overheid, voelen zich soms miskend, maar leiden ook een conformistisch leven. Als zij bereid zijn om bij te dragen aan landschap is dat vooral lokaal. Burgers met een egoïstisch perspectief (linksonder), voelen zich weinig aangesproken door de overheid en hebben een onverschillige houding ten opzichte van gezag en regels. Zij tonen weinig sociaal en maatschappelijk verantwoordelijkheidsbesef en zijn weinig geneigd om aan landschap bij te dragen, tenzij het hun eigen comfort verhoogt.

Op dit moment werkt TNS NIPO aan een soortgelijk WIN-model voor bedrijven. De lijst met instrumentele waarden en eindwaarden die directeurs en ondernemers bij hun bedrijfsbeslissingen hanteren is nog voorlopig. Zo gaat het bij de eerste dimensie 'zelf - ander' om waarden als 'winst en omzet van het bedrijf' versus 'maatschappelijk verantwoord ondernemen en plezier' en bij de tweede dimensie 'stilstand - ontwikkeling' om waarden als 'tevreden klanten, correct en goede reputatie' versus 'innovatie en onafhankelijkheid' (zie bijlage 2b). Verder is de indeling van directeurs en ondernemers in bepaalde WIN-segmenten maar bij een klein aantal respondenten geanalyseerd en nog niet empirisch valide. Vooralsnog worden daarom de resultaten volgens de vier kwadranten van de WIN-segmenten bij burgers gerapporteerd.

Bijdrage

Het tweede blok betreft (de bereidheid tot) een bijdrage voor landschap door bewoners en bedrijven. De vraag is welke activiteiten als een bijdrage kunnen worden gezien. Wij onderscheiden op basis van eerder onderzoek drie domeinen van activiteiten (De Bakker et al., 2007; Overbeek en Vader, 2008). Dit zijn de Beschermer voor het beheer van het landschap, de Consument voor het gebruik van producten en diensten van het landschap en de Kiezer betrokken bij het beleid voor het landschap.

Bij het domein van de Beschermers spelen activiteiten als het geven van een financiële bijdrage aan een landschapsorganisatie en het verrichten van fysieke en organisatorische activiteiten voor het landschap. Bij het domein van de Consument spelen het gebruik van landschap om te wonen en recreëren en de bereidheid om voor een landschappelijke omgeving te betalen als men hieraan gerelateerde producten en diensten gebruikt. Bij het domein van de Kiezer spelen activiteiten om landschap prioriteit in het lokale beleid te geven en de bereidheid om (meer) belasting te betalen voor het onderhoud en het versterken van de kwaliteit van het landschap. De indeling van activiteiten in domeinen is niet aan de respondenten gebonden. Dezelfde bewoner of bedrijf kan bijdragen als Beschermers, als Consument en als Kiezer.

Binnen elk domein is aandacht voor een financiële bijdrage die onafhankelijk dan wel afhankelijk van het gebruik zijn:

- *Beschermers* onafhankelijk van het gebruik en vrijwillig: lidmaatschap van een organisatie voor landschap, donatie, renteschenking, landschapsveiling, adoptie, sponsoring enzovoort. De bijdragen kunnen eenmalig of doorlopend zijn en wel of geen resultaat met de verkrijger en een tegenprestatie aan de gever inhouden (www.nederlandmooi.nl).
- *Consument* afhankelijk van het gebruik en wettelijk of door de markt bepaald;
 - *wettelijk*
lokale belastingen voor gebruikers, groenbijdrage voor een bedrijventerein, compensatie voor bedrijfsuitbreiding, betalen voor toegang tot gebied en parkeerplaats enzovoort.
 - *markt*
toeslag op de huizenprijzen (zoals een uitzichtgarantie), streekproducten en recreatieve diensten enzovoort. Lidmaatschap van een lokale vereniging voor natuur- en landschapsbeheer door huiseigenaren in een landschappelijk aantrekkelijk gebied.
- *Kiezer* onafhankelijk van het gebruik en verplicht: lokale inwonersbelastingen, inkomstenbelasting enzovoort.

Deze sociologische indeling van activiteiten op basis van de domeinen vertoont een sterke samenhang met het economische onderscheid tussen gebruiks- en niet-gebruikswaarden van een goed of dienst. Gebruikswaarden weerspiegelen daarbij het nut dat bewoners en bedrijven ontleen aan het directe of indirecte gebruik van landschap. Deze blijken sterk met de financiële bijdragen in het domein van de Consument overeen te komen. Niet-gebruiks-

waarden ontlenen bewoners en bedrijven aan het maatschappelijk belang dat de kwaliteit van een landschap wordt behouden of versterkt, zonder dat ze er direct gebruik van maken. De niet-gebruikswaarden komen overeen met de financiële bijdragen in het domein van de Beschermer en de Kiezer.

De samenhang tussen de domeinen en het de (niet-)gebruikswaarden maakt inzichtelijk welke invloed afstand kan spelen. In het economisch onderzoek is de invloed van afstand vooral zichtbaar bij de gebruikswaarden en dus in het domein van de Consument (voor een overzicht zie: De Blaeij en Van der Heide, 2008). Naarmate de afstand tot het baatleverende object toe neemt, neemt de gebruikswaarde af. Of de bereidheid om hieraan financieel bij te dragen ook op dezelfde wijze afneemt, is minder duidelijk. De invloed van afstand is minder duidelijk bij de niet-gebruikswaarden in de domeinen van de Beschermer en de Kiezer. Ook particulieren die verder weg wonen, zijn bereid om voor maatschappelijk belangrijke functies te betalen.

De bijdrage van bedrijven voor wie landschap een gebruikswaarde heeft, is hoofdzakelijk in fysieke zin bekend bij grondeigenaren die dit als een productiefactor gebruiken (boeren, beheerders en recreatieondernemers). Daarnaast dragen bedrijven financieel als gebruiker bij door het betalen van gebruiks- of opbrengstbelasting. De bijdrage van bedrijven voor wie landschap een niet-gebruikswaarde heeft, zou kunnen worden afgeleid uit de financiële bijdragen voor maatschappelijke doelen. Bedrijven blijken vooral aan lokale doelen te geven. Bij 61% van de bedrijven ging in 2005 het grootste deel van de uitgaven naar lokale organisaties en bij 32% naar landelijke organisaties (www.geveninnederland.nl). Het is niet bekend welk deel hiervan voor landschap is bestemd. Naast giften en sponsoring van maatschappelijke doelen, kan bij niet-gebruikswaarden gedacht worden aan een fysieke bijdrage door het beschikbaar stellen van tijd.

Sociaaldemografische kenmerken

Bij het derde blok spelen persoonlijke omstandigheden die bewoners en bedrijven al of niet stimuleren wat met landschap te gaan doen. Belangrijk hierbij is de locatie, zoals de afstand tot het voorbeeldgebied. Daarnaast kunnen opleiding, leeftijd en inkomen spelen. Voor bedrijven kunnen kenmerken gelden als de omvang (aantal werkenden) en het type activiteit (branche). Deze factoren gelden niet specifiek voor landschap, zijn doorgaans al bekend en kunnen helpen om bepaalde doelgroepen bewoners en bedrijven makkelijker te traceren.

2.3 Opzet dataverzameling en analyse

De centrale vraag is in hoeverre bewoners en bedrijven betrokken zijn bij landschap en activiteiten hiervoor verrichten. Dit levert drie blokken op: betrokkenheid bij landschap en het beleid hiervoor, bereidheid tot een bijdrage en de sociaaldemografische kenmerken van bewoners en bedrijven. Deze blokken zijn in tabel 2.1 uitgewerkt in vragen voor de bewoners (bijlage 1a) en de bedrijven (bijlage 1b).

Tabel 2.1 Vragen voor bewoners en bedrijven		
Bewoners	Bedrijven	Bekendheid en betrokkenheid
<i>Vraagnummer</i>		<i>Bekendheid</i>
5	6	Bekend met gebied
6	7	Gebruikte informatiebronnen
		<i>Betrokkenheid bij het landschap</i>
15.1-6	11.1-7	Belang van landschap
10-12		Veranderingen in landschap, oordeel, zorgen
13	8	Maatschappelijke functies landschap
		<i>Betrokkenheid bij het landschapbeleid</i>
15.7-10	11.7-10	Belang van landschapsbeleid
14	9	(On)tevredenheid gerealiseerde maatregelen voor landschap
9		Voorzieningen recreatie
		<i>Maatschappelijke betrokkenheid</i>
TNS NIPO		WIN-segmenten voor burgers/bedrijven
		Bijdrage
		<i>Beschermer</i>
16		Activiteiten om het landschap te beschermen
17		Lidmaatschap van/donatie aan organisaties voor landschap
	12	Activiteiten maatschappelijk verantwoord ondernemen
21-23	16-18	Mogelijke financiële bijdrage aan landschap (mate, relatie, doel)
24	19	Financieel belang landschap als lokaal maatschappelijk doel

Tabel 2.1 Vragen voor bewoners en bedrijven (vervolg)		
Bewoners	Bedrijven	Bekendheid en betrokkenheid
		<i>Consument</i>
3	3-4	Landschap als woonmotief, vestigings- en inkomensfactor
7-8		Recreatie in gebied (mate en vervoermiddel)
	10, 20	Belang van gebied voor bedrijf, versterken imago
19	14	Gewenste verplichte bijdrage gebruikers
20	15	Mogelijke eigen bijdrage als gebruiker
		<i>Kiezer</i>
25		Interesse in lokale plannen
18	13	Actie- en offerbereidheid
26	21	Mogelijke eigen bijdrage in de toekomst
27	22	Ideeën hoe burgers/bedrijven meer te betrekken
		Sociaaldemografische kenmerken
TNS NIPO		Leeftijd, opleiding
TNS NIPO		Grootte huishouden en inkomen van bewoners
	TNS NIPO	Grootte, branche, levensduur, omzet bedrijf
1	1	Woontduur (bewoners); Vestigingsduur (bedrijven)
2, 4	2, 5	Locatie (bebouwde kom), Afstand tot voorbeeldgebied
TNS NIPO		Grootte gemeente

Het blok sociaaldemografische kenmerken zal worden beschreven in hoofdstuk 3, waar het overzicht van de respondenten per gebied aan de orde komt. Hoofdstuk 4 volgt met het blok over de bekendheid van het gebied en de betrokkenheid van bewoners bij landschap en het beleid hiervoor. Het blok (interesse en bereidheid tot een) bijdrage voor landschap komt voor bewoners in hoofdstuk 5 aan de orde. Daarna worden in hoofdstuk 6 de redenen van bewoners met een gelijke bijdrage geanalyseerd. Voor bedrijven volgen drie soortgelijke hoofdstukken, waarbij in hoofdstuk 7 wordt ingegaan op de bekendheid en betrokkenheid, in hoofdstuk 8 op hun bijdrage voor landschap en in hoofdstuk 9 op de redenen hiervoor. Hoofdstuk 10 besluit met de belangrijkste gemeenschappelijke conclusies en de specifieke conclusies en aanbevelingen per voorbeeldgebied.

Om respondenten met wel of geen participatie in een aantal activiteiten te kunnen classificeren en in groepen in te delen, zijn er drie mogelijkheden:

- *Toekomstige bijdrage*
een simpele weg is om respondenten in te delen naar hun toekomstige bijdrage aan het landschap in hun gebied als Beschermer (voor bewoners combinatie van vraag 16 en 21 en bedrijven vraag 21);
- *Type bijdrage*
de compleetste weg is om de samenhang in activiteiten als Beschermer, Consument of Kiezer (tabel 2.2) op te sporen door een clusteranalyse uit te voeren;
- *Mate van bijdrage*
een middenweg is om alleen die activiteiten te selecteren die inzet vragen en bewoners en bedrijven in te delen naar hun mate van participatie (tabel 2.3). De mate van participatie heeft als voordeel dat sneller inzichtelijk wordt wie de actieve bewoners en bedrijven zijn en hoe daarmee een doelgroepenbeleid vorm kan worden gegeven.

Tabel 2.2		Activiteiten voor de clusters van bijdragen door bewoners en bedrijven
Bewoners	Bedrijven	Bijdrage
<i>Vraagnummer</i>		<i>Beschermer</i>
	12	Activiteiten in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen
16		Activiteiten om het landschap elders te beschermen
17		Lidmaatschap van/donatie aan organisaties voor landschap
		<i>Consument</i>
3	3-4	Landschap als woonmotief, vestigings- en inkomensfactor
7		Recreatie in gebied
	10	Interesse in mogelijkheden van gebied voor bedrijf
19	14	Gewenste verplichte bijdrage gebruikende burgers/bedrijven
		<i>Kiezer</i>
25		Interesse in lokale plannen
18	13	Offerbereidheid

Tabel 2.3		Activiteiten voor de mate van de huidige bijdrage door bewoners en bedrijven
Bewoners	Bedrijven	Bijdrage
<i>Vraagnummer</i>		<i>Beschermer</i>
	12	Actief in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen
16		Actief om het landschap elders te beschermen
17		Lid/donateur van organisaties voor landschap
		<i>Consument</i>
3	3-4	Landschap als (zeer) belangrijk woonmotief, vestigings- en inkomensfactor
7		Recreëert minimaal maandelijks in gebied
	10	Interesse in mogelijkheden van gebied voor bedrijf
19	14	Gewenste verplichte bijdrage gebruikende burgers/bedrijven
		<i>Kiezer</i>
25		Denkt minimaal mee in lokale plannen
18	13	Offerbereid

Er zijn vele manieren om de resultaten per voorbeeldgebied te beschrijven en te analyseren. Het is ondoenlijk om bij iedere tabel de resultaten voor ieder voorbeeldgebied volledig te bespreken. Bij de meeste antwoorden (tabellen) worden alleen de gemeenschappelijke resultaten belicht waarvoor de respondenten de meeste aandacht tonen en de gebieden die hierbij opvallen. Als er gesproken wordt over significante verschillen, dan gaat het om een betrouwbaarheid van minimaal 95%.

3 Overzicht van de respondenten

3.1 Inleiding

In dit hoofdstuk wordt de respons beschreven en de mate waarin deze representatief is voor de onderzoekspopulatie. De representativiteit wordt gemeten aan de hand van de sociaaldemografische kenmerken en de bedrijfskenmerken (3.2). Verder worden ook de geografische kenmerken beschreven (3.3).

3.2 Sociaaldemografische kenmerken

Bewoners

In en rond de vier voorbeeldgebieden wonen 1 miljoen inwoners tussen 20 en 75 jaar. Hiervan zijn er voor dit onderzoek door TNS NIPO in totaal 1.976 als panellid in de steekproef opgenomen (tabel 3.1). Zoals in hoofdstuk 1 is aangegeven verschillen de voorbeeldgebieden qua aantal bewoners. Het Groene Woud en Amstelland en omgeving tellen veel meer inwoners dan het Binnenveld en Ooijpolder-Groesbeek en omgeving (tabel 1.1). Bij de opzet van de steekproef is hier enigszins rekening mee gehouden door bij Het Groene Woud en Amstelland meer bewoners te selecteren. De verschillen in aantallen bewoners zijn echter te groot om tot een totale weging te komen. Voor het beantwoorden van de onderzoeksvragen die zich op de afzonderlijke voorbeeldgebieden richten, is zo'n totaalweging ook minder relevant. Voor de analyse van de resultaten betekent dit dat het totaalgemiddelde alleen als een oriëntatiepunt tussen de vier voorbeeldgebieden moet worden gezien.

Van De bewoners in de steekproef is gevraagd om de enquête in te vullen van 1 tot en met 13 oktober 2008. De benodigde tijd voor het invullen van de enquête bedroeg 15 minuten. Tabel 3.1 laat een overzicht van de respondenten zien. Het aantal respondenten bedraagt bruto 1.519 bewoners (brutorespons 77%) en netto 1.360 bewoners (nettorespons 69%). Het verschil tussen beide ontstaat door het aantal stakers, dat wil zeggen bewoners die aan de enquête zijn begonnen, maar deze niet hebben ingevuld. Na het lezen van de intro over het voorbeeldgebied, is hen namelijk de kans geboden het invullen van de enquête te staken als zij het gebied niet kenden. Vooral bewoners uit de stedelijke gemeenten buiten de gebieden hebben deze mogelijkheid gebruikt.

Tabel 3.1		Steekproef, brutorespons, stakers en nettorespons van bewoners in de vier gebieden			
	Totaal	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
Steekproef	1.976 (100%)	490 (100%)	469 (100%)	550 (100%)	467 (100%)
Brutorespons	1.519 (77%)	378 (77%)	367 (78%)	399 (72%)	375 (81%)
Stakers	159 (8%)	6 (1%)	31 (6%)	100 (18%)	22 (5%)
Nettorespons	1.360 (69%)	372 (76%)	336 (72%)	299 (54%)	353 (76%)
Stakers	159 (100%)	6	31	100	22
- gemeenten	127 (80%)	-	Ede 17 Veenendaal 10	Den Bosch 13 Dongen 6 Eindhoven 30 Tilburg 36	Nijmegen 15
- verspreid	32 (20%)	6	4	15	7

Tussen de voorbeeldgebieden bestaat een verschil in de mate waarin bewoners hebben meegewerkt. In Ooijpolder-Groesbeek en het Binnenveld is een hoge bruto- en nettorespons gerealiseerd. In Amstelland is de brutorespons gemiddeld, maar hebben bijna alle respondenten de enquête volledig ingevuld en daarmee een hoge nettorespons gerealiseerd. Voor Het Groene Woud liggen de resultaten anders. Weliswaar is een groot aantal bewoners aan de enquête begonnen, maar heeft ook een groot aantal het invullen gestaakt. De meeste stakers wonen in de stedelijke gemeenten rond Het Groene Woud. Tijdens de dataverzameling is geprobeerd het aantal stakers rond Het Groene Woud te beperken door in de intro meer bestaande namen van natuurgebieden op te nemen. Dit heeft het aantal stakers naderhand aanzienlijk beperkt en daarmee de nettorespons verbeterd. De naam 'Het Groene Woud' zegt veel bewoners dus nog weinig.

TNS NIPO kan uit haar burgerpanel representatieve steekproeven trekken op basis van een aantal bevolkingsgegevens uit de onderzoekspopulatie. Aangezien een goede verdeling van de bewoners naar leeftijd, sekse en opleiding in de steekproef nog niets zegt over de respondenten, is een check ingebouwd. Zo komen de respondenten (R in tabel 3.2) qua leeftijd en sekse redelijk overeen met die uit de onderzoekspopulatie (O in tabel 3.2), maar hebben te weinig lager opgeleiden gereageerd. Om tot een representatieve samenstelling te komen zijn de respondenten (R) herwogen naar hun verhouding in leeftijd, sekse en op-

leiding in de onderzoekspopulatie (O). De resultaten zijn per voorbeeldgebied dus representatief voor de bevolking.

Een vergelijking tussen de bevolking per voorbeeldgebied laat zien dat Amstelland en Ooijpolder-Groesbeek meer hoger opgeleiden dan de Nederlandse bevolking hebben. Het Binnenveld en Het Groene Woud scoren hierop lager, maar komen overeen met de Nederlandse bevolking.

Tabel 3.2		Leeftijd, opleiding en sekse van de bewoners in de onderzoekspopulatie (O) en respons (R) in de vier gebieden (in %)							
Kenmerk	Nederland	Amstelland		Binnenveld		Het Groene Woud		Ooijpolder-Groesbeek	
		O	R	O	R	O	R	O	R
Leeftijd									
- 20-34	27	23	23	29	27	29	26	30	28
- 35-54	40	46	43	43	44	43	43	42	41
- 55-75	33	31	34	27	29	28	30	28	32
- totaal	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Opleiding									
- tot en met vmbo	34	27	23	34	17	33	28	26	20
- mbo	38	33	34	39	40	39	37	37	33
- hbo en wo	29	40	43	27	43	28	35	37	47
- totaal	100	100	100	100	100	100	100	100	100
Sekse									
- man	50	45	47	48	49	49	51	48	48
- vrouw	50	55	53	52	51	51	49	52	52
- totaal	100	100	100	100	100	100	100	100	100

Bron: Onderzoekspopulatie: CBS, Statline, 2008; Respons: TNS NIPO, 2008.

Bedrijven

De onderzoekspopulatie betreft x bedrijven. De steekproef bevat 805 ondernemers en directeurs uit het bedrijvenpanel (tabel 3.3). De dataverzameling onder bedrijven heeft van 1 tot en met 20 oktober 2008 plaatsgevonden. De benodigde tijd voor het invullen van de enquête bedroeg 10 minuten. Het aantal brutorespondenten bedraagt 293 bedrijven (brutorespons 36%) en het aantal nettorespondenten 235 (nettorespons 29%). In Amstelland en het Binnenveld hebben ondernemers en directeurs vaker gereageerd, in Het Groene Woud

minder. Ook hierbij valt een aantal stakers buiten de gebieden te noteren, met name in Het Groene Woud.

Tabel 3.3		Steekproef, brutorespons, stakers en nettorespons van bedrijven in de vier gebieden			
	Totaal	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
Steekproef	805 (100%)	174 (100%)	124 (100%)	388 (100%)	119 (100%)
Brutorespons	293 (36%)	87 (50%)	58 (47%)	105 (27%)	43 (36%)
Stakers	58 (7%)	7 (4%)	11(9%)	33 (8%)	7 (6%)
Nettorespons	235 (29%)	80 (46%)	47 (38%)	72 (19%)	36 (30%)
Stakers	58 (100%)	7	11	33	7
- gemeenten	41 (71%)	Amsterdam 5	Ede 6 Veenendaal 4	Den Bosch 3 Dongen 3 Eindhoven 8 Tilburg 8	Nijmegen 4
- verspreid	17 (29%)	2	1	11	3

Zoals eerder aangegeven zijn de gegevens van de ondernemers en directeurs en hun bedrijven niet representatief. Naar verhouding komt de omvang van hun bedrijf of organisatie qua aantal werkenden redelijk overeen, maar zijn qua type branches de dienstverlening oververtegenwoordigd en de industrie en landbouw ondervertegenwoordigd. Ook hier geldt het totaal gemiddelde alleen als een oriëntatiepunt tussen de vier voorbeeldgebieden.

In vergelijking met de leeftijd, het opleidingsniveau en de sekse van de bewoners in ieder voorbeeldgebied zijn de ondernemers en directeurs vaker van middelbare leeftijd, hoger opgeleid en man (tabel 3.4). In het Binnenveld en Het Groene Woud zijn naar verhouding redelijk wat middelbaar opgeleiden te vinden. De meeste vrouwelijke ondernemers en directeurs zijn in het Binnenveld en in Ooijpolder-Groesbeek gevestigd.

Tabel 3.4		Leeftijd, opleiding en sekse van de ondernemers en directeuren in de vier gebieden (in %)			
Kenmerk	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
Leeftijd					
- 20-34	7	5	2	8	17
- 35-54	65	62	77	61	61
- 55-75	28	33	21	31	22
- totaal	100	100	100	100	100
Opleiding					
- tot en met vmbo	9	6	13	13	3
- mbo	33	28	36	36	31
- hbo en wo	58	65	51	51	67
- totaal	100	100	100	100	100
Sekse					
- man	69	76	62	71	61
- vrouw	31	24	38	29	39
- totaal	100	100	100	100	100

Bron: Onderzoekspopulatie: CBS, Statline, 2008; Respons: TNS NIPO, 2008.

Kijken we naar de bedrijfskenmerken (tabel 3.5), dan blijken er bij drie kwart van de bedrijven maximaal vier personen te werken en bij een kwart meer personen. Vooral de ondernemers en directeuren in Het Groene Woud vertegenwoordigen een klein bedrijf, in Ooijpolder-Groesbeek zijn meer grotere bedrijven vertegenwoordigd.

Ruim twee vijfde van de bedrijven is actief in de zakelijke dienstverlening en communicatie, in het Binnenveld ruim de helft. Daarnaast werkt een kwart van de ondernemers en directeuren in handel, transport en communicatie, in Het Groene Woud een derde. Ooijpolder-Groesbeek valt hierbij op door het grote aantal horeca- en recreatieondernemers. Een kwart is werkzaam in de overige diensten of heeft een vrij beroep (gezondheidszorg).

Tabel 3.5		Aantal werkenden en branches van de bedrijven in de vier gebieden (in %)				
Kenmerk	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
Aantal werkenden						
- 1	35	39	36	33	31	
- 2-4	39	38	32	50	28	
- 5-9	15	11	19	11	22	
- 10+	11	12	13	6	19	
- totaal	100	100	100	100	100	
Branche						
- Industrie en landbouw	7	5	11	9	-	
- Handel en transport a)	24 (8)	24 (5)	21 (6)	34 (7)	30 (19)	
- Zakelijke diensten	44	45	55	39	31	
- Overige diensten en vrije beroepen	25	26	13	18	39	
- totaal	100	100	100	100	100	
a) Tussen haakjes horeca en recreatie.						
Bron: Onderzoekspopulatie: CBS, Statline, 2008; Respons: TNS NIPO, 2008.						

3.3 Geografische kenmerken

Bewoners

Van de bewoners woont gemiddeld een derde in of binnen 2 km van het voorbeeldgebied, een derde binnen 5 km en een derde op meer dan 5 km (tabel 3.6). Tussen de voorbeeldgebieden bestaan aanzienlijke verschillen in de afstand van bewoners tot het gebied. Zo wonen de meeste respondenten in Amstelland en het Binnenveld in of vlakbij het gebied en in Het Groene Woud en Ooijpolder-Groesbeek verder weg van het voorbeeldgebied. Enerzijds zijn deze verschillen terug te voeren op het aandeel van de bevolking dat in of vlakbij het voorbeeldgebied woont (tabel 1.1). Anderzijds speelt of bewoners het gebied

kennen en wat zij als de grens zien en welke afstand zij moeten afleggen om er te komen.

Met deze kanttekeningen lijken de verhoudingen van het aantal mensen dat binnen of buiten het gebied woont voor het Binnenveld en Ooijpolder-Groesbeek redelijk te kloppen. In Amstelland hebben de bewoners in en vlakbij het gebied beter gereageerd dan de bewoners uit de naburige stadsdelen van Amsterdam. In Het Groene Woud hebben naar verhouding juist meer mensen van buiten gereageerd. In de vorige paragraaf bleek ook al de bereidheid van bewoners uit de naburige steden Den Bosch, Eindhoven en Tilburg om aan de enquête te beginnen, maar deze haakten naderhand af.

Tabel 3.6		Locatie van de bewoners in de vier gebieden (in %)				
Kenmerk	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
Gebied						
- in gebied	13	29	2	9	9	
- 0-2-km-grens	20	33	28	10	9	
- 2-5-km-grens	34	25	49	27	34	
- >5-km-grens	33	12	21	54	48	
- totaal	100	100	100	100	100	
Inwoners gemeente						
- <20.000	13	17	4	5	25	
- 20-50.000	15	17	14	27	1	
- 50.000-100.000	19	45	31	-	-	
- 100.000 +	53	21	51	68	74	
- totaal	100	100	100	100	100	
Stedelijkheid gemeente a)						
- weinig of niet	16	10	4	26	25	
- matig	25	25	65	10	1	
- (zeer) sterk	59	65	31	64	74	
- totaal	100	100	100	100	100	
a) Stedelijkheid gemeente: weinig of niet = <1.000 adressen/km ² ; matig = 1.000 - 1.500 adressen/km ² (zeer) sterk >1.500 adressen/km ² .						
Bron: Onderzoekspopulatie: CBS, Statline, 2008; Respons: TNS NIPO, 2008.						

Een kwart tot een derde van de bewoners woont in de meer 'landelijke' gemeenten met minder dan 50.000 inwoners en de helft in de grote steden met meer dan 100.000 inwoners. Vooral in Het Groene Woud en in Ooijpolder-Groesbeek zijn de grote stadsbewoners oververtegenwoordigd. In het Amstelland zijn Amsterdammers ondervertegenwoordigd en komen er meer bewoners uit de kleinere steden. Verder werkt meer dan drie vijfde in de (zeer) stedelijke gemeenten met een dichtheid van meer dan 1.500 adressen/km², met uitzondering van bewoners rond het Binnenveld, waar de meeste gemeenten matig verstedelijkt zijn.

De meeste bewoners wonen binnen de bebouwde kom van hun gemeente (96%). Drie vijfde woont meer dan twintig jaar in de huidige woonplaats, een vijfde langer dan tien jaar en een vijfde woont er korter dan tien jaar. In en rond Het Groene Woud zijn bewoners vaker langer gevestigd (69% woont er meer dan twintig jaar of altijd) en bij Ooijpolder-Groesbeek korter dan tien jaar (25%).

Bedrijven

Bedrijven zijn naar eigen zeggen net zo vaak als bewoners binnen en buiten het voorbeeldgebied gevestigd. Bijna een derde werkt in of binnen 2 km van het voorbeeldgebied, ruim een derde binnen 5 km van de grens en bijna een derde op meer dan 5 km (tabel 3.7). Opnieuw werkt men in Amstelland en het Binnenveld vaker in of vlakbij het voorbeeldgebied en in Het Groene Woud en in Ooijpolder-Groesbeek verder weg. Hoewel de steekproef van bedrijven een iets grotere schaal heeft gehad dan de bewoners, is het verder weg gevestigd zijn dus niet onder de respondenten terug te zien. Wel kan de grotere schaal een reden zijn geweest voor de lagere respons van bedrijven.

Verder werkt een vijfde in de meer landelijke gemeenten met een dichtheid van minder dan 1.000 adressen per km² en twee derde in de (zeer) stedelijke gemeenten met een dichtheid van meer dan 1.500 adressen per km². Vooral in Amstelland en in Ooijpolder-Groesbeek zijn de bedrijven in de grote steden oververtegenwoordigd. De bedrijven zijn iets vaker dan bewoners buiten de bebouwde kom gevestigd (7%), met name bij het Binnenveld (11%) en Het Groene Woud (10%).

De bedrijven zijn minder lang in hun huidige gemeente gevestigd dan de bewoners. Een kwart is meer dan twintig jaar of altijd in de huidige gemeente gevestigd, een derde tien tot twintig jaar geleden en ruim twee vijfde korter dan tien jaar. In en rond Amstelland zijn bedrijven er vaker tien tot twintig jaar geleden gevestigd (45%) en bij het Binnenveld (58%) en Ooijpolder-Groesbeek (50%) vaker korter dan tien jaar geleden.

Tabel 3.7		Locatie van de bedrijven in de vier gebieden (in %)				
Kenmerk	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
Gebied						
- in gebied	11	18	2	11	11	
- 0-2-km-grens	20	25	32	8	14	
- 2-5-km-grens	38	39	53	26	39	
- >5-km-grens	31	19	13	54	36	
- totaal	100	100	100	100	100	
Stedelijkheid gemeente a)						
- weinig of niet	19	9	11	36	19	
- matig	15	6	34	21		
- (zeer) sterk	66	85	55	43	81	
- totaal	100	100	100	100	100	
a) Stedelijkheid gemeente: weinig of niet = <1.000 adressen/km ² ; matig = 1.000 - 1.500 adressen/km ² (zeer) sterk >1.500 adressen/km ² .						
Bron: Onderzoekspopulatie: CBS, Statline, 2008; Respons: TNS NIPO, 2008.						

3.4 Conclusies

In totaal hebben 1.360 bewoners (nettorespons 69%) en 235 ondernemers en directeuren (nettorespons 29%) de enquête volledig beantwoord. De brutorespons voor bewoners (77%) en bedrijven (36%) ligt hoger en is inclusief het aantal dat het gebied niet blijkt te kennen en het beantwoorden van de enquête voortijdig heeft gestaakt. De stakers komen vooral uit de stedelijke gemeenten buiten de voorbeeldgebieden, met name rond Het Groene Woud. Dit resultaat zet dus vraagtekens bij de aanname dat stedelingen hun groene achterland kennen.

De resultaten van de bewoners zijn representatief voor leeftijd, opleiding en sekse van de bevolking in en rond het voorbeeldgebied. Een vergelijking tussen de bevolking per voorbeeldgebied laat zien dat Amstelland en Ooijpolder-Groesbeek naar verhouding meer beter opgeleiden hebben en het Binnenveld en Het Groene Woud minder. Van de bewoners woont naar eigen zeggen gemiddeld een derde in of binnen 2 km van het voorbeeldgebied, een derde binnen 5 km en een derde op meer dan 5 km. In Amstelland en het Binnenveld wonen

de meeste respondenten in of vlakbij het gebied en in Het Groene Woud en de Ooijpolder-Groesbeek wonen de meeste mensen verder weg. Dit hangt samen met het aandeel van de bevolking dat in en vlakbij de voorbeeldgebieden woont, of bewoners de grens van het gebied kennen en welke afstand zij moeten afleggen om er te komen.

De resultaten van de bedrijven zijn alleen representatief voor de omvang van de bedrijven in en rond ieder voorbeeldgebied. In vergelijking met de bewoners zijn de ondernemers en directeuren vaker van middelbare leeftijd en hoger opgeleid. In het Binnenveld en Het Groene Woud zijn naar verhouding nog redelijk wat middelbaar opgeleiden te vinden. Bedrijven zijn net zo vaak als bewoners binnen en buiten het voorbeeldgebied gevestigd en laten dezelfde verschillen tussen de gebieden zien.

4 Bekendheid en betrokkenheid van bewoners

4.1 Inleiding

Dit hoofdstuk gaat in op de bekendheid en betrokkenheid van bewoners bij het landschap en het landschapsbeleid. Zoals in hoofdstuk twee is aangegeven veronderstellen we dat de bewoners het voorbeeldgebied kennen, omdat ze er in de buurt van wonen en het gebied zich als zodanig heeft weten te presenteren. Aangezien de invloedssfeer per voorbeeldgebied kan verschillen, is het aan de indieners over gelaten welke afstand rondom het gebied men het zinvol achtte om bewoners te selecteren. De vraag is dan in hoeverre het gebied onder bewoners bekend is en het bereik van het voorbeeldgebied goed is gekozen.

Vervolgens gaan we in op de betrokkenheid van bewoners bij landschap en het landschapsbeleid. Bij de motieven voor een bijdrage aan landschap en natuur blijken binding met het landschap en de waardering van veranderingen hierin belangrijk. De vraag is in feite of het voorbeeldgebied emotie weet op te roepen, omdat bewoners zich ermee verbonden voelen, het aantrekkelijk vinden, zich zorgen maken of blij zijn met de ruimtelijke veranderingen. Kortom, in hoeverre bewoners het belang van landschap als thema zien en ruimtelijke veranderingen waarderen. Daarnaast speelt hoe ze het landschapsbeleid beoordelen, dat wil zeggen het belang van het beleid onderschrijven, maatregelen gerealiseerd zien en welke maatschappelijke functies van landschap meer gewenst zijn. Ten slotte rest de vraag in hoeverre de betrokkenheid van bewoners bij landschap(sbeleid) samenhangt met hun maatschappelijke betrokkenheid bij de overheid en de wijze waarop men communiceert. Het inzicht in de maatschappelijke betrokkenheid kan dan bijdragen aan het vergroten van het inzicht in de betrokkenheid bij landschap en het beleid.

De volgende paragrafen gaan in op de bekendheid van het gebied (4.2), de betrokkenheid bij landschap en de waardering van de gevolgen van ruimtelijke veranderingen (4.3). Vervolgens belichten we het oordeel van de bewoners over het landschapsbeleid (4.4). In 4.5 komt de maatschappelijke betrokkenheid aan de orde. Het hoofdstuk sluit af met een aantal conclusies (4.6).

4.2 Bekendheid van het gebied

Deze paragraaf start met de vraag in hoeverre de bewoners die de enquête hebben ingevuld - de stakers tellen niet mee - na het lezen van de introtekst, het zien van een kaartje en een foto hun voorbeeldgebied blijken te kennen. Ruim vier vijfde van de bewoners kent hun gebied redelijk tot goed (tabel 4.1). Ooijpolder-Groesbeek blijkt onder de doelgroep van bewoners zeer goed bekend te zijn, Amstelland en het Binnenveld zijn redelijk tot goed bekend. Het Groene Woud blijkt minder bekend te zijn: een derde geeft aan het gebied niet te kennen. Het verwachte bereik onder bewoners in Het Groene Woud blijkt - gezien de bekendheid onder de huidige respondenten en de eerdere stakers - dus te ruim te gekozen.

Tabel 4.1		Bekendheid van de vier gebieden onder bewoners (in %)			
Bekendheid	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
- niet	17	9	14	32	9
- deels	53	52	52	56	22 a)
- wel	30	39	34	12	69
- totaal	100	100	100	100	100

a) Voor Ooijpolder-Groesbeek waren de antwoorden bij deels: alleen Groesbeek (13%) of alleen Ooijpolder (9%).

De vraag is op welke manier bewoners bekend zijn geraakt met het gebied en zich informeren (tabel 4.2). Van de bewoners die het gebied deels of goed te kennen, heeft 62% een of meer informatiebronnen over landschap geraadpleegd, 38% heeft zich niet geïnformeerd. In alle voorbeeldgebieden leest men vooral berichten over landschap in de plaatselijke krant en op borden in het gebied. In Amstelland en Het Groene Woud is ook een bezoek aan een boerderij met landschapsbeheer of streekproducten een belangrijke informatiebron. Verder valt als specifieke informatiebron het gebruik van de website van Ooijpolder-Groesbeek op.

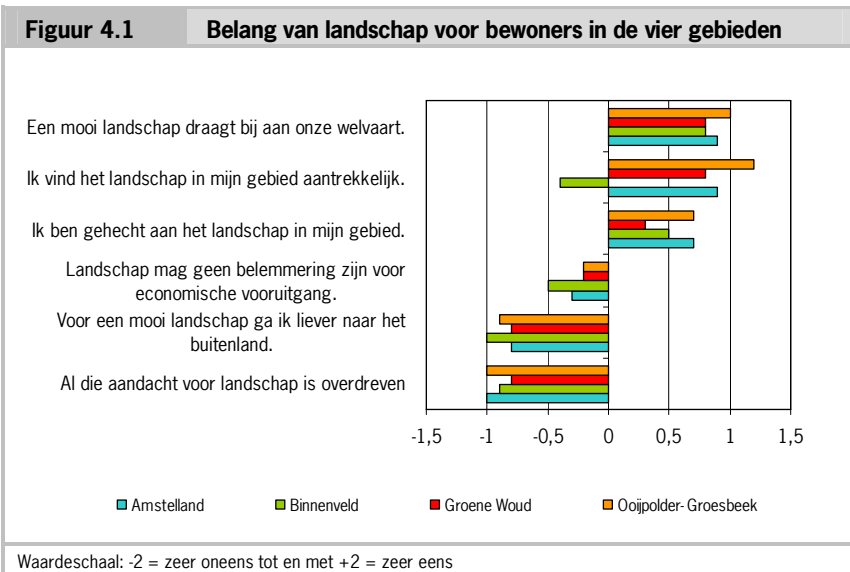
Tabel 4.2		Gebruik informatiebronnen door bewoners in de vier gebieden (in %, n = 1.165)			
Informatiebron	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
Gebruik					
- wel	62	63	58	65	63
- niet	38	37	42	35	37
- totaal	100	100	100	100	100
Type					
- Lezen over landschap in de plaatselijke krant	32	34	30	32	30
- Informatieborden in gebied	27	27	23	28	30
- Bezoek boerderij met streekproducten, landschapsbeheer	17	31	10	19	7
- Website	9	9	5	4	15
- Lezen over (cultuur)historie	9	10	7	9	7
- Bezoekerscentrum	8	11	5	11	7
- Excursie	5	5	3	8	5
- Bezoekersdag	4	4	-	3	5

De voorbeeldgebieden Amstelland, het Binnenveld en Ooijpolder-Groesbeek blijken dus redelijk tot goed bekend te zijn onder bewoners. De verwachte naamsbekendheid van deze gebieden komt overeen met de potentiële doelgroep. Het Groene Woud blijkt minder bekend te zijn. De verwachte naamsbekendheid is dus kleiner dan gedacht en het bereik in Het Groene Woud is te ruim gekozen. Informatie over het landschap in het voorbeeldgebied leest men in alle gebieden vooral in de plaatselijke krant en op borden in het gebied. In Amstelland valt ook het bezoek aan een boerderij met streekproducten en landschapsbeheer op en in Ooijpolder-Groesbeek het gebruik van de website.

4.3 Betrokkenheid bij het landschap

Belang van landschap

De vraag is in hoeverre landschap bij de respondenten op de agenda staat. Aan de hand van een aantal stellingen is naar het belang van landschap gevraagd (figuur 4.1). De resultaten laten zien dat bewoners het landschap belangrijk vinden. Zij zijn het eens met alle voor het landschap positief geformuleerde stellingen en het oneens met de negatief geformuleerde stellingen. Velen vinden dat een mooi landschap bijdraagt aan onze welvaart en dat de aandacht voor landschap niet overdreven is. Opvallende meningsverschillen tussen de bewoners richten zich op het eigen gebied, bij de algemene stellingen over landschap is er weinig verschil. Zo vinden de bewoners het landschap in Ooijpolder-Groesbeek het meest aantrekkelijk, gevolgd door Amstelland en Het Groene Woud en in het Binnenveld het minst. Bewoners in Ooijpolder-Groesbeek en in Amstelland voelen zich het meest gehecht aan het landschap in hun gebied en in Het Groene Woud het minst, ondanks haar aantrekkelijkheid. Hoewel bewoners het Binnenveld (nog) geen schoonheid vinden, zijn ze wel aan het landschap gehecht.



Waardering van veranderingen

Een volgend thema is of de respondenten de veranderingen in het landschap in hun gebied als een vooruitgang of een achteruitgang zien en zich over het landschap zorgen maken. Bewoners beoordelen de veranderingen in het landschap in hun gebied doorgaans als neutraal of als een vooruitgang en maken zich weinig zorgen (figuur 4.2). In Het Groene Woud en in Ooijpolder-Groesbeek zien zij vaker een vooruitgang en maken zij zich minder zorgen. In Amstelland en het Binnenveld zien bewoners vaker een achteruitgang optreden en maken zij zich meer zorgen. Opvallend is verder dat een vijfde van de bewoners dat het voorbeeldgebied deels of goed zegt te kennen, zich geen oordeel kan vormen over de veranderingen.

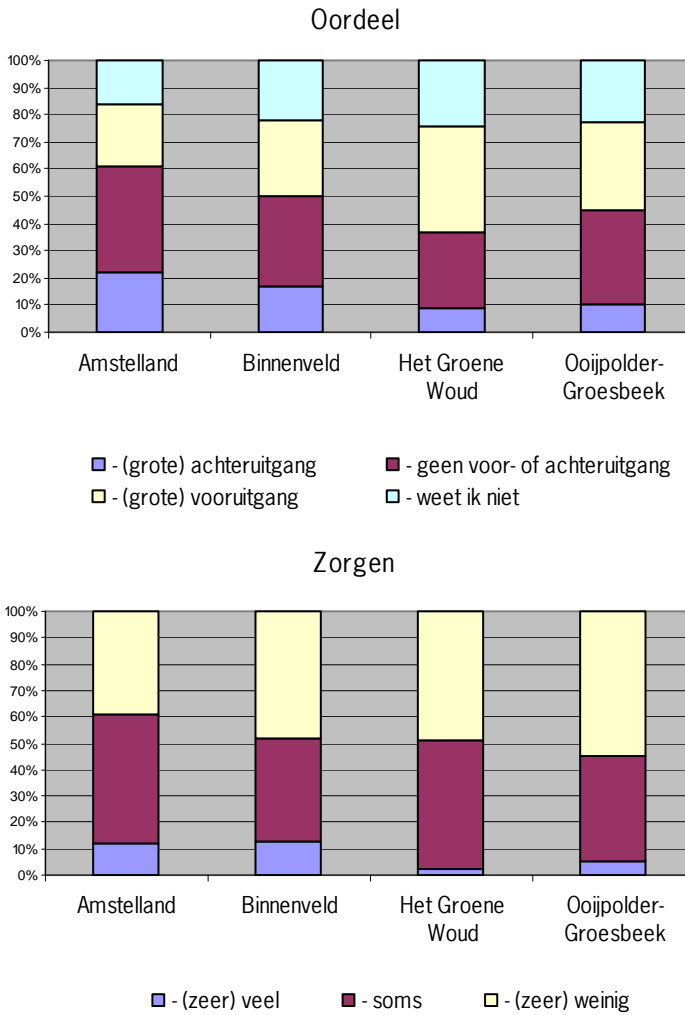
Om erachter te komen waarom bewoners de veranderingen vaker als een vooruit- of een achteruitgang zien en zich (geen) zorgen maken, is ingegaan op een aantal veranderingen. Gevraagd is of bepaalde veranderingen hebben plaatsgevonden en of die dan een voor- of achteruitgang hebben betekend (tabel 4.3, in bijlage 3a zijn per voorbeeldgebied de tabellen opgenomen inclusief de antwoordmogelijkheden 'heeft niet plaatsgevonden' en 'weet ik niet'). In het algemeen zeggen twee van de vijf bewoners die het gebied deels of goed kennen, niet te weten of een bepaalde verandering heeft plaatsgevonden. Veranderingen die vaker als een vooruitgang worden genoemd, hebben een groen karakter en betreffen de aanleg van fiets- en wandelpaden, landschapsontwikkeling en recreatieve voorzieningen.

De veranderingen die vaker als een achteruitgang worden ervaren, hebben een rood karakter en betreffen woningbouw, meer geluid en de aanleg van bedrijventerreinen. Bewoners in Amstelland zien deze veranderingen vaker als negatief en zien ook de afname van de landbouw vaker als een achteruitgang. In Het Groene Woud ziet men vaker een vooruitgang door de landschapsontwikkeling en opvallend ook door de afname van de (intensieve?) landbouw.

Voor de toekomst is bewoners gevraagd welke maatschappelijke publieke functies zij vaker wensen. Van de gepresenteerde functies (tabel 4.4) mochten zij er vier noemen. De top vier van de gewenste maatschappelijke functies betreft overal meer natuur (1) en rust en ruimte (2) gevolgd door meer mogelijkheden voor recreatie, zoals wandelen, fietsen, paardrijden en varen (3) en het behoud van monumenten, zoals boerderijen, begraafplaatsen, buitens, landgoederen, forten en molens (4). Naar verhouding wensen bewoners in Amstelland iets minder vaak rust en ruimte en in Het Groene Woud juist meer, terwijl in het Binnenveld minder vaak het behoud van monumenten (die er wellicht ook niet zijn) wordt genoemd.

Figuur 4.2

Oordeel over veranderingen in landschap en zorgen door bewoners in de vier gebieden (in %, n = 1.165)



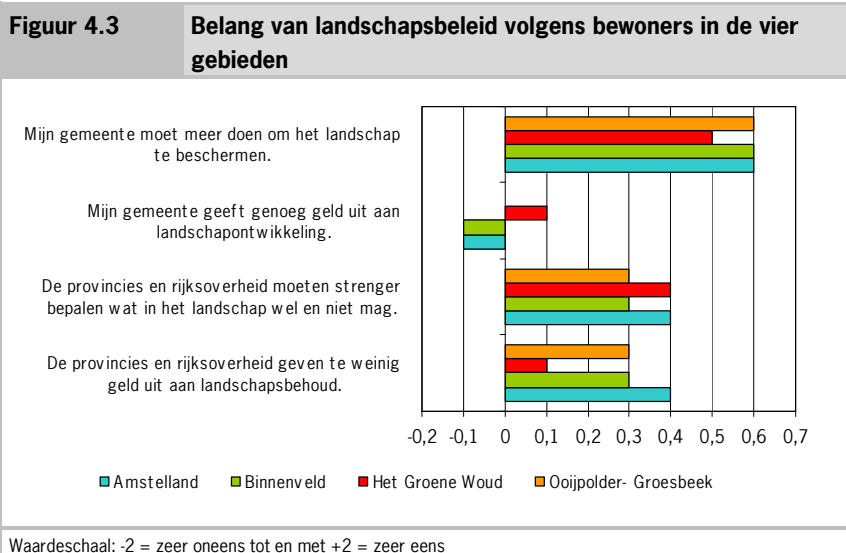
Tabel 4.3		Waargenomen veranderingen als vooruitgang (V) of achteruitgang (A) beoordeeld door bewoners in de vier gebieden (in %)									
Verandering	Gemiddeld		Amstelland		Binnenveld		Het Groene Woud		Ooijpolder-Groesbeek		
	V	A	V	A	V	A	V	A	V	A	
Aanleg fiets- en wandelpaden	40	5	39	5	46	3	36	7	40	4	
Landschapsontwikkeling	39	3	35	3	33	4	49	5	42	2	
Aanleg recreatieve voorzieningen	38	5	37	5	33	6	41	5	40	4	
Afname landbouw	13	24	9	35	9	26	22	13	15	16	
Woningbouw	7	36	9	50	3	32	4	18	10	35	
Meer geluid	-	33	1	46	-	28	-	30	-	27	
Aanleg bedrijventerreinen	2	26	3	37	-	20	1	20	3	24	

Tabel 4.4		Belangrijkste extra gewenste maatschappelijke functies door bewoners in de vier gebieden (in %, n = 1.165)				
Maatschappelijke functie	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
Natuur	72	69	73	77	71	
Rust en ruimte	70	64	70	78	74	
Recreatie	64	63	64	63	65	
Behoud monumenten	61	67	48	64	64	
Donkerte 's nachts	22	19	23	26	22	
Verbrede landbouw	21	23	24	13	21	
Landbouw en veeteelt	18	20	31	11	11	
Waterberging	11	11	8	15	9	
Energiewinning	9	9	8	6	11	
Nieuwe landgoederen	4	4	4	3	3	

4.4 Betrokkenheid bij het landschapsbeleid

Belang van het landschapsbeleid

Wanneer bewoners wordt gevraagd naar hun oordeel over een bijdrage van de overheden aan landschap (figuur 4.3), dan vinden zij dat gemeenten meer moeten doen om hun landschap te beschermen. Zij zijn echter minder uitgesproken of een gemeente voldoende geld aan landschapsontwikkeling uitgeeft. Verder moeten de provincies en de rijksoverheid strenger zijn in het bepalen wat er wel en niet mag en meer geld aan het landschap besteden. In Amstelland zijn bewoners het minst tevreden over het landschapsbeleid en in Het Groene Woud het meest. Een kanttekening bij de antwoorden over het bestedingsbeleid van de overheden is dat veel respondenten hier weinig vanaf weten. Dit bleek ook al in eerder onderzoek (Overbeek en Vader, 2008).



Oordeel over de maatregelen

Zoals hiervoor aangegeven vinden de bewoners dat gemeenten meer kunnen doen om het landschap te beschermen. De vraag is op welke taken van de gemeenten en maatschappelijke organisaties zij hun oordeel baseren (tabel 4.5). Bewoners blijken tevreden over het zorgen voor een aantrekkelijk landschap en het onderhoud van landschapselementen. Vooral in Het Groene Woud en in Ooijpolder-Groesbeek vinden zij deze taken voldoende gerealiseerd. Daarentegen vinden bewoners dat zij on-

voldoende worden betrokken bij de plannen voor het landschap en dat boeren onvoldoende financiële vergoeding wordt geboden om aan landschapsbeheer te doen. Vooral bewoners in het Binnenveld en in Amstelland zijn hierover ontevreden. Overigens geeft bij deze laatste twee stellingen een groot deel van de respondenten aan het antwoord niet te weten.

Tabel 4.5		Voldoende (V) en onvoldoende (O) door de overheid genomen maatregelen volgens bewoners in de vier gebieden (in %, de rest weet het niet)									
Maatregel	Gemiddeld		Amstelland		Binnenveld		Het Groene Woud		Ooijpolder-Groesbeek		
	V	O	V	O	V	O	V	O	V	O	
Zorgen voor aantrekkelijk landschap	52	25	45	32	46	29	60	21	59	18	
Onderhoud landschapselementen	50	20	48	25	43	21	55	19	54	16	
Aanleg recreatieve voorzieningen	42	27	40	32	40	27	47	23	44	24	
Onderhoud cultuurhistorische monumenten	36	23	36	26	28	23	40	26	42	18	
Bewoners voorzieningen bieden voor landschapsbeheer	23	23	20	29	23	22	31	22	21	19	
Boeren financieel belonen voor beheer	15	33	14	37	13	34	24	31	14	29	
Betrekken bevolking bij plannen voor landschap	21	41	24	45	13	46	24	40	22	31	

Gevraagd is aan bewoners die het gebied kennen en in hun vrije tijd bezoeken naar de voorzieningen in het landschap om er te kunnen recreëren (tabel 4.6). Voorzieningen die men meer dan voldoende aanwezig vindt, houden verband met water (visvoorzieningen, vaarroutes, aanlegpaden) en betreffen ruiterspaden. Interessanter zijn de recreatieve voorzieningen die bewoners (te) weinig gerealiseerd zien. Dit betreft vooral het gebrek aan bankjes en picknickplaatsen en onverharde wandelpaden, met name in het Binnenveld en in Amstelland.

Recreatieve voorziening	Voldoende (V) en weinig (W) gerealiseerde recreatieve voorzieningen volgens bewoners in de vier gebieden (in %, de rest vindt het veel, n = 890)									
	Gemiddeld		Amstelland		Binnenveld		Het Groene Woud		Ooijpolder-Groesbeek	
	V	W	V	W	V	W	V	W	V	W
Visvoorzieningen	85	9	91	2	84	12	80	13	85	9
Ruiterpaden	81	13	81	15	77	21	82	4	82	10
Vaarroutes	76	22	90	8	69	29	73	25	68	31
Aanlegplaatsen	75	23	83	14	69	29	76	20	70	29
Verharde wandelpaden	72	26	74	24	59	39	83	15	76	20
Fietspaden	71	28	73	26	63	36	79	20	72	26
Informatieborden	70	29	68	31	65	33	69	31	76	22
Parkeerplaatsen	69	27	72	24	56	38	84	11	66	30
Culturele evenementen en festivals	63	29	67	30	40	43	74	17	71	24
Onverharde wandelpaden	66	32	63	37	61	39	82	14	67	31
Bankjes en picknickplaatsen	52	46	50	49	51	48	61	37	54	45

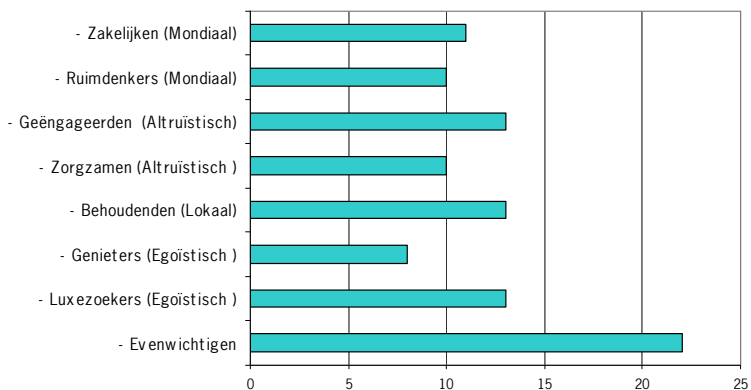
4.5 Maatschappelijke betrokkenheid

Uit de hiervoor gepresenteerde resultaten ontstaat het beeld dat bewoners zich verbonden voelen met hun gebied. Zij vinden het gebied aantrekkelijk (wat minder bij het Binnenveld) en zijn eraan gehecht (wat minder bij Het Groene Woud). Daarnaast maken bewoners in Amstelland en het Binnenveld zich meer zorgen en zien zij veranderingen vaker als een achteruitgang. Bewoners in Het Groene Woud en in Ooijpolder-Groesbeek zijn hierover positiever gestemd. De vraag wordt dan: ontstaat dit verschil door het landschap en het gerealiseerde landschapsbeleid in de betreffende gebieden en of door de maatschappelijke betrokkenheid van de respondenten?

Om de maatschappelijke betrokkenheid van bewoners in de voorbeeldgebieden te onderzoeken, gebruiken we de vier kwadranten met de zeven WIN-segmenten van TNS NIPO die inzicht bieden hoe burgers het beleid van de overheid percipiëren. Zo zijn burgers met een mondiaal perspectief kritisch over het overheidsbeleid en het landschapsbeleid. Burgers met een altruïstisch perspectief zien het overheidsbeleid harmonieuzer en willen graag iets doen voor landschap. Burgers gericht op de lokale omgeving staan argwanend tegenover de overheid, maar zijn bereid om lokaal bij te dragen aan landschap. Burgers met een egoïstisch perspectief, voelen zich weinig aangesproken door de overheid en zijn weinig geneigd om aan landschap bij te dragen, tenzij het hun eigen comfort verhoogt.

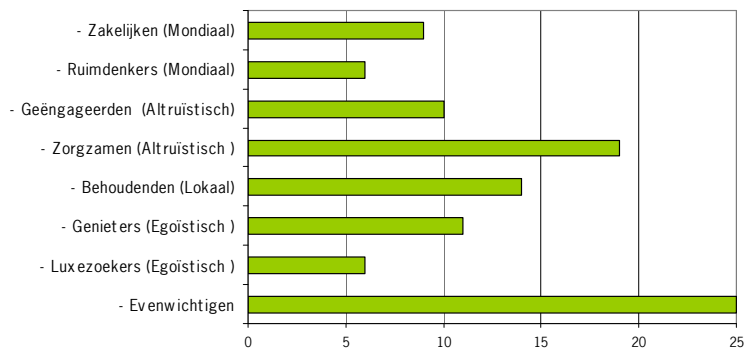
Uit de resultaten blijkt dat de bewoners in en rond Amstelland vaker tot het mondiale perspectief horen waarin een kritische blik op landschap en het beleid past (figuur 4.4.1). Bewoners in en rond het Binnenveld vallen op door hun altruïstische perspectief, met name door de religieuze Zorgzamen (figuur 4.4.2). Gezien de bereidheid van deze burgers, zegt hun negatievere toon waarschijnlijk ook iets over het landschap(sbeleid). Bewoners in Het Groene Woud vallen op door hun egoïstisch perspectief (figuur 4.4.3). Hoewel zij hun landschap aantrekkelijk vinden en vaker tevreden zijn met het landschapsbeleid, lijkt dit ook op onverschilligheid te berusten. Bewoners in Ooijpolder-Groesbeek behoren wat vaker tot de Geëngageerden (figuur 4.4.4). Waarschijnlijk zegt hier het aantrekkelijke landschap meer over hun positieve toon. De maatschappelijke betrokkenheid van bewoners laat dus zien dat hun betrokkenheid niet alleen moet worden begrepen vanuit het landschap en het landschapsbeleid, maar ook vanuit hun betrokkenheid bij de overheid en hun communicatie.

Figuur 4.4.1 **Maatschappelijke betrokkenheid van bewoners in Amstelland (in %)**



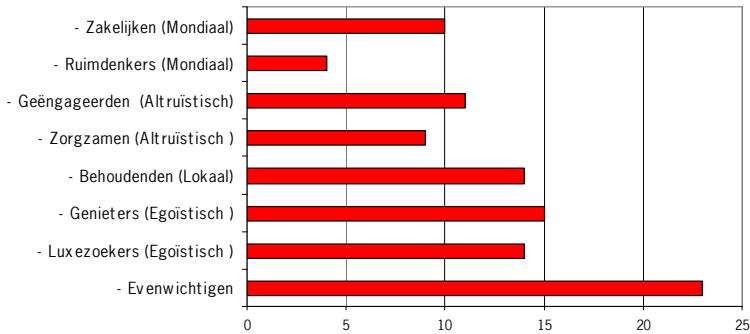
Bron: TNS NIPO 2008.

Figuur 4.4.2 **Maatschappelijke betrokkenheid van bewoners in het Binnenveld (in %)**



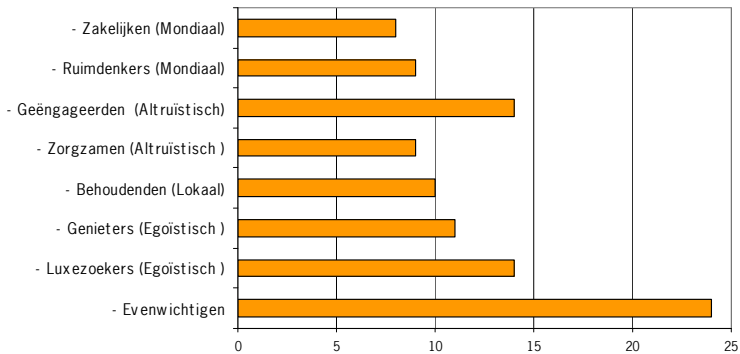
Bron: TNS NIPO 2008.

Figuur 4.4.3 Maatschappelijke betrokkenheid van bewoners in Het Groene Woud (in %)



Bron: TNS NIPO 2008.

Figuur 4.4.4 Maatschappelijke betrokkenheid van bewoners in Ooijpolder-Groesbeek (in %)



Bron: TNS NIPO 2008.

4.6 Conclusies

Amstelland, het Binnenveld en Ooijpolder-Groesbeek blijken bij de bewoners redelijk tot goed bekend te zijn (tabel 4.7). Ruim vier vijfde kent hun gebied redelijk tot goed. Het Groene Woud blijkt minder bekend te zijn en het bereik is hier

te ruim gekozen. Informatie over het landschap leest men in vooral in de plaatselijke krant en op borden in het gebied. In Amstelland valt ook het bezoek aan een boerderij op en in Ooijpolder-Groesbeek het gebruik van de website.

Bewoners voelen zich betrokken bij landschap. Zij voelen zich er sterk mee verbonden (behalve Het Groene Woud) en vinden het aantrekkelijk (behalve het Binnenveld). Ooijpolder-Groesbeek spant op deze punten de kroon. Bewoners beoordelen de veranderingen in het landschap in hun gebied doorgaans als neutraal of een vooruitgang en maken zich weinig zorgen. In Amstelland en het Binnenveld zijn bewoners op deze punten negatiever gestemd. Bewoners wensen voor de toekomst meer natuur, rust, ruimte, recreatie en het behoud van monumenten.

Voor het landschapsbeleid vinden bewoners dus dat gemeenten meer moeten doen om hun landschap te beschermen, maar zij zijn minder uitgesproken of een gemeente voldoende geld aan landschapsontwikkeling geeft. Bewoners zijn tevreden over de zorg voor een aantrekkelijk landschap en het onderhoud van de landschapselementen. Zij vinden echter - met name in Amstelland en in het Binnenveld - dat zij onvoldoende worden betrokken bij de plannen voor het landschap en dat boeren onvoldoende financiële vergoeding wordt geboden om aan landschapsbeheer te doen. Bewoners wensen ook meer bankjes, picknickplaatsen en onverharde wandelpaden.

De maatschappelijke betrokkenheid van bewoners laat zien dat hun betrokkenheid bij landschap niet alleen moet worden begrepen uit de staat van het landschap en het landschapsbeleid, maar ook vanuit hun betrokkenheid bij de overheid en hun communicatie. Zo tonen de bewoners in en rond Amstelland - ondanks hun gehechtheid - vaker een kritische blik op het landschapsbeleid. Bewoners in en rond het Binnenveld vallen op door de Zorgzamen die gehecht en bereid zijn om bij te dragen (als het ook de boeren ten goede komt). Daarentegen vinden bewoners in Het Groene Woud hun landschap aantrekkelijk, maar staan ze wat onverschillig ten opzichte van het landschapsbeleid. Bewoners in Ooijpolder-Groesbeek vallen niet sterk op ten opzichte van de anderen. Waarschijnlijk zegt het aantrekkelijke landschap en het gerealiseerde beleid meer over hun positieve toon.

Tabel 4.7	Bekendheid en betrokkenheid van bewoners in de vier gebieden			
	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
<i>Bekendheid</i>				
% Bewoners bekend met gebied	92	86	68	91
<i>Betrokkenheid landschap</i>				
% Bewoners gehecht aan landschap	64	51	44	64
% Bewoners vindt landschap aantrekkelijk	80	5	69	89
% Bewoners vindt veranderingen vooruitgang	23	28	39	32
<i>Betrokkenheid landschapbeleid</i>				
% Bewoners vindt dat gemeente landschap meer moet beschermen	59	54	53	59

5 Bijdrage van bewoners

5.1 Inleiding

Dit hoofdstuk beschrijft de (bereidheid tot een) bijdrage van bewoners aan landschap in de verschillende domeinen. Er zijn verschillende soorten activiteiten waarmee bewoners (en bedrijven) een bijdrage leveren. Wij maken onderscheid tussen drie domeinen: Beschermer, Consument en Kiezer (zie paragraaf 2.2). Achtereenvolgens komen activiteiten in de domeinen als Beschermer (5.2), Consument (5.3) en Kiezer (5.4) aan de orde. Hierbij wordt ingegaan op de participatie en de interesse voor bepaalde activiteiten. Het hoofdstuk sluit af met de belangrijkste conclusies (5.5). Een bewoner kan in alle domeinen tegelijk actief zijn. In het volgende hoofdstuk komt aan de orde welke bewoners eenzelfde pakket aan activiteiten doen.

5.2 Beschermer

Bij de activiteiten als Beschermer gaan we in op landschapsbeheer en de financiële steun aan organisaties die landschap een warm hart toedragen. Kijken we naar het aantal bewoners dat actief is met landschapsbeheer, dan blijkt 16% een of meer activiteiten voor landschap te hebben gedaan (tabel 5.1). Op het eigen erf doet 10% serieus aan landschapsbeheer. Elders is 9% als vrijwilliger actief voor landschap. Ten opzichte van eerder onderzoek (Overbeek en Vader, 2008) is de participatie in activiteiten buiten het eigen erf hetzelfde, maar worden op het eigen erf nu minder activiteiten verricht. Een mogelijke verklaring hiervoor is dat de respondenten de vraag strenger hebben geïnterpreteerd en zich vooral tot activiteiten in het voorbeeldgebied zelf hebben beperkt.

Tabel 5.1		Participatie in activiteiten voor landschapsbeheer door bewoners in de vier gebieden (in %)				
Participatie	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
Actief	16	20	11	19	12	
- op eigen erf	10	13	6	14	7	
- elders	9	10	7	9	6	

Aan bewoners die niet elders als vrijwilliger participeren is gevraagd of zij interesse hebben om bepaalde activiteiten voor landschapsbeheer te gaan doen (tabel 5.2). Hierin is 41% geïnteresseerd. De meeste aandacht gaat uit naar (weide)vogelbescherming, streekeigen beplanting, onderhoud en inventarisatie van landschapselementen. Overige interesses zijn het onderhoud van een monumentaal gebouw (16%), routes en paden (16%), het geven van lezingen en rondleidingen (13%) en bestuurlijke activiteiten (13%).

Tabel 5.2		Interesse in activiteiten voor landschapsbeheer door bewoners in de vier gebieden (in %)				
Interesse	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
Wel	41	45	41	38	39	
- (weide)vogelbescherming	24	26	27	21	20	
- streekeigen beplanting thuis	19	23	20	15	18	
- onderhoud landschapselementen	19	22	18	18	18	
- inventarisatie landschapselementen, dieren plantsoorten, heemstudie	19	19	21	18	16	

Het geven van een financiële bijdrage als Beschermer betreft het lidmaatschap van of donatie aan een organisatie die (mede) actief is voor landschap (tabel 5.3). Van de bewoners (en hun huishouden) is bijna de helft lid of heeft

een donatie gedaan aan een of meer organisaties, bij Amstelland vaker en bij Het Groene Woud minder. De meeste aandacht gaat uit naar (inter)nationale natuurorganisaties die ook iets voor landschap doen (Wereld Natuurfonds en Natuurmonumenten).

Tabel 5.3		Lidmaatschap of donatie aan organisatie voor landschap door bewoners in de vier gebieden (in %)				
Lidmaatschap of donatie	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
Financiële bijdrage						
- wel	46	50	47	40	44	
- niet	54	50	53	60	56	
- totaal	100	100	100	100	100	
Type organisatie						
- Wereld Natuurfonds (WNF)	27	28	30	23	27	
- Natuurmonumenten	26	33	24	22	24	
- Vogelbescherming	8	9	10	7	6	
- Overige nationale organisaties	8	11	7	7	5	
- Provinciale Landschappen	7	6	8	8	5	
- Lokale landschapsverenigingen	4	5	3	3	3	
- Lokale cultuurhistorische vereniging	2	3	1	-	1	

Gevraagd is ook of bewoners in de toekomst een financiële bijdrage willen leveren. Drie van de vijf bewoners zijn hierin geïnteresseerd en dit aantal verschilt nauwelijks per gebied. Voor de geefbereidheid zijn een aantal factoren uitgewerkt, zoals de duur en het gewenste resultaat, overwegingen bij de ontvanger en het gewenste maatschappelijke doel.

Bij de duur en het gewenste resultaat gaat de meeste aandacht uit naar eenmalige bijdragen, zoals schenkingen, evenementen (landschapsveiling) en acties (tabel 5.4). Het is hierbij minder belangrijk of er een afspraak over het resultaat is gemaakt. De eenmalige geefbereidheid is het grootst in Ooijpolder-Groesbeek, waar al ervaring is opgedaan met de landschapsveiling. Voor een doorlopende bijdrage bestaat overal minder belangstelling, zeker als niet duidelijk is welk resultaat dit oplevert. In alle gebieden is een belangrijke voorwaarde

dat de overheid (en de belastingdienst) het goede doel erkent. In mindere mate speelt ook of het initiatief lokaal is opgezet. Dit laatste wordt in Ooijpolder-Groesbeek het meest gewaardeerd.

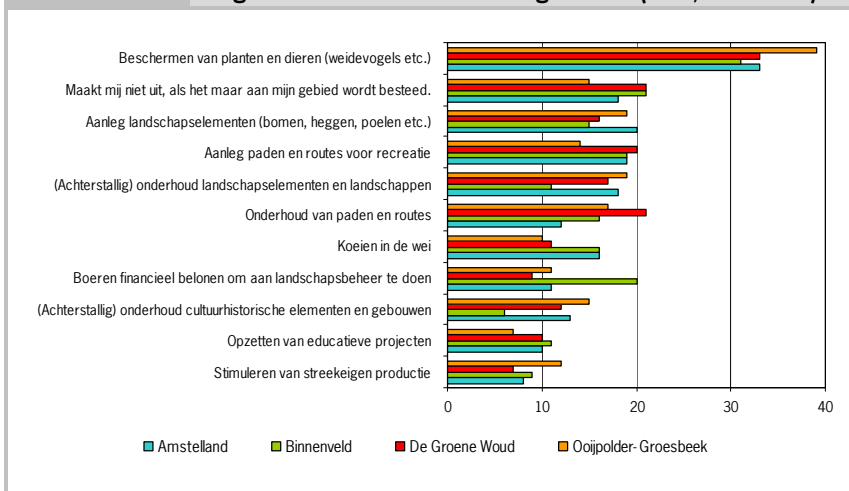
Tabel 5.4		Type financiële bijdrage en overweging door bewoners in de vier gebieden (% met een positief oordeel)				
Type bijdrage	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
Eenmalig zonder resultaatafspraken a)	46	43	42	45	52	
Eenmalig met resultaatafspraken b)	39	39	40	34	42	
Doorlopend zonder resultaatafspraken c)	14	14	13	12	14	
Doorlopend met resultaatafspraken d)	27	26	28	26	27	
Overweging						
Erkend goed doel door de overheid	81	80	82	79	81	
Lokaal opgezet initiatief	61	59	62	57	65	
Persoonlijk contact met de begunstigde	33	35	32	36	31	
a) Donatie, schenking; b) Landschapsveiling, evenement, actie; c) Renteschenking streekrekening, bijdrage landschapsfonds; d) Adoptie, sponsoring.						

Ten aanzien van de gewenste maatschappelijke doelen, waarbij iedere toekomstige geveer er twee mocht noemen, valt de bijdrage voor het beschermen van planten en dieren (weidevogels) als eerste op (figuur 5.1). Verder vinden bewoners het belangrijk dat hun bijdrage het gebied ten goede komt. Voor bewoners in en rond Ooijpolder-Groesbeek is het beschermen van planten en dieren verreweg het belangrijkste doel. Verder valt in Amstelland de aandacht voor de aanleg en het onderhoud van landschapselementen op, wil men in het Binnenveld de boeren financieel belonen en besteedt men in Het Groene Woud het geld graag aan de aanleg en het onderhoud van paden en routes voor recreatie.¹ Een vergelijking

¹ In het kader van het communiceren van de gewenste maatschappelijke doelen blijkt dat het beschermen van planten en dieren bij alle opleidingsgroepen hoog scoort, met name lager en middelbaar opgeleiden zijn vooral geïnteresseerd om het aan hun gebied ten goede te laten komen.

tussen de gewenste doelen waaraan de bewoners willen bijdragen en de taken die overheid moet doen (tabel 5.5) laat ook zien dat bewoners zich - behalve in het Binnenveld - niet verantwoordelijk vinden om boeren financieel te belonen om aan landschapsbeheer te doen, maar dit als een taak van de overheid zien.

Figuur 5.1 Gewenste maatschappelijke doelen voor een financiële bijdrage door bewoners in de vier gebieden (in %, n = 1.113)



Tabel 5.5 Bijdrage aan regionale maatschappelijke doelen door bewoners in de vier gebieden (in %)

Maatschappelijk doel	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
Financiële bijdrage					
- wel	55	49	62	56	53
- niet	45	51	38	44	47
- totaal	100	100	100	100	100
Type maatschappelijk doel					
- kerk en levensbeschouwing	26	23	39	21	21
- landschap, natuur en milieu	22	18	24	23	21
- sport en recreatie	21	18	21	24	20
- gezondheid	21	14	22	27	21

Ten slotte is van iedereen de huidige bijdrage aan regionale doelen gevraagd. 55% Blijkt aan een of meer maatschappelijke doelen bij te dragen. In het Binnenveld blijken bewoners nog guller. Een bijdrage voor kerk en levensbeschouwing scoort bij hen verreweg het hoogst. Voor een toekomstige financiële bijdrage aan landschap kan op deze interesse worden ingespeeld (goed rentmeesterschap?). Elders blijkt er weinig verschil te bestaan tussen de regionale bijdragen aan natuur en landschap, kerk en levensbeschouwing, sport en recreatie en gezondheid.

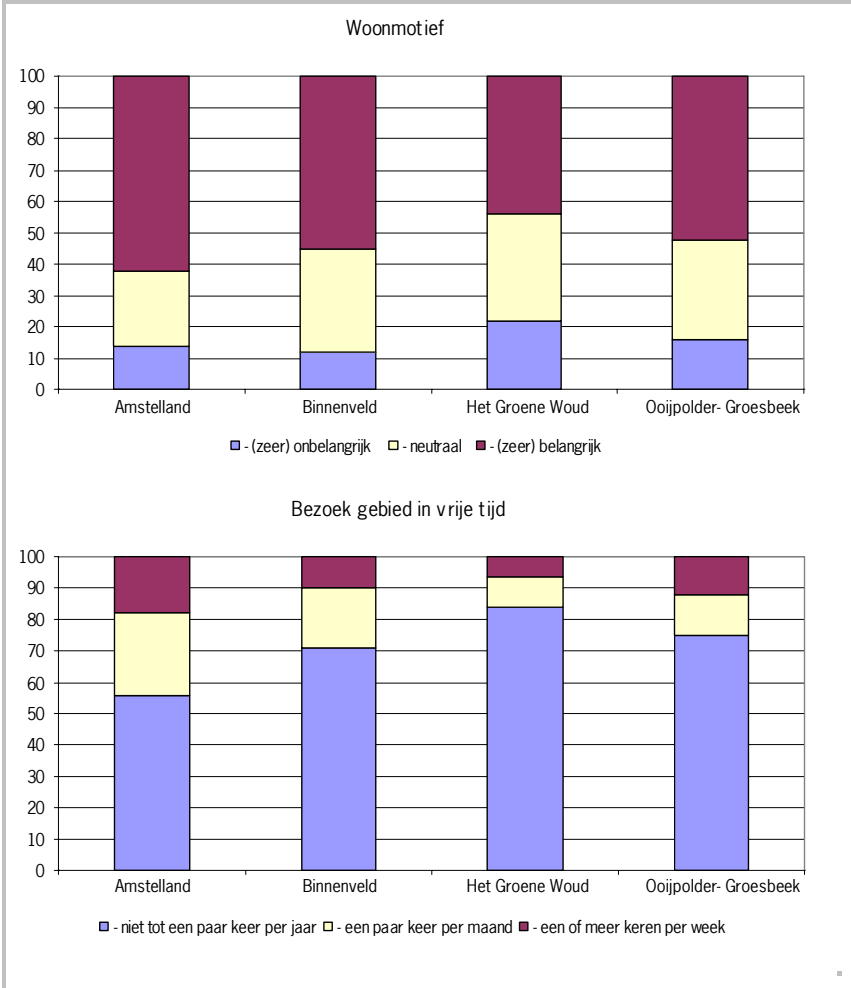
5.3 Consument

Bij de activiteiten als Consument gaan we in op het landschap als woonmotief, als recreatiedoel en als reden om private gebruikers hiervoor te laten betalen.

Voor de meerderheid van de bewoners is het landschap een belangrijk motief geweest om in een gemeente te (gaan) wonen (figuur 5.2). In Amstelland telt dit belang zwaarder. Dit hangt samen met het grote aantal respondenten dat in of vlakbij het gebied woont. Het omgekeerde geldt voor bewoners in de buurt van Het Groene Woud, waar het belang van het landschap als woonmotief lager wordt ingeschat en het grootste deel buiten het gebied woont. Als recreatiedoel wordt het landschap in het voorbeeldgebied door iets minder dan een derde van de bewoners tenminste maandelijks bezocht. Ook hierbij geldt dat bewoners dit bij Amstelland vaker doen en bij Het Groene Woud minder. De helft komt op de fiets en een derde met de auto. De dichterbij wonende respondenten in Amstelland en het Binnenveld gebruiken vaker de fiets en de verder weg wonende respondenten in Het Groene Woud en Ooijpolder-Groesbeek vaker de auto.

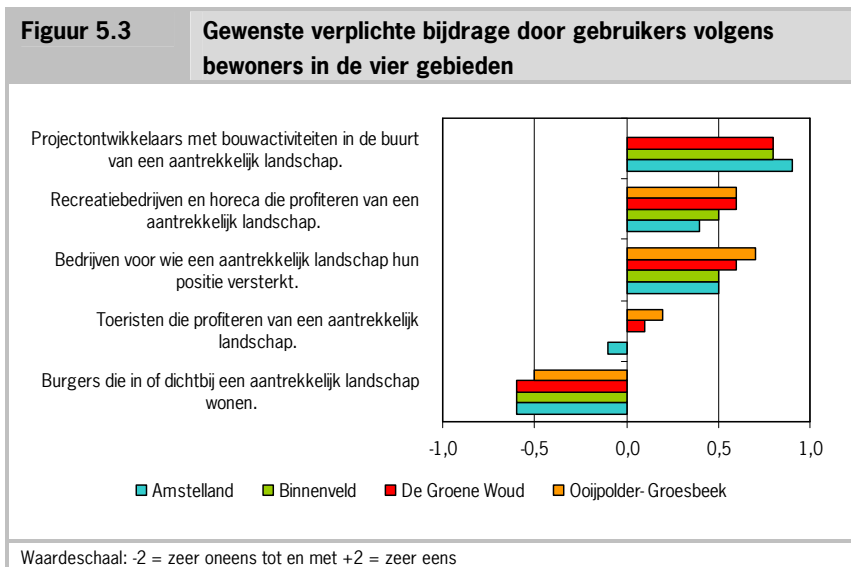
Figuur 5.2

Landschap als consumptieperspectief voor bewoners in de vier gebieden (in %)



De overheid wil andere partijen meer betrekken bij landschapsontwikkeling. De consumptie van het landschap is ook privaat. Van producenten en van consumenten kan een opslag worden gevraagd op de prijs om landschapsontwikkeling en onderhoud te realiseren. Aan de bewoners en bedrijven is daarom gevraagd in hoeverre actoren die profiteren van een mooi landschap zouden moeten meebetalen aan behoud of ontwikkeling hiervan. De resultaten bij bewo-

ners laten zien dat in alle gebieden bij het 'de gebruiker betaalt'-principe het hemd nader is dan de rok (figuur 5.3). Producenten die verder van de bewoners afstaan (projectontwikkelaars, recreatie- en overige bedrijven) worden vaker geacht een financiële bijdrage te leveren voor behoud en ontwikkeling van het landschap. Van consumerende bewoners en toeristen wiens rol herkenbaarder is, wordt minder snel een financiële bijdrage verwacht. Bewoners in Ooijpolder-Groesbeek zijn echter niet alleen positiever over een bijdrage door recreatieondernemers, maar ook door toeristen.



Bewoners zijn ook een aantal mogelijkheden voorgelegd hoe zij zelf een financiële bijdrage kunnen leveren (tabel 5.6). In alle gebieden is een meerderheid van bewoners positief over een verplichte compensatie voor landschap bij niet-agrarische bedrijven die in het buitengebied willen uitbreiden en een vrijwillig lidmaatschap voor natuur- en landschapsbeheer door huiseigenaren. Bewoners in en rond het Binnenveld zijn het sterkst voorstander van een verplichte compensatie voor landschap. Een meerderheid ziet daar ook de mogelijkheid dat huiseigenaren een uitzichtgarantie kopen (of lid worden van een natuur- en landschapsvereniging) waarmee boeren het landschap kunnen onderhouden.

Tabel 5.6		Mogelijke eigen bijdrage in de vier gebieden (in % met een positief oordeel)				
Bijdrage	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
Een verplichte compensatie heffen voor landschap bij niet-agrarische bedrijven die in het buitengebied uitbreiden.	57	56	62	53	54	
Een vrijwillig lidmaatschap van een lokale vereniging voor natuur- en landschapsbeheer voor huiseigenaren.	55	57	53	56	54	
Het kopen van een uitzichtgarantie door huiseigenaren waarmee boeren het landschap onderhouden.	nvt	nvt	50	nvt	nvt	
Een verplichte groenbijdrage opnemen in de koopprijs, erfpacht of huurprijs van een bedrijventerrein of nieuwbouwwijk.	40	33	38	45	44	
Een of meer dagen meewerken aan het onderhoud van het landschap.	35	35	34	33	37	

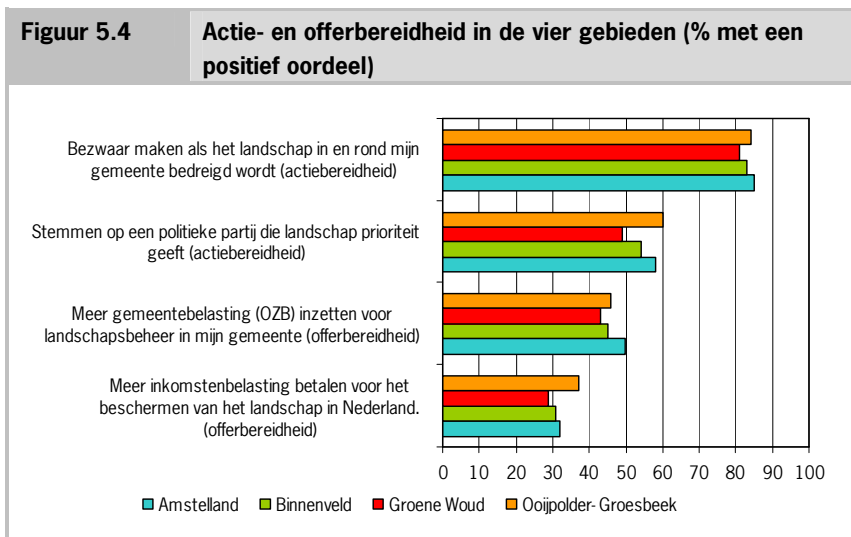
5.4 Kiezer

Bij de activiteiten als Kiezer gaan we in op de participatie in lokale plannen en de actie- en offerbereidheid. De participatie bij de lokale plannen (tabel 5.7) betreft vooral de behoefte om hierover geïnformeerd te worden. Een kleiner deel van de bewoners gaat verder en wil minimaal meedenken over deze plannen. De

helft vindt het echter niet nodig om bij deze plannen betrokken te zijn of weet het niet.

Tabel 5.7 Participatie van bewoners in lokale plannen (in %)					
Mate van participatie	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
Ik zou geïnformeerd willen worden	37	43	36	33	36
Ik zou willen meedenken, -beslissen, -uitvoeren	10	10	11	10	9
Ik hoef niet hierbij betrokken te zijn	43	38	43	47	46
Weet ik niet	10	9	10	10	9
Totaal	100	100	100	100	100

De bijdrage van bewoners aan het landschapsbeleid toont meer actie- dan offerbereidheid (figuur 5.4). Zij maken liever bezwaar tegen een bedreiging voor het landschap of stemmen op een politieke partij die landschap prioriteit geeft dan dat zij hiervoor meer belasting gaan betalen. Ook hier kiest men voor activiteiten die minder kosten.



5.5 Conclusies

Een korte terugblik op de bijdrage van bewoners als Beschermer, Consument en als Kiezer (tabel 5.8). Kijken we naar de bijdrage van bewoners aan activiteiten als Beschermer, dan is minder dan een vijfde fysiek actief en twee vijfde hierin geïnteresseerd. Bijna de helft is lid of donateur van een organisatie voor het beheer van natuur en landschap. In Amstelland geven bewoners vaker, in Het Groene Woud minder. Bij de geefbereidheid valt de interesse voor eenmalige bijdragen op, waarbij het maatschappelijk doel door de overheid erkend moet zijn. In mindere mate speelt ook of dit een lokaal initiatief is. De bewoners in en rond Ooijpolder-Groesbeek - waar al een landschapsveiling is gehouden - tonen de meeste geefbereidheid en hechten ook meer aan een lokaal initiatief. Als gewenst doel telt vooral een bijdrage voor het beschermen van planten en dieren (weidevogels) en daarnaast dat de bijdrage het gebied ten goede komt.

In het domein van de Consument blijkt voor de meerderheid van de bewoners het landschap een belangrijk motief om in een gemeente te gaan wonen. Als recreatiedoel wordt het voorbeeldgebied door iets minder dan een derde van de bewoners maandelijks bezocht. Voor bewoners in Amstelland tellen deze motieven zwaarder vaker en in Het Groene Woud - waar veel bewoners verder weg wonen - minder. Verder verwachten bewoners in alle gebieden vaker van producenten die van een aantrekkelijk landschap profiteren een financiële bijdrage voor behoud en ontwikkeling van het landschap dan van burgers en toeristen. Een meerderheid vindt ook dat bedrijven verplicht moeten bijdragen als zij gaan uitbreiden in het buitengebied, maar wil ook dat bewoners als huiseigenaar vrijwillig bijdragen aan het natuur- en landschapsbeheer.

Voor een bijdrage als Kiezer valt op dat de meeste bewoners graag willen worden geïnformeerd over de plannen voor landschap, maar dat slechts een klein deel wil meedenken. Bewoners zijn behoorlijk offerbereid. Een derde wil meer inkomstenbelasting voor landschap betalen en bijna de helft wil meer gemeentebelasting aan het landschapsbeheer in hun gemeente besteden.

Samengevat tonen bewoners vooral belangstelling voor financiële bijdragen met een semi-gebruikskarakter. Dit betreft zowel vrijwillige bijdragen (eenmalig, vrijwillige deelname door huiseigenaren aan een lokale vereniging voor natuur- en landschapsbeheer) als verplichte bijdragen (compensatie door niet-agrarische bedrijven die in het buitengebied willen uitbreiden, zelf meer belasting voor landschap gaan betalen of meer gemeentebelasting hieraan besteden).

Tabel 5.8 Bijdrage bewoners aan landschap in de vier gebieden				
Bijdrage	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
<i>Beschermer</i>				
% Actief voor het landschap elders	10	7	9	6
% Lid/donateur voor landschap	50	47	40	44
<i>Consument</i>				
% landschap als woonmotief	62	55	44	52
% Recreëert maandelijks in gebied	44	29	16	25
<i>Kiezer</i>				
Interesse in lokale plannen	53	47	43	35
Offerbereid (OZB voor landschap)	50	45	43	46

6 Waaron dragen bewoners bij?

6.1 Inleiding

In het voorgaande hoofdstuk is de bijdrage van bewoners aan landschap beschreven door hun interesse of participatie in activiteiten in een aantal domeinen (Beschermmer, Consument en Kiezer). Een bewoner kan aan alle of geen van deze activiteiten bijdragen. In dit hoofdstuk wordt geanalyseerd of er bewoners te onderscheiden zijn met een gelijke bijdrage en hoe deze groepen zijn te karakteriseren. Om groepen bewoners naar hun bijdrage te onderscheiden zijn er drie mogelijkheden (zie 2.3), namelijk hun toekomstige bijdrage, het type huidige bijdrage en de mate waarin ze nu bijdragen. De resultaten van de drie mogelijkheden worden in paragraaf 6.2 beschreven. Bewoners met meer en minder activiteiten worden vergeleken op hun sociaaldemografische kenmerken (in 6.3) en hun bekendheid en betrokkenheid bij landschap en het landschapsbeleid (in 6.4). Het hoofdstuk sluit af met een aantal conclusies (in 6.5).

6.2 Bewoners met een gelijke bijdrage

Toekomstige bijdrage

Om de toekomstige bijdrage van bewoners te duiden is hen gevraagd in hoeverre zij geïnteresseerd zijn in bestuurlijk-organisatorische activiteiten, fysieke en financiële activiteiten. Uit de resultaten (tabel 6.1) blijkt dat drie van de vijf bewoners geïnteresseerd is in een financiële bijdrage, twee van de vijf in een fysieke bijdrage en een derde in een bestuurlijk-organisatorische bijdrage. Kijkend naar het gemiddeld aantal activiteiten dan zijn bewoners in Amstelland meer geïnteresseerd en in Het Groene Woud minder. In Amstelland valt de grotere interesse voor bestuurlijk-organisatorische en fysieke activiteiten op, terwijl bewoners in Ooijpolder-Groesbeek vaker in financiële activiteiten zijn geïnteresseerd.

Tabel 6.1		Interesse in toekomstige vrijwillige bijdrage door bewoners in de vier gebieden (% met een positief oordeel)				
Type activiteit	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
Bestuurlijk-organisatorisch	31	35	34	28	26	
Fysiek	39	45	38	37	35	
Financieel	60	61	57	57	65	
<i>Aantal activiteiten</i>						
Gemiddeld aantal	1,3	1,4	1,3	1,2	1,3	

Type bijdrage

Kijken we naar de patronen in de huidige bijdrage dan zijn op basis van een clusteranalyse met activiteiten volgens tabel 2.2 drie groepen te formeren (tabel 6.2). Iets minder dan een derde doet de activiteiten vaker dan gemiddeld. Ruim een derde wil alleen burgers en toeristen voor landschap laten betalen en meer inkomsten uit de gemeentebelasting hiervoor reserveren. Daarnaast is ruim een derde minder actief. Bij deze clusters valt op dat - analoog aan hun toekomstige bijdrage - bewoners in Amstelland alles meer doen. Bewoners in Het Groene Woud zijn vaker gemiddeld betalingsbereid.

Tabel 6.2		Bewoners naar type bijdrage in de vier gebieden				
Cluster	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
Alles meer	30	37	30	20	32	
Meest minder, gemiddeld betalings- en offerbereid	35	26	32	44	38	
Alles minder	35	37	38	35	30	
Totaal	100	100	100	100	100	

Mate van bijdrage

Kijken we naar de mate waarin bewoners actief zijn als Beschermer, Consument en als Kiezer volgens tabel 2.3 dan ontstaat het volgende beeld (tabel 6.3). Bewoners in Amstelland zijn meer actief en in Het Groene Woud minder. Dit ver-

schil ontstaat door het aantal fysieke activiteiten. Tussen de gebieden bestaat weinig verschil in het aantal financiële activiteiten dat bewoners doen.

Aantal activiteiten	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
0-1	32	26	33	40	32
2	24	22	23	26	25
3	21	23	22	16	21
4 en meer	24	29	22	18	22
Totaal	100	100	100	100	100
Gemiddeld					
Fysiek a)	1,0	1,2	0,9	0,7	0,9
Financieel b)	1,4	1,4	1,4	1,3	1,4
Totaal	2,4	2,6	2,3	2,0	2,3

a) Fysiek: elders actief + landschap belangrijk woonmotief+ recreëert er maandelijks + meedenken in lokale plannen; b) Financieel: lid/donateur organisatie + private burgers betalen + offerbereid.

Wanneer we naar de bijdragen van de bewoners per gebied volgens tabel 6.1-3 kijken, dan ontstaat het beeld dat bewoners in Amstelland wat meer fysiek (en bestuurlijk) actief (willen) zijn en bewoners in Het Groene Woud wat minder. Ten aanzien van de financiële activiteiten van bewoners bestaat er weinig verschil tussen de gebieden. In de volgende paragrafen worden bewoners met meer en minder fysieke en financiële activiteiten geanalyseerd op hun sociaal-demografische kenmerken en hun bekendheid en betrokkenheid bij landschap en het landschapsbeleid.

6.3 Sociaaldemografische kenmerken

Uit de sociaaldemografische kenmerken blijkt dat bij zowel de fysieke bijdragen (tabel 6.4) als de financiële bijdragen (tabel 6.5) hoger opgeleide bewoners vaker actief zijn. Dit telt vooral in Amstelland dat een hoger opgeleide bevolking heeft (tabel 3.2). De vraag is dan in hoeverre de activiteiten qua communicatie op het opleidingsniveau zijn afgestemd. Daarnaast zijn bewoners vaker fysiek actief als ze in of dichtbij het gebied wonen en ouder zijn. In Amstelland en Ooijpolder-Groesbeek zijn ook bewoners van middelbare leeftijd vaker fysiek actief.

Voor een financiële bijdrage maken de meeste sociaaldemografische kenmerken weinig uit.

Tabel 6.4	Kenmerken van bewoners met twee of meer fysieke bijdragen in de vier gebieden			
	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
Opleiding	Vanaf midden meer	Hoog meer		
Inkomen			Tot 28.000 euro meer	
Leeftijd	35 >	55 >	55 >	35 >
In en <2-km-gebied	In alle gebieden in en binnen 2 km meer actief (volgens tabel 3.6)			

Tabel 6.5	Kenmerken van bewoners met twee of meer financiële bijdragen in de vier gebieden			
	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
Opleiding	Hoog meer		Hoog meer	Hoog meer
Inkomen				Vanaf 28.000 euro meer
Leeftijd		35 >		
In en <2-km-gebied				

6.4 Bekendheid en betrokkenheid

De bekendheid en betrokkenheid van meer en minder actieve bewoners blijkt vaker te verschillen. De vraag is in hoeverre er een oorzakelijk dan wel een relationeel verband bestaat.

Ten eerste blijken in alle gebieden bewoners met meer fysieke bijdragen (tabel 6.6) en meer financiële bijdragen (tabel 6.7) veel beter geïnformeerd en veel meer gehecht. Dit uit zich in de meeste gebieden (behalve in Amstelland) ook in een groter aantal actieve bewoners dat tot de WIN-segmenten Zorgzamen, Geëngageerden en Ruimdenkers behoren die opvallen door hun sociaal en maatschappelijk verantwoordelijkheidsbesef.

Tabel 6.6		Bekendheid en betrokkenheid van bewoners met twee of meer fysieke bijdragen in de vier gebieden (ten opzichte van minder)			
	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
<i>Bekendheid</i>					
Informatiebronnen	In alle gebieden zijn actieven veel beter geïnformeerd				
<i>Betrokkenheid landschap</i>					
Gehecht aan landschap	In alle gebieden zijn actieven veel meer gehecht				
Vindt landschap aantrekkelijk	Actieven veel positiever		Actieven veel positiever	Actieven veel positiever	
Veranderingen in landschap			Actieven vaker vooruitgang	Actieven veel vaker vooruitgang	
Zorgen om landschap	In alle gebieden maken actieven zich veel meer zorgen				
<i>Betrokkenheid landschap-beleid</i>					
Gemeente moet landschap meer beschermen	Actieven vinden dit veel vaker	Actieven vinden dit veel vaker		Actieven vinden dit vaker	
Gemeente geeft genoeg geld aan landschap	Actieven veel vaker oneens				
<i>Maatschappelijke betrokkenheid</i>					
WIN-segmenten		Zorgzamen, Ruimdenkers en Geëngaerden veel meer actief	Zorgzamen, Ruimdenkers en Geëngaerden meer actief	Ruimdenkers en Geëngaerden meer actief	

Tabel 6.7		Bekendheid en betrokkenheid van bewoners met twee of meer financiële bijdragen in de vier gebieden (ten opzichte van minder)			
	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
<i>Bekendheid</i>					
Informatiebronnen	In alle gebieden zijn actieven veel beter geïnformeerd				
<i>Betrokkenheid landschap</i>					
Gehecht aan landschap	In alle gebieden zijn actieven veel meer gehecht				
Vindt landschap aantrekkelijk	Actieven veel positiever			Actieven veel positiever	
Veranderingen in landschap				Actieven veel vaker vooruitgang	
Zorgen om landschap				Actieven veel meer	
<i>Betrokkenheid landschapbeleid</i>					
Gemeente moet landschap meer beschermen	Actieven vinden dit veel vaker	Actieven vinden dit veel vaker	Actieven vinden dit vaker	Actieven vinden dit veel vaker	
Gemeente geeft genoeg geld aan landschap		Actieven veel vaker oneens		Actieven veel vaker oneens	
<i>Maatschappelijke betrokkenheid</i>					
WIN- segmenten		Zorgzamen, Ruimdenkers en Geëngageerden veel meer actief	Zorgzamen, Ruimdenkers en Geëngageerden veel meer actief		

Ten tweede maken de meer fysiek actieve bewoners zich meer zorgen over het landschap (tabel 6.6), al vinden zij hun landschap vaker aantrekkelijk (behalve in het Binnenveld) en zien ze in Het Groene Woud en in Ooijpolder-Groesbeek de meeste veranderingen als een vooruitgang. Met uitzondering van Het Groene

Woud vinden de meer fysiek actieve bewoners dat hun gemeente meer moet doen om het landschap te beschermen. In Amstelland vinden bewoners dat hun gemeente hier ook meer geld aan moet besteden.

Ten derde blijken de financieel meer actieve bewoners zich minder druk te maken over het landschap, behalve de actieve bewoners in Ooijpolder-Groesbeek die zich meer zorgen maken, hun landschap vaker aantrekkelijk vinden en veranderingen als een vooruitgang zien (tabel 6.7). Daarentegen zijn de financieel meer actieve bewoners feller op het landschapsbeleid. Zij vinden vaker dat hun gemeenten meer moeten doen om het landschap te beschermen en bij Binnenveld en Ooijpolder-Groesbeek ook dat zij meer geld aan landschap moeten besteden.

6.5 Conclusies

Wanneer we naar de bijdragen van de bewoners per gebied kijken, dan ontstaat het beeld dat bewoners in Amstelland wat meer fysiek (en bestuurlijk) actief (willen) zijn en bewoners in Het Groene Woud wat minder. Ten aanzien van de financiële activiteiten van bewoners bestaat er weinig verschil tussen de gebieden.

Uit de sociaaldemografische kenmerken blijkt dat bij zowel de fysieke bijdragen als bij de financiële bijdragen hoger opgeleide bewoners vaker actief zijn. De vraag is in hoeverre het communicatiebeleid hierin een rol speelt. Daarnaast zijn bewoners vaker fysiek actief als ze in of dichtbij het gebied wonen en ouder zijn. Voor een financiële bijdrage maken deze sociaaldemografische kenmerken weinig uit.

In alle gebieden blijken de actieve bewoners beter bekend en in algemene zin meer betrokken te zijn. Daarnaast blijken de meer fysiek actieve bewoners zich vooral druk te maken over het landschap. Ze hebben vaker zorgen, maar vinden het ook vaker aantrekkelijk en zien veranderingen als een vooruitgang. Het landschapsbeleid krijgt bij hen minder aandacht. De meer financieel actieve bewoners maken zich juist wel druk over het landschapsbeleid en vinden dat een gemeente meer moet doen om het landschap te beschermen en meer geld aan landschap moet besteden. Zij vallen minder op door hun extra betrokkenheid bij landschap met uitzondering van de meer financieel actieve bewoners in Ooijpolder-Groesbeek.

7 Bekendheid en betrokkenheid van bedrijven

7.1 Inleiding

Dit hoofdstuk gaat in op de bekendheid en betrokkenheid van bedrijven bij het landschap en het landschapsbeleid. Zoals in hoofdstuk 2 is aangegeven veronderstellen we niet op voorhand dat bedrijven het voorbeeldgebied kennen. De vraag is dan in hoeverre het gebied onder bedrijven bekend is en het bereik van het voorbeeldgebied goed is gekozen (7.2). Vervolgens gaan we in op de betrokkenheid van bedrijven bij landschap en het landschapsbeleid. De vraag is in feite of het voorbeeldgebied emotie weet op te roepen en bedrijven het belang van landschap als thema zien (7.3). Daarnaast speelt hoe ze het landschapsbeleid beoordelen (7.4). Ten slotte rest de vraag in hoeverre de betrokkenheid van bedrijven bij landschap en het beleid hiervoor samenhangt met hun maatschappelijke betrokkenheid bij de overheid en de wijze waarop men communiceert (7.5). Het hoofdstuk sluit af met een aantal conclusies (7.6).

7.2 Bekendheid van het gebied

Ondernemers en directeuren kennen hun gebied in dezelfde mate als de bewoners en dus niet minder zoals was verondersteld. Ruim vier vijfde kent hun gebied redelijk tot goed (tabel 7.1). Ooijpolder-Groesbeek scoort opnieuw goed, Amstelland en het Binnenveld redelijk tot goed. Het Groene Woud blijft ook bij ondernemers en directeuren minder bekend.

Van de ondernemers en directeuren die zeggen het gebied deels of goed te kennen, heeft 58% een of meer informatiebronnen over landschap geraadpleegd (tabel 7.2). De belangrijkste informatiebronnen zijn dezelfde als die van de bewoners (plaatselijke krant en informatieborden). Verder valt in sommige gebieden opnieuw het bezoek aan een boerderij op (in Amstelland en in Ooijpolder-Groesbeek) en het gebruik van de website (in Ooijpolder-Groesbeek).

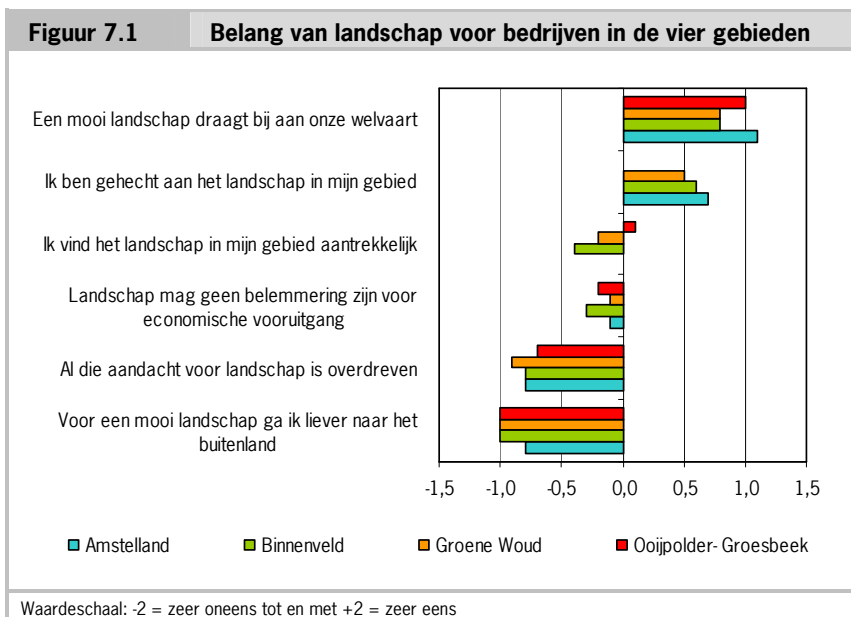
Tabel 7.1		Bekendheid van de vier gebieden onder bedrijven (in %)				
Bekendheid	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
- niet	17	15	9	24	6	
- deels	52	60	43	49	33 a)	
- wel	32	35	49	28	61	
- totaal	100	100	100	100	100	

a) Voor Ooijpolder-Groesbeek waren de antwoorden bij deels: alleen Groesbeek (14%) of alleen Ooijpolder (19%).

Tabel 7.2		Gebruik informatiebronnen door bedrijven in de vier gebieden (in %)				
Informatiebron	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
Gebruik						
- wel	58	59	58	56	62	
- niet	42	41	42	44	38	
- totaal	100	100	100	100	100	
Type						
- Lezen over landschap in de plaatselijke krant	25	22	23	27	26	
- Informatieborden in gebied	23	24	35	15	21	
- Bezoek boerderij met streek-producten, landschapsbeheer	15	18	9	13	18	
- Lezen over (cultuur)historie	11	10	19	7	9	
- Website	11	3	5	16	24	
- Bezoekers-centrum	9	9	2	9	15	
- Excursie	5	4	5	4	9	
- Bezoekersdag	5	1	-	13	3	

7.3 Betrokkenheid bij het landschap

De vraag is in hoeverre landschap bij de bedrijven op de agenda staat (figuur 7.1). Ondernemers en directeuren zien grotendeels hetzelfde belang van landschap als de bewoners. In bijna alle voorbeeldgebieden voelen ze zich sterk met het landschap verbonden (behalve in Het Groene Woud). Zij vinden het landschap echter overal, en weer met name in het Binnenveld, minder aantrekkelijk dan de bewoners. Bij Ooijpolder-Groesbeek zijn ondernemers en directeuren het meest gehecht aan het landschap en vinden zij het landschap eerder wel dan niet aantrekkelijk.

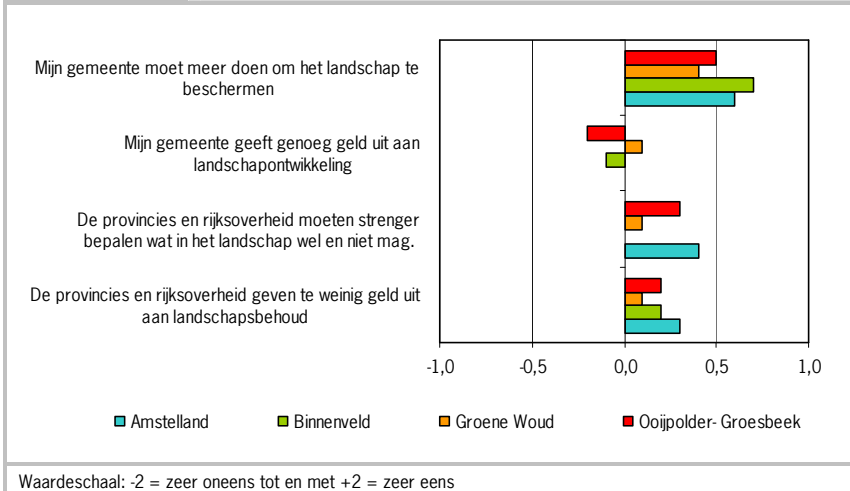


Voor de gewenste maatschappelijke functies laten ondernemers en directeuren dezelfde top vier als bewoners zien, namelijk meer natuur (1), recreatie (2), rust en ruimte (3) en het behoud van monumenten (4). Opnieuw wensen bedrijven in Amstelland minder vaak rust en ruimte en nu ook minder natuur en in het Binnenveld juist meer. In het Binnenveld vindt men, net als de bewoners, het behoud van monumenten minder belangrijk. Ten opzichte van bewoners valt verder de voorkeur voor meer verbrede landbouw op.

Tabel 7.3		Belangrijkste extra gewenste maatschappelijke functies door bedrijven in de vier gebieden (in %)			
Maatschappelijke functie	Gemiddeld	Amstelland	Binnen- veld	Het Groene Woud	Ooijpolder- Groesbeek
Natuur	64	57	79	58	68
Recreatie	61	59	58	64	62
Rust en ruimte	61	47	74	64	65
Behoud monumenten	54	59	40	56	59
Verbrede landbouw	31	35	33	27	24
Donkerte 's nachts	21	21	12	31	15
Landbouw en veeteelt	13	13	12	31	15
Waterberging	11	9	9	15	9
Energiewinning	9	7	5	13	12
Nieuwe landgoederen	7	9	7	5	3

7.4 Betrokkenheid bij het landschapsbeleid

Wanneer aan bedrijven hun oordeel over bijdrage van de overheden aan landschap wordt gevraagd (figuur 7.2), dan vinden zij net als de bewoners dat gemeenten meer moeten doen om hun landschap te beschermen en weten ze niet of deze voldoende geld aan landschapsontwikkeling geven. Verder moeten de provincies en de rijksoverheid strenger zijn in het bepalen wat er mag en meer geld aan het landschap besteden. De verschillen tussen de gebieden zijn klein, waarbij ondernemers en directeuren in Amstelland en het Binnenveld wat negatiever reageren en hun collega's in Het Groene Woud en in Ooijpolder-Groesbeek wat positiever.

Figuur 7.2**Belang van landschapsbeleid volgens bedrijven in de vier gebieden**

Als bedrijven vinden dat gemeenten meer kunnen doen om het landschap te beschermen, is de vraag op welke taken zij hun oordeel baseren (tabel 7.4). Net als de bewoners blijken ook de bedrijven het meest tevreden over de zorg voor een aantrekkelijk landschap en het onderhoud van landschapselementen, met name in Het Groene Woud en in Ooijpolder-Groesbeek. Ook vinden de bedrijven dat zij onvoldoende worden betrokken bij de plannen voor het landschap en dat boeren onvoldoende financiële vergoeding wordt geboden om aan landschapsbeheer te doen. Ondernemers en directeuren in Ooijpolder-Groesbeek zijn over deze twee (en de andere) zaken echter positiever.

Maatregel	Voldoende (V) en onvoldoende (O) door de overheid genomen maatregelen volgens bedrijven in de vier gebieden (in %, de rest weet het niet)									
	Gemiddeld		Amstelland		Binnenveld		Het Groene Woud		Ooijpolder-Groesbeek	
	V	O	V	O	V	O	V	O	V	O
Zorgen voor aantrekkelijk landschap	57	22	47	35	51	19	64	13	74	12
Onderhoud landschapselementen	53	22	49	26	35	28	62	16	68	15
Aanleg recreatieve voorzieningen	53	22	44	29	53	19	53	16	65	21
Onderhoud cultuurhistorische monumenten	40	19	44	24	21	21	45	15	47	15
Bedrijven voorzieningen bieden voor landschapsbeheer	24	24	22	24	17	30	31	18	32	24
Boeren financieel belonen voor beheer	20	28	21	28	14	30	16	33	29	15
Betrekken bevolking bij plannen voor landschap	26	36	18	43	26	33	27	36	41	24

7.5 Maatschappelijke betrokkenheid

Uit de hiervoor gepresenteerde resultaten ontstaat het beeld dat bedrijven zich verbonden voelen met het landschap in hun gebied. Daarnaast zijn ondernemers en directeuren in Amstelland en in het Binnenveld wat negatiever over het landschapsbeleid, maar zijn hun collega's in Het Groene Woud en met name in Ooij-

polder-Groesbeek positiever gestemd. De vraag wordt dan: ontstaat dit verschil door het landschap en het gerealiseerde landschapsbeleid in de betreffende gebieden of door de maatschappelijke betrokkenheid van de respondenten?

Om de maatschappelijke betrokkenheid te onderzoeken, is door TNS NIPO een clusteranalyse uitgevoerd van de instrumentele waarden en eindwaarden van ondernemers en directeurs. Deze blijken vooral tot de altruïstische en de lokale segmenten te horen (tabel 7.5) die meer op stilstand en tevreden klanten zijn gericht en minder op ontwikkeling en innovatie van het bedrijf. Bedrijven in Het Groene Woud zijn in deze twee segmenten oververtegenwoordigd waarbij een mild oordeel past over het landschap en het beleid hiervoor. Bedrijven in Amstelland en het Binnenveld horen wat vaker tot het mondiale perspectief waarin een kritische blik op landschap en het landschapsbeleid past. Bedrijven in Ooijpolder-Groesbeek wijken weinig af van het gemiddelde. Waarschijnlijk zegt het aantrekkelijke landschap en hun oordeel over het gerealiseerde beleid meer over hun positieve toon. De betrokkenheid van bedrijven moet dus niet alleen worden begrepen vanuit het landschap en het beleid, maar ook vanuit hun betrokkenheid bij de overheid en hun communicatie.

Tabel 7.5		Maatschappelijke betrokkenheid van bedrijven in de vier gebieden (in %)				
Maatschappelijke betrokkenheid	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
Mondiaal	20	25	24	12	19	
Altruïstisch	38	35	33	46	36	
Lokaal	31	26	30	38	31	
Egoïstisch	11	14	13	4	14	
Totaal	100	100	100	100	100	

Bron: TNS NIPO 2008.

7.6 Conclusies

Amstelland, het Binnenveld en Ooijpolder-Groesbeek blijken redelijk tot goed bekend zijn onder de bedrijven (tabel 7.6). Ruim vier vijfde kent hun gebied redelijk tot goed. Het Groene Woud blijkt minder bekend te zijn. Informatie over het landschap in het voorbeeldgebied leest men in vooral in de plaatselijke krant en

op borden in het gebied. In Amstelland valt ook het bezoek aan een boerderij op en in Ooijpolder-Groesbeek het gebruik van de website.

Bedrijven voelen zich sterk met het landschap verbonden (behalve Het Groene Woud), maar vinden het landschap minder aantrekkelijk. Ooijpolder-Groesbeek springt er hierbij gunstig uit. Ook bedrijven wensen voor de toekomst meer natuur, rust, ruimte, recreatie en het behoud van monumenten. Voor het landschapsbeleid moeten gemeenten meer doen om hun landschap te beschermen. Bedrijven zijn tevreden over de zorg voor een aantrekkelijk landschap en het onderhoud van de landschapselementen, maar vinden dat zij - met uitzondering van Ooijpolder-Groesbeek - onvoldoende worden betrokken bij de plannen voor het landschap en dat boeren onvoldoende financiële vergoeding wordt geboden om aan landschapsbeheer te doen. Een voorlopige analyse van de maatschappelijke betrokkenheid van bedrijven laat zien dat veel bedrijven lokaal en altruïstisch zijn ingesteld, met name in Het Groene Woud. Verder tonen de bedrijven in en rond Amstelland en in het Binnenveld ook een mondiaal perspectief. De maatschappelijke betrokkenheid van bedrijven in Ooijpolder-Groesbeek wijkt weinig af van het gemiddelde profiel.

Tabel 7.6	Bekendheid en betrokkenheid van bedrijven in de vier gebieden			
	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
<i>Bekendheid</i>				
% bedrijven bekend met gebied	95	92	77	94
<i>Betrokkenheid landschap</i>				
% bedrijven gehecht aan landschap	61	57	46	88
% bedrijven landschap aantrekkelijk	24	9	11	36
<i>Betrokkenheid landschapbeleid</i>				
% bedrijven vindt dat gemeente landschap meer moet beschermen	53	51	43	47

8 Bijdrage van bedrijven

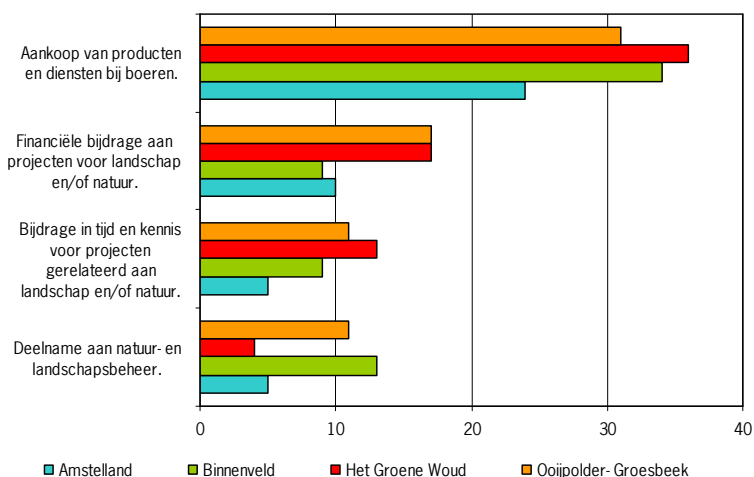
8.1 Inleiding

Dit hoofdstuk beschrijft de (bereidheid tot een) bijdrage van bedrijven aan landschap door een of meer activiteiten in de verschillende domeinen. Achtereenvolgens komen de domeinen als Beschermer (8.2), Consument (8.3) en als Kiezer (8.4) aan de orde. In elke paragraaf wordt ingegaan op de interesse voor bepaalde activiteiten en mogelijke participatie. Het hoofdstuk sluit af met de belangrijkste conclusies (8.5). Een bedrijf kan in alle domeinen geïnteresseerd of actief zijn. Of bedrijven een samenhang in interesse of activiteiten vertonen, komt in het volgende hoofdstuk aan de orde.

8.2 Beschermer

Bij de activiteiten als Beschermer gaan we eerst in op de activiteiten om het landschap te beschermen in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen (figuur 8.1). De meeste belangstelling is er voor het kopen van producten of diensten bij boeren (31 %). Een financiële bijdrage aan projecten voor landschap en/of natuur krijgt ook enige bijval (13%). Op beide activiteiten scoren bedrijven in Amstelland betrekkelijk laag, bedrijven in Het Groene Woud en in Ooijpolder-Groesbeek schieten er hierbij in positieve zin uit. Bij het Binnenveld willen vooral meer producten en diensten bij boeren kopen.

Kijken we naar het type financiële bijdrage dan laat tabel 8.1 het volgende beeld zien. De meeste voorkeur heeft de eenmalige bijdrage en dan lijkt het niet veel uit te maken of hiervoor al dan niet een resultaatafspraken staat. Een doorlopende bijdrage zonder een duidelijke resultaatafspraken is het minst in trek. Vooral bedrijven in Het Groene Woud zijn voorstander van een resultaatafspraken, maar bij Ooijpolder-Groesbeek hoeft dit niet. Bij de geëqueterde bewoners zien we een vergelijkbaar resultaat, echter het percentage bedrijven dat positief staat tegenover doorlopende bijdrage met resultaatafspraken is iets groter.

Figuur 8.1**Maatschappelijk verantwoord ondernemen op het terrein van landschap door bedrijven in de vier gebieden (% met een positief oordeel)****Tabel 8.1****Mogelijk financiële bijdrage door bedrijven in de vier gebieden (% met een positief oordeel)**

Financiële bijdrage	Gemiddeld	Amstelland	Binnen- veld	Het Groene Woud	Ooijpolder- Groesbeek
Eenmalig zonder resultaatafpraak a)	42	41	34	40	56
Eenmalig met resultaatafpraak b)	44	41	43	50	42
Doorlopend zonder resultaatafpraak c)	14	16	4	15	22
Doorlopend met resultaatafpraak d)	34	36	21	39	36

a) Donatie, schenking; b) Landschapsveiling; c) Renteschenking streekrekening, bijdrage landschapsfonds; evenement, actie; d) Adoptie, sponsoring.

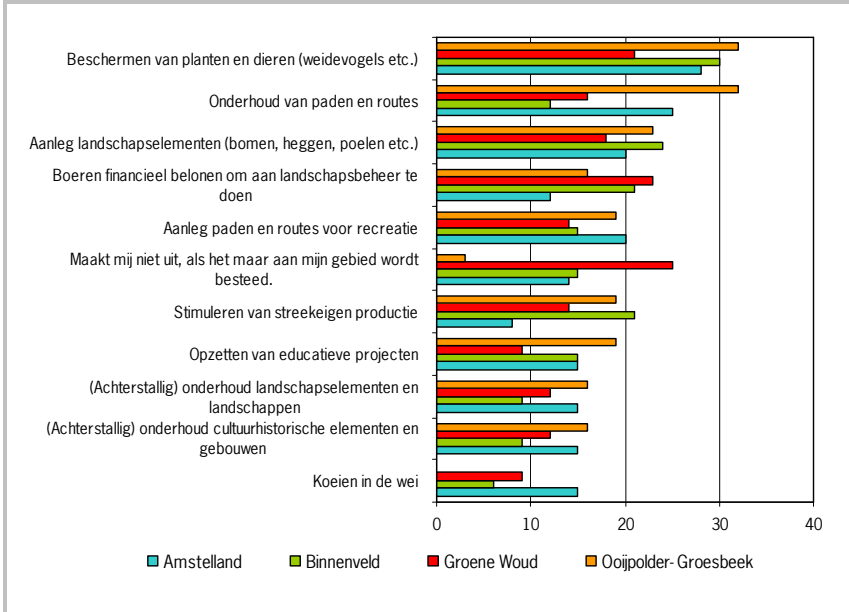
In alle gebieden geldt als belangrijke voorwaarde dat het om een erkend goed doel moet gaan. Dit geldt ook bij de bewoners van de gebieden. Ook het lokale karakter van een initiatief is voor bedrijven van belang (tabel 8.2).

Tabel 8.2	Overweging bij type resultaat door bedrijven in de vier gebieden (% met een positief oordeel)				
Overweging	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
Erkend goed doel door de overheid	78	75	79	81	77
Lokaal opgezet initiatief	65	68	70	58	65
Persoonlijk contact met de begunstigde	44	35	39	49	55

Ten aanzien van de gewenste maatschappelijke doelen, waarbij iedere toekomstige geveer er twee mocht noemen, valt de bijdrage voor het beschermen van planten en dieren op (figuur 8.2). Net als bij de bewoners vinden ook bedrijven dit het belangrijkste maatschappelijke doel dat in aanmerking komt voor een financiële bijdrage (27%). Anders dan bij de bewoners zijn bedrijven wel specifiek erom gaat waar de overige bijdragen aan worden besteed. Bewoners vinden vooral dat het aan het gebied ten goede moet komen. Bij de bedrijven is te zien dat het besteed moet worden aan onderhoud van paden en routes (21%), aanleg landschapselementen (20%) en het financieel belonen van boeren (18%). Oftewel bedrijven zijn voorstander van duidelijke resultaatafspraken en dat kwamen we ook al tegen in tabel 8.1. In meerdere mate dan de bewoners vinden de bedrijven dat boeren financieel beloond moeten worden om aan landschapsbeheer te doen.

Figuur 8.2

Belangrijkste gewenste maatschappelijke doelen voor een financiële bijdrage door bedrijven in de vier gebieden (in %)



Ten slotte is ieder bedrijf naar de huidige bijdrage aan regionale doelen gevraagd. Aan een of meer maatschappelijke doelen draagt 71% bij. Een bijdrage voor sport en recreatie scoort het hoogst, gezondheid komt op de tweede plaats. Bedrijven in het Binnenveld en Het Groene Woud geven het vaakst. In Het Groene Woud geven zij vooral aan de twee eerder genoemde regionale doelen, in het Binnenveld geven bedrijven aan sport en recreatie en aan kerk en levensbeschouwing. In Amstelland geven bedrijven gemiddeld. In Ooijpolder-Groesbeek geven bedrijven minder vaak en dan hoofdzakelijk aan sport en recreatie en aan natuur en landschap. Voor een toekomstige financiële bijdrage aan landschap kan op deze interesses worden ingespeeld (sportief en gezond landschap, goed rentmeesterschap). Ten opzichte van bewoners valt op dat bedrijven aan alle doelen vaker bijdragen, waarbij sport en recreatie er het positiefst uitschiet.

Tabel 8.3 Bijdrage aan regionale maatschappelijke doelen door bedrijven in de vier gebieden (in %)					
Maatschappelijk doel	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
Financiële bijdrage					
- wel	71	69	77	75	58
- niet	29	31	23	25	42
- totaal	100	100	100	100	100
Type maatschappelijk doel					
- sport en recreatie	39	32	43	47	33
- gezondheid	30	27	34	35	19
- landschap, natuur en milieu	29	27	28	29	31
- kerk en levensbeschouwing	28	26	47	26	11

8.3 Consument

Bij de activiteiten als Consument gaan we in op het landschap als vestigings- en investeringsfactor en als mogelijkheid om private gebruikers hiervoor te laten betalen.

Voor veel bedrijven is het landschap een onbelangrijk motief geweest om zich in te vestigen (tabel 8.4). Voor 67% is dit (zeer) onbelangrijk geweest, 9% (zeer) belangrijk en 25% staat er neutraal tegenover. Als investeringsfactor scoort het belang van het landschap wat beter en daarmee in hoeverre een groen gebied zakelijk voordelig is voor het bedrijf (bijvoorbeeld door beter gemotiveerde werknemers of een hoger waarde van het vastgoed). Het overgrote deel van de bedrijven staat daar neutraal tegenover (80%). Oftewel gevestigd zijn in of nabij een groen gebied is niet voordelig, maar ook niet onvoordelig voor het bedrijf. 5% van de bedrijven geeft aan het (zeer) onvoordelig te vinden en 15% vindt het (zeer) voordelig. Veel bedrijven zien het landschap in het voorbeeldgebied dus (nog) niet als een belangrijke gebruiksfactor. Kijken we naar de gebieden dan vindt in Amstelland en in Ooijpolder-Groesbeek bijna een vijfde van de bedrijven het landschap wel een (zeer) belangrijke vestigingsfactor.

Tabel 8.4	Landschap als consumptiefactor voor bedrijven in de vier gebieden (in %)				
Consumptiefactor	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
Vestigingsfactor					
- (zeer) onbelangrijk	67	64	66	76	52
- neutraal	25	26	28	21	25
- (zeer) belangrijk	9	11	6	3	20
- totaal	100	100	100	100	100
Investeringsfactor					
- (zeer) onbelangrijk	5	6	6	6	-
- neutraal	80	76	79	83	83
- (zeer) belangrijk	15	19	15	10	17
- totaal	100	100	100	100	100

De bedrijven is gevraagd naar hun interesse in concrete mogelijkheden om gebruik te maken van het landschap (tabel 8.5). Recreatiemogelijkheden zien zij nog het meest zitten (22%). Bedrijven in Ooijpolder-Groesbeek staan positiever tegenover de mogelijkheden om gebruik te maken van het landschap.

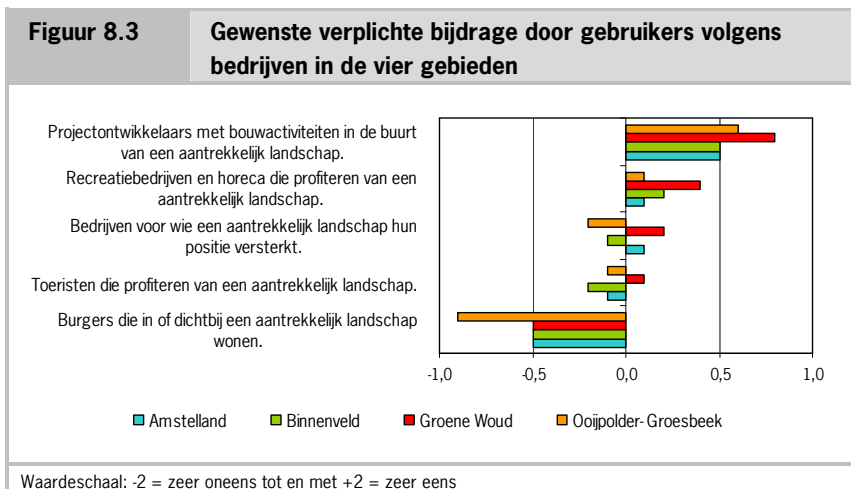
Tabel 8.5	Interesse in de mogelijkheden van landschap voor bedrijven in de vier gebieden (% met een positief oordeel)				
Type mogelijkheid	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
Recreatie	22	23	19	17	36
Vergaderen	17	19	17	11	22
Maatschappelijk ondernemen	17	20	6	17	28
Verblijf	16	18	15	13	22

Interessant is te weten hoe bedrijven aankijken tegen het belang van het behoud van het landschap voor hun imago (tabel 8.6). Gemiddeld stelt slechts 3% dat het landschap een bijdrage levert aan het imago van het bedrijf en ziet de meerderheid (63%) geen bijdrage van landschap aan hun imago. Toch ziet 30% van de ondernemers en directeuren wel mogelijkheden. Zij stellen dat landschap misschien een bijdrage kan leveren aan het imago van hun bedrijf, maar zijn er

nog niet van overtuigd of weten niet goed op welke wijze. Tussen de gebieden onderling zien we op dit vlak weinig verschillen.

Tabel 8.6		Belang van landschap als bijdrage aan het imago van bedrijven in de vier gebieden (in %)				
Belang van landschap	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
Nee	63	64	66	60	67	
Misschien	30	31	28	32	28	
Ja	3	3	4	4	3	
Totaal	100	100	100	100	100	

De overheid wil andere partijen meer betrekken bij landschapsontwikkeling. De consumptie van het landschap is ook privaat. Van gebruikers kan een opslag worden gevraagd op de prijs om landschapsontwikkeling en onderhoud te realiseren. Aan ondernemers en directeuren is gevraagd in hoeverre actoren die profiteren van een mooi landschap zouden moeten meebetalen aan behoud of ontwikkeling hiervan (figuur 8.3). De resultaten laten zien dat ook bij bedrijven 'het hemd nader is dan de rok', maar minder sterk dan bij de bewoners naar voren is gekomen. Bedrijven die voordeel van het landschap hebben, dienen daar ook een financiële bijdrage tegenover te stellen. Van 'consumerende' burgers wordt minder snel een financiële bijdrage verlangd. De onderlinge verschillen tussen de gebieden zijn klein.

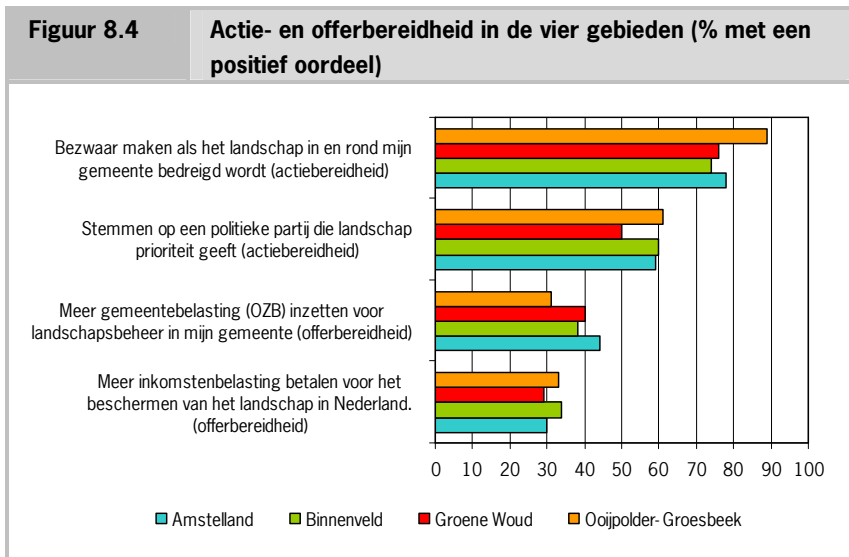


Tabel 8.7		Mogelijke eigen bijdrage in de vier gebieden (% met een positief oordeel)				
Bijdrage	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
Een vrijwillig betaald lidmaatschap van een lokale vereniging voor natuur- en landschapsbeheer voor huizenbezitters in en rond het gebied	60	63	55	56	69	
Een verplichte compensatie heffen voor landschap bij niet-agrarische bedrijven die in het buitengebied uitbreiden.	53	50	53	54	58	
Een of meer dagen meewerken aan het onderhoud van het landschap.	43	34	53	49	42	
Een verplichte groenbijdrage voor de omgeving opnemen in de koopprijs, erfpacht of huurprijs van een bedrijventerrein of nieuwbouwwijk.	37	39	23	38	47	
Het kopen van een uitzichtgarantie door huizenbezitters in en rond het Binnenveld waarmee boeren het landschap kunnen onderhouden.	nvt	nvt	51	nvt	nvt	

Aan bedrijven is ook een aantal mogelijkheden voorgelegd hoe zij als gebruiker van het landschap een financiële bijdrage kunnen leveren (tabel 8.7). In alle gebieden heeft een meerderheid (gemiddeld 60%) belangstelling voor een vrijwillig betaald lidmaatschap van een lokale vereniging voor natuur- en landschapsbeheer voor huizenbezitters in en rond het gebied. Bedrijven rond Ooijpolder-Groesbeek zijn met 69% hiervan de sterkste voorstander. Ook staat 53% van de bedrijven positief tegenover het heffen van een financiële compensatie voor landschap bij niet-agrarische bedrijven die uitbreiden in het buitengebied. Ook hier staat het grootste aandeel van de bedrijven in Ooijpolder-Groesbeek positief tegenover. Voor het Binnenveld is ook gevraagd naar hun oordeel over het kopen van uitzichtgarantie door huizenbezitters waarmee boeren het landschap kunnen onderhouden. De helft van de bedrijven staat hier - net als de bewoners - positief tegenover.

8.4 Kiezer

Bij de activiteiten als Kiezer gaan we alleen in op de actie- en offerbereidheid. Als ondernemers en directeurs gevraagd wordt naar hun bereidheid om een bijdrage te leveren aan het landschapsbeleid dan blijkt dat - net als bij de bewo-



ners - hun actiebereidheid groter is dan hun offerbereidheid (figuur 8.4). Bij de bedrijven wil gemiddeld vier van de vijf bezwaar maken als het landschap in en rond hun gemeente wordt bedreigd en wil twee van de vijf meer gemeentebelasting (OZB) voor landschap inzetten. De actiebereidheid bij bedrijven in Ooijpolder-Groesbeek is met 89% flink hoger dan in de overige gebieden, maar hun offerbereidheid niet. Als het gaat om meer gemeentebelasting voor het landschap inzetten, is deze in Ooijpolder-Groesbeek met 31% laag in vergelijking met de andere drie gebieden.

8.5 Conclusies

Een korte terugblik op de bijdrage van bedrijven (tabel 8.8) laat zien dat zij in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen het meest positief staan tegenover het aankopen van producten en diensten bij boeren (een derde). Verder staat iets meer dan één op de tien bedrijven positief tegenover een

Tabel 8.8 Bijdrage bedrijven aan landschap in de vier gebieden				
Bijdrage	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
<i>Beschermer</i>				
% landschap als MVO	33	47	43	42
<i>Consument</i>				
% landschap als vestigingsmotief	11	6	3	20
% landschap als investeringsfactor	19	15	10	17
% landschap bijdrage imago bedrijf	3	4	4	3
Gewenste verplichte private bijdrage	50	53	54	58
Vrijwillig betaald lidmaatschap huizenbezitters	63	55	56	69
<i>Kiezer</i>				
Offerbereidheid (OZB voor landschap)	44	38	40	31

financiële bijdrage aan projecten voor landschap en natuur. In Het Groene Woud en in Ooijpolder-Groesbeek staan bedrijven het meest positief tegenover deze activiteiten, in Amstelland het minst.

Als bedrijven bijdragen aan een goed doel, dan moet het een door de overheid erkend goed doel zijn. Ook hecht een ruimere meerderheid aan de randvoorwaarde dat het een lokaal initiatief is. Als het gaat om de kenmerken van een financiële bijdrage, dan is een meerderheid voorstander van een eenmalige bijdrage en dan maakt het gemiddeld genomen niet zoveel uit of daar dan wel of niet een resultaatafspraken tegenover staat. Bij een doorlopende financiële bijdrage is er wel een grotere voorkeur voor een resultaatafspraken. Als gewenst maatschappelijk doel staat het beschermen van planten en dieren voorop, gevolgd door aanleg van paden en routes, aanleg landschapselementen en boeren financieel belonen voor landschapsbeheer.

Het landschap is voor zeer weinig bedrijven een belangrijke vestigingsfactor geweest. Bedrijven staan minder afwijzend tegenover het belang van het landschap als investeringsfactor, een grote meerderheid staat hier neutraal tegenover. Een klein aantal bedrijven vindt het landschap van belang voor het imago van het bedrijf. Een derde twijfelt hierover. Zij stellen dat het landschap misschien een bijdrage kan leveren aan het imago.

Meer dan de helft vindt dat bedrijven die profiteren van een mooi landschap daar ook een verplichte financiële bijdrage voor het landschap tegenover moeten stellen. Verder vindt een meerderheid dat huizenbezitters in deze landschappen vrijwillig een betaald lidmaatschap van een lokale vereniging voor natuur- en landschapsbeheer moeten aangaan. Specifiek voor het Binnenveld oordeelt de helft van de bedrijven positief over het kopen van een uitzichtgarantie voor huizenbezitters. Gemiddeld staat twee vijfde van de bedrijven positief tegenover het meer inzetten van gemeentebelasting voor landschap.

Samengevat tonen ook bedrijven belangstelling voor financiële bijdragen met een semi-gebruiks karakter. Dit betreft met name vrijwillige bijdragen (eenmalig, vrijwillige deelname door huiseigenaren aan een lokale vereniging voor natuur- en landschapsbeheer). Verplichte bijdragen beperken zich vaker tot alleen een compensatie door niet-agrarische bedrijven die in het buitengebied willen uitbreiden, en dan met name projectontwikkelaars.

9 Waaron dragen bedrijven bij?

9.1 Inleiding

In het voorgaande hoofdstuk is de (bereidheid tot een) bijdrage van bedrijven aan landschap door participatie voor activiteiten in een aantal domeinen beschreven (Beschermer, Consument, of als Kiezer). Een bedrijf kon aan alle of aan geen enkele activiteit bijdragen. In dit hoofdstuk wordt geanalyseerd of er groepen van bedrijven te onderscheiden zijn op basis van hun bijdrage en hoe deze groepen zijn te karakteriseren. Om groepen bedrijven naar hun bijdrage te onderscheiden zijn er drie mogelijkheden (zie 2.3), namelijk hun toekomstige bijdrage, een typering van hun huidige bijdrage of de mate waarin ze in een aantal nauw omschreven activiteiten participeren. De drie mogelijkheden worden in de volgende paragraaf 9.2 uitgewerkt, waarna een keuze voor een indeling wordt gemaakt. Aan de hand van de gekozen indeling van de groepen bedrijven met een gelijke bijdrage worden vervolgens van iedere doelgroep de sociaal-demografische kenmerken (in 9.3) en hun bekendheid en betrokkenheid (in 9.4) geanalyseerd.

9.2 Bedrijven met een gelijke bijdragegraad

Toekomstige bijdrage

De bedrijven is gevraagd of zij interesse hebben om in de toekomst een bijdrage te leveren aan bestuurlijk-organisatorische activiteiten, fysieke activiteiten of in financiële zin (tabel 9.1). Over het geheel gezien willen ondernemers en directeuren in Het Groene Woud de meeste activiteiten vaker doen. Analoog aan de gewenste activiteiten in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen (tabel 8.1), gaat de sterkste voorkeur in alle gebieden uit naar het kopen van streekproducten (43%). Binnenveld is daarin een positieve uitschieter (55%) en Amstelland een achterblijver (36%). Op de tweede plaats volgt de interesse voor fysieke activiteiten (20%), gevolgd door het gratis leveren van goederen en diensten (17%).

Tabel 9.1		Interesse in toekomstige vrijwillige bijdrage door bedrijven in de vier gebieden				
Type activiteit	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
Vaker streek-producten kopen	43	36	55	44	42	
Fysieke activiteiten	20	20	11	25	19	
Goederen en diensten gratis leveren	17	18	11	22	17	
Bestuurlijke activiteiten	14	15	9	11	17	
Financiële activiteiten	13	8	11	19	17	
<i>Aantal activiteiten</i>						
Gemiddeld aantal	1,1	1,0	1,0	1,3	1,1	

Type bijdrage

Kijken we naar de huidige bijdrage van bedrijven dan zijn op basis van een clusteranalyse drie clusters te onderscheiden (tabel 9.2). Een cluster van bedrijven die alle activiteiten meer dan gemiddeld doen; een tweede cluster van bedrijven die minder activiteiten doen, maar wel een sterkere betalings- en offerbereidheid hebben; een derde cluster bedrijven die minder actief zijn. Met betrekking tot het eerste cluster (meer actief) springen Amstelland en Ooijpolder-Groesbeek er positief uit. Opvallend is dat de omvang van het tweede cluster in alle vier de gebieden ongeveer gelijk is.

Tabel 9.2		Bedrijven naar type bijdrage in de vier gebieden				
Type bijdrage	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
Alles meer	17	21	13	11	25	
Meest minder, maar betalings- en offerbereid	46	44	47	47	44	
Alles minder	37	35	40	42	31	
Totaal	100	100	100	100	100	

Mate van bijdrage

Kijken we naar de mate waarin bedrijven op meerdere terreinen fysiek en financieel actief en geïnteresseerd zijn dan ontstaat het volgende beeld (tabel 9.3). Als het gaat om de totale bijdrage dan blijkt Ooijpolder-Groesbeek er iets gunstiger bovenuit te steken. Amstelland en Binnenveld laten een gemiddeld beeld zien. Voor fysieke activiteiten blijkt Ooijpolder-Groesbeek de meeste handen voor op elkaar te krijgen en Het Groene Woud het minst. De bedrijven in de gebieden verschillen weinig in hun financiële activiteiten.

Tabel 9.3		Bedrijven naar aantal bijdragen in de vier gebieden				
Aantal activiteiten	Gemiddeld	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
0-1	34	29	36	43	25	
2	27	34	26	21	28	
3	20	17	17	19	28	
4-5	19	20	21	17	19	
Totaal	100	100	100	100	100	
Gemiddeld						
Fysiek a)	1,0	1,0	0,95	0,7	1,3	
Financieel b)	1,2	1,2	1,25	1,3	1,1	
Totaal	2,2	2,2	2,2	2,0	2,4	

a) Fysiek: mvo actief + landschap belangrijk vestigings-investeringsmotief+ interesse in gebied voor bedrijf;
b) Financieel: private bedrijven betalen + offerbereid.

In de volgende parafen worden bedrijven met meer en minder fysieke en financiële activiteiten nader geanalyseerd op hun sociaaldemografische kenmerken en hun bekendheid en betrokkenheid bij landschap en het landschapsbeleid.

9.3 Sociaaldemografische kenmerken

In tegenstelling tot de bewoners blijkt dat de sociaaldemografische kenmerken van de ondernemers en directeurs geen duidelijke rol spelen (niet-significant). Dit betekent dat voor de bedrijven (en de directeur/eigenaren) geldt dat opleiding, leeftijd, aantal werkenden in het bedrijf, de branche waarin het bedrijf actief is en de nabijheid bij het betreffende gebied geen rol speelt als het gaat om

de fysieke en financiële bijdrage aan het landschap. Oftewel op basis van de resultaten kan tabel 9.4 niet ingevuld worden.

Tabel 9.4	Kenmerken van bedrijven met twee of meer fysieke (financiële) bijdragen in de vier gebieden			
	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
<i>Persoonlijk</i>				
Opleiding				
Leeftijd				
<i>Bedrijf</i>				
Aantal werkenden				
Branche				
In en <2-km-gebied				

9.4 Bekendheid en betrokkenheid

In deze paragraaf wordt ingegaan op het fysiek en financieel actief bijdragen aan landschap een verband toont met de bekendheid en betrokkenheid bij het landschap. De achterliggende gedachte is dat bedrijven die meer actief zijn ook meer bekend en betrokken bij het landschap en het beleid hiervoor zullen zijn. De resultaten bevestigen deze veronderstelling deels, maar ook verschillend voor de gebieden.

Ten eerste komt in alle gebieden naar voren dat de meer fysiek actieven (tabel 9.5) ook positiever zijn over het landschap (vinden het aantrekkelijk) en dat de financieel actieven (tabel 9.6) vinden dat de gemeenten meer moeten doen voor het landschap. Ten tweede vinden de fysiek actieve bedrijven veel vaker dat landschap bijdraagt aan het imago van het bedrijf (behalve in het Binnenveld). Bedrijven in Amstelland en Binnenveld die fysiek actief zijn, vinden vaker dat de gemeente meer moet doen om het landschap te beschermen. Ten derde blijken de financieel meer actieve bedrijven niet perse ook beter geïnformeerd te zijn. Kijken we naar betrokkenheid dan blijkt dat de financieel actieve bedrijven in Ooijpolder-Groesbeek meer gehecht zijn aan het landschap en veel vaker vinden dat dit bijdraagt aan het imago van hun bedrijf. In Het Groene Woud zien we dat de financieel actieve bedrijven vaker het landschap aantrekkelijker vinden en vaker vinden dat landschap het imago van het bedrijf kan versterken.

Tabel 9.5		Bekendheid en betrokkenheid van bedrijven met twee of meer fysieke bijdragen in de vier gebieden (ten opzichte van minder)			
	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek	
<i>Bekendheid</i>					
Informatiebronnen		Actieven beter geïnformeerd			
<i>Betrokkenheid landschap</i>					
Gehecht aan landschap	Actieven meer gehecht				
Vindt landschap aantrekkelijk	Actieven positiever over aantrekkelijkheid landschap				
Landschap versterkt imago bedrijf	Actieven vinden dit veel vaker		Actieven vinden dit veel vaker	Actieven vinden dit veel vaker	
<i>Betrokkenheid landschapbeleid</i>					
Gemeente moet landschap meer beschermen	Actieven vinden dit veel vaker	Actieven vinden dit veel vaker			
Gemeente geeft genoeg geld aan landschap					

Tabel 9.6		Bekendheid en betrokkenheid van bedrijven met twee of meer financiële bijdragen in de vier gebieden (ten opzichte van minder)		
	Amstelland	Binnenveld	Het Groene Woud	Ooijpolder-Groesbeek
<i>Bekendheid</i>				
Informatiebronnen				
<i>Betrokkenheid landschap</i>				
Gehecht aan landschap				Actieven meer gehecht
Vindt landschap aantrekkelijk			Actieven vinden dit veel vaker	
Landschap versterkt imago bedrijf			Actieven vinden dit veel vaker	Actieven vinden dit veel vaker
<i>Betrokkenheid landschapbeleid</i>				
Gemeente moet landschap meer beschermen	Actieven vinden dit in alle gebieden veel vaker			
Gemeente geeft genoeg geld aan landschap			Actieven veel vaker oneens	

9.5 Conclusies

Bedrijven blijken als toekomstige bijdrage aan het landschap de meeste interesse te hebben in het kopen van streekproducten. Als het gaat om de huidige bijdrage aan fysieke en financiële activiteiten dan blijkt Ooijpolder-Groesbeek er iets gunstiger bovenuit te steken en Het Groene Woud wat minder. Amstelland en Binnenveld laten een gemiddeld beeld zien.

Voor de huidige bijdrage aan het landschap blijken de sociaaldemografische kenmerken van de eigenaars/directeuren en de bedrijven er niet toe te doen. De betrokkenheid bij het landschap en het beleid maken wel uit. De fysiek actieve bedrijven vinden het landschap aantrekkelijker en zij - behalve in het Binnenveld - vinden dat het landschap het imago van het bedrijf kan versterken. Verder vinden de financieel actieve bedrijven in de vier gebieden dat de gemeenten meer moeten doen om het landschap te beschermen.

10 Conclusies en aanbevelingen

10.1 Inleiding

In dit hoofdstuk zetten wij op een rijtje waarom bewoners en bedrijven in Amstelland, het Binnenveld, Het Groene Woud en in Ooijpolder-Groesbeek geïnteresseerd zijn in het landschap en hiervoor activiteiten (willen) verrichten. Bij de presentatie van de conclusies houden wij rekening met de nog uit te werken marketingstrategie en de drie B's die respectievelijk de Bekendheid, Betrokkenheid en Bijdrage weergeven. In de volgende paragrafen komen eerst de algemene conclusies (in 10.2) en de aanbevelingen voor de marketingstrategieën aan de orde (in 10.3). Daarna volgen de conclusies en aanbevelingen per gebied (in 10.4) en blikken we terug (in 10.5).

10.2 Algemene conclusies

Bekendheid

In totaal hebben 1.360 bewoners (respons 69%) en 235 ondernemers en directeuren (respons 29%) de enquête volledig beantwoord. De resultaten van de bewoners zijn representatief voor de bevolking in de regio. De resultaten van de bedrijven zijn qua omvang wel representatief, maar qua type branche niet.

Amstelland, het Binnenveld en Ooijpolder-Groesbeek blijken goed bekend te zijn, Het Groene Woud redelijk. De bekendheid van het gebied berust vooral op nabijheid. Een aantal bewoners en bedrijven uit de grote steden hebben de enquête deels ingevuld (Het Groene Woud) of niet gereageerd (Amstelland). Informatie over het landschap leest men vooral in de plaatselijke krant en op borden in het gebied. Stedelingen lezen minder over landschap in de plaatselijke krant. Op grond van de bekendheid kan als globale omvang van een voorbeeldgebied aan 5.000 ha worden gedacht en als invloedsgebied erom heen aan 5 kilometer. De afstand is echter mede afhankelijk van de gebruikte communicatiemiddelen en de historische bekendheid.

Betrokkenheid

Bewoners en bedrijven voelen zich in bijna alle voorbeeldgebieden sterk met het landschap verbonden (behalve in Het Groene Woud). Bewoners vinden het landschap

in hun gebied aantrekkelijk (behalve het Binnenveld), bedrijven zijn hier minder positief over. Ooijpolder-Groesbeek krijgt op deze punten de meeste waardering. Bewoners beoordelen de landschappelijke veranderingen in hun gebied neutraal of een vooruitgang en maken zich weinig zorgen. In Amstelland en het Binnenveld zien zij vaker een achteruitgang optreden en maken zij zich meer zorgen.

Voor het landschapsbeleid vinden met name bewoners, maar ook bedrijven, dat gemeenten meer moeten doen om hun landschap te beschermen. Zij zijn tevreden over de zorg voor een aantrekkelijk landschap en het onderhoud van de landschapselementen, maar vinden dat gemeenten private actoren meer bij landschap kunnen betrekken. Zo vindt men zich zelf onvoldoende betrokken worden bij de plannen voor het landschap en wordt boeren onvoldoende financiële vergoeding geboden om aan landschapsbeheer te doen. Vooral bewoners in Amstelland en het Binnenveld zijn over deze laatste punten negatief gestemd.

De maatschappelijke betrokkenheid van bewoners en bedrijven bij landschap en landschapsbeleid is in Amstelland vaker kritisch. In het Binnenveld valt de gehechtheid aan de lokale gemeenschap op en - net als in Het Groene Woud - de bereidheid om bij te dragen aan regionale doelen. Bewoners en bedrijven in Ooijpolder-Groesbeek vallen qua maatschappelijke betrokkenheid minder op. Waarschijnlijk zeggen hier het aantrekkelijke landschap en het gerealiseerde landschapsbeleid meer over hun houding.

Bijdrage

De bijdrage van bewoners en bedrijven wordt afzonderlijk weergegeven. Daarbij gaat het om activiteiten als Beschermer, Consument en als Kiezer (tabel 10.1).

Tabel 10.1 Bedrage van bewoners en bedrijven als Beschermer, Consument en Kiezer		
Bewoners	Bedrijven	<i>Beschermer</i>
	+	Activiteiten in het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen
+		Activiteiten om het landschap elders te beschermen
+		Lidmaatschap van/donatie aan organisaties voor landschap
		<i>Consument</i>
+	+	Landschap als woonmotief, vestigings- en inkomensfactor
+		Recreatie in gebied
	+	Interesse in mogelijkheden van gebied voor bedrijf
+	+	Gewenste verplichte bijdrage gebruikende burgers/bedrijven
		<i>Kiezer</i>
+		Interesse in lokale plannen
+	+	Offerbereidheid

Bijdrage van de bewoners

Minder dan een vijfde van de bewoners is fysiek actief en twee vijfde is geïnteresseerd in gezamenlijke activiteiten voor het beheer van het landschap (Beschermer). Bijna de helft is lid of donateur van een (nationaal) gerichte organisatie voor natuur en landschap. In Amstelland geven bewoners vaker, in Het Groene Woud minder. Bij de toekomstige geëerbereidheid valt de interesse voor eenmalige bijdragen op, waarbij het maatschappelijk doel door de overheid erkend moet zijn en bij voorkeur een lokaal initiatief is. Bewoners hebben minder ideeën over het gewenste landschappelijke doel. Zij wensen vooral aan bestaande doelen zoals het beschermen van planten en dieren (weidevogels) bij te dragen en aan hun streek.

Als gebruiker van het landschap (Consument), vinden de meeste bewoners het voorbeeldgebied een belangrijk woonmotief. Bijna een derde van de bewoners bezoekt het gebied maandelijks om te recreëren. In Amstelland spelen deze zaken meer en in Het Groene Woud minder. Een meerderheid wil bedrijven verplicht laten bijdragen als zij uitbreiden in het buitengebied, maar wil ook dat huiseigenaren vrijwillig bijdragen aan het natuur- en landschapsbeheer.

Over de plannen voor landschap (Kiezer) willen de meeste bewoners graag worden geïnformeerd, maar wil slechts een klein deel meedenken. Bewoners tonen een behoorlijke offerbereid. Een derde is bereid om meer inkomstenbe-

lastig voor landschap te betalen en bijna de helft wil meer gemeentebelasting (OZB) aan het landschap in hun gemeente besteden.

Bewoners tonen belangstelling voor financiële bijdragen met een semi-gebruiks karakter. Dit betreft zowel vrijwillige bijdragen (eenmalig, vrijwillige deelname door huiseigenaren aan een lokale vereniging voor natuur- en landschapsbeheer) als verplichte bijdragen (compensatie door niet-agrarische bedrijven die in het buitengebied willen uitbreiden, zelf meer belasting voor landschap betalen of meer gemeentebelasting hieraan willen besteden).

Wanneer we naar alle bijdragen kijken, dan blijken bewoners in Amstelland wat meer fysiek actief te (willen) zijn en in Het Groene Woud wat minder. Voor de financiële activiteiten bestaat er weinig verschil tussen de gebieden. Hoger opgeleide bewoners blijken vaker fysiek en financieel actief te zijn. Daarnaast zijn bewoners vaker fysiek actief als ze in of dichtbij het gebied wonen, ouder en meer betrokken te zijn. De financieel actievare bewoners maken zich meer druk over het landschapsbeleid.

Bijdrage van de bedrijven

Vier op de tien bedrijven staan positief tegenover het aankopen van producten en diensten bij boeren. Slechts ruim één op de tien bedrijven is positief over een financiële bijdrage aan landschap. In Het Groene Woud en in Ooijpolder-Groesbeek staan bedrijven positiever tegenover deze vormen van maatschappelijk ondernemen, in Amstelland minder. Bedrijven willen vooral eenmalig financieel bijdragen aan landschap, waarbij het doel door de overheid erkend moet zijn en men een lokaal initiatief wenst. Als gewenst maatschappelijk doel staat het beschermen van planten en dieren (weidevogels) voorop, gevolgd door de aanleg van paden en routes.

De toegevoegde waarde van het landschap is nog onduidelijk. Het landschap is voor zeer weinig bedrijven een vestigingsfactor geweest. Als investeringsfactor staat een grote meerderheid hier neutraal tegenover. Een klein aantal vindt het landschap van belang voor het imago van het bedrijf. Meer dan de helft vindt dat bedrijven die profiteren van een mooi landschap daar ook een verplichte financiële bijdrage tegenover moeten stellen. Verder staat twee vijfde van de bedrijven positief tegenover het meer inzetten van gemeentebelasting voor landschap.

Wanneer we naar alle bijdragen kijken, dan doen bedrijven in Ooijpolder-Groesbeek meer fysieke activiteiten en in Het Groene Woud minder. Voor de financiële activiteiten is er weinig verschil. De fysiek actieve bedrijven vinden het landschap aantrekkelijker en vinden - behalve in het Binnenveld - dat het wellicht

het imago van het bedrijf kan versterken. De financieel actieve bedrijven vinden dat de gemeenten meer moeten doen om het landschap te beschermen.

Kortom, de drie B's laten zien dat de meeste voorbeeldgebieden goed bekend zijn onder bewoners en bedrijven, zij het op een beperkte schaal. De bekendheid berust vooral op nabijheid. De betrokkenheid bij het landschap en het landschapsbeleid is overwegend positief, maar is mede afhankelijk van het gerealiseerde beleid, lokale binding en de bereidheid om kritiek te leveren. De bijdrage van bewoners aan landschap is divers en van bedrijven nog gering. De belangstelling voor een financiële bijdrage groeit, maar is nog weinig gespecificeerd voor landschap.

10.3 Aanbevelingen voor de marketingstrategieën

Bovenstaande conclusie over de bekendheid, betrokkenheid en bijdrage van bewoners en bedrijven aan landschap leidt tot vijf aanbevelingen. Punten die meer aandacht verdienen, liggen zowel bij de doelgroepen, bewoners en bedrijven, als bij bepaalde acties zoals een goede communicatie, de opzet van lokale financiële constructies voor landschap en meer profilering van het lokale landschapsbeleid.

a. Meer aandacht voor stedelingen

In dit onderzoek is een onderscheid gemaakt tussen bedrijven en bewoners. Bewoners hebben meer met het landschap in hun voorbeeldgebied dan de bedrijven, maar zij achten - gezien hun opmerkingen - hiervoor een breder draagvlak mogelijk door meer bekendheid en betrokkenheid. In de enquêtes doen zij hiervoor verschillende suggesties:

1. *Goed & beter informeren:* via regionale en lokale (dag)bladen, nieuwsbrieven, lokale radio en televisie, websites, beeldmateriaal, informatieavonden, lezingen en open dagen.
2. *Meer motiveren:* door mensen te overtuigen van het belang van (het beschermen van) het gebied, vrijwilligers werven, stimuleren en actief benaderen, actieve (natuur- of buurt-)verenigingen erbij betrekken en scholen benaderen.
3. *Activiteiten organiseren:* zoals wandel- en fietstochten, excursies en evenementen.

Veel activiteiten gebeuren al, maar sommige kunnen per voorbeeldgebied nader worden uitgewerkt, met name voor stedelijke bewoners die buiten het voorbeeldgebied wonen. Uit de resultaten blijkt dat bewoners die in of dichtbij het voorbeeldgebied wonen het gebied beter kennen en meer vanzelfsprekend betrokken en fysiek actief zijn dan de stedelingen. Alleen bij Ooijpolder-Groesbeek blijken Nijmegenaren goed bekend en betrokken te zijn, al is hun bijdrage aan landschap minder dan de bewoners die er in of dichtbij wonen.

Aanbeveling a

Besteed meer aandacht aan stedelingen door vanuit hun perspectief - op afstand van het voorbeeldgebied wonend - te zorgen voor goede informatie, meer motivatie en meer activiteiten om een bijdrage te leveren. Zij blijken het gebied en de belangrijkste landschapsactoren minder te kennen en dienen meer vanuit hun beleving (cultuurhistorie) en het landschap zelf te worden aangesproken.

b. Onderscheid kleine en grote bedrijven

Bedrijven leveren een belangrijke financiële bijdrage aan regionale doelen om voorzieningen in stand te houden en om medebewoners en collega's te steunen, met name in het Binnenveld en in Het Groene Woud. Een bijdrage aan landschap staat nog weinig op hun netvlies. Uit de resultaten blijkt nu dat een groot deel van de ondernemers en directeuren niet weet of het landschap belangrijk is voor het imago van hun bedrijf en of het van belang is als vestigings- of investeringsfactor. Ondernemers en directeuren willen wel wat doen voor landschap en er is ook een positieve houding, maar hun daadwerkelijke bijdrage is nog gering.

De positieve houding en de erkenning van het belang van landschap is een kans om landschap hoger op hun agenda te krijgen en een bijdrage te realiseren. Dit kan op twee manieren, namelijk door in te spelen 1) op de bereidheid tot maatschappelijk ondernemen en 2) de toegevoegde waarde van landschap als duurzame consumptiefactor. Waar bij maatschappelijk ondernemen de fysieke en financiële bijdragen met name de maatschappij ten goede zullen komen, geldt bij de toegevoegde waarde van het landschap allereerst het bedrijf zelf.

Om bedrijven meer te betrekken bij landschap dient duidelijk te worden gemaakt wat de 'baten' zijn van een mooi landschap voor een bedrijf. De vraag is in hoeverre kleine en grote bedrijven verschillen in hun bereidheid om maatschappelijk te ondernemen voor landschap (en de lokale gemeenschap) en om bij te dragen aan landschap als toegevoegde waarde voor hun imago. De onderzoeksresultaten bieden hier weinig inzicht in. Mogelijk speelt voor kleinere bedrijven eerder het maatschappelijk ondernemen en daarmee de steun aan de

lokale gemeenschap, terwijl voor grotere bedrijven niet alleen het maatschappelijk ondernemen, maar ook de toegevoegde waarde van landschap belangrijk is.

Aanbeveling b

Besteed aandacht aan zowel kleine als grote bedrijven. De resultaten tonen nu vooral de bereidheid van kleinere bedrijven die vanuit hun lokale betrokkenheid te motiveren zijn. De kunst is om deze resultaten verder uit te werken. Voor de grotere bedrijven zal het belang van landschap om zowel maatschappelijk te ondernemen en als toegevoegde waarde moeten worden onderzocht.

c. Communicatiestrategie vanuit gebruikers uitwerken

De resultaten laten een verschil in bekendheid en betrokkenheid zien van bewoners en bedrijven die in of vlakbij het gebied gevestigd zijn versus stedelingen. Zij maken duidelijk dat een herkenbaar gebied de bekendheid en betrokkenheid sterk vergroot. Tegelijkertijd blijkt dat de huidige betrokkenheid zich vooral in emotionele zin op de lokale gemeenschap richt en minder op de kwaliteiten van het landschap. De vraag is wat bewoners en bedrijven in het landschap aanspreekt en in hoeverre het hun betrokkenheid vergroot als zij er meer vanaf weten. Een oplossing is om aan de hand van landschapsiconen de bekendheid van het landschap te vergroten en meer bewoners en bedrijven te bereiken die verder van het voorbeeldgebied gevestigd zijn en zich er niet automatisch mee verbonden voelen.

Aanbeveling c

Zorg voor een goed omschreven gebied waarmee bewoners en bedrijven zich kunnen identificeren, een herkenbaar lokaal landschapsicoon en een communicatieplan dat aansluit bij de activiteiten van bewoners en bedrijven en hun bekendheid en betrokkenheid bij landschap vergroot. Houd in het communicatieplan rekening met een onderscheid tussen doelgroepen dichtbij of verder weg van het voorbeeldgebied.

d. Lokale financiële constructies opzetten

De resultaten tonen de behoefte aan lokale financiële constructies. Bewoners blijken nu vooral aan nationale doelen voor natuur en landschap te geven. Bedrijven zijn wel lokaal gericht, maar geven naar verhouding weinig aan natuur en landschap. Tegelijkertijd valt op dat zij nog weinig ideeën hebben over de mogelijke landschapsdoelen. Bewoners en bedrijven willen nu vooral aan bestaande doelen geven en aan de streek.

Aanbeveling d

Zorg voor lokale financiële constructies voor bewoners en bedrijven om bij te dragen aan landschap (streekrekening, landschapsveiling, rentecertificaat en vereniging). Bij de opzet van lokale constructies is het belangrijk dat de maatschappelijke doelen door de overheid erkend zijn. In Het Groene Woud en in Ooijpolder-Groesbeek wordt ook het persoonlijk contact met de begunstigde op prijs gesteld.

e. Lokaal landschapsbeleid beter profileren

De resultaten laten veel ontevredenheid, maar ook veel onwetendheid over het landschapsbeleid van gemeenten zien. Bewoners en bedrijven willen meer gemeentebelasting (OZB) aan het landschap in hun gemeente besteden. Zij zijn tevreden over de zorg voor een aantrekkelijk landschap en het onderhoud van de landschapselementen, maar vinden dat gemeenten private actoren meer bij landschap kunnen betrekken. Zo vindt men zich zelf onvoldoende betrokken worden bij de plannen voor het landschap en wordt boeren onvoldoende financiële vergoeding geboden om aan landschapsbeheer te doen. Ervaringen uit de voorbeeldgebieden geven verder aan dat voor het ontwikkelen van private financiële constructies ook de publieke bijdrage aan landschap duidelijk moet zijn. Het lijkt hier op een 'haasje over'-effect, waarbij publiek en privaat beurtelings het stokje aan elkaar over geven. Een goede timing en taakverdeling is dan essentieel.

Aanbeveling e

Besteed meer aandacht aan het lokale landschapsbeleid. Gemeenten moeten aan hun bevolking duidelijker maken wat ze al doen voor landschap, en zelf ook meer voor landschap gaan doen.

10.4 Conclusies en aanbevelingen per voorbeeldgebied

Op de volgende bladzijden zijn per voorbeeldgebied de belangrijkste conclusies en aanbevelingen nader gespecificeerd. De aanbevelingen zijn mede gebaseerd op de gesprekken met de betrokkenen in ieder voorbeeldgebied.

Amstelland

- Amstelland is lokaal goed bekend, maar minder bij Amsterdammers;
- Interesse van bedrijven om de toegevoegde waarde van landschap te ontdekken;
- Veel belangstelling voor fysieke activiteiten;
- Financiële bijdrage van bewoners voor landschap is sterk op nationale doelen gericht; bewoners geven minder vaak aan regionale doelen;
- Sterke gehechtheid aan het gebied, waardering voor het landschap, maar kritische benadering van het landschapsbeleid.

Bekendheid

Bewoners (92%) en bedrijven (95%) kennen het gebied redelijk tot goed, mede omdat zij er vaak in of vlakbij wonen. In de Amsterdamse stadsdelen kent men Amstelland minder. Als informatiebronnen voor landschap worden met name de plaatselijke krant, informatieborden) en het bezoek aan een boerderij met streekproducten en landschapsbeheer genoemd. Amsterdammers noemen deze informatiebronnen veel minder.

Betrokkenheid

Bewoners (64%) zijn gehecht aan het landschap, vinden het aantrekkelijk (80%) en dat een gemeente meer moet doen om het landschap te beschermen (59%). Zij zien minder vaak een vooruitgang optreden, vinden zich onvoldoende betrokken bij de plannen voor het landschap en vinden dat boeren onvoldoende financiële vergoeding krijgen om aan landschapsbeheer te doen. Bewoners zijn qua maatschappelijke betrokkenheid sterk op hun omgeving en hun medemens gericht. Bedrijven zijn ook gehecht aan het landschap (61%), maar vinden het minder aantrekkelijk (24%). Zij vinden ook dat gemeenten meer voor het landschap moeten doen (53%).

Bijdrage van de bewoners aan Amstelland

- Beschermer

Bewoners dragen meer dan in de andere voorbeeldgebieden fysiek bij aan het landschapsbeheer elders en zijn daar ook vaker in geïnteresseerd (45%), met name in weidevogelbescherming. Veel bewoners dragen financieel bij aan een (nationale) organisatie voor natuur- en landschapsbeheer (50%). Bewoners willen vooral een eenmalige financiële bijdrage leveren, waarbij het doel door de overheid erkend moet zijn (80%), een lokaal initiatief mag ook

(59%). Als maatschappelijk doel kiezen zij bij voorkeur het beschermen van dieren en planten (33%) en daarnaast de aanleg van landschapselementen (20%). Bewoners dragen in verhouding tot de andere voorbeeldgebieden minder vaak bij aan regionale doelen (49%).

- *Consument*

Bewoners vinden het landschap in Amstelland een belangrijk motief om er in (de buurt) te wonen (62%), 44% bezoekt het gebied tenminste maandelijks om er te recreëren. Een financiële bijdrage door gebruikers van het landschap verwachten zij van projectontwikkelaars en bedrijven die profiteren van een aantrekkelijk landschap, zoals een verplichte compensatie door niet-agrarische bedrijven die in het buitengebied gaan uitbreiden (56%). Zelf staan ze positief tegenover een vrijwillig lidmaatschap van een lokale natuur- en landschapsvereniging door huiseigenaren (57%).

- *Kiezer:* de meerderheid van bewoners wil geïnformeerd worden over de lokale plannen voor landschap of hierover meedenken (53%) en zijn meer dan elders bereid om gemeentebelasting voor landschapsbeheer in te zetten (50%).

Bijdrage van de bedrijven aan Amstelland

- *Beschermmer*

Ondernemers en directeuren noemen ten opzichte van hun collega's in de andere gebieden minder activiteiten om maatschappelijk te ondernemen voor landschap. Zij zijn vooral bereid producten en diensten van boeren aan te kopen (24%). Als zij een financiële bijdrage willen leveren, gaat net als bij de bewoners hun voorkeur uit naar een eenmalige bijdrage. Belangrijk hierbij is dat het maatschappelijke doel door de overheid erkend is (75%) en een lokaal opgezet initiatief is (68%). Net als bij de bewoners denken zij hierbij aan het beschermen van planten en dieren (28%) en de aanleg van landschapselementen (20%). Bedrijven noemen ook het onderhoud van paden en routes (25%). Zij geven gemiddeld ten opzichte van hun collega's aan regionale doelen.

- *Consument*

Voor weinig bedrijven (19%) is het landschap een belangrijke investeringsfactor (bijvoorbeeld door beter gemotiveerde werknemers of een hogere waarde van het vastgoed). De meesten (79%) staan daar neutraal tegenover en laten dit dus nog open. Bedrijven in Amstelland noemen wel meer dan elders mogelijkheden om gebruik te maken van het landschap als toegevoegde waarde en zijn vooral geïnteresseerd in recreatie (23%). Bedrijven die voor-

- deel hebben van het landschap, moeten daar ook voor betalen, bij voorkeur door een vrijwillig betaald lidmaatschap voor een lokale natuurvereniging (63%) of door een verplichte compensatie voor landschap door niet-agrarische bedrijven die in het buitengebied uitbreiden (50%).
- *Kiezer:* bedrijven zijn net als de bewoners vaker dan hun collega's bereid om gemeentebelasting voor landschap in te zetten (44%).

Aanbevelingen

1. De bekendheid van het gebied en hun betrokkenheid bij landschap is in en vlakbij het gebied prima, maar kan onder Amsterdammers worden vergroot.
2. De interesse in de mogelijkheden van het landschap als toegevoegde waarde voor bedrijven kan verder worden verkend, met name onder grote bedrijven.
3. Onderscheid in de communicatie bewoners en bedrijven in en dichtbij het gebied en de stedelingen. Vergroot onder de eerste groep de bereidheid tot een bijdrage door in de communicatie voor een herkenbaar lokaal landschapsicoon te zorgen waarmee bewoners en bedrijven zich kunnen identificeren (zoals de steenuil, streekeigen hekken) en voor de promotie van hun 'ambassadeurs' zoals lokaal actieve groepen die zich inzetten voor landschap. Maak gebruik van de interesse voor fysieke activiteiten. Zorg voor meer bekendheid onder stedelingen door in te spelen op de cultuurhistorische waarde van het gebied (schilders aan de Amstel).
4. Zorg voor meer lokale financiële constructies om bij te dragen aan landschap, die in het verlengde liggen van de bereidheid van bewoners om aan nationale doelen bij te dragen. Voor het verkrijgen van een financiële bijdrage in eerste instantie meer op bewoners in en vlakbij het gebied richten. Een rentecertificaat en/of vrijwillig lidmaatschap van een vereniging voor natuur- en landschapsbeheer biedt hierbij de meeste kans, zeker als dit ook aan een nationaal maatschappelijk perspectief appelleert.
5. Betrek bewoners en bedrijven meer bij de lokale plannen en communiceer wat de gemeenten al bijdragen aan landschap en hoe zij deze met meer OZB kunnen versterken.

Motto: zoek de financiële bijdrage dicht bij huis en vergroot de bekendheid onder stedelingen.

Het Binnenveld

- Het Binnenveld is goed bekend en kent een sterke gehechtheid aan de lokale gemeenschap (medebewoners en boeren);
- Veel belangstelling voor fysieke activiteiten;
- Beperkte interesse van bedrijven om maatschappelijk verantwoord te ondernemen en in landschap als toegevoegde waarde;
- Sterke bereidheid om aan regionale doelen bij te dragen;
- Ontevredenheid over het lokale landschapsbeleid.

Bekendheid

Bewoners (86%) en bedrijven (92%) kennen het gebied redelijk tot goed, mede omdat het omringende gebied niet te groot is gekozen. Men gebruikt vooral de al genoemde informatiebronnen voor landschap (plaatselijke krant en informatieborden).

Betrokkenheid

Bewoners (51%) en bedrijven (57%) zijn gehecht aan het landschap, met name aan de westzijde, maar vinden het niet aantrekkelijk. Bewoners (54%) en bedrijven (51%) zijn ontevreden over het lokale landschapsbeleid en vinden dat een gemeente meer moet doen om het landschap te beschermen. Zij zien minder vaak dan in de andere voorbeeldgebieden een vooruitgang optreden, vinden zich onvoldoende betrokken bij de plannen voor het landschap en vinden dat boeren onvoldoende financiële vergoeding wordt geboden om aan landschapsbeheer te doen. De betrokkenheid bij de lokale gemeenschap is belangrijk. Veel bewoners en de bedrijven zijn aan te spreken op het welzijn van hun medebewoners en de boeren in hun gemeente. Voor bedrijven tellen tevreden klanten en het behoud van de landbouw.

Bijdrage van de bewoners aan het Binnenveld

- Beschermer

Ten opzichte van de andere voorbeeldgebieden dragen weinig bewoners fysiek bij aan het landschapsbeheer elders (7%). Ze zijn daar echter wel in geïnteresseerd (41%), met name in weidevogelbescherming. Veel bewoners dragen financieel bij aan een organisatie voor natuur- en landschapsbeheer (47%). Zij willen vooral een eenmalige financiële bijdrage leveren, waarbij het doel door de overheid erkend moet zijn (82%) en een lokaal initiatief is (62%). Als zij zelf een maatschappelijk doel mogen kiezen, is dat bij voorkeur

voor het beschermen van dieren en planten (31%), het gebied zelf (21%) of aan boeren om aan landschapsbeheer te doen (20%). Bewoners dragen vaak bij aan regionale doelen (62%), met name voor kerk en levensbeschouwing, en daarnaast ook aan natuur en landschap.

- *Consument*

Bewoners vinden het landschap in het Binnenveld een belangrijk motief om er in de buurt te wonen (55%), al vinden ze het niet aantrekkelijk; 29% bezoekt het gebied tenminste maandelijks om er te recreëren. Mogelijke financiële bijdragen door gebruikers van het landschap verwachten zij met name van projectontwikkelaars en bedrijven die profiteren van een aantrekkelijk landschap, zoals een verplichte compensatie door niet-agrarische bedrijven die in het buitengebied uitbreiden (62%). Men staat ook positief tegenover een vrijwillig lidmaatschap van een lokale natuur- en landschapsvereniging door huiseigenaren (53%) en het kopen van een uitzichtgarantie (50%).

- *Kiezer*

Bewoners willen vooral geïnformeerd worden over de lokale plannen voor landschap of hierover meedenken (47%) en willen meer gemeentebelasting voor landschapsbeheer inzetten (45%).

Bijdrage van de bedrijven aan het Binnenveld

- *Beschermmer*

Bedrijven willen als maatschappelijk ondernemer vooral meer producten en diensten bij boeren kopen (34%). Wanneer zij een financiële bijdrage willen leveren, gaat hun voorkeur uit naar een eenmalige bijdrage, dat niet alleen een door de overheid erkend goed doel is (79%), maar ook - meer dan de bewoners - een lokaal opgezet initiatief is (70%). Als gewenst maatschappelijk doel, valt net als bij de bewoners de bijdrage voor het beschermen van planten en dieren op (30%) en het financieel belonen van boeren die aan landschapsbeheer doen (21%). Bedrijven noemen verder de aanleg van landschapselementen (24%) en het stimuleren van de streekeigen productie op (21%). Meer dan hun collega's elders blijken de bedrijven vaak regionale doelen te financieren (77%), met name voor kerk en levensbeschouwing en sport en recreatie.

- *Consument*

Weinig bedrijven vinden het landschap een investeringsfactor en tonen interesse in de concrete mogelijkheden om gebruik te maken van het landschap als toegevoegde waarde. Als mogelijke bijdrage aan het landschap noemen zij vaker dan hun collega's een mix van voorkeuren zoals meewerken aan het

onderhoud voor het landschap, een vrijwillig lidmaatschap van een vereniging en een verplichte compensatie voor niet-agrarische bedrijven die in het buitengebied willen uitbreiden (allen 53%). Verder is 51% voor het kopen van een uitzichtgarantie.

- *Kiezer*

Bedrijven zijn ten opzichte van hun collega's gemiddeld offerbereid. Ten opzichte van de bewoners willen ze minder gemeentebelasting voor landschapsbeheer inzetten (38%).

Aanbevelingen

1. De bekendheid van het gebied is prima evenals de betrokkenheid bij landschap in iedere afzonderlijke gemeente. Voor het hele Binnenveld kan de betrokkenheid worden vergroot. Zorg in het communicatieplan voor een herkenbaar lokaal landschapsicoon waarmee bewoners en bedrijven zich kunnen identificeren (zoals de ooievaar of iets WERVends). Zorg ook voor de promotie van hun 'ambassadeurs' zoals lokaal actieve groepen die zich inzetten voor landschap. Maak gebruik van de interesse voor fysieke activiteiten.
2. De beperkte interesse om in landschap te investeren door grote bedrijven of organisaties (universiteit) en of maatschappelijke organisaties (kerken, sportclubs) verdient meer aandacht. Het gaat hierbij zowel om de mogelijkheid om maatschappelijk te ondernemen voor landschap als om de toegevoegde waarde van landschap duidelijker te krijgen.
3. Verken de lokale financiële constructies om bij te dragen aan landschap. Gezien de bereidheid om aan regionale doelen bij te dragen, lijken er hier voor landschap kansen te liggen. Een rentecertificaat voor bewoners, een streekrekening voor bedrijven, een vrijwillig lidmaatschap van een vereniging voor natuur- en landschapsbeheer en/of een uitzichtgarantie waarmee de boeren voor het landschapsbeheer worden betaald, bieden hierbij de meeste kans.
4. Betrek bewoners en bedrijven meer bij de lokale plannen en communiceer wat de gemeenten al bijdragen aan landschap en hoe gemeenten deze met meer OZB en regelgeving kunnen versterken.

Motto: maak gebruik van de lokale betrokkenheid.

Het Groene Woud

- Het Groene Woud is redelijk bekend, maar veel minder dan de andere voorbeeldgebieden;
- Sterke betrokkenheid bij de streek en de lokale gemeenschap, minder bij het landschap en het landschapsbeleid voor het hele gebied;
- Sterke bereidheid onder bedrijven om aan regionale doelen te geven;
- Interesse van bedrijven om maatschappelijk te ondernemen voor landschap.

Bekendheid

Bewoners (68%) en bedrijven (77%) kennen het gebied redelijk. Zij gebruiken hiervoor de plaatselijke krant en informatieborden. Stedelingen uit Den Bosch, Eindhoven en Tilburg blijken Het Groene Woud minder te kennen

Betrokkenheid

Ten opzichte van de andere voorbeeldgebieden zijn bewoners (44%) en bedrijven (46%) minder gehecht aan het landschap. Veel bewoners (69%) vinden het landschap aantrekkelijk, bedrijven noemen dit minder (11%). Bewoners vinden veranderingen vaker dan elders een vooruitgang (39%), maar vinden dat een gemeente meer moet blijven doen om het landschap te beschermen (53%). Bedrijven zijn minder negatief over het landschapsbeleid en noemen dit minder (43%). De ontevredenheid geldt met name voor het onvoldoende betrokken worden bij de plannen voor het landschap en dat boeren onvoldoende financiële vergoeding krijgen om aan landschapsbeheer te doen. Maatschappelijk gezien lijken veel bewoners minder aan te spreken op hun omgeving en meer op hun eigen belang. Bedrijven zijn juist wel sterk op hun lokale omgeving gericht en willen graag tevreden klanten houden.

Bijdrage van de bewoners aan Het Groene Woud

Beschermer

Bewoners dragen gemiddeld fysiek bij aan het landschapsbeheer elders (9%) en zijn daar in geïnteresseerd (38%). Zij dragen minder dan in de andere voorbeeldgebieden financieel bij aan een organisatie voor natuur- en landschapsbeheer (40%). Bewoners willen vooral eenmalig financieel bijdragen, waarbij het goede doel door de overheid erkend is (79%) en een lokaal initiatief moet zijn (57%). Het maatschappelijk doel is bij voorkeur het beschermen van dieren en planten (33%), het gebied zelf (21%) of de aanleg van

paden en routes (20%). Bewoners dragen gemiddeld bij aan regionale doelen (56%), met name voor gezondheid, sport en recreatie.

- *Consument*

Ten opzichte van de andere voorbeeldgebieden vinden minder bewoners het landschap een belangrijk motief om er in de buurt te wonen (44%), 16% bezoekt het gebied maandelijks om er te recreëren. Mogelijke financiële bijdragen door gebruikers van het landschap verwachten zij van projectontwikkelaars en bedrijven die profiteren van een aantrekkelijk landschap, zoals een verplichte compensatie door niet-agrarische bedrijven die in het buitengebied uitbreiden (53%). Zelf staan zij positief tegenover een vrijwillig lidmaatschap van een lokale natuur- en landschapsvereniging (56%).

- *Kiezer*

Bijna de helft van bewoners wil vooral geïnformeerd worden over de lokale plannen voor landschap of hierover meedenken (43%). Bewoners zijn gemiddeld offerbereid, dat wil zeggen bereid om meer gemeentebelasting voor landschapsbeheer in te zetten (43%).

Bijdrage van de bedrijven aan Het Groene Woud

- *Beschermer*

Ten opzichte van hun collega's elders blijken bedrijven vaker geïnteresseerd in activiteiten om maatschappelijk verantwoord te ondernemen, met name door producten en diensten bij boeren te kopen (36%) en door een financiële bijdrage te leveren (17%). Bij het type financiële bijdrage zijn bedrijven vaker voorstander van een resultaatafspraken, waarbij het moet gaan om een erkend goed doel (81%). Vaker dan elders vindt men een persoonlijk contact met de begunstigde van belang (49%), het lokale initiatief is minder belangrijk (58%) dan elders. Als gewenst maatschappelijke doel gaat ten opzichte van de bewoners de voorkeur minder naar het beschermen van planten en dieren (21%) en meer naar het financieel belonen van boeren die aan landschapsbeheer doen (23%) en het gebied zelf (25%). Bedrijven blijken vaker dan de bewoners en hun collega's elders regionale doelen te financieren (75%), met name voor sport en recreatie.

- *Consument*

Landschap blijkt voor de bedrijven geen belangrijke investeringsfactor. De interesse in concrete mogelijkheden om gebruik te maken van de toegevoegde waarde van het landschap is beperkt en scoort nog het beste op recreatie (17%). Men vindt vaker dan hun collega's dat bedrijven die voordeel hebben van het landschap (projectontwikkelaars, recreatie- en overige be-

drijven), daar ook een financiële bijdrage tegenover dienen te stellen. Gevraagd naar een mogelijke bijdrage aan het landschap, dan hebben bedrijven de voorkeur voor een vrijwillig betaald lidmaatschap voor een lokale natuurvereniging (56%) of een verplichte compensatie voor landschap bij niet-agrarische bedrijven die in het buitengebied willen uitbreiden (54%).

- *Kiezer*

Bedrijven blijken ten opzichte van hun collega's gemiddeld offerbereid om meer gemeentebelasting voor landschapsbeheer in te zetten (40%).

Aanbevelingen

1. De bekendheid van het gebied en hun betrokkenheid bij landschap is in en vlakbij het gebied prima, maar kan onder stedelingen worden vergroot.
2. Onderscheid in de communicatie bewoners en bedrijven in en dichtbij het gebied en de stedelingen. Communiceer de plannen en ideeën over Het Groene Woud naar bewoners en bedrijven meer via hun betrokkenheid bij de eigen leefomgeving. Kies daarvoor een kleiner gebied dicht bij huis, met name voor stedelingen die aan de rand van het gebied wonen (zoals Moerenburg voor Tilburg).
3. Bedrijven vallen op door hun financiële bijdragen aan regionale doelen. Zij maken zich daarbij minder druk over specifieke doelen voor landschap als de bijdrage maar aan hun gebied wordt besteed. Een suggestie is om de streekrekening voor bedrijven uit te breiden en zo mogelijk ook voor bewoners en meer rekening te houden met hun interesse voor een beperkt gebied. Bij bedrijven gebruik maken van hun interesse om regionale sport en recreatie financieel te steunen en hun wens om een persoonlijk contact met de begunstigde te onderhouden. Zorg daarom voor lokale ambassadeurs van de streekrekening.
4. De interesse in de mogelijkheden om maatschappelijk verantwoord te ondernemen voor het landschap kan verder worden verkend, met name onder grote bedrijven.

Motto: speel in op het streekgevoel en communiceer de boodschap positief.

Ooijpolder-Groesbeek

- Goede bekendheid van het gebied, ook in Nijmegen;
- Interesse van bedrijven in maatschappelijk ondernemen en de toegevoegde waarde van landschap;
- Sterke gehechtheid en waardering voor landschap en het landschapsbeleid;
- Bereidheid van bedrijven om financieel bij te dragen aan landschap;
- Bereidheid van bewoners om meer gemeentebelasting (OZB) aan landschap te besteden.

Bekendheid

Veel bewoners (91%) en bedrijven (94%) kennen het gebied goed. Het is het enige voorbeeldgebied met een sterke relatie met de stedelingen elders. Zij gebruiken hiervoor de al genoemde informatiebronnen voor landschap (plaatselijke krant en informatieborden) en de website. Nijmegenaren lezen echter minder over landschap in de plaatselijke krant.

Betrokkenheid

Bewoners (64%) en bedrijven (88%) zijn het meest van alle voorbeeldgebieden gehecht aan het landschap. Bewoners vinden het landschap ook aantrekkelijk (89%), bedrijven zijn hierover positiever dan hun collega's elders (36%). Bewoners vinden veranderingen ook vaker een vooruitgang (32%), maar vinden dat een gemeente meer kan doen om het landschap te beschermen (59%). Bedrijven zijn positiever over het lokale landschapsbeleid, hun betrokkenheid bij de plannen voor het landschap en de financiële vergoeding aan boeren om aan landschapsbeheer te doen

Bijdrage van de bewoners aan Ooijpolder-Groesbeek

- Beschermers

Bewoners dragen minder dan in de andere voorbeeldgebieden fysiek bij aan het landschapsbeheer elders, maar zijn daar wel in geïnteresseerd (38%). Bewoners dragen gemiddeld financieel bij aan een organisatie voor natuur- en landschapsbeheer (44%). Zij willen in de toekomst vooral een eenmalige financiële bijdrage leveren, waarbij het goede doel door de overheid erkend moet zijn (81%), een lokaal initiatief mag ook (65%). Als zij zelf een maatschappelijk doel mogen kiezen, is dat bij voorkeur voor het beschermen van dieren en planten (39%). Bewoners dragen gemiddeld bij aan regionale doelen (53%). Nijmegenaren doen dit echter minder vaak dan de ommelanders.

- *Consument*

Bewoners vinden het landschap in Ooijpolder-Groesbeek een belangrijk motief om er in (de buurt) te wonen (52%), 25% bezoekt het gebied tenminste maandelijks om er te recreëren. Mogelijke financiële bijdragen door gebruikers van het landschap verwachten zij met name van projectontwikkelaars en bedrijven die profiteren van een aantrekkelijk landschap. Ook toeristen mogen meebetalen. Bij niet-agrarische bedrijven denkt men dan aan een verplichte compensatie als zij in het buitengebied gaan uitbreiden (54%). Daarnaast denkt men aan een vrijwillig lidmaatschap van een lokale natuur- en landschapsvereniging door huiseigenaren (54%).

- *Kiezer*

Bijna de helft van bewoners wil vooral geïnformeerd worden over de lokale plannen voor landschap of hierover meedenken (45%). Bewoners zijn wat meer dan elders bereid om gemeentebelasting voor landschapsbeheer in te zetten (46%).

Bijdrage van de bedrijven aan Ooijpolder-Groesbeek

- *Beschermer*

Bedrijven hebben een meer dan gemiddelde voorkeur voor maatschappelijk verantwoord ondernemen, met name voor het kopen van producten en diensten bij boeren (31%) en het leveren van een financiële bijdrage aan landschap (17%). Voor een toekomstige financiële bijdrage zijn de bedrijven voorstander van een eenmalige bijdrage dat een erkend doel is (77%), een lokaal initiatief is (65%) en vaker dan elders een persoonlijke contact met de begunstigde inhoudt (55%). Als gewenste maatschappelijke doelen hebben zij een sterke voorkeur voor het beschermen van planten en dieren (32%), het onderhoud van paden en routes (32%) en de aanleg van landschapselementen (23%). Bedrijven geven minder vaak aan regionale doelen (58%), maar wel vaker aan sport en recreatie en aan natuur en landschap.

- *Consument*

Bedrijven vinden vaker dan elders dat het landschap een belangrijke vestigingsfactor (20%) en investeringsfactor (17%) is. De interesse van bedrijven in concrete mogelijkheden om gebruik te maken van de toegevoegde waarde van het landschap ligt op alle terreinen veel hoger dan elders, met name voor recreatie. Bedrijven zijn ook voorstander van een financiële bijdrage door bedrijven die profijt hebben van het landschap. Gevraagd naar hun eigen bijdrage, dan hebben de bedrijven een sterke voorkeur hebben voor een vrijwillig betaald lidmaatschap van een natuurvereniging (69%) en een ver-

plichte compensatie bij niet-agrarische bedrijven die uitbreiden in het buitengebied (58%).

- *Kiezer*

De actiebereidheid bij bedrijven in Ooijpolder-Groesbeek is met 89% flink hoger dan in de overige gebieden, maar hun bereidheid is lager waar het gaat om meer gemeentebelasting voor het landschap in zetten (31%).

Aanbevelingen

1. De bekendheid van het gebied is prima. De bereidheid tot een bijdrage aan landschap is in en vlakbij het gebied prima, maar kan onder Nijmegenaren worden vergroot. Onderscheid beide groepen in het communicatieplan en zorg voor een herkenbaar lokaal landschapsicoon waarmee bewoners en bedrijven zich kunnen identificeren.
2. De interesse in de mogelijkheden van het landschap als toegevoegde waarde voor bedrijven kan verder worden verkend, met name onder grote bedrijven (universiteit).
3. Verken de lokale financiële constructies verder om bij te dragen aan landschap. Speel in op het positieve gevoel over de gerealiseerde ontwikkelingen in het landschap. Voor bewoners bieden een rentecertificaat en/of vrijwillig lidmaatschap van een vereniging voor natuur- en landschapsbeheer hierbij de meeste kans. Voor bedrijven is de streekrekening een mogelijkheid, als er een persoonlijk contact met de begunstigde mogelijk is. Een hernieuwde landschapsveiling kan als een katalysator voor deze bijdragen dienen.
4. Betrek bewoners meer bij de lokale plannen en communiceer ook wat de gemeenten al bijdragen aan landschap en hoe zij deze met meer OZB en regelgeving kunnen versterken.

Motto: bouw voort op wat er al is bereikt en benut de geefbereidheid.

10.5 Terugblik

Voor dit onderzoek is dankbaar gebruik gemaakt van een eerdere landelijke enquête. Daarnaast is de interactie met de indieners in de voorbeeldgebieden belangrijk geweest. Zij hebben er in een belangrijke mate voor gezorgd dat de eerdere enquête voor bewoners is aangepast en voor bedrijven sterk is vernieuwd. Ook het bespreken van de resultaten in ieder voorbeeldgebied is nuttig geweest, met name om te begrijpen waarom de resultaten herkenbaar waren.

Voor de onderzoekers en TNS NIPO is het opstellen en verzamelen van data voor twee verschillende enquêtes met aanpassingen in vier gebieden een uitdaging geweest. Gezien de eerdere ervaringen met samenwerken is dat goed uitgekapt. Uiteindelijk zijn er van minder bedrijven resultaten verkregen (235 in plaats van 300), maar dit is gecompenseerd door het grotere aantal bewoners als respondent (1.360 in plaats van 1.000). Verder is er tijdens de dataverzameling contact geweest om het aantal stakende respondenten te beperken.

Als belangrijke conclusie van het onderzoek geldt dat de indeling van de resultaten naar bekendheid, betrokkenheid en (de bereid tot) een bijdrage goed heeft gewerkt. Het gebruik van de 3 B's werkte verhelderend, de verbanden tussen de 3 B's blijken vooral relationeel en zoals verwacht maar in beperkte mate oorzakelijk. Meer of minder betrokkenheid bij landschap en het landschapsbeleid leidt niet automatisch tot een grotere of kleinere bijdrage aan landschap, zo laten ons de resultaten in respectievelijk Amstelland en Het Groene Woud zien. De vraag is dan hoe de 3 B's zich tot elkaar verhouden, met name omdat elke B aangrijpingspunten heeft om invloed op uit te oefenen. Op grond van de resultaten uit dit onderzoek is daar geen eenduidig antwoord op te geven. De relatie tussen deze indicatoren zal bij de ontwikkeling van de marketingstrategie onze verdere aandacht krijgen.

Verder is het gebruik van de WIN-segmenten in samenhang met de betrokkenheid bij landschap en landschapsbeleid zowel bij burgers al bedrijven belangrijk geweest om de maatschappelijke oriëntatie en de ondertoon in ieder voorbeeldgebied goed te kunnen begrijpen. Waarom bewoners en bedrijven bij Amstelland kritisch zijn, in het Binnenveld en in Het Groene Woud sterk op hun lokale gemeenschap of streek zijn gericht en waarom in Ooijpolder-Groesbeek vooral het gewaardeerde landschap zelf een prominente rol speelt. Het inzicht in de wijze waarop bewoners en bedrijven in ieder gebied betrokken zijn, is op deze manier een goed hulpmiddel bij het uitwerken van de communicatieplannen.

Literatuur en websites

- Blaeij, A. de en M. van der Heide, 'Uitkomsten MKBA vaak overschat.' *ESB* 93(4541) 22 augustus, 503-505. 2008.
- Bommel, S. van, M.N.C. Aarts en E. Turnhout, *Over betrokkenheid van burgers en hun perspectieven op natuur*. WOT-rapport 21. Wettelijke Onderzoekstaken Natuur & Milieu, Wageningen, 2006.
- Braaksma, P.J. en A.E. Bos, *Investeren in het Nederlandse landschap. Opbrengst en geluk in euro's*. Ministerie van LNV, Den Haag, 2007.
- Buijs, A. E. en S. de Vries, *Verschillen in landschapsbeleving tussen bevolkingsgroepen; Literatuurstudie en opzet voor empirisch onderzoek*. Planbureau-rapport 25. Wettelijke Onderzoekstaken Natuur & Milieu, Wageningen, 2005.
- CPB, *Reactie op Investeren in het Nederlandse landschap. Opbrengst en geluk in euro's*. Den Haag, 6 augustus. 2007.
- Dagevos, J.C., J. Luttik, M.M.M. Overbeek en A.E. Buijs, *Tussen nu en straks, trends en hun effecten op de groene ruimte*. LEI, Den Haag, 2000.
- Bakker, E. de, K. van Koppen en J. Vader, *Maatschappelijk draagvlak voor natuur*. WOT-rapport 47. Wettelijke Onderzoekstaken Natuur & Milieu, Wageningen, 2007.
- Ecorys & NEI, *De verscholen baten van natuur*. Rotterdam, 2002
- Ettema, A., *Publieksonderzoek toekomstvisie GLB*. Amsterdam, TNS NIPO. 2007.
- Goossen, M. en T.A. de Boer, *Houding en wensen van bewoners ten aanzien van het begrip Nationaal Landschap*. Rapport nr. 1306. Alterra, Wageningen, 2006.
- Hessing, E., A. Reuling en S. Mulder, *Het WIN-model Een segmentatie van de Nederlandse bevolking*. TNS NIPO, Amsterdam, 2004.

Holbrook, M.B., *Consumer value. A framework for analysis and research*. Routledge, London, 1999.

LNV en VROM, *Agenda Landschap. Landschappelijk verantwoord ondernemen voor iedereen*. Den Haag, 2008.

LNV, *Voortgang Agenda Landschap en Voorbeeldgebieden Investeren in Landschap*. Kamerstuk 4 juni, 2008.

Meeusen, M.J.G., V. Beekman, R.P.M. de Graaff en S.M.A. van der Kroon, *Biologische waarden in tweevoud; Waarden als determinanten van communicatie en samenwerking in biologische voedselketens*. Rapport 5.03.05. LEI, Den Haag. 2003.

Overbeek, M.M.M. en J. Vader, *Genieten van landschap en ervoor zorgen*. Rapport 7.08.01. LEI Wageningen UR, 2008.

Overbeek, M.M.M., 'Waarom burgers verschillend aan landschap bijdragen.' *Landschap 2*: 95-102. 2008.

Segeren, A., B. Needham en J. Groen, *De markt doorgrond; Een institutionele analyse van grondmarkten in Nederland*. Ruimtelijk Planbureau, NAI Uitgevers, 2005.

VNC, *Nederland weer mooi; Deltaplan voor het landschap*. Beek-Ubbergen, 2005.

Websites

www.geveninnederland.nl

www.nederlandscultuurlandschap.nl

www.nederlandmooi.nl

www.tns-nipo.nl

www.beschermersamstelland.nl

www.werv.nl

www.hetgroenewoud.com

www.vianatura.nl

Bijlage 1

1a. Vragenlijst Investeren in landschap Bewoners

[in de tekst <uw gebied> en <mijn gebied> vervangen door respectievelijk Amstelland, het Binnenveld, Het Groene Woud, Ooijpolder-Groesbeek]

INTRO

Het Nederlandse landschap kan nog veel mooier worden! U woont in of dichtbij <uw gebied> waar regionale en lokale partijen plannen en ideeën hebben om met behulp van private middelen het landschap mooier te maken.

[tekst van 5 regels, kaartje en foto gebied tonen]

De initiatiefnemers willen graag uw mening horen over het landschap in <uw gebied> en weten wat uw betrokkenheid hierbij is. Het is daarbij niet belangrijk of u veel of weinig van landschap afweet.

1 Hoe lang woont u in uw huidige woonplaats? [kleine onderbrekingen laten zitten]

1. Meer dan 20 jaar, altijd
2. 10 tot 20 jaar
3. 5 tot 10 jaar
4. Minder dan 5 jaar

2 Woont u binnen of buiten de bebouwde kom?

1. Binnen de bebouwde kom
2. Buiten de bebouwde kom
99. Weet ik niet

3 In hoeverre is een groen gebied zoals <uw gebied> voor u een belangrijke factor om hier te wonen?

1. Zeer onbelangrijk
2. Onbelangrijk
3. Niet onbelangrijk, niet belangrijk
4. Belangrijk
5. Zeer belangrijk

4 Hoever woont u van de grens van <uw gebied>?

1. In het gebied zelf
2. Minder dan 2 km
3. Tussen 2 en 5 km
4. Meer dan 5 km

5 Kent u <uw gebied>?

1. Nee → doorgaan naar vraag 15
2. Beetje
3. Ja

NB. Voor Ooijpolder-Groesbeek worden de antwoorden:

1. Nee → doorgaan naar vraag 15
2. Groesbeek wel, Ooijpolder niet
3. Ooijpolder wel, Groesbeek niet
4. Ja, beiden.

6 Er zijn verschillende mogelijkheden om iets over het landschap in <uw gebied> te weten te komen. Van welke mogelijkheden maakte u in de afgelopen 12 maanden gebruik? U kunt meer antwoorden geven. *[per gebied specificeren]*

1. Nieuwsbrief
2. Website
3. Bezoekersdag
4. Informatieborden in het gebied
5. Bezoek boerderij met streekproducten, natuur- en landschapsbeheer enzovoort.
6. Deelname aan excursie door het landschap of rondleiding in monument
7. Lezen over cultuurhistorie of geschiedenis van de streek
8. Lezen over landschap in de plaatselijke krant, tijdschrift voor landschapsbeheer
9. Bezoekerscentrum
10. Overige
0. Geen van deze

7 Hoe vaak bezoekt u <uw gebied> in uw vrije tijd?

1. Niet of nauwelijks → doorgaan naar vraag 10
2. Meerdere keren per jaar
3. Een keer per maand
4. Een keer per week
5. Meerdere keren per week

8 Hoe bezoekt u meestal <uw gebied> in uw vrije tijd?

1. Met de auto, motor enzovoort
2. Op de fiets
3. Te voet
4. Te paard
5. Per boot

9 Wat vindt u van de publieke voorzieningen in <uw gebied> om te kunnen recreëren?

Ik vind

1. Fietspaden
2. Verharde wandelpaden
3. Onverharde wandelpaden (zoals boerenlandpaden)
4. Ruiterspaden
5. Vaarroutes
6. Informatieborden
7. Bankjes en picknickplaatsen
8. Aanlegplaatsen
9. Parkeerplaatsen
10. Visvoorzieningen
11. Culturele evenementen en festivals

1. (Te) weinig aanwezig
2. Voldoende aanwezig
3. (Te) veel aanwezig

10 Welke veranderingen hebben de laatste 10 jaar in <uw gebied> plaats gevonden? Graag elke verandering beantwoorden en aangeven of dit een voor- of achteruitgang voor het landschap betreft.

Ik vind dat

1. Landschapsontwikkeling (aanleg van bosjes, houtwallen, beken, waterpartijen, landgoederen enzovoort)
2. Woningbouw
3. Aanleg wegen
4. Afname landbouw
5. Aanleg fiets- en wandelpaden
6. Aanleg ruiterspaden
7. Aanleg recreatieve voorzieningen (informatieborden, bankjes, aanlegplaatsen)
8. Aanleg bedrijventerreinen
9. Meer geluid
10. Meer verlichting 's nachts

1. Niet heeft plaatsgevonden
2. Wel heeft plaatsgevonden en een achteruitgang voor het landschap betekent
3. Wel heeft plaatsgevonden en een vooruitgang voor het landschap betekent
99. Weet ik niet

11 Vindt u alle veranderingen samen een vooruitgang of een achteruitgang voor het landschap in <uw gebied>?

1. Grote achteruitgang
2. Achteruitgang
3. Geen voor- of achteruitgang
4. Vooruitgang
5. Grote vooruitgang
99. Weet ik niet

12 Maakt u zich zorgen over de toekomst van het landschap in <uw gebied>?

1. Heel weinig
2. Weinig
3. Soms
4. Veel
5. Heel veel

13 In <uw gebied> zijn verschillende functies denkbaar. Welke vier zou u (meer) willen stimuleren?

1. Natuur
2. Landbouw en veeteelt
3. Recreatie (zoals wandelen, fietsen, paardrijden en varen)
4. Verbrede landbouw (combinatie met streekproducten, recreatie, gezondheidszorg, natuur- en landschapsbeheer enzovoort)
5. Behoud monumenten (zoals boerderijen, begraafplaatsen, buitens, landgoederen, forten en molens enzovoort)
6. Nieuwe landgoederen
7. Waterberging
8. Energiewinning (door windmolens, bio-energie, CO₂ enzovoort)
9. Rust en ruimte
10. Donkerte 's nachts
11. Anders.....

14 Gemeenten en maatschappelijke organisaties hebben als taak om het landschap te beschermen en te verbeteren. Kunt u per maatregel aangeven of dit in <uw gebied> onvoldoende of voldoende gebeurt?

De maatregel gebeurt

1. Onderhoud van landschapselementen (bomen, bosjes, poelen, houtwallen enzovoort)
2. Onderhoud van cultuurhistorische monumenten
3. Aanleg van paden en routes, plaatsen van bankjes en informatiepanelen enzovoort.
4. Zorgen voor een aantrekkelijk landschap
5. Betrekken van de bevolking bij de plannen voor landschap
6. Boeren financieel belonen om aan landschapsbeheer te doen *

[* toelichting: voor het houden van koeien in de wei, beheer van akkerranden en houtwallen, onderhoud van paden op hun land, bescherming van weidevogels etc]

7. Bieden van voorzieningen aan bewoners en bedrijven voor het beheer van het landschap (streekeigen beplanting, landschappelijke inpassing bebouwing enzovoort).
1. Onvoldoende
2. Voldoende
99. Weet ik niet

15 De volgende uitspraken gaan over het belang van landschap voor u. Wilt u bij elke uitspraak aangeven of u het hiermee eens bent of niet?

1. Ik ben gehecht aan het landschap in <mijn gebied>
 2. Ik vind het landschap in <mijn gebied> aantrekkelijk
 3. Voor een mooi landschap ga ik liever naar het buitenland
 4. Al die aandacht voor landschap is overdreven
 5. Landschap mag geen belemmering zijn voor economische vooruitgang
 6. Een mooi landschap draagt bij aan onze welvaart
 7. Mijn gemeente geeft genoeg geld uit aan landschapontwikkeling
 8. Mijn gemeente moet meer doen om het landschap te beschermen
 9. De provincies en rijksoverheid geven te weinig geld uit aan landschapsbehoud
 10. De provincies en rijksoverheid moeten strikter bepalen wat in het landschap wel en niet mag.
-
1. Helemaal niet mee eens
 2. Niet mee eens
 3. Niet mee eens \ niet mee oneens
 4. Mee eens
 5. Helemaal mee eens
 99. Weet ik niet

16 Welke van de volgende activiteiten heeft u de afgelopen 12 maanden wel eens ondernomen? Graag elke activiteit beantwoorden.

1. Bomen snoeien en knotten, poelen schonen, houtwallen afzetten op eigen erf
 2. Aanleg streekeigen beplanting volgens advies landschapsbeheer of -vereniging
 3. Onderhoud of aanleg van bomen, bosjes, poelen, houtwallen enzovoort elders
 4. Onderhoud van een monumentaal gebouw
 5. (Weide)vogelbescherming
 6. Inventarisatie van landschapselementen, dier- of plantsoorten, heemstudie
 7. Onderhoud van routes en paden
 8. Geven van landschapseducatie, lezingen en rondleidingen
 9. Bestuurlijk werk landschapsorganisatie, buurtoverleg over groenbeheer
-
1. Niet gedaan en geen interesse
 2. Niet gedaan en wel interesse
 3. Wel gedaan

17 Bent u lid van of geeft u geld aan een van de volgende organisaties voor natuur en landschap? U kunt meer antwoorden geven.

1. Natuurmonumenten
2. Wereld Natuurfonds (WNF)
3. Stichting Natuur en Milieu
4. Milieudefensie
5. Vogelbescherming
6. Brabants Landschap, Gelders Landschap of Landschap Noord-Holland
7. Lokale natuur- of landschapsvereniging (zoals Beschermers Amstelland, Via Natura, agrarische natuurverenigingen in Het Groene Woud)
8. Cultuurhistorische vereniging (heemkunde)
9. [Alleen Ooijpolder-Groesbeek, helaas mislukt] Via Natura in het kader van Landschapsveiling
10. [Alleen Het Groene Woud, helaas mislukt] Streekrekening Het Groene Woud
11. [Alleen Het Groene Woud, helaas mislukt] Kleine Aarde
12. Anders, namelijk.....
0. Geen van deze

18 Er zijn verschillende mogelijkheden om overheden te stimuleren meer voor het landschap te doen. Kunt u per item aangeven of u hier negatief of positief tegenover staat?

Ik vind

1. Meer belasting betalen voor het beschermen van het landschap in Nederland
2. Bezwaar maken als het landschap in <mijn gebied> bedreigd wordt
3. Stemmen op een politieke partij die landschap prioriteit geeft
4. Meer gemeentebelasting (OZB) inzetten voor landschapsbeheer

1. Negatief
2. Positief
99. Weet ik niet

19. De overheid wil andere partijen meer betrekken bij landschapsontwikkeling. De volgende voorbeelden gaan over welke gebruikers meer verantwoordelijkheid kunnen nemen om aan het onderhoud en de ontwikkeling mee te betalen. Wilt u bij elk voorbeeld aangeven of u het hiermee eens bent of niet?

1. Burgers die in of dichtbij een aantrekkelijk landschap wonen.
2. Toeristen die profiteren van een aantrekkelijk landschap.
3. Bedrijven voor wie een aantrekkelijk landschap hun positie versterkt (doordat het werknemers trekt, de waarde van hun onroerend goed verhoogt enzovoort).
4. Recreatiebedrijven en horeca die profiteren van een aantrekkelijk landschap.
5. Projectontwikkelaars met bouwactiviteiten in de buurt van een aantrekkelijk landschap.

1. Helemaal niet mee eens
2. Mee eens
3. Niet mee eens \ niet mee oneens
4. Mee eens
5. Helemaal mee eens
99. Weet ik niet

20 Bewoners en bedrijven kunnen zelf ook bijdragen aan het landschap in <uw gebied>. Hieronder volgen een aantal mogelijkheden. Wilt u bij elke mogelijkheid aangeven of u hier negatief of positief tegenover staat?

Ik vind

1. Een verplichte groenbijdrage voor de omgeving opnemen in de koopprijs, erfpacht of huurprijs van een bedrijventerrein of nieuwbouwwijk.
 2. Verplichte compensatie heffen voor landschap bij niet-agrarische bedrijven die in het buitengebied uitbreiden.
 3. Een vrijwillig betaald lidmaatschap van een lokale vereniging voor natuur- en landschapsbeheer voor huizenbezitters in en rond het gebied
 4. Een of meer dagen meewerken aan het onderhoud van het landschap.
 5. [Alleen voor het Binnenveld] Het kopen van een uitzichtgarantie door huizenbezitters in en rond <mijn gebied> waarmee boeren het landschap kunnen onderhouden.
-
1. Negatief
 2. Positief
 99. Weet ik niet

21 U kan eenmalig of doorlopend financieel bijdragen aan het landschap in <uw gebied>. Hierbij kunt wel of geen concrete doelen voor het landschap en een tegenprestatie aan uzelf afspreken. Wilt u bij elke mogelijkheid aangeven of u hier negatief of positief tegenover staat?

	Enmalig/ doorlopend	Doelafpraak en tegenprestatie	Voorbeelden
1	Enmalig	Geen	Donatie, schenking
2	Doorlopend	Geen	Renteschenking, streekrekening, bijdrage landschapsfonds
3	Enmalig	Wel	Landschapsveiling, evenement, actie
4	Doorlopend	Wel	Adoptie, sponsoring

1. Negatief
2. Positief
99. Weet ik niet

NB. Doorverwijzen naar vraag 24 als alle mogelijkheden negatief zijn beantwoord.

22 Voor een financiële bijdrage zijn verschillende overwegingen mogelijk bij de keuze van een doel of begunstigde. Kunt u per overweging aangeven of u dit belangrijk vindt?

Ik vind

1. Een door de overheid (en belastingdienst) erkend goed doel
2. Een lokaal opgezet initiatief
3. Een persoonlijk contact met de begunstigde

1. Niet belangrijk
2. Wel belangrijk
99. Weet ik niet

23 Welke twee doelen spreken u het meeste aan voor een financiële bijdrage?

1. Aanleg paden en routes voor recreatie
2. Aanleg landschapselementen (bomen, heggen, poelen enzovoort)
3. Onderhoud van paden en routes
4. (Achterstallig) onderhoud landschapselementen en landschappen
5. (Achterstallig) onderhoud cultuurhistorische elementen en gebouwen
6. Koeien in de wei
7. Boeren financieel belonen om aan landschapsbeheer te doen
8. Stimuleren van streekeigen productie
9. Opzetten van educatieve projecten
10. Beschermen van planten en dieren (weidevogels enzovoort)
11. Maakt mij niet uit, als het maar aan <mijn gebied> wordt besteed.
12. Anders.....
0. Geen van deze
99. Weet ik niet

24 In uw regio zijn er vele maatschappelijke doelen waar u vrijwillig financieel aan kunt bijdragen. Aan welke geeft u het meeste? Meer antwoorden mogelijk.

1. Kerk en levensbeschouwing
2. Sport en recreatie
3. Gezondheid
4. Natuur, landschap en milieu
5. Anders
0. Ik geef niets aan maatschappelijke doelen in mijn regio

25 Gemeenten en de initiatiefnemers willen burgers en bedrijven graag betrekken bij de activiteiten in en voor het landschap. Welke mogelijkheid spreekt u het meeste aan?

1. Ik zou geïnformeerd willen worden over deze activiteiten
2. Ik zou willen meedenken over deze activiteiten
3. Ik zou willen meebeslissen over deze activiteiten
4. Ik zou willen meewerken aan het uitvoeren van deze activiteiten
5. Ik wil los van de overheid met andere bewoners werken aan landschap in mijn gebied
0. Ik vind het niet nodig bij deze activiteiten betrokken te zijn.
99. Weet ik niet

26 Heeft u ideeën hoe burgers meer kunnen worden betrokken bij de activiteiten voor het landschap in < uw gebied>?

27 Mogen wij u eventueel bellen voor een gesprek over uw betrokkenheid bij het landschap in <uw gebied>?

1. Nee
2. Ja

Indien u meer wilt weten over de activiteiten in <uw gebied> kunt u zich via de website [www.beschermersamstelland.nl; www.werv.nl; www.hetgroenewoud.com; www.vianatura.nl] aanmelden voor de nieuwsbrief. Op de website zullen begin 2009 de resultaten van dit onderzoek worden vermeld.

afsluiting
opmerkingen
hartelijk dank

1b. Vragenlijst Investeren in landschap Bedrijven

[in de tekst <uw gebied> en <mijn gebied> vervangen door respectievelijk Amstelland, het Binnenveld, Het Groene Woud, Ooijpolder-Groesbeek]

INTRO

Het Nederlandse landschap kan nog veel mooier worden! Uw bedrijf is in of dichtbij <uw gebied> gevestigd, waar regionale en lokale partijen plannen en ideeën hebben om met behulp van private middelen het landschap mooier te maken.

[tekst van 5 regels, kaartje en foto gebied tonen]

De initiatiefnemers willen graag uw mening horen over het landschap in <uw gebied> en weten wat uw betrokkenheid hierbij is. Het is daarbij niet belangrijk of u veel of weinig van landschap afweet.

1 Hoe lang is uw bedrijf op de huidige locatie gevestigd? [kleine onderbrekingen buiten beschouwing laten]

5. Meer dan 20 jaar, altijd
6. 10 tot 20 jaar
7. 5 tot 10 jaar
8. Minder dan 5 jaar

2 Is uw bedrijf binnen of buiten de bebouwde kom gevestigd?

1. Binnen de bebouwde kom
2. Buiten de bebouwde kom
99. Weet ik niet

3 In hoeverre is een groen gebied zoals <uw gebied> voor uw bedrijf een vestigingsfactor?

1. Zeer onbelangrijk
2. Onbelangrijk
3. Niet onbelangrijk, niet belangrijk
4. Belangrijk
5. Zeer belangrijk

4 In hoeverre is een groen gebied zoals <uw gebied> voor uw bedrijf zakelijk voordelig (door beter gemotiveerde werknemers, hogere waarde onroerend goed)?

1. Zeer belangrijk
2. Onbelangrijk
3. Niet onbelangrijk, niet belangrijk
4. Belangrijk
5. Zeer belangrijk

5 Hoever ligt uw bedrijf van de grens van <uw gebied>?

1. In het gebied zelf
2. Minder dan 2 km
3. Tussen 2 en 5 km
4. Meer dan 5 km

6 Kent u <uw gebied>?

1. Nee → doorgaan naar vraag 10
2. Beetje
3. Ja

NB. Voor Ooijpolder-Groesbeek worden de antwoorden:

1. Nee → doorgaan naar vraag 10
2. Groesbeek wel, Ooijpolder niet
3. Ooijpolder wel, Groesbeek niet
4. Ja, beiden.

7 Er zijn verschillende mogelijkheden om iets over het landschap in <uw gebied> te weten te komen. Van welke mogelijkheden maakte u in de afgelopen 12 maanden gebruik? U kunt meer antwoorden geven. *[per gebied specificeren]*

1. Nieuwsbrief
2. Website
3. Bezoekersdag
4. Informatieborden in het gebied
5. Bezoek boerderij met streekproducten, natuur- en landschapsbeheer enzovoort
6. Deelname aan excursie door het landschap of rondleiding in monument
7. Lezen over cultuurhistorie of geschiedenis van de streek

8. Lezen over landschap in de plaatselijke krant, tijdschrift voor landschapsbeheer
9. Bezoekerscentrum
10. Overige
11. Geen van deze

8 In <uw gebied> zijn verschillende functies denkbaar. Welke vier zou u (meer) willen stimuleren?

1. Natuur
2. Landbouw en veeteelt
3. Recreatie (zoals wandelen, fietsen, paardrijden en varen)
4. Verbrede landbouw (combinatie met streekproducten, recreatie, gezondheidszorg, natuur- en landschapsbeheer enzovoort)
5. Behoud monumenten (zoals boerderijen, begraafplaatsen, buitens, landgoederen, forten en molens enzovoort)
6. Nieuwe landgoederen
7. Waterberging
8. Energiewinning (door windmolens, bio-energie, CO₂ enzovoort)
9. Rust en ruimte
10. Donkerte 's nachts
11. Anders.....
0. Geen van deze
99. Weet ik niet

9 Gemeenten en maatschappelijke organisaties hebben als taak om het landschap te beschermen en te verbeteren. Kunt u per maatregel aangeven of dit in <uw gebied> onvoldoende of voldoende gebeurt?

De maatregel gebeurt

1. Onderhoud van landschapselementen (bomen, bosjes, poelen, houtwallen enzovoort)
2. Onderhoud van cultuurhistorische monumenten
3. Aanleg van paden en routes, plaatsen van bankjes en informatiepanelen enzovoort.
4. Zorgen voor een aantrekkelijk landschap
5. Betrekken van de bevolking bij de plannen voor landschap
6. Boeren financieel belonen om aan landschapsbeheer te doen*

[* toelichting: voor het houden van koeien in de wei, beheer van akkerranden en houtwallen, onderhoud van paden op hun land, bescherming van weidevogels enzovoort]

7. Bieden van voorzieningen aan bewoners en bedrijven voor het beheer van het landschap (streekeigen beplanting, landschappelijke inpassing bebouwing enzovoort).

1. Onvoldoende
2. Voldoende
99. Weet ik niet

10 Bent u geïnteresseerd om meer te weten te komen over de mogelijkheden van <uw gebied> voor uw bedrijf? Graag elke mogelijkheid beantwoorden

1. Recreatiemogelijkheden (voor bedrijfsuitjes, teambuilding etc)
2. Vergader- en ontvangstmogelijkheden
3. Verblijfsmogelijkheden voor zakelijke gasten
4. Mogelijkheden om maatschappelijk verantwoord te ondernemen door het landschap in <mijn gebied> te versterken (gebruik <mijn gebied> certificaat)

1. Geen interesse
2. Wel interesse

11 De volgende uitspraken gaan over het belang van landschap voor u. Wilt u bij elke uitspraak aangeven of u het hiermee eens bent of niet?

1. Ik ben gehecht aan het landschap in <mijn gebied>
2. Ik vind het landschap in <mijn gebied> aantrekkelijk voor mijn bedrijf
3. Voor een mooi landschap ga ik liever naar het buitenland
4. Al die aandacht voor landschap is overdreven
5. Landschap mag geen belemmering zijn voor economische vooruitgang
6. Een mooi landschap draagt bij aan onze welvaart
7. Mijn gemeente geeft genoeg geld uit aan landschapontwikkeling
8. Mijn gemeente moet meer doen om het landschap te beschermen
9. De provincies en rijksoverheid geven te weinig geld uit aan landschapsbehoud
10. De provincies en rijksoverheid moeten strikter bepalen wat in het landschap wel en niet mag.

1. Helemaal niet mee eens
2. Niet mee eens
3. Niet mee eens \ niet mee oneens
4. Mee eens
5. Helemaal mee eens
99. Weet ik niet

12 In het kader van maatschappelijk verantwoord ondernemen zijn op het terrein van landschap diverse activiteiten mogelijk. Wilt u bij elk van onderstaande activiteiten aangeven of uw bedrijf hieraan deelneemt? Graag elke activiteit beantwoorden.

1. Een financiële bijdrage aan projecten voor landschap en/of natuur
2. Deelname aan natuur- en landschapsbeheer
3. Bijdrage in tijd en kennis voor projecten gerelateerd aan landschap en/of natuur
4. Aankoop van producten en diensten bij boeren

1. Niet gedaan
2. Wel gedaan

13 Er zijn verschillende mogelijkheden om overheden te stimuleren meer voor het landschap te doen. Kunt u per item aangeven of u hier negatief of positief tegenover staat?

Ik vind

1. Meer belasting betalen voor het beschermen van het landschap in Nederland
2. Bezwaar maken als het landschap in <mijn gebied> bedreigd wordt
3. Stemmen op een politieke partij die landschap prioriteit geeft
4. Meer gemeentebelasting (OZB) inzetten voor landschapsbeheer

1. Negatief
2. Positief
99. Weet ik niet

14. De overheid wil andere partijen meer betrekken bij landschapsontwikkeling. De volgende voorbeelden gaan over welke gebruikers meer verantwoordelijkheid kunnen nemen om aan het onderhoud en de ontwikkeling mee te betalen. Wilt u bij elk voorbeeld aangeven of u het hiermee eens bent of niet?

1. Burgers die in of dichtbij een aantrekkelijk landschap wonen.
2. Toeristen die profiteren van een aantrekkelijk landschap.
3. Bedrijven voor wie een aantrekkelijk landschap hun positie versterkt (doordat het werknemers trekt, de waarde van hun onroerend goed verhoogt enzovoort).
4. Recreatiebedrijven en horeca die profiteren van een aantrekkelijk landschap.
5. Projectontwikkelaars met bouwactiviteiten in de buurt van een aantrekkelijk landschap.

1. Helemaal niet mee eens
2. Mee eens
3. Niet mee eens \ niet mee oneens
4. Mee eens
5. Helemaal mee eens
99. Weet ik niet

15 Bewoners en bedrijven kunnen zelf ook bijdragen aan het landschap in <uw gebied>. Hieronder volgen een aantal mogelijkheden. Wilt u bij elke mogelijkheid aangeven of u hier negatief of positief tegenover staat?

Ik vind

1. Een verplichte groenbijdrage voor de omgeving opnemen in de koopprijs, erfpacht of huurprijs van een bedrijventerrein of nieuwbouwwijk.
2. Verplichte compensatie heffen voor landschap bij niet-agrarische bedrijven die in het buitengebied uitbreiden.
3. Een vrijwillig betaald lidmaatschap van een lokale vereniging voor natuur- en landschapsbeheer voor huizenbezitters in en rond het gebied
4. Een of meer dagen meewerken aan het onderhoud van het landschap.
5. [Alleen voor het Binnenveld] Het kopen van een uitzichtgarantie door huizenbezitters in en rond het Binnenveld waarmee boeren het landschap kunnen onderhouden.

1. Negatief
2. Positief
99. Weet ik niet

16 Uw bedrijf kan eenmalig of doorlopend financieel bijdragen aan het landschap in <uw gebied>. Hierbij kunt wel of geen concrete doelen voor het landschap en een tegenprestatie aan uzelf afspreken. Wilt u bij elke mogelijkheid aangeven of u hier negatief of positief tegenover staat?

	Eenmalig/ doorlopend	Doelafpraak en tegenprestatie	Voorbeelden
1	Eenmalig	Geen	Donatie, schenking
2	Doorlopend	Geen	Renteschenking, streekrekening, bijdrage landschapsfonds
3	Eenmalig	Wel	Landschapsveiling, evenement, actie
4	Doorlopend	Wel	Adoptie, sponsoring

1. Negatief
 2. Positief
 99. Weet ik niet
- NB. Doorverwijzen naar vraag 19 als alle mogelijkheden negatief zijn beantwoord.

17 Voor een financiële bijdrage zijn verschillende overwegingen mogelijk bij de keuze van een doel of begunstigde. Kunt u per overweging aangeven of u dit belangrijk vindt?

Ik vind

1. Een door de overheid (en belastingdienst) erkend goed doel
2. Een lokaal opgezet initiatief
3. Een persoonlijk contact met de begunstigde

1. Niet belangrijk
2. Wel belangrijk
99. Weet ik niet

18 Welke twee doelen spreken u het meeste aan voor een financiële bijdrage?

1. Aanleg paden en routes voor recreatie
2. Aanleg landschapselementen (bomen, heggen, poelen enzovoort)
3. Onderhoud van paden en routes
4. (Achterstallig) onderhoud landschapselementen en landschappen
5. (Achterstallig) onderhoud cultuurhistorische elementen en gebouwen
6. Koeien in de wei
7. Boeren financieel belonen om aan landschapsbeheer te doen
8. Stimuleren van streekelijke productie
9. Opzetten van educatieve projecten
10. Beschermen van planten en dieren (weidevogels enzovoort)
11. Maakt mij niet uit, als het maar aan <mijn gebied> wordt besteed.
12. Anders.....
0. Geen van deze
99. Weet ik niet

19 In uw regio zijn er vele maatschappelijke doelen waar u vrijwillig financieel aan kunt bijdragen. Aan welke geeft u het meeste? Meer antwoorden mogelijk.

1. Kerk en levensbeschouwing
2. Sport en recreatie
3. Gezondheid
4. Natuur, landschap en milieu
5. Anders.....
0. Ik geef niets aan maatschappelijke doelen in mijn regio

20 Ziet u het in stand houden en versterken van het landschap in < uw gebied> als een mogelijkheid om bij te dragen aan het imago van uw bedrijf?

1. Nee
2. Misschien
3. Ja
99. Weet ik niet

21 Er zijn verschillende mogelijkheden voor bedrijven om het landschap te helpen in stand houden en versterken. Is uw bedrijf geïnteresseerd om in <mijn gebied> een van onderstaande bijdragen te leveren? Graag elke mogelijkheid beantwoorden.

1. Vrijwillig bestuurlijke activiteiten voor het beheer van het landschap verrichten
2. Vrijwillig fysieke activiteiten voor het beheer van het landschap verrichten
3. Vaker streekproducten uit <mijn gebied> kopen
4. Financieel bijdragen aan het beheer van landschap
5. Goederen en diensten gratis of goedkoper aan <mijn gebied> leveren

1. Geen interesse
2. Wel interesse

22 Heeft u ideeën hoe bedrijven meer kunnen worden betrokken om een maatschappelijke bijdrage voor het landschap in < uw gebied> te realiseren?

23 Mogen wij u eventueel bellen voor een gesprek over uw betrokkenheid bij het landschap in <uw gebied>?

1. Nee
2. Ja

Indien u meer wilt weten over de activiteiten in <uw gebied> kunt u zich via de website [www.beschermersamstelland.nl; www.werv.nl; www.hetgroenewoud.com; www.vianatura.nl] aanmelden voor de nieuwsbrief. Op de website zullen begin 2009 de resultaten van dit onderzoek worden vermeld.

afsluiting
opmerkingen
hartelijk dank.

Bijlage 2

2.a De acht segmenten in het WIN-model voor burgers (TNS NIPO, 2004 en 2008).

Mondiaal

- De *Zakelijke* is ambitieus en erg gericht op de eigen ontwikkeling, hoog geschoold, hard werkend en creatief denkend. Zakelijken houden van luxe maar willen ook goede doelen financieren. Ze zijn kritisch en veeleisend, niet onder de indruk van gezag en regels, zeer onafhankelijk, goed op de hoogte en worden minder aangesproken door communicatie vanuit de overheid.
- De *Ruimdenker* is een vooruitstrevend persoon met veel idealen. Zelfontplooiing is erg belangrijk. Hij of zij heeft een pragmatische houding met betrekking tot gezag en regels, een sterk sociaal en maatschappelijk verantwoordelijkheidsbesef, is zeer goed op de hoogte, wil dat politiek en overheid zich democratischer opstellen en voelt zich aangesproken door de overheid, maar is zeer kritisch over de manier waarop.

Altruïsme

- De *Geëngageerde* hecht veel waarde aan harmonie en stabiliteit, zowel in de samenleving als in de eigen leefwereld. Geëngageerden zijn verenigingsmensen, hebben een welwillende houding tegenover gezag en regels, een sterk sociaal en maatschappelijk verantwoordelijkheidsbesef, zijn zeer goed op de hoogte en voelen zich aangesproken door de overheid maar zijn daar kritisch over.
- De *Zorgzame* richt zich op het welzijn van anderen, is sober en vindt traditionele waarden belangrijk. Zij zijn sociaal, weinig creatief, werken liever uitvoerend dan zich met het ontwikkelingsproces bezig te houden, zijn vaak religieus, staan positief tegenover gezag en regels, hebben een sterk sociaal en maatschappelijk verantwoordelijkheidsbesef en voelen zich aangesproken door overheidscommunicatie.

Lokaal

- De *Behoudende* is vooral gericht op de eigen leefomgeving. Gezin en vriendenkring staan centraal. Echt materialistisch is de Behoudende niet,

maar hij of zij geeft wel om enige luxe en moderne artikelen. Behoudenden zijn conformistisch en vallen liever niet graag op. Veel van hen zijn teleurgesteld in zowel de maatschappij als de politiek en hebben daar weinig mee op.

Egoïsme

- De *Genieter* is een gezelligheidsdier. Eigen plezier en genot staan centraal, zowel op lichamelijk als emotioneel gebied. De Genieter is eerder een (avontuurlijk) sportief dan een creatief type. Maatschappelijke issues en politiek interesseren hen nauwelijks, zij hebben een onverschillige houding met betrekking tot gezag en regels en voelen zich niet aangesproken door de overheid.
- De *Luxezoeker* heeft hoge ambities, hecht veel waarde aan een comfortabel leven en is sterk gericht op de eigen behoeften. Zoekt uitdagingen op en neemt het niet te nauw met algemene (gedrags)regels, is asociaal en gehaaid, maakt egocentrisch gebruik van voorzieningen en voelt zich weinig aangesproken door de overheid. Onder Luxezoekers komen de minste religieuze personen voor.

De *Evenwichtige* lijkt op het gemiddelde van de bevolking en valt tussen de andere groepen in.

2.b Gevraagde instrumentele waarden en eindwaarden aan ondernemers en directeuren

Instrumentele waarden: vrijheid, plezier, innovatief, ambitieus, onafhankelijk, fatsoenlijk, daadkrachtig, rechtvaardig, collegiaal, georganiseerd, correct, behoudend

Eindwaarden: omzet bedrijf, continuïteit, zelfstandigheid, tevreden klanten, marktleiderschap, tevreden medewerkers, innovatie, winst bedrijf, kwaliteit, zekerheid, goede reputatie, maatschappelijk verantwoord ondernemen.

Bijlage 3

3a. Tabellen van bewoners

Verandering	Bewoners en hun oordeel over veranderingen als vooruitgang (V) of achteruitgang (A), niet-waargenomen (N) of onbekend zijnde (O) in Amstelland en het Binnenveld (in %)							
	Amstelland				Binnenveld			
	V	A	N	O	V	A	N	O
Fiets- en wandelpaden	39	5	24	32	46	3	22	29
Landschapsontwikkeling	35	3	22	40	33	4	21	42
Recreatieve voorzieningen	37	5	19	39	33	6	22	39
Afname landbouw	9	35	18	38	9	26	24	41
Woningbouw	9	50	14	27	3	32	39	26
Meer geluid	1	46	28	25	-	28	36	36
Bedrijventerreinen	3	38	25	34	-	20	51	29

Verandering	Bewoners en hun oordeel over veranderingen als vooruitgang (V) of achteruitgang (A), niet-waargenomen (N) of onbekend zijnde (O) in Het Groene Woud en in Ooijpolder-Groesbeek (in %)							
	Het Groene Woud				Ooijpolder-Groesbeek			
	V	A	N	O	V	A	N	O
Fiets- en wandelpaden	36	7	11	46	40	4	16	40
Landschapsontwikkeling	49	5	7	39	42	2	11	45
Recreatieve voorzieningen	41	5	11	43	40	4	12	44
Afname landbouw	22	13	16	49	15	16	19	50
Woningbouw	4	18	23	55	10	35	15	40
Meer geluid	-	30	23	46	-	27	30	43
Bedrijventerreinen	1	20	26	53	3	24	28	45

Het LEI ontwikkelt voor overheden en bedrijfsleven economische kennis op het gebied van voedsel, landbouw en groene ruimte. Met onafhankelijk onderzoek biedt het zijn afnemers houvast voor maatschappelijk en strategisch verantwoorde beleidskeuzes.

Het LEI is een onderdeel van Wageningen Universiteit en Researchcentrum. Daarbinnen vormt het samen met het Departement Maatschappijwetenschappen de Social Sciences Group.

Meer informatie: www.lei.wur.nl

